



HAL
open science

Les confréries “ en recrue des sens ” : Le Nom sens parmi les sens ?

Anne Collet Parizot

► To cite this version:

Anne Collet Parizot. Les confréries “ en recrue des sens ” : Le Nom sens parmi les sens ?. Anne Parizot. Les confréries, identité et discours. Patrimoine immatériel entre terroir et territoire, L’Harmattan, pp.43-63, 2021, Des Hauts et Débats, 978-2-343-23424-3. halshs-03555639

HAL Id: halshs-03555639

<https://shs.hal.science/halshs-03555639v1>

Submitted on 3 Feb 2022

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.

**Les confréries « en recrue des sens » :
Le Nom – sens parmi les sens ?**

Anne Parizot¹

Les confréries ? Derrière ce vocable qui fait parfois sourire, tant il représente pour certains un univers bon enfant, folklorique et carnavalesque se cache un univers riche en histoire(s), en symboles, en implications sociales et sociétales. Les confréries existent depuis le Moyen Âge² et sont actuellement remises au goût du jour par l'intérêt que porte la société au terroir et à la gastronomie et sans doute à la convivialité. En effet, l'inscription en 2010 du « repas gastronomique des Français » au patrimoine immatériel de l'humanité, accompagnée par la création en cours d'un réseau de Cités de la Gastronomie, a donné une visibilité et un nouvel air de noblesse à ces sociétés emblématiques du bien boire et bien manger que représentent les confréries et pour lesquelles la convivialité est particulièrement à l'honneur. Le contexte socio-culturel s'enrichit également de réflexions plus largement ouvertes sur le territoire, l'environnement et la mondialisation faisant naître des questionnements identitaires où chacun tend à rejoindre le groupe pour partager des valeurs où la recherche de sens est à la fois une quête individuelle mais également collective. Derrière ce besoin de

¹ Professeur des universités en Sciences de l'information et de la communication, Université de Bourgogne-Franche-Comté, Besançon, membre du Laboratoire Cimeos EA 4377

² Voir en annexe les confréries vineuses les plus anciennes

reconnaissance, chaque groupe conserve les spécificités qui le caractérisent et qui constituent précisément la volonté de préserver un ancrage territorial et une identité forts.

Les confréries existent par les personnes qui les constituent, représentées et représentant des grades particuliers (Grand maître, grand argentier, etc.). Elles empruntent une terminologie souvent moyenâgeuse, voire chevaleresque, la désignation des personnes renvoyant à un rôle ou une fonction spécifique au sein de la confrérie. De plus, d'autres signes de reconnaissance visibles de loin comme la robe, l'écu, la médaille inscrivent chaque confrérie dans un univers spécifique et une réalité propre. Si leur existence date du Moyen Âge, leur apparition, telle que nous les connaissons, est souvent relativement récente. Leur création s'accompagne obligatoirement d'une déclaration juridique. Elles se constituent comme associations loi 1901 et se donnent un nom qui permet leur enregistrement et leur donne une légitimité juridique. Par-delà la dimension juridique, le nom leur confère une existence et une légitimité vis-à-vis du public, vers qui elles communiquent, ainsi que des autres confréries qui se distinguent, elles aussi, par leur dénomination et l'ensemble des éléments de reconnaissance évoqués.

Cependant l'onomastique (du grec *onoma*, « nom » science qui étudie les noms propres) des confréries est là encore un aspect trulent de leur identité, car loin de se contenter d'une dénomination classique, les confréries usent souvent d'un langage

particulièrement recherché. En effet, le langage utilisé reflète plusieurs axes qu'il conviendra de développer, comme l'utilisation du patois, d'une langue régionale ou encore la référence à un produit ou une région, ou quand bien même la référence à un métier, une fonction ou un acte (le plus souvent manger, goûter).

Comprendre la façon dont elles sont baptisées, comprendre la motivation de la création des noms de confréries, et par-delà leur existence même, c'est d'abord s'interroger sur ce qui fonde précisément leur création et l'objectif pour lequel on voit à nouveau fleurir ces cortèges hauts en couleur dans les rues des villes et villages, lors de manifestations réunissant public, professionnels et institutionnels. Nous tenterons de définir le statut du nom des confréries puisqu'elles nous semblent renvoyer à un mode d'existence hybride entre nom propre et nom commun, entre nom de marque et nom de produit.

Depuis le Moyen Âge, des regroupements ou corporations de métiers, de religion ou de profession réunissent des individus qui œuvrent à un objectif commun ou à une reconnaissance commune. Les confréries, telles que nous les envisageons dans le cadre de cet article, c'est-à-dire confréries œnologiques (dites également bachiques ou vineuses³) et/ou gastronomiques voire éventuellement

³ Les adjectifs sont ici équivalents mais il semblerait que bachique soit beaucoup plus utilisé que « vineuse ou œnologique », sans doute en raison de la référence au dieu Bacchus, qui ouvre à ce niveau, un imaginaire beaucoup plus riche que les deux autres.

culturelles (visant cependant à la défense de produits du terroir) se donnent des missions spécifiques qu'il convient de préciser. Ayant été des communautés d'entraide (notamment en ce qui concerne les confréries bachiques), elles sont les gardiennes de tradition et en ce sens, elles participent à la sauvegarde du patrimoine culturel des régions, en sont les ambassadrices bien vivantes, favorisant le développement du tourisme auquel vient s'ajouter maintenant la promotion d'un tourisme vert, écologique. Cette sauvegarde patrimoniale intervient de fait à divers niveaux dont la richesse est significative. Tout d'abord, les confréries permettent la mise en avant de produits régionaux ainsi que les spécialités ou recettes qui en découlent. Elles font redécouvrir des produits tombés dans l'oubliette. C'est alors tout un patrimoine alimentaire qui est valorisé mais en même temps elles perpétuent des gestes et des métiers, des traditions costumières et des spécificités culturelles des terroirs et régions.

Ces confréries ne sont pas un phénomène purement lié à l'hexagone, elles existent aussi à l'étranger (Cf. *Le Tradivarius* qui en propose une liste non négligeable). Elles mettent alors en valeur le pays. Il est aussi à noter que certaines confréries essaient à l'étranger et créent ainsi des ambassades représentant la confrérie désignée (comme par exemple La confrérie du Trou Normand qui s'installe en Chine). C'est donc un élément culturel fondamental qui fait le lien entre le passé et le présent, permettant aussi d'envisager l'avenir.

Si les confréries se rattachent au passé par le caractère moyenâgeux des rituels, elles sont le plus souvent au fait des moyens de communication actuels. En effet, elles utilisent l'ensemble des moyens disponibles : documents écrits, salons, expositions mais aussi bien sûr elles s'affichent par l'intermédiaire du net. Elles se mettent en ligne et partagent aisément leurs plaisirs gastronomiques. Ainsi leur dispositif communicationnel est complet : textes, photographies, documents audiovisuels font vivre cet univers convivial. Ces éléments d'information servent à présenter la genèse, l'histoire de la confrérie, son organisation et les membres qui la constituent ainsi que les manifestations qu'elle crée ou auxquelles elles participent. Les chapitres, pendant lesquels ont lieu souvent les intronisations, les fêtes de la gastronomie sont autant d'occasions de communiquer. C'est du reste l'occasion de vanter le terroir et le territoire, en faisant vivre les traditions même si certaines confréries n'ont que quelques années de création.

Un exemple pris sur internet illustre parfaitement la présentation de ces associations qui réunissent hommes, recettes, terroirs et territoires. Il met en avant les couleurs, les emblèmes et l'histoire de l'association. Par exemple, La Confrérie du houblon d'or sur internet ⁴aux couleurs de vert et de jaune présente écu et logo, ainsi que l'historique et les buts de l'association.

⁴ http://www.confrieduhoublondor.com/?page_id=3

Ces documents provenant de supports différents présentent globalement la même structure et le même type d'informations : historique ou genèse, objectifs, chapitres, produits voire recettes et coordonnées. Ils concourent donc pleinement à la promotion des terroirs et à la renommée de la gastronomie française mais également à la culture puisque certaines confréries sont dites culturelles et s'emploient à valoriser une ville, un territoire tout en faisant aussi la promotion de la gastronomie. Certaines soulignent également leurs dimensions sociales ce qui leur donne une légitimité supplémentaire comme acteur ayant réellement part à la société.

Étudier les confréries et leur dénomination est un travail de longue haleine puisqu'elles sont toujours en évolution. Certaines confréries sont en sommeil et peuvent se réveiller sous le coup d'une rencontre heureuse ; d'autres sont en cours de création alors que certaines s'éteignent faute de confrères volontaires. Ces espaces non figés se construisent donc au gré des recettes, des produits mais surtout de la volonté des hommes et des femmes qui en font la promotion. Comme nous l'avons déjà noté, le repas gastronomique et les confréries font partie intégrante du patrimoine immatériel et de ce fait, leur dénomination intègre pleinement cet ensemble culturel et patrimonial. Nous rejoignons ici les propos de P. Lardellier (2016) au sujet des noms de restaurant qui « entrent de plein droit dans la culture française, pouvant être considérés comme

éléments culturels à part entière, reflet des tendances et évolutions économiques, sociales et linguistiques ».

Les confréries font revivre recettes et produits mais sont des marques de l'évolution de la société, à la fois dans les conceptions d'un nouveau mode marchand plus convivial et festif mais aussi plus symbolique, sur les façons de consommer ainsi que sur la prise en compte des dimensions sociales (entraide) et sociétales (développement durable, écotourisme).

Méthodologie

Si l'onomastique est une discipline existante et reconnue, il nous a semblé que les noms des confréries n'ont pas actuellement suscité d'études descriptives spécifiques. Dans une perspective sémiolinguistique, nous allons nous attacher dans un premier temps à préciser leur statut et à en faire l'analyse morphosyntaxique, visant à retracer des données extralinguistiques.

Nous pourrions dégager une typologie classifiante à partir des noms et des constructions syntaxiques qui apportera une vision différente de celle qui se base sur le simple classement alphabétique, sur la région ou sur le produit (Cf. *Le Tradivarius*). Pourtant ces classifications peuvent être utilisées pour compléter l'analyse, afin de dresser éventuellement des typicités linguistiques à partir des régions ou encore à partir des produits, ce qui pourrait faire l'objet de travaux ultérieurs.

La démarche socio-sémiologique transversale qui articule les éléments permet d'analyser la valeur sociale et culturelle des formes signifiantes, les enjeux sociaux et les croyances. Elle débouche vers l'anthropologie pour comprendre ce qui nous lie, c'est-à-dire ce qui fait sens collectivement (Barthes), ce qui implique une large mobilisation des sciences de l'information et de la communication. La communication des confréries reflète un univers traditionnel qui s'appuie sur le terroir, l'histoire tout en évoquant la géographie des territoires. Elle vise à la fois à la transmission, en s'appuyant sur un patrimoine collectif à conserver et au développement économique, touristique des régions. Elle cherche donc à équilibrer ces dimensions en faisant valoir les valeurs qui constituent la quête de la société actuelle : authenticité des produits et des rapports humains, transparence de la provenance et des relations, bien-être et bien manger dans une unité conviviale, dimension sociale, autrement dit donner du sens ou un sens à une communauté dans une société par une démarche culturelle.

Ainsi, ces discours et représentations mettent à l'honneur savoir-faire et pratiques et laissent les imaginaires élaborer cet univers de proximité, d'authenticité et de vérité de l'art du bien vivre.

Quel statut pour les noms des confréries ?

La question de nomination est une question ancienne (Platon le Cratyle) et pourtant d'actualité comme le signale H. Guillourel

(2012). La nomination est « un moyen de catégoriser et nommer le monde à partir des percepts et expériences qui en fondent la connaissance » Siblot (*in* Detrié 2001 : 263). De fait, les confréries par l'intermédiaire de leur nom, existent et renvoient à des réalités.

Ces catégories nominales sont des noms de baptême qui servent à caractériser un groupe humain ayant une certaine fonction dans la société. Nom propre ? Nom de marque ou de produit ? Nom commun ?

Comment considérer ces noms de baptême et quel statut leur donner ? À nouveau, nous rejoignons les interrogations de P. Lardellier (2016) à propos des noms de restaurant :

« Il ne faut pas hésiter à élargir la problématique en plaçant le statut de nom de restaurant entre nom de marque et nom propre ; ce qui amène à s'interroger sur son sens, sur son épaisseur sémantique (Barthes), ses connotations associatives » (Kerbrat-Orrechioni) et autres évocations symboliques. [...] À l'instar des menus de restaurants, leurs noms, rassemblés en ensemble syntagmatique, peuvent aussi « aussi se lire comme un texte, qui nous en dit forcément plus qu'il ne le prétend : pour nous, [ce nom] est à considérer non dans ce qu'il dénomme et dénote – ce qui serait l'objet d'une rhétorique alimentaire, mais bien plutôt

dans ce que révèlent les choix rhétoriques qu'il met en œuvre »⁵.

Des études sur le nom de marque et nom de produit nous aideront à préciser le rôle de ce nom qui donne aux confréries une existence légale en tant qu'association, une visibilité aux yeux du public et peut s'apparenter à des noms commerciaux lorsqu'ils servent également à promouvoir des produits à la vente. Nous verrons qu'ils font usage le plus souvent d'un terme générique introducteur (comme *confrérie*) suivi d'éléments déterminants de type N de N qui peuvent se décliner en constructions syntaxiques complexes.

Ainsi seront abordés les différents critères en nous appuyant sur des plans sémantique, morphosyntaxique mais également pragmatique. Ils permettront ainsi de dégager des phénomènes de clarté ou d'incompréhension.

Corpus

Le corpus a été constitué à partir de plusieurs sources. La plus ancienne de 1999 est le guide des confréries intitulé *Le Tradivarius* qui recense plus de mille confréries sur l'ensemble du territoire hexagonal et comprend aussi une partie correspondant aux noms de confréries étrangères. Ce guide très complet propose

⁵ DUPUY Jean-Philippe, « Rhétorique du menu gastronomique », *Communication et Langages* n° 160, juin 2009, Paris, p. 20.

différentes typologies de classements sur lesquelles nous reviendrons.

Le deuxième document mentionne environ quatre cents confréries françaises et cette liste nous a été confiée par M. Pornin, Ambassadeur du Conseil européen des confréries oenogastronomiques. Le classement se fait par région et ordre alphabétique. Elle devrait comporter des doublons (certaines confréries étant déjà présentes dans le guide) mais faire également apparaître de nouveaux noms puisque la liste est de 2015.

Enfin, la consultation sur le net d'articles de fédérations et sites de confréries complète cet inventaire de documents.

Ces sources nous semblent suffisamment représentatives des noms de confréries. Elles constituent un terrain d'étude satisfaisant à nos yeux tant par le nombre que par la diversité proposée et par la fiabilité des sources.

Chaque exemple cité indiqué en italiques sera suivi du département dans laquelle la confrérie est déclarée. L'utilisation des majuscules ne nous semble pas réellement révélatrice car elle nous est apparue comme un phénomène non stabilisé. En effet, nous avons remarqué des différences entre les sources mentionnant des confréries identiques. *Le Tradivarius* semble avoir opté pour une utilisation systématique des majuscules à chaque élément constitutif du nom. Or, sur les sites et autres documents en notre possession cet usage n'est pas systématique.

L'onomastique des confréries : quel traitement lexicographique ? Quel statut ?

Les confréries, nous l'avons dit, se distinguent les unes des autres par plusieurs éléments : la région, les produits, les rituels et de nombreux symboles. Mais leur nom fait également partie de ce système de reconnaissance. Cependant quel statut leur attribuer ? En effet, il est composé le plus souvent d'un terme générique (confrérie par exemple) puis d'une composition syntagmatique plus ou moins étendue (*Confrérie du nougat*, 26 ; *Confrérie du chausson aux pommes de Saint Calais*, 72 ; *Confrérie des Goutevins de l'Enclave des Papes*, 84 ; *Confrérie des lapins*, 18).

Ces dénominations sont atypiques. Elles relèvent à la fois du nom propre et du nom de marque, usent de compositions syntagmatiques basées sur le nom commun mais peuvent également faire usage de noms propres. Elles sont également à notre sens, atypiques en ce qu'elles ont aussi une dimension commerciale dans la mesure où elles servent le plus souvent à la valorisation d'un patrimoine qui peut déboucher sur un acte de vente de produits. Elles doivent donc avoir une certaine forme de séduction, qui parfois semble un peu échapper à la norme (*Confrérie des Rouges Trognés Bourguignonnes*, 21). Elles sont en effet parfois surprenantes (*Confrérie des Gueules Enfarinées*, 83) voire incompréhensibles pour le non initié (*Confrérie des Engouffées et Taste Miots*, 37).

Cependant, si on les considère comme noms propres, ces ensembles syntagmatiques (car il s'agit bien de constructions complexes reposant généralement sur plusieurs vocables) ne sont pas des anthroponymes puisqu'ils ne désignent pas ici des noms de personnes, pas plus d'ailleurs que des toponymes (noms de lieux) même si parfois les noms des confréries font apparaître un lieu comme *la Confrérie du haricot Tarbais* ou *Confrérie des Capitouls*⁶ *de Limoux* (habitants d'un quartier et lieu).

Si le nom propre n'a pas de définition et que la notion de sens n'est pas toujours explicitement reconnue, il identifie le plus souvent un référent particulier :

Le Bon Usage propose une description selon des critères sémantiques en définissant le NP par ce qu'il n'est pas plutôt que par ce qu'il représente comme signe : « Le nom propre n'a pas de signification véritable, de définition ; il se rattache à ce qu'il désigne par un lien qui n'est pas sémantique, mais par une convention qui lui est particulière. » (Grevisse & Goosse, 1993 : 703). Nous en déduisons que le critère primordial de détermination de ce que c'est le NP se situe sur le plan de la référence : est NP tout item nominal qui ne comporte pas de définition et qui identifie un référent précis dans le monde. En tant que classe nouménale le NP crée un lien intelligible entre la réalité et le langage et se

⁶ Capitouls : désigne les habitants élus par les différents quartiers de la ville de Toulouse pour constituer le conseil municipal de la ville (source Wikipédia).

distingue du nom commun (dorénavant NC) par son incapacité de décrire le monde. (Oana Draga, 2010 : 178).

Pourtant, nous ne rentrerons pas plus ici dans les limites de cet article, dans l'ensemble des critères de distinction de nom de marque et nom de produits, d'autant que certains noms font apparaître des produits correspondants à des labels (de type AOC ou IGP⁷) comme *le haricot tarbais*. Les noms commerciaux, « noms déposés » sont une catégorie assez hétérogène et comme le soulignent C. Fèvre-Pernet et M. Roché dans leur analyse (2005) où ils distinguent noms de marque et noms de produits.

Pragmatiquement, ils ont une fonction d'étiquette mais n'identifient pas la même chose. Le Ndm (nom de marque) identifie l'origine, le nom de produit correspond à un besoin de nomination, il identifie l'objet. Aussi de ce point de vue pourrait-on considérer les noms de confréries comme des noms identifiant de nouveaux référents qui naissent à partir de noms existants ou ayant existé. Les combinaisons lexicales permettent de distinguer une confrérie d'une autre.

Les référents sont ici des entités concrètes (l'association) et abstraites en tant que marque des produits vendus sous le nom de la confrérie.

Dans une perspective onomasiologique (c'est-à-dire qui va de l'objet pour aller vers le mot) nous pouvons adapter les propos

⁷ AOC : appellation d'origine contrôlée, IGP : indication géographique contrôlée.

de M. Roché sur l'onomastique commerciale (2011) à propos du « schème de nomination ». Ainsi pouvons-nous considérer qu'une confrérie peut être dénommée d'après les « mœurs » des participants (les goûteurs de..., les mangeurs ou les buveurs de...), etc.

Mais tous les noms attribués aux confréries sont généralement motivés par des facteurs hétéroclites qui peuvent être complémentaires.

- Soit, ils sont motivés par le produit valorisé : *Confrérie de la Gousse d'Ail* (82), *Confrérie de la ficelle picarde* (80) ;

Celui-ci peut être présenté de façon métaphorique ou métonymique : *Commanderie du rameau d'argent* (83) pour signifier le rameau d'Olivier ;

- Soit, ils tirent leur motivation de la région dont est issu le produit : *Confrérie de la Tomate de Marmande* (47) ; *Confrérie de la truffe de Bourgogne* (21) ; *Confrérie de la Tourte néocastrienne* (88) ;

Parfois seule la région est évoquée : *Confrérie du Haut Koenigsbourg* (67) pour vanter un produit, ici le pain ;

- Soit, la motivation est revendiquée par rapport à une relation métonymique plus large désignant alors un ensemble

gastronomique comme un contenant pour un contenu :
Confrérie de la Marmite d'Or (37) ;

- Soit, la motivation est liée aux acteurs et à leur relation avec le produit : *Confrérie des Chantes gosiers* (66), *Confrérie des buveurs de Bernache* (49) marquant ici le fait de boire, *Confrérie des Talmeliers du bon pain* (63) en référence à la profession de boulanger, etc.

Sémantiquement, nous avons montré que ces dénominations sont en général le plus souvent motivées. D'un point de vue lexical, leur utilisation, même si elle reste limitée aux manifestations et communications de ces associations, est une façon de se réapproprier ou de réintroduire un vocabulaire parfois éloigné des compétences lexicales des locuteurs, qui à son tour favorise un imaginaire particulier.

Aussi on peut trouver à ce stade des relations de co-hyponymie dans l'organisation et la représentation des confréries. En répertoriant les confréries par produits, on indique une hiérarchisation spécifique faisant état d'hyponymie et de co-hyponymie. À titre d'exemple, nous pouvons citer : *La Confrérie des Compagnons du Brie de Meaux*, *La Confrérie des Chevaliers du Brie de Melun* : ces deux confréries sont co-hyponymes.

D'un point de vue sémantique, il est notoire que ces dénominations aient un sens spécifique alors que le nom propre ou

nom de marque, malgré les controverses, reste « un désignateur rigide ». Le sens constitué par chacun des éléments qui constituent le nom est de plus chargé d'un certain nombre d'éléments connotatifs évidents. Nous avons déjà fait référence au caractère moyenâgeux, mais ils véhiculent également truculence, bien et bon vivre.

Le nom participe à une stratégie de communication traduisant l'esprit ou « l'âme » de la confrérie.

Les caractéristiques morphosyntaxiques des noms de confréries

On peut à ce stade distinguer les noms à partir de leur réalisation syntaxique. Ainsi, peut-on très rapidement s'apercevoir que ces noms sont des constructions plus ou moins complexes. Peu remarquables, elles correspondent à ce que Benveniste (1974 : 172) appelle les « synapsies ». Elles présentent ainsi des syntagmes avec joncteurs sur un modèle Nom+prep (+Det) +Nom ou avec des compositions plus complexes (*Confrérie de la ficelle picarde*, 80 ; *Confrérie de la Fouace*, 49).

Les réalisations présentant simplement le générique suivi d'un nom de produit ou recette ou encore d'un groupe humain sont assez rares (*Confrérie du pissenlit*, 08 ; *Commanderie du Chardonnay*, 51). En effet souvent, la construction syntagmatique peut faire apparaître le nom caractérisant les personnes constituant la confrérie, suivi du produit désigné par l'origine (*Confrérie des chevaliers du Brie de Melun*, 77 ; *Confrérie des goustiers de*

l'Andouillette artisanale de Guémené-sur-Scorff, 56).

On peut s'interroger sur la présence du terme de tête dans la construction du nom et sur sa pertinence sémantique. En marge de cette analyse, nous soulignons les propos de G. Bowersock au sujet « des confréries joyeuses ». Il souligne que les Romains parlaient de « collegie » alors que les Grecs usaient de plusieurs dénominations. Ces associations n'étaient pas des groupes frivoles mais faisaient partie du tissu urbain. « La joie qu'exprimaient ces confréries se reflète dans l'onomastique régionale » (1999 : 1248).

- Caractéristiques sémantiques du terme porteur

Majoritairement les noms évoqués s'appuient sur un terme explicite qui caractérise la communauté comme groupement humain. Il s'agit du terme *Confrérie* qui peut apparaître avec quelques variantes avec adjectif(s) comme : *La Verte confrérie de la Lentille du Puy (43)* ; *L'antique Confrérie Saint-Adrien d'Adissan (34)* ; *L'Illustre Confrérie de La Pouteille et du Manouls (48)* ; *en construction plus complexe : La Docte Insigne et Gourmande Confrérie Jules Bastien Lepage (54)*.

Le terme peut aussi faire apparaître une structure regroupant plusieurs confréries comme : *L'Archiconfrérie des Cervoisiens de France (75)*, *Archiconfrérie de Saint Sébastien (93)*.

À titre exceptionnel nous avons relevé une variante orthographique : *La Confrairie internationale de Saint-Vincent (59)* (source *Le Tradivarius*). Cependant nos recherches sur le net ont indiqué

l'existence de cette confrérie avec l'orthographe commune.

Cependant ce terme générique peut laisser place à des équivalents qui sont employés au singulier. Ils sont souvent à connotation moyenâgeuse et ne sont alors toujours aussi transparents.

Par souci de commodité nous les classons par ordre alphabétique mais nous distinguerons ceux qui désignent des groupements de confréries dont certaines l'indiquent dans le titre *L'Amicale des confréries de la région du Centre* (37) des autres.

Académie : *Académie des Menteurs de Mancabreau* (47), *Académie Granet* (01), *Académie culinaire La coquille Saint-Jacques* (44).

Ambassade : *Ambassade du Charolais* (21), *Ambassade d'Ile de France de l'Andouillette de Cambrai et des produits de Cambrésis* (94), *Ambassade régionale des confréries de produits de terroir et du goût de Poitou-Charentes* (17).

Amicale : *Amicale des confréries gastronomiques, vineuses et culturelles de la Bourgogne* (21)

Association : terme « neutre » qui souligne un regroupement sans pour autant spécifier le caractère convivial. Celui-ci peut apparaître

dans la désignation qui suit le terme Association : *Association des 17 Hermines* (22), *Association des Croqueux de pommes d'Ile-de-France* (95).

Baillage : circonscription fiscale appelée avant baillie.

Baillage du Bourgneuf (87)

Variante : *Souverain baillage de Franche-Comté* (21), *Baillat Bordelais* (77)

Club :

Club de la Couennette (30) ; *Club gastronomique Prosper des Maisons de Qualité* (54)

Collège : *Collège des chanoines de Tannay* (58)

Commanderie : appel au vocabulaire de la seconde moitié du XIII^e siècle indiquant une dignité et bénéfice accordés aux chevaliers de certains ordres militaires et religieux (ordre des Templiers, ordre de Malte, ordre teutonique, etc.) :

Commanderie du pâté de Périgueux, *Commanderie du Périgord*, *Commanderie des cordons bleus* (21), *Commanderie du taste Saumur* (49), *Commanderie de Saulte Bouchon Champenois* (10)

Compagnie : terme militaire

Compagnie des chevaliers du Pruneau d'Agen (47), *Compagnie du Sarto* (73), *Compagnie des Mousquetaires d'Armagnac* (32)

Compairie : Le compaire est un terme de regroupement médiéval (qui est de pair), la compairie est le lien d'un regroupement de personnes autour d'un produit.

Compairie du Gai Barrelet (42) : elle fait la promotion des produits du Forez et intronise par l'intermédiaire de parrain ou de marraine de nouveaux « compaires », elle est toujours référencée sur le net.

Connétable : Grand officier de la couronne, commandant suprême des armées royales, chef militaire, Membre de la direction d'un métier, avec des fonctions judiciaires, financières et sociales (chargé de lever un métier, lève et perçoit les droits appartenant au métier, porte assistance aux membres du métier qui sont dans le besoin, source Cnrtl.

Connétable des graves de Vayres (33)

Consoeurie : regroupement de femmes formant un groupe associatif.

Parfaite consoeurie de Maury (66)

Consulat : dignitaire ou magistrat qui s'occupe des affaires commerciales

Consulat de la mirabelle de Lorraine (54), Consulat des Vins noirs du Buhlois (82)

Coterie : communauté paysanne chargée de la mise en valeur d'une région, société restreinte de personnes entretenant des relations étroites fondées sur un intérêt commun, source Cnrtl.

Cotterie du Luma (36), Côtterie Cantonale des Tastandouillettes (41)

Cousinerie :

Cousinerie de Bourgogne (21)

Échansonnerie : L'échanson était un officier chargé de verser à boire à un dieu, un roi, un seigneur, source Cnrtl⁸.

Eschanssonerie Saint-Bourrou (12) Échansonnerie des Papes (84)

Jurade : regroupe les jurats (ceux qui ont prêté serment), utilisé à Bordeaux et dans le Sud-ouest, alors que les autres régions utilisent le mot « échevins ». *Jurade de Saint-Emilion (33)*

Jurande : Charge de juré sous l'ancienne monarchie française conférée par élection à un (ou plusieurs) membre(s) d'une corporation, choisi pour la représenter, défendre ses intérêts, veiller à l'application du règlement intérieur, source Cnrtl.

Jurande du Sel de Salies-de-Béarn (64), Jurande des Compagnons de St-Jacques de la Boucherie (75)- Compagnons de Saint-Uguzon (94)

⁸ <https://www.cnrtl.fr/definition/échansonnerie>

Guilde : association confraternelle ou économique regroupant dans certains pays d'Europe au Moyen Âge et parfois jusqu'à nos jours des personnes ayant des intérêts communs (marchands, artisans, artistes), source Cnrtl⁹.

Guilde des Fromagers

Maréchalat : fonction d'un précurseur, d'un chef de file de la discipline, le maréchal ayant eu de hautes fonctions dans un ordre (Cnrtl).

Maréchalat des côtes de Duras (47)

Mesnie : (maisonnée, famille) désigne les gens vivant ensemble, qu'ils soient ou non du même sang. Elle s'oppose à celle de lignage. Déjà, au Moyen Âge, la mesnie est une notion assez vague, et l'administration fiscale préfère compter les feux, c'est-à-dire les foyers allumés. Le feu étant rapidement devenu (au cours du XIV^e siècle) une unité fictive de taxation des communautés urbaines ou villageoises, sans rapport avec la réalité des « faisant feu », on garde le mot *mesnie* pour qualifier dans la langue courante ceux qui vivent dans la même maison. L'ensemble de leurs biens meubles forme le « mesnage ». C'est ce mot qui l'emporte pour distinguer la famille conjugale, étroite, vivant sous le même toit, de la famille élargie, constituée des personnes unies par un lien naturel ou

⁹ <https://www.cnrtl.fr/definition/guilde>

sacramental¹⁰. *Mesnie des Chevaliers du Fitou (11)*

- Ordre : association professionnelle ou religieuse : *Ordre des canardiens (76)* ; *Ordre des Chevaliers Brétevins (44)*

Variante : Ordre international Grand Ordre des Gourmandins et Gourmandines des Fromages d'Auvergne

- *Paierie des Grands Vins d'Arbois (39)*

- Sénéchalerie : juridiction d'un sénéchal à savoir un officier chargé de l'intendance de la maison d'un seigneur ou officier équivalent à un bailli. Sénéchal est utilisé dans le sud de la France alors qu'au nord il s'agit du bailli. *Ducale et tastepineuse Sénéchalerie des Goûteurs de groseille (55)*

- Templerie : *Templerie des Fleure Truffe et Gouste Foie Gras en Riches Lieux (37)*

- Viguerie : Charge du bailli. Le terme de bailli a été supprimé et remplacé en Provence par Viguerie après 1540.

Viguerie de Fébus (64), *Viguerie Royale du Madiran (65)*

Lorsque le terme de « confrérie » est absent dans la dénomination mais présent dans les esprits, nous trouvons plusieurs

¹⁰ J. FAVIER, « **MESNIE** », *Encyclopædia Universalis* [En ligne], consulté le 16 mai 2016. URL : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/mesnie/>

noms au pluriel car ils renvoient tous directement aux membres de la confrérie : *Les Chevaliers de Goûte boudin de Montagne au Perche (61)*, *Les Chevaliers de Provence (06)* ; *(Les) Compagnons de Bordeaux (33)* ; *Compagnons du Bousset (63)* ; *les Compagnons Vignerons de Joachim du Bellay (49)* ; *Echansons : Officier qui était chargé de verser à boire à un dieu, à un roi ou à un seigneur. Échansons du Cheverny (45)* ; *Les Enchanteleurs des échansons du DUC DE Sully (83)* ; *Les hospitaliers : Les hospitaliers de Pommerol (33)*.

Templiers : Chevaliers chrétiens du Moyen Âge.

Les termes empruntés au langage moyenâgeux sont par exemple des toponymes (commanderie, templerie...) ou rendent compte de fonction dans les ordres (religieux) militaires (Hospitaliers, Templiers, chevaliers).

Seules quelques associations sont plus : *Les Amis de la Bière (62)* ; *Les Tocqués de la cuisine (80)*.

Conclusion

Les confréries représentent un patrimoine vivant, elles travaillent à la sauvegarde des produits du terroir comme l'indique le plus souvent leur charte et elles contribuent à la promotion du tourisme par le bien manger et le bien boire, tout en se prévalant de valeurs de convivialité et de fraternité.

Elles véhiculent un imaginaire haut en couleur où chacun puise une histoire, trouve une légende. Les rituels (cérémonie

d'intronisation), les décors renforcent cette solennité et confèrent ainsi une notion d'appartenance à un groupe, qui donne sens. Elles contribuent à légitimer le patrimoine immatériel et soulignent les identités.

Les noms utilisés mettent en valeur crus, appellations, produits de bouche, territoires et les hommes qui en sont issus et les honorent. Ceux-ci sont donc particulièrement goûteux et descriptifs soulignant un produit, une recette ou la façon de les déguster. L'ancrage historique est fortement présent dans l'onomastique ce qui renforce à la fois la tradition et la transmission. L'utilisation du patois dans certains cas entre également dans le phénomène de patrimonialisation et constitue à nouveau un point d'ancrage du terroir, voire de l'histoire.

Les traditions, l'authenticité, le terroir reposent sur des stratégies marketing, et le nom de lieux, de villes, de spécialités souligne une certaine forme de qualité voire de légitimité. Ainsi une valeur ajoutée accompagne les produits et les structures qui les portent. En France, la vitalité du terroir est liée à son histoire autour de l'agriculture. Si le principe selon lequel « on est ce qu'on mange » comme le souligne Rozin (1994 : 24), gageons que certaines transformations ne soient pas forcément opératives. Mais il est bon de signaler que l'alimentation est un élément qui fédère et aussi comme on vient de le voir structure les groupes. Les confréries sont de parfaites illustrations d'un faire-valoir et savoir d'une expression identitaire. Celle-ci se réalise à la fois dans le

groupe soudé des membres mais également dans le rattachement symbolique à un terroir, une région, un territoire.

L'analyse des noms de confréries permet d'envisager un contexte historique, géographique et très largement culturel.

Nous avons pris soin de traiter de l'ensemble des régions dans l'analyse des noms des confréries sans pour autant prétendre à l'exhaustivité. Cette première étude se veut un essai et porte en elle des pistes de recherche. Une attention particulière en fonction des régions par l'intermédiaire d'une analyse synchronique et diachronique permettrait sans doute de faire un « affinage » socioculturel et socio-économique.

Ainsi pourrait-on peut-être dégager des récurrences en fonction des régions, en les mettant également en rapport avec les produits. Il faudrait également sans doute développer l'analyse sur les constituants sémantiques et symboliques des constructions syntagmatiques que représentent ces noms.

Bibliographie

BENVENISTE, Émile 1974 *Problèmes de linguistique générale*, Paris, Gallimard.

BOWERSOCK, Glen W. Les *Euemerioi* et les confréries joyeuses. In *Comptes rendus des séances de l'Académie des Inscriptions et Belles-Lettres*, 143^e année, N. 4, 1999. pp. 1241-1256. [En ligne] http://www.persee.fr/doc/crai_0065-0536_1999_num_143_4_16080

BRUNET-HUNAU, Laurence 2015 « L'origine comme garantie du goût : ou la mise en œuvre des valeurs de la gastronomie contemporaine » Colloque *La gastronomie à l'ère numérique - Regards linguistiques et économiques sur l'Allemagne, la France, l'Italie, le Royaume-Uni et les États-Unis*.

DRAGA, Oane (2010) « Pour une analyse décompositionnelle des noms propres toponymiques – modèle de représentation sémantique » *Synergies Roumanie* n° 5 - 2010 pp. 177-193.

FAIVRE, Carole (2012), *Onomastique de l'art culinaire en France*, Thèse de doctorat sous la direction de F. Muller, Université de Paris-Ouest Nanterre La Défense.

FEVRE-PERNET, Christine et ROCHE, Michel « Quel traitement lexicographique de l'onomastique commerciale ? Pour une distinction Nom de marque/nom de produit. *Corela* [En ligne] H, S-2 2005, <http://corela.evues.org/1198>

FEVRE-PERNET, Christine 2008 « Stratégies dénominatives en onomastique commerciale » in *Congrès mondial de Linguistique Française*, Durand J., Habert B., Laks B. (éds.), [En ligne] <http://www.linguistiquefrancaise.org>

GUILLOREL, Hervé « Onomastique, marqueurs identitaires et plurilinguisme : les enjeux politiques de la toponymie et de l'anthroponomie ». *Droit et cultures*, N°64, 2012, pp. 11-50.

ROZIN, Paul, « Penser, manger magique », In C. Fischler (Ed.), *Manger magique. Aliments sorciers, croyances comestibles*. Paris, Autrement, 1994.

Fédération internationale des confréries bachiques

<http://www.winebrotherhoods.org/fr/les-confreries/france/confrerie-vigneronne-des-chevaliers-d-orleans-clery/>

Le Tradivarius, Guide des Confréries 1999, 266 p.

Annexes

Index des confréries citées

Liste et dates des confréries bachiques les plus anciennes dûment attestées :

- 1140 Antico Confrarie de Saint Andiu de la Galiniero à Béziers
- 1199 Jurade de Saint-Émilion
- 1352 Consulat de la Vinée de Bergerac
- 1374 Commande majeure du Roussillon
- 1475 Confrérie Saint-Vincent de Visan
- 1475 Confrérie des vignerons de Notre-Dame de l'Annonciade à Carpentras
- 1529 Confrérie du Rey de la Poda à Gaillac
- 1561 Confrérie de Saint-Etienne à Kientzheim
- 1586 Confrérie de la Corne d'Ottrott
- 1656 Ordre des Coteaux de Champagne
- 1685 Confrérie des Chevaliers du Gouste-Séguret à Séguret
- 1690 Ordre Illustre des chevaliers de la Méduse à La Cadière-d'Azur

Source : https://fr.wikipedia.org/wiki/Confrérie_bachique

Liste des confréries bachiques adhérentes de la Fédération internationale des confréries bachiques françaises :

- Chevaliers de Saint Bacchus
- Chevaliers de la Syrah et Roussette
- Comité des Confréries d'Ile-de-France
- Commanderie des Costes du Rhône
- Commanderie du Clos de Montmartre
- Compagnons du Bordeaux
- Confrerei Als Templeres de la Serra
- Confrérie Bachique Clorivière
- Confrérie du Franc Pineau
- Confrérie Oenogastronomique des Vins AOC Orléans et Orléans Cléry
- Conseil des Échansons de France
- Consulat de la Vinée de Bergerac
- Échansonnerie des Papes
- Jurade de Saint-Emilion
- Les Fins Gousiers d'Anjou
- Ordre de la Dive Bouteille de Gaillac
- Ordre des Chevaliers Bretvins
- Ordre Illustre des Chevaliers de Méduse
- Antique Confrérie de la Clairette d'Adissan
- Association provençale des Chevaliers du Bellay
- Baillage des Hauts de France de la Coterie des Closiers de Montlouis
- Collège des Chanoines de Tannay
- Commanderie de la Dive Bouteille de Bourgueil et Saint-Nicolas
- Commanderie des Chevaliers de Saint-Grégoire
- Commanderie des Côtes Malepère
- Commanderie des Gastronomes des Châteaux des Val de Loire et Vallée de Loire
- Commanderie des Grands Vins d'Amboise
- Commanderie des Maîtres Vignerons du Frontonnais
- Commanderie des Nobles Vins du Jura et du Comté
- Commanderie du Bontemps de Médoc, des Graves, de Sauternes et Barsac
- Commanderie du Bontemps de Sainte-Croix du Mont Château Bouchoc
- Commanderie du Faugères domaine de Reynardière
- Commanderie du Saulte Bouchon Champenois
- Commanderie du Taste de Saumur
- Commanderie de Tavel
- Commende Majeure du Roussillon
- Commensale de la truffe et du vin du Luberon
- Compagnie d'Honneur des Sorciers Birette à Bue en Sancerre Le Bourg
- Compagnie de La Côte du Rhône Gardoise
- Compagnie des Vignerons d'Honneur de Crezancy Sancerre
- Compagnie des Vins du Pays du Gard Cave Coopérative de Montagnac
- Compagnie du Sarto
- Compagnons des Amis des Grands Vins du Languedoc et Roussillon Mas de Saporta
- Compagnons du Bousset d'Auvergne
- Compagnons du Minervoys Château de Siran
- Confrérie Balnéolaise des Chevaliers de Bacchus
- Confrérie de l'Elixir de la Fête de la Sorcière
- Confrérie de l'Ordre des Chevaliers du Paissiau
- Confrérie de l'Ordre des Compagnons du Pintou
- Confrérie de l'Ordre des Coteaux de Champagne

- Confrérie de la Canette des Vignerons du Nord Deux-Sèvres
- Confrérie de La Corne d'Ottrott
- Confrérie de la Flamme D'Or Gratien & Meyer
- Confrérie de la Loucholle
- Confrérie de La Poularde au Vin Jaune et aux Morilles
- Confrérie de Saint-Romain en Bordelais et Pays Libournais
- Confrérie de Saint-Urbain
- Confrérie des Vins de Sainte Foy_ Bordeaux
- Confrérie de Saint-Verny
- Confrérie de Saint-Vincent d'Avenay
- Confrérie de Saint-Vincent de Cumières
- Confrérie de Saint-Vincent de Villedieu
- Confrérie de Sant Antoni Dou Porquet
- Confrérie de St-Etienne d'Alsace
- Confrérie des Ambassadeurs de Gevrey-Chambertin
- Confrérie des Ambassadeurs des Coteaux du Languedoc Mas de Saporta
- Confrérie des Amis de Brouilly
- Confrérie des Baillis de Pouilly-sur-Loire Caves de Pouilly-sur-Loire
- Confrérie des Bienheureux du Frankstein
- Confrérie des Chantes Gosiers Mairie
- Confrérie des Chevaliers de l'Aisette Cave les Coteaux du Pic
- Confrérie des Chevaliers des Trois Ceps
- Confrérie des Chevaliers des Vignerons de Saint-Christophe
- Confrérie des Chevaliers du Cep de Verdigny en Sancerre
- Confrérie des Chevaliers du Cep Henri IV Mairie
- Confrérie des Chevaliers du Gouste Séguret
- Confrérie des Chevaliers du Tastevin
- Confrérie des Clos de Rueil-Buzenval
- Confrérie des Compagnons de la Ficelle
- Confrérie des Compagnons du Clos de Bréon
- Confrérie du Vin de Cahors