



HAL
open science

Une analyse sociolinguistique des marquages du territoire en Bretagne : toponymie, affichage bilingue, identités culturelles et développement régional

Roseline Le Squère

► **To cite this version:**

Roseline Le Squère. Une analyse sociolinguistique des marquages du territoire en Bretagne : toponymie, affichage bilingue, identités culturelles et développement régional. Linguistique. Université Rennes 2, 2007. Français. NNT : . tel-00189245

HAL Id: tel-00189245

<https://theses.hal.science/tel-00189245v1>

Submitted on 20 Nov 2007

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.

Université Rennes 2 Haute-Bretagne
École doctorale Humanités et Sciences de l'homme
CREDILIF — EA 3207 ERELLIF



Une analyse sociolinguistique des marquages du territoire en Bretagne :

**Toponymie, affichage bilingue, identités
culturelles et développement régional**



Thèse pour l'obtention du Doctorat
de l'Université Rennes 2 Haute Bretagne

Sciences du langage
(Sociolinguistique)

présentée par
Roseline Le Squère

sous la direction de
Philippe Blanchet

Membres du jury :

M. Philippe Blanchet (Professeur, Université Rennes 2 Haute Bretagne, directeur de recherche)

Mme Arlette Bothorel (Professeure, Université de Marc Bloch, Strasbourg, rapporteure)

M. Thierry Bulot (Maître de conférences habilité à diriger des recherches, Université Rennes 2 Haute Bretagne)

M. Didier de Robillard (Professeur, Université François Rabelais, Tours, rapporteur)

2007

Note liminaire

Ce travail de recherche s'accompagne d'un support numérique, situé en fin de volume. Il est utile pour se reporter aux supports d'affichage bilingue et symbolique en Bretagne et pour écouter les entretiens semi-directifs, effectués auprès de personnalités des secteurs politiques, économiques et culturels bretons. L'œuvre fixée sur ce support est mise à disposition sous contrat Creative Commons « Paternité - Partages des Conditions Initiales à l'Identique 2.0 France », dont les conditions sont explicitées sur la page « Avertissement » du support et à la page 295 de ce manuscrit. La version intégrale du contrat est disponible à l'adresse suivante : <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/fr/legalcode>

Chaque informateur interviewé a signé une autorisation d'utilisation et de diffusion de ses propos que l'on peut retrouver en annexes de ce manuscrit.

Pour faciliter l'usage du support numérique et pour le bon fonctionnement de l'application, il est nécessaire de disposer d'un lecteur média supportant le format MP3 (Windows Media Player, Winamp) ainsi qu'un navigateur Internet (Internet Explorer - Mozilla FireFox - Netscape). Le fichier nommé « LISEZ-MOI - WINDOWS.txt », accessible depuis le support numérique, propose des consignes d'installation qui permettent une utilisation optimale des données.

Table des matières

NOTE LIMINAIRE	2
TABLE DES MATIERES	4
TABLE DES ILLUSTRATIONS	10
1. LES CARTES	10
2. LES SCHEMAS	10
3. LES FIGURES	11
4. LES PHOTOS	12
PRÉAMBULE	16
I	24
LE CONTEXTE SOCIOLINGUISTIQUE	24
1. LA REGION BRETAGNE	25
2. LE CONTEXTE SOCIOLINGUISTIQUE DE LA BRETAGNE ...	34

2.1 POUR SITUER GEOGRAPHIQUEMENT LES LANGUES REGIONALES DE BRETAGNE	34
2.2 UN ETAT DES LIEUX DES LANGUES REGIONALES DE BRETAGNE : SOCIOLINGUISTIQUE HISTORIQUE.....	36
2.3 L'EVALUATION DES PRATIQUES LINGUISTIQUES : PLUS QU'UNE QUESTION DE NOMBRE.....	41
2.4 PRATIQUES ET STATUTS : UN CAS DE DOMINATION	58
2.5 À QUELLES LANGUES A-T-ON AFFAIRE DANS L'ESPACE PUBLIC ?	66
3. LE PROJET ET LE CADRE DE RECHERCHE	70
II.....	74
L’AFFICHAGE BILINGUE ET SYMBOLIQUE EN BRETAGNE : USAGES, FONCTIONS ET MOTIVATIONS	74
1. LE TERRITOIRE BRETON, UN ESPACE COMMUNIQUANT .	75
1.1 LE CONCEPT DE COMMUNICATION	75
1.2 COMMENT FONCTIONNE LA COMMUNICATION PUBLIQUE EN BRETAGNE ?.....	79
1.2.1 Focus sur les formes de communication/ signalisation : classification des formes d’affichage bilingue et des types de supports.....	79
<i>a. La signalisation routière.....</i>	<i>80</i>
Lisibilité et visibilité : le rôle de la typographie	81
L’exemple d’un double affichage français-gallo	90
Quelle gouvernance pour la signalisation routière bilingue ? Le cas de Rennes	93
Le rôle des institutions publiques dans l’émission de signalétique et les fonctions des messages émis.....	98
<i>b. La signalisation touristique.....</i>	<i>101</i>
<i>c. La signalétique externe des bâtiments publics.....</i>	<i>112</i>
Signalétique bilingue et lien social : à la recherche de proximité	117
<i>d. La signalétique interne (bâtiments publics / entreprises)</i>	<i>122</i>
La signalétique interne à destination des personnels et usagers.....	122
La signalétique interne à destination des personnels	139
<i>e. Les odonymes</i>	<i>142</i>
<i>f. Les enseignes</i>	<i>147</i>
Symboles et représentations	148
<i>g. Les étiquettes, la publicité</i>	<i>156</i>

L'exemple de la signalisation d'un produit de consommation	159
Signalétique bretonne et publicité.....	160
<i>h. Le logotype : pour la création d'une identité visuelle.....</i>	<i>169</i>
1.3 PROPAGANDE ET VALORISATION.....	183
1.3.1 L'essence de la publicité.....	183
1.3.2 De la rhétorique à l'argumentation.....	187
1.3.3 Le fonctionnement de l'acte de communication	194
<i>a. Le jalonnement de Lorient, un acte de communication contextualisé.....</i>	<i>203</i>
2. POLITIQUE DE COMMUNICATION ET POLITIQUE	
LINGUISTIQUE BRETONNES	208
2.1 LA POLITIQUE LINGUISTIQUE DU CONSEIL REGIONAL DE BRETAGNE DEPUIS 2004	
.....	212
2.2 LES POLITIQUES LINGUISTIQUES COMMUNALES.....	218
2.2.1 Le phénomène de traduction.....	226
2.2.2 La recherche de valorisation.....	232
2.3 LA POLITIQUE DE PROMOTION DU COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME (CDT)	
DU MORBIHAN	234
2.4 LES POLITIQUES LINGUISTIQUES OU LES POLITIQUES DE COMMUNICATION DES	
ENTREPRISES DE BRETAGNE	237
2.5 L'INFLUENCE DU TOPONYME : DEMARCHES DE CHANGEMENT DE NOMS, L'EXEMPLE	
DES DEPARTEMENTS BRETONS	249
2.5.1 Côtes du Nord – Côtes d'Armor.....	252
2.5.2 Ille-et-Vilaine – Haute-Bretagne ?.....	253
3. CONCLUSIONS	262
III	264
METHODE ET ANALYSE	264
1. L'ELABORATION DU CORPUS ET LES OUTILS.....	267
1.1 L'ELABORATION DU CORPUS	269

1.1.1 Le groupe restreint.....	269
<i>a. La liste des informateurs</i>	270
Les entretiens non-enregistrés:.....	270
Les entretiens enregistrés:.....	271
<i>b. Les caractéristiques de l'enquête</i>	272
Les entretiens semi-directifs : les trames d'entretien	272
1 ^{er} questionnaire, projet de recherche Identités, cultures régionales et développement économique	273
2 ^{ème} questionnaire, TIBED	276
Les conditions générales de déroulement des entretiens semi-directifs.....	277
1.1.2 Le groupe général.....	279
<i>a. Le groupe A</i>	279
La méthode.....	279
Le questionnaire téléchargeable	287
<i>b. Le groupe B</i>	289
Le questionnaire	291
1.2 LE SUPPORT NUMERIQUE.....	294
1.2.1 La propriété intellectuelle	294
1.3 LA CONVENTION DE TRANSCRIPTION	296
2. LA METHODOLOGIE D'ANALYSE DES DONNEES	299
2.1 DE L'ANALYSE DE CONTENU A LA SYNTHESE INTERPRETATIVE.....	299
2.2 METHODOLOGIE DE L'ANALYSE DE DISCOURS.....	301
2.3 LE DETAIL DES ENTRETIENS	303
3. L'ANALYSE.....	314
3.1 LE PANORAMA DE LA MISE EN MOTS	315
3.1.1 Les caractéristiques des informateurs du groupe restreint.....	315
3.1.2 Le positionnement de l'identité complexe.....	317
<i>a. La complexité des informateurs : vers un comportement syntone</i>	318
3.1.3 « Je », « moi » et action symbolique	322
3.1.4 Motivation de valeur et motivation participative : représentations sur la langue régionale et l'identité bretonne.....	355
3.1.5 Motivation linguistique et cognitive.....	364
3.1.6 Une logique de valorisation.....	366
<i>a. La motivation économique : un point commun</i>	366
<i>b. Valoriser un produit</i>	369

<i>c. Signalétique bilingue et attractivité du territoire</i>	381
3.1.7 Une courte synthèse	388
3.2 LE REGARD DE LA POPULATION SUR L’AFFICHAGE BILINGUE EN BRETAGNE?	
ANALYSE D’ENQUETES AUPRES DU GROUPE GENERAL	389
3.2.1 Qui sont les informateurs des groupes A et B ?	391
<i>a. L’âge, le sexe et la catégorie socio-professionnelle</i>	391
<i>b. Le lieu de résidence et le repérage de l’affichage bilingue</i>	393
<i>c. L’attachement à la culture bretonne</i>	399
<i>d. Le taux de pratique</i>	401
3.2.2 Les représentations sur l’affichage bilingue en Bretagne	406
ENJEUX ET PERSPECTIVES	412
BIBLIOGRAPHIE	422
ANNEXES	452
1. LES AUTORISATIONS DES INFORMATEURS	452
2. LA TRANSCRIPTION DES ENTRETIENS SEMI-DIRECTIFS	472
PIERRE-LOUIS BESCOND	472
PATRICK CHRISTIEN	476
MICHEL LONG	477
EDMOND HERVE	482
LOÏC LE MEUR ET FRANÇOIS MERSCH	496
JOSEPH ROZE	502
MARTIAL GABILLARD	507
JEAN-CLAUDE TANGUY	511
JEAN-LOUIS TOURENNE	516
BERNARD POIGNANT	525
SERGE MORIN	536

YANNICK MENGUY.....	544
ROMUALD RENAUD.....	567
EDITH RIVOAL.....	598
JEAN-JACQUES TROADEC.....	604
GWENAËL DEBRAY.....	614
REMERCIEMENTS.....	634

Table des illustrations

1. Les cartes

Carte 1.	Carte des noms de lieux mentionnés dans le manuscrit de thèse pour les cas d'affichage bilingue.....	21
Carte 2.	Carte des noms de lieux mentionnés dans le support numérique pour les cas d'affichage bilingue.....	22
Carte 3.	La carte des langues régionales de France.....	31
Carte 4.	Les cinq départements bretons.....	33
Carte 5.	Carte réalisée par Bernard Tanguy, ABALAIN (1995), p.5	34
Carte 6.	Carte extraite de VETTER (1999), p.89.....	67

2. Les schémas

Schéma 1.	« Un schéma ethno-linguistique de la communication », Philippe Blanchet	197
Schéma 2.	Le modèle situationnel d'Alex Mucchielli, 1998	202
Schéma 3.	Le positionnement de l'identité complexe	321
Schéma 4.	Le processus de transmission et de reconnaissance de la régionalité.....	377

3. Les figures

Figure 1.	<i>Le Gwenn ha du</i>	25
Figure 2.	<i>Graphique de l'évolution du nombre de locuteurs, Office de la langue bretonne (2002), p. 17</i>	42
Figure 3.	<i>Extrait du questionnaire de recensement, 1999. Questions portant sur certaines pratiques linguistiques des informateurs</i>	44
Figure 4.	<i>Langues pratiquées en Bretagne administrative</i>	46
Figure 5.	<i>Pratiques de langues régionales et étrangères en Bretagne administrative</i>	47
Figure 6.	<i>Le taux de pratique du breton par catégories socioprofessionnelles, âge et niveau d'étude</i> 49	
Figure 7.	<i>Évolution des taux de compréhension du parler de Haute-Bretagne, le gallo, nommé X sur ce graphique, en fonction du critère de l'âge</i>	51
Figure 8.	<i>Évolution des taux de pratique du parler de Haute-Bretagne, le gallo, nommé X sur ce graphique, en fonction du critère de l'âge</i>	52
Figure 9.	<i>Le taux de pratique du breton en Bretagne historique par département et par zone urbaine</i> 53	
Figure 10.	<i>Le taux de pratique du gallo en Bretagne historique par département et par zone urbaine</i> 54	
Figure 11.	<i>Naissance du logo « Produit en Bretagne »</i>	170
Figure 12.	<i>Évolution du logo de la Région Bretagne, le logo situé à droite étant celui en vigueur depuis l'année 2005</i>	171
Figure 13.	<i>Logotype officiel de la région PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR</i>	173
Figure 14.	<i>Logotype officiel de la région Languedoc-Roussillon</i>	173
Figure 15.	<i>Drapeau de la France, couleurs officielles</i>	173
Figure 16.	<i>Logo du Comité départemental du tourisme d'Ille-et-Vilaine, 2001</i>	180
Figure 17.	<i>Logo du Conseil général d'Ille-et-Vilaine</i>	180
Figure 18.	<i>Office de la langue bretonne, 2006, Politique linguistique de la région Bretagne, rapport d'évaluation, page 5</i>	215
Figure 19.	<i>Planning de réalisation du programme d'aménagement linguistique, document fourni par la mairie de Pluguffan</i>	220
Figure 20.	<i>Le questionnaire du Conseil général d'Ille-et-Vilaine, « Quelle identité pour le département ? », juin 2005</i>	255
Figure 21.	<i>Enquête parue dans le Ouest-France, édition du 17 novembre 2004</i>	282
Figure 22.	<i>Rappel de l'enquête parue dans le Ouest-France, édition du 24 novembre 2004</i>	284

4. Les photos

- Photo 1. Commune de Noyal-sous-Bazouges, département d'Ille-et-Vilaine, panneau bilingue de localisation français-gallo d'entrée d'agglomération de type EB10, DVD : SREV 58 82
- Photo 2. Commune d'Ouessant, département du Finistère, panneau bilingue de localisation français-breton d'entrée d'agglomération de type EB10 (photographie de <http://www.geobreizh.com>), DVD : SREV 3282
- Photo 3. Commune de Cesson-Sévigné, département d'Ille-et-Vilaine, panneaux bilingues de localisation français-breton d'entrée d'agglomération de type EB10 et de sortie d'agglomération, DVD : SREV 1283
- Photo 4. Commune du Relecq-Kerhuon, département du Finistère, panneau bilingue de localisation français-breton d'entrée d'agglomération de type EB10 (photographie de <http://www.geobreizh.com>), DVD : SREV 5084
- Photo 5. Panneau d'entrée d'agglomération, signalisation français-breton, commune de Pornic, département de la Loire-Atlantique, type EB10, DVD : SREV 71.....89
- Photo 6. Panneau d'agglomération, signalisation français-gallo, commune de Loudéac, département des Côtes d'Armor, type EB10, DVD : SREV 5689
- Photo 7. Panneau de signalisation touristique de type H13, indiquant par message littéral et graphique un lieu touristique : Rennes, DVD : SRSR 0195
- Photo 8. Panneau de signalisation touristique de type H13, indiquant par message littéral et graphique un lieu touristique : Rennes, DVD : SRSR 0196
- Photo 9. Site des kaolins, commune de Ploemeur, département du Morbihan.....102
- Photo 10. Site des kaolins, détail de la photo 9, signalétique français – breton, commune de Ploemeur, département du Morbihan.....102
- Photo 11. Site des kaolins, détail de la photo 9, commune de Ploemeur, département du Morbihan104
- Photo 12. Signalétique trilingue français, anglais, breton, site de la Chapelle de Saint-Léonard, commune de Ploemeur, département du Morbihan105
- Photo 13. Détail de la signalétique trilingue français, anglais, breton, site de la Chapelle de Saint-Léonard, commune de Ploemeur, département du Morbihan : partie en breton106
- Photo 14. Détail de la signalétique trilingue français, anglais, breton, site de la Chapelle de Saint-Léonard, commune de Ploemeur, département du Morbihan : partie en français107
- Photo 15. Affichage site Festival Interceltique de Lorient, département du Morbihan108
- Photo 16. Signalétique français, breton, commune de Plomelin, département du Finistère...109
- Photo 17. Site touristique, commune de Plomelin, département du Finistère, photographie : www.geobreizh.com111
- Photo 18. Signalisation du stade de football de Lorient, département du Morbihan112
- Photo 19. Signalétique bilingue français-breton, mairie de Plomelin, département du Finistère 115

Photo 20. Signalisation de la maison de retraite, commune de Plomelin, département du Finistère	115
Photo 21. Signalisation de la mairie, commune de Rennes, département de l'Ille-et-Vilaine	117
Photo 22. Signalisation de la bibliothèque et de l'office de tourisme, commune de Plomeur, département du Finistère	119
Photo 23. Affichages bilingues, Mairie de Lorient, Département du Morbihan.....	123
Photo 24. Panneaux du service radiologie du Centre hospitalier de Quimper, département du Finistère	125
Photo 25. Signalétique français-breton de l'hypermarché Super U, Vern-sur-Seiche, département d'Ille-et-Vilaine.....	127
Photo 26. Signalétique français-breton de l'hypermarché Super U, Vern-sur-Seiche, département d'Ille-et-Vilaine.....	128
Photo 27. Signalétique français-breton de l'hypermarché Super U, Vern-sur-Seiche, département d'Ille-et-Vilaine.....	129
Photo 28. Signalétique français- gallo de la station de métro Charles de Gaule, Rennes (département d'Ille-et-Vilaine)	131
Photo 29. Affichage en gallo, « Heures d'ouverture de la station », VAL métro de Rennes, station Charles de Gaule, département d'Ille-et-Vilaine	133
Photo 30. Signalétique interne, dénomination de la salle de réunion, Entreprise Sydel, Lorient (département du Morbihan), voir SI52.....	140
Photo 31. Détail de la photo 30, voir SI52	140
Photo 32. Signalétique interne, dénomination d'une salle de travail, entreprise Sydel, Lorient (département du Morbihan), voir SI49.....	140
Photo 33. Signalisation breton-gallois, commune de Plomelin, département du Finistère, voir OD37 142	
Photo 34. Signalétique français-breton, commune de Pluguffan, département du Finistère..	144
Photo 35. Signalétiques français-breton, ville de Rennes, département d'Ille-et-Vilaine	145
Photo 36. Signalétiques bilingues breton-français et monolingue breton, commune de Plomelin, département du Finistère	147
Photo 37. Enseigne d'un magasin commercialisant des objets en lien avec la culture celtique : bijoux, objets de décoration, etc., commune de Pont-l'abbé (département du Finistère) ...	153
Photo 38. Photographie d'une devanture de bijouterie, commune de Lannion, département des Côtes d'Armor.....	155
Photo 39. Ticket de caisse d'un hypermarché présentant une double mention français-breton	158
Photo 40. Étiquette apposée sur une bouteille de lait ribot, de la marque Bridel.....	159
Photo 41. Publicité du constructeur automobile allemand Volkswagen, 1999	161
Photo 42. Publicité « Produit en Bretagne » présentant un slogan bilingue, Lorient (département du Morbihan), 2005.....	163
Photo 43. Campagne publicitaire de Produit en Bretagne, métro Philippe Auguste, 11 ^{ème} arrondissement, Paris, mai 2006.....	167
Photo 44. Campagne publicitaire de Produit en Bretagne, métro Père Lachaise, 11 ^{ème} arrondissement, Paris, mai 2006.....	168

<i>Photo 45. Logotype déposé à l'institut national de la propriété intellectuelle, Breizh Piano, Guidel, département du Morbihan</i>	<i>182</i>
<i>Photo 46. Panneau de signalisation français-breton autour du stade de football, centre-ville, Lorient, département du Morbihan</i>	<i>206</i>
<i>Photo 47. Signalisation bilingue français-breton, périphérie centre-ville, Lorient, département du Morbihan</i>	<i>206</i>
<i>Photo 48. Signalétique bilingue français-breton, Mairie, centre-ville, Lorient, département du Morbihan</i>	<i>207</i>
<i>Photo 49. Panneau d'entrée d'agglomération, signalisation français-breton, commune de Pluguffan, département du Finistère, type EB10</i>	<i>218</i>
<i>Photo 50. Odonyme bilingue français-breton, commune de Pluguffan, département du Finistère</i>	<i>221</i>
<i>Photo 51. Panneau de position destiné à signaler un lieu-dit, sans indication de distance, signalisation monolingue en breton, Pluguffan, commune du Finistère, type D29</i>	<i>221</i>
<i>Photo 52. Signalisation bilingue français-breton, commune de Pluguffan, département du Finistère</i>	<i>226</i>
<i>Photo 53. Panneau d'entrée d'agglomération, signalisation français-breton, commune de Larmor-Plage, département du Morbihan, type EB10</i>	<i>230</i>
<i>Photo 54. Affiche publicitaire, association Produit en Bretagne, Fest Yves, mai 2006, DVD : Voir, Les étiquettes, La publicité, PB 28 – PB 29</i>	<i>240</i>
<i>Photo 55. Détail de l'affiche publicitaire, association produit en Bretagne, Fest Yves, mai 2006</i>	<i>241</i>
<i>Photo 56. Affiche publicitaire, association Produit en Bretagne, Fest Yves, mai 2006, page intérieure indiquant tous les produits signés par le logo de Produit en Bretagne et pouvant être achetés dans tous les magasins participant à l'événement, DVD : Voir, Les étiquettes, La publicité : PB 32</i>	<i>241</i>
<i>Photo 57. Détail de l'affiche publicitaire, association produit en Bretagne, Fest Yves, mai 2006, page intérieure, détail des produits, DVD : Voir, Les étiquettes, La publicité : PB 15</i>	<i>242</i>
<i>Photo 58. Enseigne bilingue français-breton, Distillerie des menhirs, Plomelin, Département du Finistère, DVD : Voir, Les enseignes commerciales, EC 14 et EC 15</i>	<i>243</i>
<i>Photo 59. Affichage sur la vitrine de l'agence culturelle de Bretagne, déclinaison des services en français, DVD : Voir, La signalétique externe, Les bâtiments publics, SEBP 02 et SEBP 03</i>	<i>244</i>
<i>Photo 60. Affichage sur la vitrine de l'agence culturelle de Bretagne, déclinaison des services en breton (photographie de gauche) et en gallo (photographie de droite), DVD : Voir, La signalétique externe, Les bâtiments publics, SEBP 04 et SEBP 05</i>	<i>245</i>
<i>Photo 61. Enseigne de l'entreprise « Mécanographie bigoudène », Pont-l'abbé, département du Finistère, DVD : Voir, Les enseignes commerciales, EC 18</i>	<i>245</i>
<i>Photo 62. Signalisation externe bilingue français-breton de l'entreprise « Mécanographie bigoudène », Pont-l'abbé, département du Finistère, DVD : Voir, Les enseignes commerciales, EC 19 à EC 21</i>	<i>246</i>
<i>Photo 63. Page du catalogue « A l'aise Breizh », collection 2005</i>	<i>247</i>
<i>Photo 64. Détail de la page de fin du catalogue « A l'aise Breizh », remerciements, collection 2005, DVD : Voir, Les étiquettes, La publicité : PB 02</i>	<i>247</i>

<i>Photo 65. Café, commercialisé par l'entreprise Coïc.....</i>	<i>373</i>
<i>Photo 66. Panneau d'entrée d'agglomération, signalisation français-breton, commune de Guidel, département du Morbihan, type EB10.....</i>	<i>385</i>

PRÉAMBULE

En Bretagne, la quête identitaire, le besoin de ne pas oublier l'Histoire des siens et de revenir aux sources culturelles régionales sont des sujets qui font preuve de vitalité depuis plusieurs décennies. Les années 1970 ont été marquées par un retour aux racines. Ce phénomène, que l'on retrouve dans tout le monde occidental, prend ici une dimension particulière et se traduit par une explosion du nombre de chanteurs, de groupes de musiques et danses traditionnelles, d'écrivains dont beaucoup clament une Bretagne idéalisée. La culture bretonne fait preuve de vitalité à travers les musiques, les danses et autres traditions mais aussi par ses langues.

Linguistiquement, on connaît principalement de la Bretagne une langue régionale : le breton et dans un second temps : le gallo. Ces deux parlers coexistent dans un même espace régional qui se caractérise par une relation linguistique tripartite : une langue dominante, le français, et deux langues régionales, soit le breton, langue celtique, historiquement présente à l'Ouest de la Bretagne, et le gallo, langue romane, présente à l'Est. Ces deux dernières, bien que nommées langues régionales de Bretagne, ne bénéficient pas du même statut dans les représentations collectives. En effet, le breton est une langue qui bénéficie auprès de la population d'une certaine légitimité d'existence et de présence dans l'espace public. Bien que parfois stigmatisée, elle est reconnue en Bretagne comme à l'extérieur de la région dans le sens où elle est considérée comme la langue régionale représentative de toute la Bretagne. Le gallo, proche du français, est une langue qui pâtit d'une reconnaissance limitée et de représentations sociolinguistiques négatives véhiculées souvent par les locuteurs eux-mêmes.

Un constat s'impose : depuis plus d'une décennie l'affichage bilingue français-breton est de plus de plus en présent dans l'espace public en Bretagne, par le biais d'une signalétique multiple : bilingue et symbolique. Plus récemment, le gallo est aussi apparu dans la signalisation de ville. C'est en observant en premier lieu un contexte sociolinguistique puis en partant de l'hypothèse que depuis quelques années la Bretagne bénéficie d'une image culturelle valorisée (tourisme, musique, lieux et niveaux de formation, etc.) que le cadre de ma recherche sur l'affichage bilingue et symbolique en Bretagne s'est posé.

Mes précédentes recherches (Maîtrise de Lettres modernes et DEA -Diplôme d'Études Approfondies- « Langues et représentations ») m'ont amené à me questionner sur la toponymie bretonne puis sur la publicité en tant qu'outil de langage. En effet durant

l'année de Maîtrise (2000), j'ai traité la toponymie d'un point de vue historique. Il s'agissait surtout d'onomastique. J'ai proposé un état des lieux de la science toponymique en présentant tout d'abord une étude des systèmes toponymiques, puis les méthodes de recherches et d'études toponymiques, et enfin un récapitulatif de la stratigraphie de la toponymie française. J'ai ensuite envisagé la situation toponymique d'une commune du département du Morbihan (Ploemeur). Il s'agissait d'une étude de cas concret de toponymie vivante. Par le biais d'une étude parcellaire, j'ai établi une enquête sociolinguistique auprès d'une dizaine d'informateurs à propos des usages, des significations, des fonctions des microtoponymes dans un hameau de la commune de Ploemeur, Kernastellec.

Ensuite, mes recherches se sont orientées vers une thématique plus vaste : « la Parole et le Pouvoir ». D'où mon travail durant l'année de DEA (2001) concernant « La publicité en tant qu'outil de langage ». Ce travail comportait trois axes :

- Rhétorique et Publicité
- De la rhétorique à l'argumentation
- Étude sociolinguistique

Je me suis intéressée à la modalité de communication qu'est l'argumentation dont la publicité use systématiquement. L'originalité de cette recherche a été de proposer à un public d'adolescents de travailler sur la publicité par le biais de leurs cours de français. Le travail concernant les élèves consistait à inventer des slogans pour faire vendre une paire de baskets destinée dans un premier temps à des personnes âgées puis dans un second temps à des adolescents. Je voulais proposer une activité où l'adolescent se trouvait en situation de créateur de message, réutilisant les dimensions (locutoire, illocutoire et perlocutoire) de l'acte de parole, et ce à l'aide du support publicitaire. Un des points essentiels du travail a été d'observer dans les travaux faits par ces élèves la dimension culturelle et identitaire introduite dans leurs créations.

Aussi mes recherches sur l'affichage bilingue en Bretagne émanent en premier lieu d'une réflexion menée sur le terrain breton d'après deux axes : la mise en mots du territoire par le biais de la toponymie et par l'exercice de communication publique. La toponymie est un vecteur de création culturelle et ce à plusieurs niveaux. Non seulement les atouts de la région Bretagne qu'ils soient gastronomiques, historiques, etc. servent légitimement à la promotion du secteur et ce par le plan publicitaire, mais de nombreuses publicités usent de la localisation donc du nom comme vecteur publicitaire performant. Les toponymes, même utilisés dans le contexte de l'écrit sont des pratiques linguistiques et les fonctions démarcatives et identitaires des pratiques linguistiques sont à prendre en compte.

La recherche TIBED¹ fait partie d'un programme plus vaste. Suite à une étude menée en Provence en 1998-2000 et au colloque international tenu à Avignon en mai 2000 (*Actes* parus aux Presses Universitaires d'Aix-Marseille, Avignon/Aix en 2001) sur les

¹ « Tived » signifie la « maison du monde » en breton. Cet acronyme est un clin d'œil symbolique au métissage culturel dont la Bretagne est empreinte.

liens entre les cultures régionales et le développement économique, un programme de recherche, dirigé par Jean-Robert Alcaras (économiste, Université d'Avignon) et Philippe Blanchet (sociolinguiste, Université de Rennes 2), s'est orienté en 2002 vers le thème *Identités, cultures régionales et développement économique*, avec une volonté de développer une démarche comparative au niveau de plusieurs régions de France et d'Europe à spécificité culturelle marquée. Ce travail collectif, désormais coordonné par P. Blanchet et René Kahn (économiste, Université de Strasbourg III) entre chercheurs de disciplines et de terrains différents suscite l'élaboration d'une méthodologie commune et d'outils d'analyse conceptuelle originaux, au croisement des apports de chaque discipline et de chaque terrain. Articuler le qualitatif et le quantitatif, les données de terrain et les modélisations théoriques est un véritable défi lorsque l'on réunit des disciplines aux traditions intellectuelles aussi éloignées que, par exemple, la macro-économie et l'ethnologie ou la sociolinguistique de terrain.

Dans le cadre de mes travaux, élaborés en parallèle du programme de recherche mais de manière collaborative avec l'ensemble de l'équipe, le fait de l'interdisciplinarité a été une difficulté qu'il a fallu dépasser. J'ai orienté ce travail de recherche dans une perspective sociolinguistique et dans un second temps, socio-économique. Cet aspect entre dans le cadre de la valorisation des patrimoines, des identités et territoires bretons, car les toponymes de manière générale sont des marqueurs forts de l'identité culturelle régionale. L'objectif est d'associer cette perspective dans un cadre scientifique interdisciplinaire pour pouvoir :

- 1) analyser le rôle, le potentiel et les enjeux des usages publics des langues et cultures régionales dans le développement économique local ;
- 2) en tirer des propositions destinées aux décideurs institutionnels et privés, économiques et culturels.

Aussi, par nécessité scientifique et curiosité intellectuelle, j'ai dû me tourner vers une conceptualisation empruntée à différentes disciplines : l'économie, la géographie, les sciences de l'information et de la communication, les sciences politiques, la linguistique, la sociolinguistique. Dans les précédentes études, la problématique de l'affichage bilingue français – langue régionale et l'influence (ou co-influence) sur le développement économique de la région où il apparaît ont été traitées principalement du point de vue économique ou du point de vue de la traductologie mais pas d'un point de vue sociolinguistique permettant de traiter la langue à travers l'espace et l'espace à travers la langue. Peu de littérature sur le sujet existe, ou toujours d'un point de vue scientifique unilatéral et ne questionnant pas ou très peu le rapport entre langue – espace – locuteurs – enjeux. Cela a donc été une difficulté de réunir des informations venant d'horizons scientifiques larges, dont je ne suis pas spécialiste pour certains. Malgré tout, c'est une difficulté à laquelle il a fallu faire face et qui a permis d'élaborer et de mener une recherche innovante.

La modalité d'écriture que j'ai adoptée pourra alors paraître originale. Pour illustrer les concepts, j'ai choisi de puiser directement dans le matériau et de faire fonctionner la conceptualisation, voire la modélisation parfois, d'après des exemples d'affichage ou d'après les discours des informateurs. C'est par leurs points de vue que j'interroge la

fonctionnalité de l'affichage. Par le discours des informateurs, il s'agit de comprendre les facteurs qui ont conduit, orienté ou déterminé la mise en place et / ou valorisation d'un affichage bilingue et symbolique. Cela entraîne un questionnement des motivations, non pas du point de vue psychologique du mécanisme de la motivation mais ce qui en est dit, ce qui en est perçu et la façon dont l'acteur fait fonctionner sa propre motivation.

Certains lieux de Bretagne ont été plus précisément étudiés, le pays de Lorient principalement, le pays quimpérois et la région rennaise. Mes origines, mes lieux de vie, la proximité des informateurs m'ont conduit à travailler un vaste terrain mais à exploiter plus précisément certains lieux. Née à Lorient, issue d'une famille vivant en Bretagne sud depuis de nombreuses générations, la culture bretonne a toujours été présente dans mon environnement proche. La langue régionale, le breton, a quant à elle toujours tenu une place discrète mais implicitement incontournable, de par les générations et les professions. Des grands-parents s'exprimant de temps à autre en breton avec les voisins, les amis du même âge, souvent pour plaisanter ou faire en sorte que les plus jeunes n'accèdent pas à la conversation, les expressions populaires en breton faisant partie du quotidien conversationnel ont créé un univers linguistique régional présent mais relativement inconnu. J'ai donc davantage abordé le breton (aussi parce que l'affichage français-breton est majoritaire dans l'espace régional) que le gallo. La langue bretonne, dans ses variétés dialectales, n'est pas l'objet principal de réflexion. Ce sont bien davantage les représentations autour des langues régionales, leur fonction symbolique qui sont le sujet de recherche.

Trois parties permettent de mettre en lumière le travail de cinq années. Dans le contexte breton, nous retiendrons la multiplication des formes d'affichage bilingue et symbolique à travers toute la Bretagne historique (les quatre départements administratifs plus le département de la Loire-Atlantique). La présence puis la multiplicité de ce bilinguisme et de cette symbolique à travers les particularités sociolinguistiques de la région (hiérarchisation des parlers régionaux, dualité linguistique, sentiment d'appartenance, entre autres) posent question sur la place et les fonctions de l'affichage bilingue aujourd'hui en Bretagne. Et, par extension, cela permet d'interroger la problématique « culture régionale et développement économique » dans le sens où l'action d'affichage bilingue français-breton / français-gallo use d'un élément culturel – la langue régionale – à des fins économiques (entre autres). La partie 1 explicite donc le contexte sociolinguistique de la Bretagne. Le dynamisme et l'affirmation de l'identité culturelle de la région permettent de saisir ce sur quoi est basée la mise en place de l'affichage bilingue et symbolique. La partie 2 permet de mesurer la présence de l'affichage bilingue et symbolique, d'en comprendre les mécanismes. La communication renvoie à des pratiques sociales, des pratiques discursives (les images étant aussi des discours), des acteurs de transmission, des processus de transmission, des moyens de transmission dans la fusion de contextes et d'un ensemble de significations. Enfin, par le moyen de différentes enquêtes et de méthodes d'analyse, la partie 3 permet d'évaluer les motivations, les perceptions et effets pratiques et symboliques notamment dans la création d'une image de la Bretagne

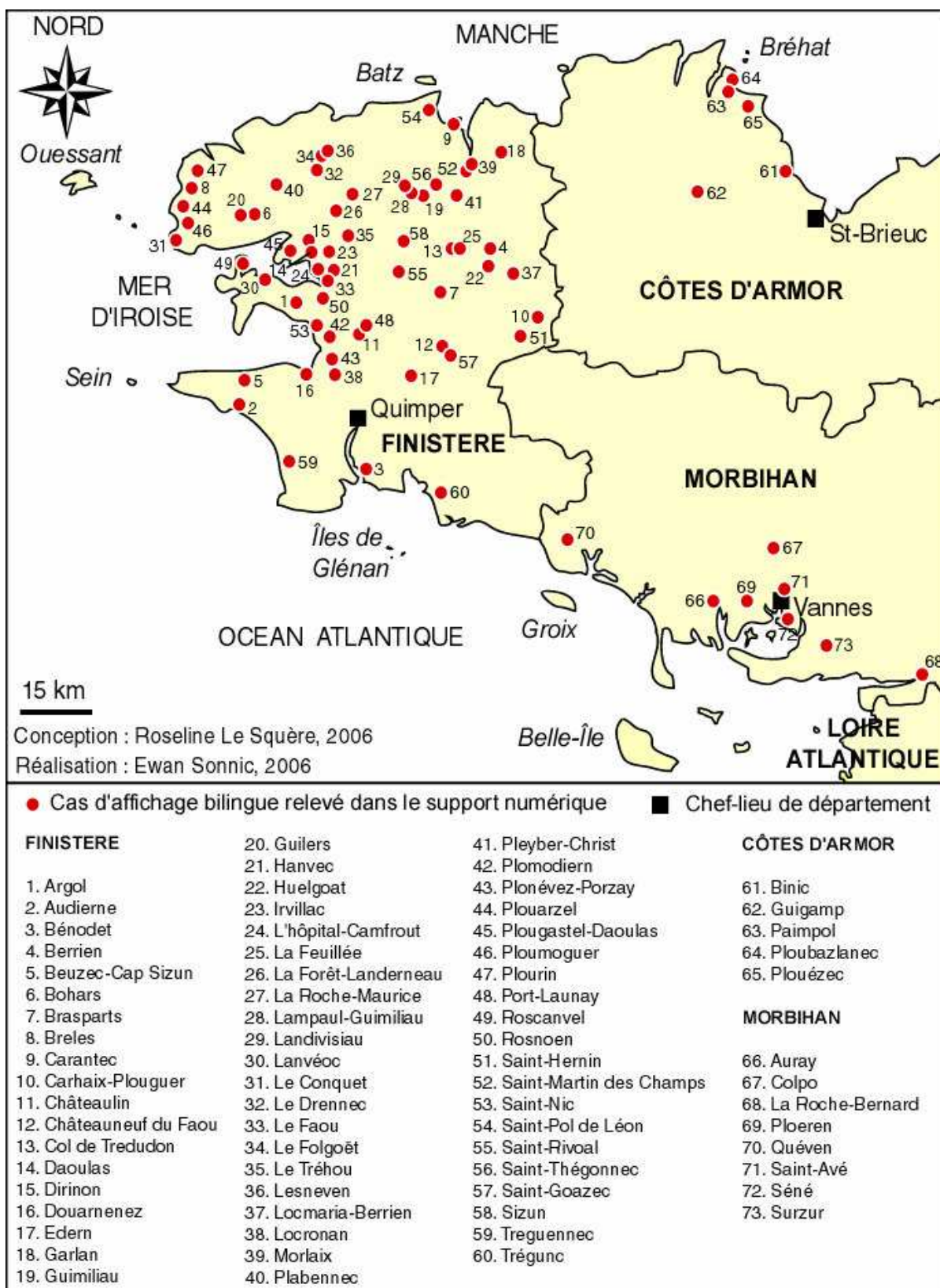
(marketing territorial, publicité, médias, collectivités locales) et de réponse à une demande sociale.

Note : Une légende indique, pour chaque photographie présentée dans ce manuscrit ou dans le support numérique, d'où provient le cliché. www.geobreizh.com m'a permis d'obtenir une base de données intéressante. À chaque fois qu'un document émane de ce site, cela est clairement indiqué. En dehors de ceux-ci, l'ensemble des photos a été pris par mes soins.

De plus, deux cartes (cf. les deux pages suivantes) permettent de situer dans l'espace régional tous les noms de lieux qui sont cités dans ce manuscrit et dans le support numérique.



Carte 1. Carte des noms de lieux mentionnés dans le manuscrit de thèse pour les cas d'affichage bilingue



Carte 2. Carte des noms de lieux mentionnés dans le support numérique pour les cas d'affichage bilingue

Partie

Le contexte sociolinguistique

La diversité linguistique est inévitable tout comme la diversité de la nature humaine.

Lord RUSSELL-JOHNSTON, Président de l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe, allocution d'ouverture, Colloque *La diversité linguistique : défi pour les villes et régions européennes*, Rovinj (Croatie), 22-23 mars 2001

1. La région Bretagne

Après avoir été un royaume puis un duché, après avoir été indépendante pendant 700 ans, la Bretagne est rattachée à la France en 1532 avec le consentement des États de Bretagne à Vannes. Elle devient donc une province française. Jusqu'à la Révolution française, elle est divisée administrativement au judiciaire en quatre présidiaux (Quimper, Vannes, Rennes et Nantes), au fiscal en neuf diocèses ou évêchés rappelés dans l'un des premiers symboles de la Bretagne, le Gwenn ha du, (créé en 1923 par l'architecte Morvan Marchal, originaire de Vitré, département d'Ille-et-Vilaine, 35).

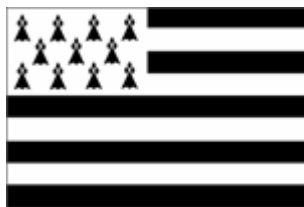


Figure 1. Le Gwenn ha du

Sa composition rappelle les anciennes subdivisions de la Bretagne : 5 bandes noires symbolisent les 5 anciens évêchés de Haute-Bretagne : Dol, Nantes, Rennes, Saint-Brieuc et Saint-Malo et 4 bandes blanches représentent les anciens évêchés de Basse Bretagne : Cornouaille, Léon, Trégor et Vannetais.

Les provinces sont abrogées à la Révolution française, la nuit du 04 août 1789. À la différence des départements, dont la constitution a été décidée par le pouvoir central, et qui relèvent du droit écrit, soit l'ensemble écrit des règles juridiques, l'existence des provinces relevant du droit coutumier, soit l'ensemble des règles juridiques que constituent les coutumes (textes faisant foi dans les rapports entre l'État et les personnes par exemple) n'est que constatée par l'État. Une « province », aussi appelée *pays*, est un terme qui, à l'époque gallo-romaine, désignait le territoire propre à un peuple gaulois. Elle se caractérise par ses coutumes et ses privilèges, c'est-à-dire par un ensemble de lois qui lui sont propres. Par exemple, jusqu'à la Révolution, même province, la Bretagne avait pu garder quelques privilèges tels que des avantages législatifs et fiscaux spécifiques.

La Bretagne cesse donc d'exister en tant qu'entité administrative et est divisée en 1790 en cinq départements : le département des Côtes-du-Nord (devenu Côtes-d'Armor en 1990), le Finistère, l'Ille-et-Vilaine, le Morbihan et la Loire-Inférieure (devenue Loire-Atlantique en 1957).

La constitution en départements précède la constitution de la France en régions administratives, puisque, envisagée sous la III^{ème} République (1870-1940), l'idée régionale n'émerge qu'en 1919 avec la création des « groupements économiques régionaux » du ministre Étienne Clémentel, autrement appelées « régions Clémentel ». Ces « régions » du nom du Ministre du Commerce de l'époque furent créées par la circulaire du 25 août 1917 pour favoriser, autour des chambres de commerce et d'industrie, une organisation régionale des compagnies consulaires. Entre 1918 et 1919 il fut procédé à la création de 15 groupements régionaux composés par un conseil régional, un secrétaire général et un comité consultatif d'action économique. Pour comprendre le découpage régional français et particulièrement le découpage des territoires du nord-ouest, le projet de création de régions économiques ou « régions Clémentel » est intéressant à saisir car il permet d'observer comment la région Bretagne, au sens administratif actuel du terme, s'est construite et de saisir parallèlement comment la Loire-inférieure, devenue la Loire-Atlantique, s'est trouvée associée à un autre territoire que celui de la Bretagne. Le projet Clémentel prévoyait en 1917 de grouper en une III^e région (nommée région de Rennes) les 4 départements du nord et de l'ouest de la Bretagne tandis que la Loire-Atlantique aurait rejoint la IV^e région (nommée région d'Angers) avec le département de la Mayenne, de la Sarthe, du Maine-et-Loire, de la Vendée et de l'Indre-et-Loire. En 1919, la région de Rennes est dénommée VI^e région et comprend l'Ille-et-Vilaine, les Côtes-du-Nord et le Finistère. La grande V^e région ou région de Nantes se vit attribuer la Mayenne, la Sarthe, l'Indre-et-Loire, le Maine-et-Loire, la Vendée, la Loire-Atlantique et le Morbihan. Les départements constituant les bassins économiques de l'époque ont été regroupés autour d'une grande ville, et à ce titre-là l'appartenance du Finistère à Nantes ou à Rennes avait été fort discutée, et une division nord-sud avait même été envisagée. (Ces régions économiques échouèrent pendant les années 1920 pour ne vivre que sous la forme d'unions de chambres de commerce).

Parallèlement, en septembre 1919 les fédérations de syndicats d'initiative commencent à organiser des « régions touristiques » sur un modèle différent puisque les critères économiques ne sont plus privilégiés, la nature du découpage étant cette fois-ci touristique, géographique et ethnographique. Les régions touristiques ne coïncident donc pas avec les régions économiques. Une région appelée « Bretagne » s'étend sur le Morbihan, le Finistère, les Côtes-du-Nord et l'Ille-et-Vilaine. Une région appelée « Vallée de la Loire » réunit elle la Loire-Atlantique, le Maine-et-Loire, la Mayenne, la Sarthe, l'Indre-et-loire, plus les moitiés occidentales du Loir-et-Cher et du Loiret.

Après 1919, l'organisation en régions économiques va évoluer, jusqu'à créer 20 régions. Dans le cadre de ces 20 régions le décret-loi du 14 juin 1938 regroupe les chambres de commerce et une nouvelle configuration ou un nouveau découpage a alors lieu. Ce qui est appelée la V^{ème} région comprend l'Indre-et-Loire, la Loire-Inférieure, le Maine-et-Loire, la Mayenne, le Morbihan, la Sarthe et la Vendée. Déjà morcelée plusieurs fois, la Bretagne historique se retrouve privée de deux de ses départements, la Loire-Inférieure et le Morbihan.

Plus tard, le 19 avril 1941, le maréchal Pétain signe à Vichy une loi qui groupe les départements entre eux pour faire apparaître des « régions » et cela fait réapparaître brièvement le nom de la Bretagne. Dans ce nouveau découpage, la Loire-Inférieure est toujours séparée de la région Bretagne. Une succession de dates, d'évènements montre comment, à travers la majeure partie du 20^{ème} siècle, la notion de « région » est peu claire car les fonctions de ce qu'on appelle « une région » ne cessent de se transformer et cela devient un enjeu de pouvoir important. En effet, l'organisation faite par Pétain et la loi qui en découle sont abrogées dès 1945, à la chute du « régime pétainiste ». Dès le 10 janvier 1944, le général de Gaulle instaure des régions administratives, preuves d'une nouvelle organisation administrative, qui sont dissoutes à son départ du pouvoir en 1946. Cet aménagement à rebondissements du territoire français conduit sous la Quatrième République (1946-1958) à une autre forme de groupements « supra-départementaux » : le 28 octobre 1956 est promulgué un arrêté délimitant 22 « régions de programme ». Ce changement d'appellation indique aussi l'attribution aux régions d'une nouvelle mission exclusivement administrative. Ces régions sont créées suivant des considérations strictement techniques. On obtient donc des régions administratives et c'est ainsi que le nom de Bretagne réapparaît pour désigner une entité strictement « technique » sans qu'elle ne désigne d'éléments historiques, avec seulement quatre départements, la Loire-Atlantique (renommée depuis 1957) étant rattachée à la région des Pays de la Loire.

En 1964, la fonction de préfet de région est créée dans le cadre des circonscriptions d'action régionale. En 1969, l'échec d'un référendum visant entre autres à élargir le rôle des régions conduit à la démission de Charles de Gaulle de la présidence de la République. Ce refus peut probablement expliquer pourquoi, lors de la promulgation de la loi du 5 juillet 1972 créant les conseils régionaux, les circonscriptions d'action régionale furent investies de si peu de pouvoirs. Leur mission principale est de contribuer au développement économique et social du territoire régional mais les pouvoirs conférés à ces établissements publics régionaux, tels que les pouvoirs d'actions et de décisions, n'apparaissent pas dans la loi. Néanmoins l'appellation officielle « régions » apparaît et ce terme est consacré par la loi de décentralisation de 1982.

Pour faire une dernière comparaison, et pour expliquer l'évolution du rôle des régions françaises, nous pouvons rappeler et juxtaposer les deux textes de la loi de 1972 ainsi que celui de la loi de décentralisation :

Extrait de la Loi n° 72-619 du 5 juillet 1972 portant création des régions

L'Assemblée nationale et le Sénat ont adopté,

Le Président de la République promulgue la loi dont la teneur suit :

Art.1.-Il est créé, dans chaque circonscription d'action régionale, qui prend le nom de "région", un établissement public qui reçoit la même dénomination.

Art.2.-Les limites territoriales et le nom des régions sont modifiés par décret en conseil d'État.

Les conseils généraux peuvent avant le 1er avril 1973, saisir le gouvernement de propositions tendant à la modification des limites ou du nom des

circonscriptions régionales actuelles. Le Gouvernement devra statuer sur ces propositions avant le 1er octobre 1973.

Passé cette date, les modifications des limites ou du nom des régions peuvent intervenir :

Soit à l'initiative du Gouvernement après consultation des conseils régionaux et des conseils généraux intéressés ;

Soit à la demande des conseils régionaux et des conseils généraux intéressés, sous réserve que la modification ne tende ni à l'accroissement du nombre des régions ni à la création de régions ni à la création de régions comprenant moins de trois départements...

(Publication au JORF du 9 juillet 1972)

À la lecture des deux premiers articles de la loi de 1972, nous voyons clairement que les régions ne sont pas investies d'une mission politique majeure. L'ensemble d'articles qui suit ces deux premiers décrit la composition du Conseil régional (art. 5), les délibérations (budgétaires par exemple) qu'il effectue (art. 6 à 10), l'élection du président et des membres du bureau, élections faites en son sein (art. 11), le rôle du préfet de région par rapport au Conseil régional (art. 16), etc. Cette loi de régionalisation ne visait en aucun cas le partage des compétences et par là le partage des pouvoirs politiques.

**Extrait de la Loi n° 82-213 du 2 mars 1982
relative aux droits et libertés des communes, des départements et des
régions**

TITRE III

DES DROITS ET LIBERTÉS DE LA RÉGION

Article 59.

Les régions sont des collectivités territoriales. Elles sont administrées par un conseil régional élu au suffrage universel direct.

Le conseil régional règle par ses délibérations les affaires de la région.

Il a compétence pour promouvoir le développement économique, social, sanitaire, culturel et scientifique de la région et l'aménagement de son territoire et pour assurer la préservation de son identité, dans le respect de l'intégrité, de l'autonomie et des attributions des départements et des communes.

Il peut engager des actions complémentaires de celles de l'État, des autres collectivités territoriales et des établissements publics situés dans la région, dans les domaines et les conditions qui seront fixés par la loi déterminant la répartition des compétences prévue à l'article 1er de la présente loi.

La région peut passer des conventions avec l'État, ou avec d'autres collectivités territoriales ou leurs groupements, pour mener avec eux des actions de leur compétence.

La création et l'organisation des régions en métropole et outre-mer ne portent atteinte ni à l'unité de la République ni à l'intégrité du territoire...

CHAPITRE Ier

De l'élargissement des compétences des établissements publics régionaux et du transfert de l'exécutif au président du conseil régional.

Article 61.

L'article 3 de la loi n° 72-619 du 5 juillet 1972 et l'article 2 de la loi n° 76-394 du 6 mai 1976 sont modifiés comme suit :

« Le conseil régional par ses délibérations, le président du conseil régional par l'instruction des affaires et l'exécution des délibérations, le comité économique et social par ses avis, concourent à l'administration de la région. ».

En 1982, le Conseil régional, désormais collectivité de plein exercice dotée d'un exécutif élu, devient un acteur majeur de la vie publique et politique. De nouvelles compétences sont données à la Région, lui permettant d'agir en dehors des actions demandées par l'État. La concertation avec les autres institutions permet une complémentarité accrue et potentiellement utilisable entre les territoires départementaux de la région. Ses domaines de compétences sont très nettement élargis permettant une plus large intervention dans la vie publique, économique et sociale. Les trois avancées majeures qu'a proposées cette loi sont l'allègement de la tutelle administrative (le préfet n'exerce plus a priori qu'un contrôle sur la légalité des actes des collectivités et non plus sur leur pertinence), le transfert du pouvoir exécutif au département et à la région, et la transformation de la région en collectivité territoriale. C'est vraisemblablement cette dernière mesure qui nous semble la plus marquante dans la gestion du territoire régional et qui implique directement les mesures de valorisation du territoire, telle que le texte de la loi l'indique : « ... promouvoir... pour assurer la préservation de son identité... ».

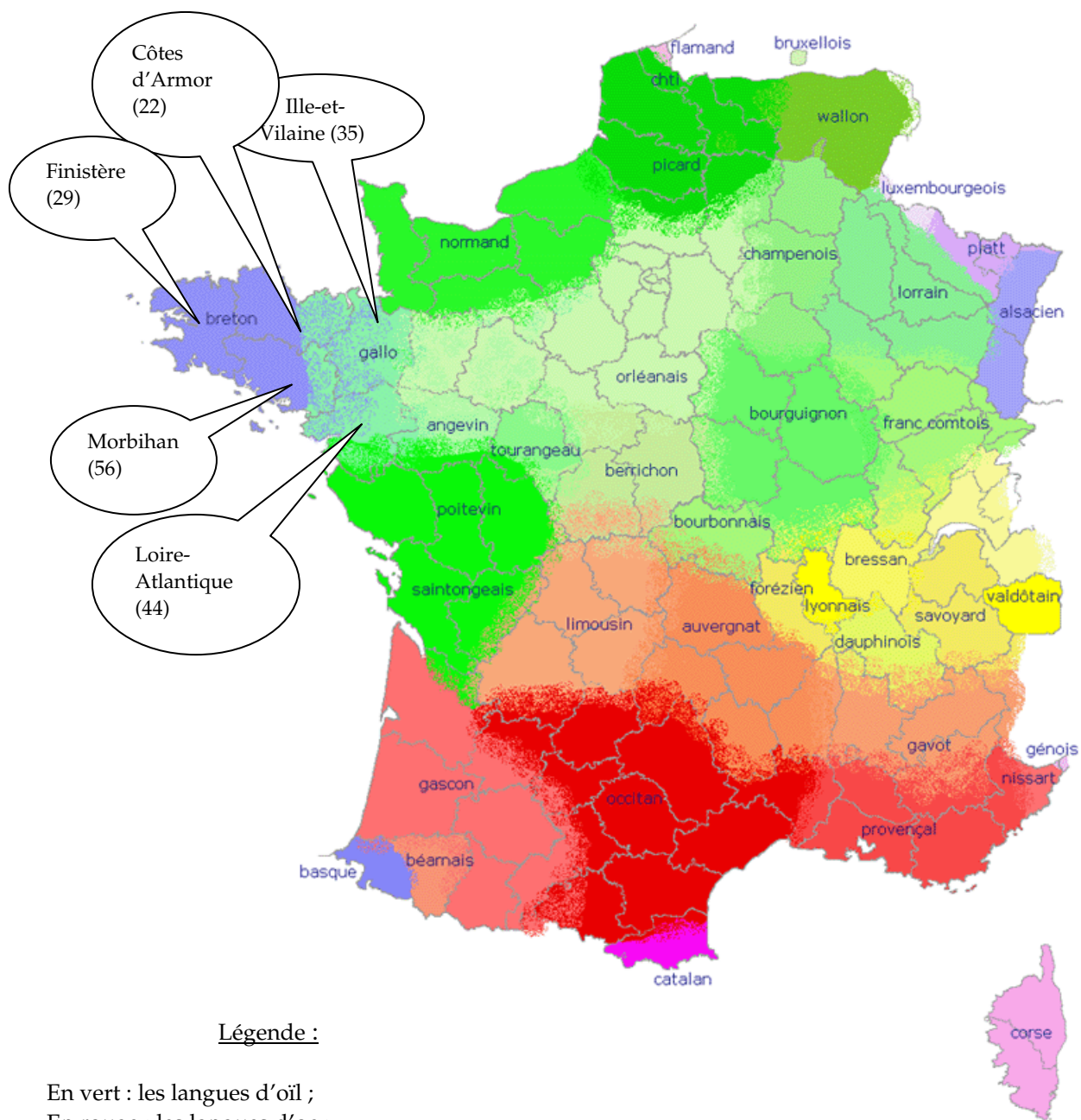
Quand le texte de 1972 parle de limites territoriales, donc de frontières, le texte de 1982 « ose » parler d'identité. La nuance, peut-être relative, ne peut pourtant pas être occultée dans le sens où la séparation de la Loire-Atlantique et de la Bretagne, entérinée par la loi de régionalisation de 1972 malgré l'opposition du Conseil général de Loire-Atlantique, participe à l'identité de la région Bretagne à quatre départements que l'État a construite. Or à l'heure actuelle, le rattachement de la Loire-Atlantique continue d'être débattu, l'opinion publique semblant y être favorable. Plusieurs sondages ont indiqué qu'entre 60 et 70 % de la population de la Loire-Atlantique y sont favorables². Nous ne tiendrons pas ces chiffres forcément pour acquis mais nous retiendrons toutefois la tendance générale qui indique un climat favorable à l'idée d'une consultation populaire (un référendum) interrogeant le rattachement. Les modalités de cette union impliqueraient de remplir un certain nombre de conditions administratives et législatives (comme l'organisation éventuelle d'une consultation auprès des populations concernées par un redécoupage régional de toute la zone). Cette question est toujours ouverte.

Si les limites territoriales historiques de la Bretagne sont connues et si les limites actuelles sont encore en discussion par rapport à l'appartenance de la Loire-Atlantique à la région Bretagne, l'enjeu des « frontières » géographiques de la région Bretagne est

² Pour n'en citer que quelques-uns, en 2001, a eu lieu un sondage réalisé par l'IFOP selon la méthode des quotas auprès de 502 personnes interrogées par téléphone, indiquant 75 % des sondés comme favorables au rattachement. En 2002, la SOFRES a effectué un sondage en Loire-Atlantique auprès de 800 personnes âgées de plus de 18 ans. Les résultats ont été rendus publics en 2003 et ont indiqué une tendance moins favorable que le précédent. À la fin de cette même année, l'IFOP a réalisé un sondage en Bretagne administrative, faisant « remonter » les résultats.

aussi un enjeu important dans la perception des langues régionales. Au sens historique, la Bretagne comprend la Loire-Atlantique jusqu'à la limite nord du Poitou (département de la Vendée, 85), sans oublier que les frontières ne sont pas des limites franches et qu'au delà de celles-ci, dans le sud du département de la Loire-Atlantique, des proximités linguistiques et culturelles existent aussi avec la Vendée. La commune de Pornic est un exemple parlant d'un port de Loire-Atlantique mettant en avant l'identité bretonne. Il s'agit d'une station touristique s'affichant comme un port breton. Je développerai le cas de cette commune dans une partie ultérieure (p. 89).

Pour illustrer la zone des parlers breton et gallo, la carte suivante me semble bien représenter les frontières mouvantes et vivantes des langues régionales de France et particulièrement des langues régionales de Bretagne :



Légende :

En vert : les langues d'oïl ;
 En rouge : les langues d'oc ;
 En jaune : les langues franco-provençales.

Carte 3. La carte des langues régionales de France

http://www.lexilogos.com/france_carte_dialectes.htm³

³ Lexilogos, page consultée le 09 mai 2007.

Avant d'expliciter le contexte sociolinguistique de la Bretagne et de faire un état des lieux des langues régionales dans cette région, je tiens à préciser quelle sera ma démarche tout au long de cette recherche face à la Bretagne à quatre ou cinq départements. Au delà de la question linguistique et sociolinguistique, c'est d'un point de vue plus général, social, culturel, politique et économique que je me suis interrogée. Sans exprimer ici un avis tranché sur la question, je me suis arrêtée à une réflexion entre représentation et réalité. En effet, la réalité économique et politique de la région Bretagne et les atouts économiques que la Loire-Atlantique représente sont des éléments encourageants pour une ré-union de la Bretagne. Mais je n'ai pu envisager que ce rapport à l'économique et au politique (quoique certainement très réducteur par rapport à l'ampleur du débat) et n'ai pu m'empêcher d'interroger le symbolique. En effet, au final qu'est-ce qu'un rattachement, pour le coup administratif, servirait ou qui servirait-il, dans les faits ? Est-ce que cela comblerait réellement un attachement souhaité mais non acquis, d'une partie de la population se disant bretonne en territoire administratif frontalier ? Mais le rattachement de la Loire-Atlantique à la Bretagne ne peut pas ou ne peut plus être envisagé comme une évidence à partir du moment où ce ne sont pas les caractéristiques symboliques, culturelles et linguistiques qui importent le plus dans cette reconfiguration mais bel et bien les raisons économiques et politiques qui le permettront.

Dans ce contexte où le débat est encore très largement ouvert et où le consensus paraît difficile, j'ai mené mes recherches et mes enquêtes de terrain sans me mettre de barrières géographiques, sans chercher dans un premier temps à tester le terrain breton à quatre ou à cinq départements. Au cœur d'un sujet traitant des perceptions symboliques ayant directement ou indirectement une action sur l'économique et pourtant interpellée par les motivations et les enjeux d'un tel rattachement administratif, j'ai pris le risque de favoriser un terrain non obscurci par cette question historique, soit la Bretagne administrative à quatre départements sans pour autant oublier la zone bretonne de la Loire-Atlantique. Les résultats d'enquête qui seront développés dans la partie 3 me permettront de considérer la Bretagne à cinq départements car de nombreux informateurs, habitant dans le département 44 ont exprimé, bien souvent de manière amplifiée par leur situation géographique, leur attachement à la langue, leur sentiment face au bilinguisme public et aux perspectives d'avenir des langues régionales de Bretagne. Aussi, c'est en essayant de respecter une cohérence humaine, culturelle plus que politique que le terrain d'analyse aura été envisagé.



Carte 4. Les cinq départements bretons

<http://breizh.eurominority.org/breizh/fra/cartes.asp>⁴

À un moment clé de son histoire et de son développement, la Bretagne est une région tournée vers l'avenir. Aujourd'hui à la fin d'un cycle de développement économique, les décideurs bretons doivent définir une voie propre de développement pour que la région se développe encore socialement, économiquement, culturellement. Les langues de Bretagne et particulièrement les langues régionales sont au cœur de cette recherche de nouvelle voie de développement. Elles représentent un potentiel non négligeable et la dynamique associée de la culture régionale et du développement économique semble être favorisée. La Bretagne bénéficie désormais d'une image très positive au niveau national et européen. Cela fait émerger ce que nous pourrions appeler « l'objet » breton. Avant d'envisager la question des liens entre ces deux dynamiques et des actions qui contribuent à les entretenir, avant de saisir ce qu'est « l'objet » breton, et le contexte général dans lequel nous nous trouvons (actions pour préserver le patrimoine linguistique par exemple) un état des lieux des langues régionales permettra de saisir la situation linguistique et culturelle bretonne dans laquelle nous nous trouvons.

⁴ Géographie de Bretagne, Tous droits réservés, 2005-2006, Réalisation : Mikael Bodlore-Penlaez & Divi Kervella, page consultée le 09 mai 2007.

2. Le contexte sociolinguistique de la Bretagne

2.1 Pour situer géographiquement les langues régionales de Bretagne

La Bretagne se distingue par sa diversité géographique (côte de granit rose, côte d'émeraude, côtes finistérienne et morbihannaise offrent par exemple des reliefs bien différents), culturelle (le pays gallo et le pays bretonnant regorgent de spécificités : danses, musiques, littératures, etc.) et linguistique. La Bretagne se caractérise par une relation linguistique tripartite : une langue dominante, le français, et deux langues régionales, l'une dominant l'autre, soit le breton, langue celtique, historiquement présente à l'ouest de la Bretagne, par rapport au gallo, « langue⁵ » romane, présente à l'est. La carte ci-dessous indique la répartition historique de ces deux dernières langues.



Carte 5. Carte réalisée par Bernard Tanguy, ABALAIN (1995), p.5

⁵ Notons que le terme « langue », dans la mesure où il dénote la reconnaissance du parler ainsi désigné et, partant, son statut, n'est pas systématiquement associé au gallo. L'utilisation que j'en fais dans la suite de ce texte pour désigner le gallo ne signifie pas que j'ignore ce flottement, ni que je considère la question comme résolue, mais qu'elle est intimement liée à la définition de la langue.

Deux langues régionales, le breton et le gallo coexistent avec le français sur un même territoire très largement francophone. Aujourd'hui on peut traverser la Bretagne sans entendre aucun de ces parlers de la même façon qu'il serait difficile, voire impossible, de vivre en Bretagne en ne parlant que breton ou gallo. La région est divisée de ce point de vue en une partie occidentale (Basse-Bretagne, Bretagne celtique où on parle breton) et une partie orientale (Haute-Bretagne, Bretagne romane où on parle gallo)⁶.

La précédente carte (carte 5) indique les limites occidentales de la langue bretonne allant de l'ouest de Saint-Brieuc (Côtes d'Armor) à l'est de Vannes (Morbihan). Certes, il est bien réducteur de mettre une limite aussi nette entre deux espaces de pratiques linguistiques car le gallo comme le breton existent bien au delà de ces limites inscrites sur les cartes, puisqu'en ce qui concerne le gallo par exemple, nous en retrouvons sa pratique chez des locuteurs géographiquement situés dans 4 départements sur 5 (son aire d'existence s'étendant majoritairement sur le département de l'Ille-et-Vilaine mais aussi sur une partie du Morbihan, des Côtes d'Armor et de la Loire-Atlantique). De même, le breton, avec les migrations de population a été et est parlé dans l'aire de la Basse-Bretagne mais a aussi été entendu et peut s'entendre dans le port de Saint-Malo (nord de l'Ille-et-Vilaine) comme sur les quais de Rennes (pour ne prendre que cet exemple), et bien évidemment en dehors de la Bretagne. La notion de frontière, frontière linguistique, géographique, peut alors être remise en cause, pour la désignation des espaces linguistiques qu'elle représente sur une carte, mais aussi par le découpage identitaire qu'elle induit. L'idée de dualité existant entre les deux langues régionales et introduisant mon propos signifie en elle-même qu'il existe pourtant des frontières. Les gallésants, par la défense de leur parler, souhaitent défendre aussi leur territoire, marqué par une limite d'espace géographiquement frontalier de l'espace bretonnant. Les brittophones font exactement de même, qu'ils soient partisans d'une identité exclusive sur le territoire de la Basse-Bretagne ou qu'ils soient ouverts à une identité remarquée et marquée sur l'ensemble du territoire breton⁷. La notion d'espaces découpés et de territoires « spécifiques » des langues régionales de Bretagne que j'aurai l'occasion d'évoquer à travers toute ma recherche signifiera donc le sens communément admis de ces représentations géographiques et je n'oublierai pas qu'à travers ces descriptions, il faut envisager les langues régionales de Bretagne se mêlant à

⁶ L'explication de ce que signifient les adjectifs « Basse » et « Haute » (pour Basse-Bretagne et Haute-Bretagne) est multiple. L'une référencée dans de nombreux ouvrages, tel que [Jean Le Du, 1991, « La langue bretonne », *Bretagne*, éditions Bonneton, p. 225] indique que ces adjectifs ne font pas référence au relief. La Basse-Bretagne est topographiquement plus élevée que la Haute-Bretagne. L'appellation Basse-Bretagne fait référence à l'éloignement de son chef-lieu, Rennes. Puis une autre explication rappelle également dans d'autres sources que l'adjectif « Haute » ne correspond pas à l'altitude mais peut se traduire par la zone géographique se trouvant à l'est, en rapport avec les mouvements du soleil. « Bas » correspond à l'ouest et « haut » correspond à l'est. Pour les autres régions et départements de France, les motivations de dénominations en « Bas/Basse » et « Haut-/Haute » peuvent être très variables. Elles ne correspondent pas forcément à des critères géographiques.

⁷ Je fais référence ici aux problèmes que la présence de la langue bretonne dans l'espace public haut-breton peut poser, telles que les manifestations par dégradation de panneaux ou autres (exemple : lorsque l'Université Rennes 2 a voulu à la fin des années 1990 mettre une signalétique bilingue français-breton sur son campus, une pétition a été lancée par un groupe d'étudiants pour empêcher cela, au motif que la Haute-Bretagne n'était pas un pays brittophone).

travers les rencontres des personnes et s'installant sur les territoires où vivent les personnes qui les parlent. Ainsi, les espaces brittonique et gallésant devront être envisagés comme des espaces fondus par l'une et l'autre langues dans les pratiques orales comme dans les pratiques écrites (je reviendrai sur le conflit que cela peut créer).

De plus, je préfèrerai l'appellation « brittoniques », en référence à l'adjectif brittonique, pour désigner les locuteurs du breton. Les langues brittoniques sont des langues indo-européennes, du groupe des langues celtiques et regroupent le breton, le cornique, le gallois et le cambrien (parler couvrant la zone frontière actuelle entre l'Écosse et l'Angleterre, éteint vraisemblablement au Moyen Age). Le brittonique des Anciens Bretons s'est dialectisé entre le IV^{ème} et le XIII^{ème} siècles et est devenu le breton armoricain avant d'évoluer vers le breton moderne (à partir du XVII^{ème} siècle). L'adjectif « brittonique » remémore des éléments linguistiques anciens. Concernant l'appellation des locuteurs du gallo, l'adjectif « gallésants » sera retenu, sans la moindre perception dévaluatrice en rapport au breton. La situation sociolinguistique du gallo ne permettant pas de statuer sur le gallo comme langue de Bretagne, je préfèrerai choisir une appellation en cohérence avec le contexte et conserver la forme « gallésant », attestée et utilisée par l'ensemble des personnes communiquant sur ces pratiques linguistiques.

2.2 Un état des lieux des langues régionales de Bretagne : sociolinguistique historique

Pour faire un rappel sur l'état de ces deux langues en Bretagne, nous observerons que le taux de pratique du gallo comme du breton, a évolué en premier lieu en relation avec les dynamiques d'échanges sous-tendant les fluctuations dégressives des pratiques des langues régionales entre le XIX^{ème} et le XX^{ème} siècles pour ne choisir que cette période. Fañch BROUDIC explique les conditions de mutation linguistique qui se sont opérées en faveur du français :

Ce qui, en dernière analyse, explique sur une longue période la mutation linguistique intervenue en Basse-Bretagne, c'est en effet le développement des échanges. Il suffit d'observer que c'est à partir des villes et des agglomérations urbaines que les positions du breton sont minées en permanence. C'est ensuite à partir des bourgs et de leurs commerces que les campagnes environnantes sont touchées à leur tour. C'est en raison du développement des échanges, d'une part entre les campagnes et les villes, d'autre part, entre la région bretonnante et l'extérieur, que le breton a dû céder devant le français.⁸

⁸ BROUDIC, Fañch, 1995, p. 444.

En second lieu, la scolarisation et les lois liées à l'école ont aussi très largement contribué à un changement des pratiques des langues régionales puisque, avant la troisième République (1870-1940), trois lois significatives ont été votées et appliquées :

- **28 juin 1833 : Loi Guizot** : elle pose les bases d'un enseignement primaire plus large et plus accessible, notamment par l'obligation faite aux communes d'ouvrir une école et aux départements d'entretenir une école normale. Elle fixe également des contenus durables à l'enseignement primaire. Elle marque la naissance de l'enseignement primaire public : une école normale par département, une école primaire supérieure dans les communes de plus de 6000 habitants, une école primaire par commune. L'instruction primaire et élémentaire comprend nécessairement l'instruction morale et religieuse, la lecture, l'écriture, les éléments de la langue française et du calcul, le système légal des poids et mesures, etc.
- **15 mars 1850 : Loi Falloux** : l'Église catholique renforce son contrôle sur l'École. Cette loi stipule dans son article 25, que l'instituteur doit avoir un brevet de capacités ou avoir le titre de ministre de l'un des cultes reconnus, il est choisi sur une liste établie par le Conseil académique où siègent l'évêque, un prêtre, un pasteur. Parallèlement, les communes de plus de 800 habitants doivent ouvrir une école de filles. Concernant l'apprentissage des éléments de la langue française, la formulation de la loi Falloux est identique à la loi Guizot.
- **10 avril 1867 : Loi Duruy** : au travers d'un impôt exceptionnel les communes peuvent mettre en place la gratuité de leur enseignement primaire. Cette loi est une extension de la loi Falloux aux communes de 500 à 800 habitants. L'enseignement primaire des filles est organisé : la création d'une école de filles devient obligatoire pour les communes de plus de 500 habitants. L'enseignement des adultes est encouragé. Cette loi ajoute aussi au programme d'enseignement l'étude de l'histoire et de la géographie de la France.

Dans le détail, ces lois ne semblent pas comporter de mesures strictes et restrictives concernant l'usage des langues régionales. C'est pour cela que pendant les périodes correspondant à la mise en place des lois, les langues régionales étaient tolérées et donc plus ou moins utilisées dans l'espace scolaire. Mais par le principe d'application de ces lois, la forme d'éducation préconisée tend davantage vers la langue française plutôt que vers la conservation des parlers régionaux. La scolarisation de manière générale et particulièrement celle des filles a entraîné l'arrivée d'instituteurs extérieurs à la région et en raison de leur incompréhension de la langue régionale locale, le français a dû se pratiquer de plus en plus. Et, en local à nouveau, même si les nouvelles mesures politiques n'imposaient pas l'éradication des parlers locaux, les règlements traduisaient implicitement cette idée.

Par exemple, le « Règlement pour les écoles primaires élémentaires de l'arrondissement de Lorient », adopté et arrêté par le Comité supérieur de

l'arrondissement en 1836 et approuvé par le Recteur en 1842, stipule : « § 2. Discipline.

Art. 19. Chaque classe commence et se termine par une prière en français, qui est arrêtée par le comité local sur proposition du curé.

Art. 21. Il est défendu aux élèves de parler breton, même pendant la récréation et de proférer aucune parole grossière. Aucun livre breton ne devra être admis ni toléré ». S'exprimer en breton et parler « grossièrement » font l'objet de la même prohibition.

En 1834, le Comité d'Instruction primaire de l'arrondissement de Brest adopte le règlement des écoles primaires. D'après l'article 19, le breton pourra seulement être un moyen auxiliaire d'enseignement : « il est interdit aux instituteurs d'enseigner l'idiome breton; ils pourront seulement se servir de cette langue pour communiquer avec les enfants qui n'entendraient pas le français ». En 1852, le « règlement adopté par le Ministre de l'Instruction Publique sur l'avis du Conseil supérieur de l'Instruction Publique pour les écoles publiques de l'Académie du Morbihan » proclame sur une grande affiche: « Art 13. L'enseignement dans les écoles primaires publiques comprend nécessairement (...) les éléments de la langue française (...) ».⁹

Le souhait des administratifs était donc bien de répandre la langue française par le biais de l'école et d'unifier linguistiquement l'ensemble du territoire français. Mêlée à une période de développement des échanges entre les villes et les campagnes, puis entre la région Bretagne et l'extérieur (comprenons entre autres les échanges entre la Bretagne bretonnante et l'extérieur), l'école est le lieu où « la richesse des pauvres » peut se trouver dans le fait de parler français et d'accéder ainsi à une sorte de culture nationale que l'État souhaite prodiguer. Il devient de plus en plus valorisant de parler français. Le locuteur, par ses pratiques en français accède à une culture socialement valorisée, ou représentant le socialement valorisé. Le statut des langues régionales va alors commencer à baisser jusqu'en 1881 et 1882 où les lois Ferry entraîneront aussi la décroissance des pratiques :

- **16 juin 1881 : Loi Ferry** : gratuité de l'école primaire publique. « Article premier : Il ne sera plus perçu de rétribution scolaire dans les écoles primaires publiques, ni dans les salles d'asile publiques. Le prix de pension dans les écoles normales est supprimé ».
- **28 mars 1882 : Loi Ferry** : obligation de l'enseignement élémentaire et laïcisation des programmes scolaires. « Article premier: L'enseignement primaire comprend: L'instruction morale et civique; La lecture et l'écriture; La langue et les éléments de la littérature française; La géographie, particulièrement celle de la France; L'histoire, particulièrement celle de la France jusqu'à nos jours; ... » Article 4: L'instruction primaire est obligatoire pour les enfants des deux sexes âgés de six ans révolus à treize ans révolus; elle

⁹ Ibidem, p. 362.

peut être donnée soit dans les établissements d'instruction primaire ou secondaire, soit dans les écoles publiques ou libres, soit dans les familles, par le père de famille lui-même ou par toute personne qu'il aura choisie.

Un règlement déterminera les moyens d'assurer l'instruction primaire aux enfants sourds-muets et aux aveugles.

Article 5 : Une commission municipale scolaire est instituée dans chaque commune pour surveiller et encourager la fréquentation des écoles... »

Conjointement à ces deux nouveaux principes, un enrichissement de l'enseignement du français est envisagé. L'enseignement des « éléments de la langue française » apparaissant dans la loi présentée précédemment se transforme en divers « exercices de style » prenant la forme de « rédactions d'un genre simple ». Ce ne sont plus seulement les « éléments » de la langue française qui sont désormais inscrits dans les programmes de l'école primaire, mais la langue tout entière, avec la lecture expliquée, la leçon de grammaire, l'exercice d'orthographe, la dictée, la récitation et l'exercice de composition. Le corollaire de cette mesure est que l'apprentissage du français ne se réduit plus à quelques mots mais à un ensemble plus vaste de notions permettant d'exprimer des idées et de les analyser. Ce processus « politico-pédagogique » implique qu'il devient de plus en plus important de connaître le français pour que l'élève puisse exprimer ses idées et ne pas être en retard par rapport aux autres élèves maîtrisant cette langue. Le français est la langue valorisée tandis que simultanément le processus de dévalorisation des parlers locaux est en place. Parallèlement, la dévalorisation de la langue locale ou la valorisation de la langue nationale imprègnent le locuteur se trouvant confronté à des représentations nouvelles des parlers qu'il pratique. L'arrêté du 27 juillet 1882, dû à Jules Ferry, ajoute également à l'étude de la langue française celle des « éléments de la littérature », ce qui continue à promouvoir non plus uniquement la langue française en elle-même mais l'ensemble de la culture qui s'y associe.

De manière synthétique, pour résumer le processus de francisation en Bretagne et pour expliquer la dévaluation du statut du breton en Bretagne, nous pouvons relever trois périodes allant de la Révolution française jusqu'à la Seconde Guerre mondiale. Entre la Révolution française et la fin du XIX^{ème} siècle, la première phase de changement du statut du breton est engagée. En effet, par le rappel des processus de scolarisation et des programmes d'enseignement, nous observons comment le français a pris de plus en plus de place dans le quotidien des personnes. Le phénomène de représentation, de conscience de la langue et par là de la conscience de soi est un effet direct des lois mises en place pendant le XIX^{ème} siècle. En effet, plus l'enseignement du français est devenu important et plus le décalage entre la culture locale, par le biais de la langue locale, et la culture nationale par le biais du français, et tout ce qui peut paraître accessible grâce à son apprentissage, se crée. Les effets linguistiques ne peuvent être détachés des effets que nous pourrions appeler « psycho-linguistiques ». La représentation que nous avons de la langue que nous parlons a un effet direct sur sa pratique réelle et à terme explique le « choix » de pratique des locuteurs. D'où une baisse conjointe du statut (créée par l'extérieur) et des pratiques (créée de fait par l'extérieur en imposant des pratiques dans une langue différente, et créée par le locuteur lui-même, prenant une

conscience négative voire péjorative de ses pratiques en langue régionale). Puis, les flux migratoires, sans oublier les guerres telle que la Première Guerre mondiale 1914-1918 qui a entraîné les hommes loin de leur région et de leur pays, les obligeant à abandonner leur langue régionale pour pouvoir communiquer, favorisent également l'unification linguistique menée par l'État français. Les personnes sont encouragées à transformer leurs pratiques linguistiques pour pouvoir communiquer avec le plus grand nombre. Mais :

En fait, **le rôle de l'État a été essentiel, et, peut-on dire, déterminant, mais non suffisant.** Il est indubitable que, pour des raisons idéologiques notamment, l'État, tant au niveau du pouvoir central qu'à celui de ses représentants locaux, a voulu parfaire l'unité nationale née de la période révolutionnaire par l'unification linguistique : alors que la Révolution à ses débuts admettait la pluralité des usages linguistiques, depuis la Terreur, la nation n'est plus conçue en droit comme pouvant être plurilingue. C'est pour concrétiser cet objectif d'unification que l'on a explicitement cherché à «substituer» le français à la langue bretonne, et l'école a été, c'est vrai, le lieu - ou plus exactement le laboratoire - où cette substitution a été expérimentée et mise en œuvre.

Mais il n'a pas suffi des lois de Jules Ferry pour enclencher le processus de substitution, et c'est ce qui faisait, 20 ans après leur promulgation, l'étonnement d'Émile Combes¹⁰. Les instigateurs de la politique de changement de langue par l'école et les procureurs qui les accusent d'avoir précisément voulu anéantir le breton par l'école, se rejoignent au moins sur un point : les uns et les autres croient qu'il suffit d'imposer l'enseignement exclusif d'une langue pour en éliminer une autre. Or **des lois linguistiques**, ou plus exactement dans le cas présent, des lois qui sont censées avoir des implications en termes d'évolution linguistique, **ne produisent leur effet qu'à terme, avec retardement et en cascade**, et à partir du moment où de multiples autres facteurs sont réunis pour constituer une conjonction favorable¹¹.

Les guerres, le développement des échanges, les flux migratoires, le besoin d'aller chercher du travail dans les villes constituent quelques exemples de la mise en place d'une conjonction favorable à la forte baisse des pratiques linguistiques en langue régionale, corrolairement aux représentations que les locuteurs peuvent avoir de leurs propres pratiques, véhiculées par l'ensemble de ces phénomènes.

¹⁰ Emile COMBES (1835-1921) était un Docteur en théologie ayant renoncé à devenir prêtre pour faire de la politique. Rallié au radicalisme, il fut successivement Président du Sénat (1894-1895), ministre de l'Instruction publique (1895-1906) et Président du Conseil, Ministre de l'Intérieur et des Cultes (1902-1905). Sa politique anticléricale (interdiction des prédications en langue bretonne dans les églises de Basse-Bretagne, loi de 1904 interdisant l'enseignement à tous les congréganistes) a provoqué une rupture du gouvernement républicain français avec le Vatican avant l'aboutissement de la loi de séparation des Eglises et de l'Etat en 1905. À ce moment-là, au tout début du XX^{ème} siècle, le breton est un enjeu du débat politique, puisqu'il s'agit de savoir si le clergé doit ou non se faire l'auxiliaire des pouvoirs publics pour la propagation du français en Basse-Bretagne.

¹¹ BROUDIC, Fañch, 1995, p. 442.

Si les lois du XIX^{ème} siècle visant à des pratiques linguistiques différentes ne sont que les prémisses d'une transformation, elles le sont dans les représentations négatives des langues régionales qu'elles transmettent. Quand un locuteur du breton ou du gallo se faisait reprendre et dévaloriser, voire humilier pour le fait même de parler sa langue maternelle, il était alors blessé dans son identité, perturbé dans le regard qu'il pouvait porter sur la langue qu'il parlait et donc sur lui-même. Lorsque des mesures entraînent à penser que parler une langue régionale est totalement dévalorisant pour le locuteur et marque une distance très significative entre celui qui s'exprime en français et celui qui ne le fait pas, cela entraîne, sur des générations entières, une image négative de la langue et par enchaînement une perte des pratiques car les locuteurs la parlent de moins en moins, ne la transmettent plus voire interdisent eux-mêmes les pratiques au sein du cadre familial. Bien évidemment, et nous le constatons encore aujourd'hui en interrogeant des personnes nées dans les années 1920-1930 par exemple, la blessure identitaire a été telle que cela a de fait réduit très fortement le taux de pratiques des locuteurs, de manière générale.

C'est pour cela qu'à partir de la Seconde Guerre mondiale, nous pouvons constater une forte baisse dans la transmission des parlers régionaux et particulièrement du breton, d'où un effet en cascade sur le nombre de locuteurs parlant le breton dans la deuxième moitié du XX^{ème} siècle.

2.3 L'évaluation des pratiques linguistiques : plus qu'une question de nombre

Une indication du nombre de locuteurs à travers les décennies est donnée par l'Office de la langue bretonne et montre la division de ce nombre par 7 (environ) en l'espace d'un siècle. Le nombre de locuteurs du breton serait passé de 1 980 000 en 1886 à 290000 en 1999, l'INSEE donnant un nombre encore inférieur à cette même date.

Graphique 1.5 : Évolution du nombre de locuteurs

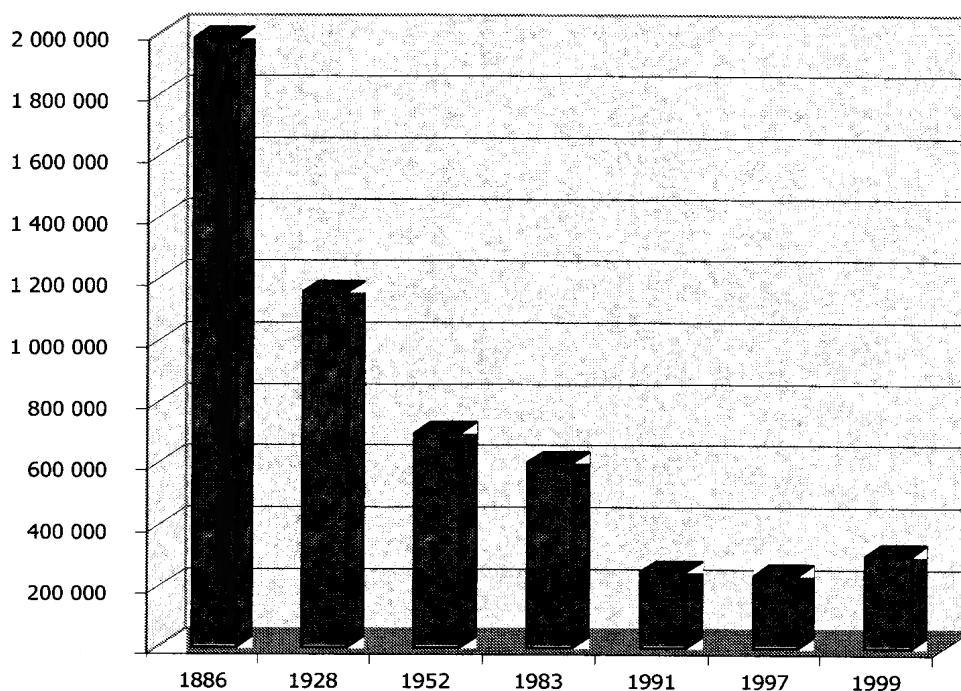


Figure 2. Graphique de l'évolution du nombre de locuteurs, Office de la langue bretonne (2002), p. 17¹²

Fañch Broudic explique en 1995¹³ que nous manquons cruellement de chiffres pour avoir une idée « précise » du nombre de locuteurs des langues régionales en France, en rappelant la « pénurie » de chiffres que Foued Laroussi et Jean-Baptiste Marcellesi évoquent en 1990 dans *Le français et les langues de France*, *La pensée*, n° 277. Puis il explique :

Il n'est pas d'usage en France, c'est vrai, de poser des questions quant aux pratiques linguistiques dans le cadre des recensements généraux de la population. L'absence de toute question relative à la pratique du breton a, maintes fois, été critiquée. Déjà, à l'occasion du recensement de 1982, un mot d'ordre de boycott avait été lancé pour ce motif par quelques associations bretonnantes : il a été repris plus vivement encore lors du recensement de 1990. Si, à l'occasion des recensements, l'on avait cherché à connaître le nombre de personnes sachant le breton, nous aurions effectivement pu disposer d'un chiffre précis¹⁴.

¹² OFIS AR BREZHONEG, Office de la langue bretonne, (sous la direction d'Olier AR MOGN), octobre 2002, p. 17.

¹³ BROUDIC, Fañch, op. cit., p. 18.

¹⁴ Ibid., p. 19.

Depuis cette date, le recensement de mars 1999¹⁵ a eu lieu, permettant de distribuer à environ 380 000 hommes et femmes un bulletin complémentaire : le questionnaire « histoire familiale » (EHF), incluant des questions sur leurs origines, leurs enfants, leurs périodes de vie en couple et leur parcours social, ainsi que sur les langues en usage au sein de leur famille, nationales et régionales¹⁶. (Ces mêmes informations ont été recueillies auprès de 6 600 personnes vivant en communauté, dont 1 700 détenus de sexe masculin). Cette enquête a été conçue avec le concours de l'INED (Institut National d'Études Démographiques) et réalisée par l'INSEE. Le traitement du volet de l'enquête concernant les langues a bénéficié d'un financement de la DGLFLF (Délégation Générale à la Langue Française et aux Langues de France). C'est la première fois en France qu'une enquête nationale traite de la pratique et de la transmission des langues, aussi bien étrangères que régionales¹⁷, avec un échantillon de 44 000 personnes en Bretagne.

La collecte du recensement est organisée à partir d'un découpage spécifique du territoire. Au sein de chaque région, sont constituées des zones de délégués (3600 au total), elles-mêmes divisées en secteurs d'agents recenseurs (110 000 au total, soit 30 en moyenne par zone de délégué)...

Ce schéma général a été affiné dans trois directions : l'échantillon a été augmenté dans les régions les moins peuplées, des extensions ont été constituées pour l'étude des langues parlées en France, et l'enquête a été couplée avec l'enquête Vie quotidienne et santé. Pour rendre possible des études démographiques à l'échelle de la région, il a été décidé de fixer des tailles minimales pour l'échantillon de chaque région. Pour cela on a sélectionné une proportion plus importante de zones de délégués dans les régions les moins peuplées. De plus, on a augmenté le nombre de zones choisies dans les régions périphériques où les langues régionales sont ou étaient parlées en famille : Nord, Bretagne, Pays basque, Pays catalan, Corse, Alsace.¹⁸

Toujours dans le cadre de cette enquête, il est important de noter que certaines aires géographiques telles que l'Alsace, la Bretagne, la Corse, la Moselle, le Pays basque et le Pays catalan ont été volontairement surreprésentées.

¹⁵ Il s'agit du dernier recensement concernant toute la population en même temps : 90 millions de personnes recensées dont 60 millions de bulletins individuels et 30 millions de bulletins pour le logement. Depuis 2004, le principe de recensement s'est transformé.

¹⁶ Voir présentation de l'enquête de l'Étude de l'histoire familiale dans : **Corinne BARRE** et **Mélanie VANDERSCHULDEN**, août 2004.

¹⁷ Une deuxième nouveauté est importante à signaler puisque le questionnaire démographique de cette édition 1999 de l'enquête Famille s'adresse aussi pour la première fois depuis sa création en 1954 aux hommes.

¹⁸ **BARRE, Corinne** et **VANDERSCHULDEN, Mélanie**, août 2004, p. 6.

TRANSMISSION FAMILIALE DES LANGUES ET DES PARLERS

19 EN QUELLES LANGUES, DIALECTES OU « PATOIS », VOS PARENTS VOUS PARLAIENT-ILS D'HABITUDE QUAND VOUS ÉTIEZ ENFANT, VERS L'ÂGE DE 5 ANS ?

VOTRE PÈRE ou l'homme qui vous a élevé	1 - vous parlait d'habitude en... <input style="width: 100%;" type="text"/> 2 - et aussi en... <input style="width: 100%;" type="text"/>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <i>Exemples : ALSACIEN, BASQUE, BRETON, CATALAN, CORSE, CRÉOLE FLAMAND, GALLO, OCCITAN, PICARD, PLATT, PROVENÇAL, ARABE, ESPAGNOL, KABYLE, PORTUGAIS, LANGUE DES SIGNES (LSF) ...</i> <ul style="list-style-type: none"> • Pour le FRANÇAIS, notez simplement « F » • En cas de dialecte ou « patois », précisez de quel endroit (PICARDE, BÉARN, ROUERGUE, MOSELLE ...) • Pour les langues étrangères, ne notez pas la nationalité mais la langue. <i>Exemples : ne dites pas Algérien, Marocain, Sénégalais, mais ARABE, KABYLE, WOLOF, etc.</i> </div>
VOTRE MÈRE ou la femme qui vous a élevé	1 - vous parlait d'habitude en... <input style="width: 100%;" type="text"/> 2 - et aussi en... <input style="width: 100%;" type="text"/>	

20 EN QUELLES LANGUES, DIALECTES OU « PATOIS », PARLIEZ-VOUS À VOS JEUNES ENFANTS, QUAND ILS AVAIENT 5 ANS (ou leur parlez-vous maintenant s'ils sont plus jeunes) ?

Si vous n'avez pas eu d'enfant, cochez cette case :

1 - vous leur parlez d'habitude en... <input style="width: 100%;" type="text"/>	1 - vous leur parlez d'habitude en... <input style="width: 100%;" type="text"/>
2 - Et aussi en... <input style="width: 100%;" type="text"/>	2 - Et aussi en... <input style="width: 100%;" type="text"/>

21 ET ACTUELLEMENT, VOUS ARRIVE-T-IL DE DISCUTER AVEC DES PROCHES (conjoint, parents, amis, collègues, commerçants...) DANS D'AUTRES LANGUES QUE LE FRANÇAIS ?

OUI 1 → Si oui : laquelle ou lesquelles ?

NON 2

1.	<input style="width: 100%;" type="text"/>
2.	<input style="width: 100%;" type="text"/>

22 SOUHAITEZ-VOUS RETOURNER VIVRE UN JOUR DANS LA RÉGION DE VOTRE ENFANCE (que ce soit en France ou ailleurs) ?

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
OUI	NON	Vous ne savez pas	Vous y vivez déjà

Figure 3. Extrait du questionnaire de recensement, 1999. Questions portant sur certaines pratiques linguistiques des informateurs

Les trois premières questions traitent directement des pratiques linguistiques. J'ai souhaité indiquer également la quatrième question « Souhaitez-vous retourner vivre un jour dans la région de votre enfance ? », apparaissant dans la même catégorie, et ne semblant pourtant pas a priori traiter de la transmission familiale des langues et des pratiques. Car cette question me semble intéressante à un autre titre. Elle semble supposer, par son inscription dans la catégorie de questions traitant des pratiques, que le fait de vivre ou de ne pas vivre dans la région correspondant au parler que l'informateur pourrait transmettre à sa descendance, a un effet direct sur les pratiques. Nous pouvons admettre cette hypothèse puisque a priori, quelqu'un vivant en Bretagne se trouve dans un environnement de sollicitation aux langues régionales bretonnes plus favorable que quelqu'un vivant en dehors de la région. Mais, la question 22, ainsi formulée, peut aussi laisser entendre, que pour le cas d'un informateur ayant été élevé en breton (ou en tout cas très fortement sensibilisé à la langue dans son enfance), ayant parlé breton à ses enfants en bas âge, parlant actuellement breton avec son entourage, mais ne vivant pas en région Bretagne, son attachement à sa région d'origine et un retour vers sa région d'origine seraient un facteur évident de transmission de la langue régionale. Ce présupposé est intéressant à observer. La relation unissant le lieu et la langue, et par extension l'état des pratiques, est un concept que j'aurai l'occasion d'évoquer.

De plus, même dans cette enquête, la question du lieu est implicitement très importante puisque

On sait en effet que l'éventualité d'une telle enquête a longtemps soulevé de fortes réticences dans le contexte de l'idéologie du monolinguisme à la française, au point que, aux dires de ses initiateurs, il aura fallu d'abord démontrer, d'une part, qu'elle ne risquait pas de révéler une place trop importante d'autres langues notamment régionales aux côtés du français (d'où la pré-enquête de l'INED publiée par Héran, 1993), et l'organiser, d'autre part, de telle sorte qu'elle mette le français en avant (d'où les modalités de questionnement et les biais qu'elles introduisent...).¹⁹

Une note de bas de page ajoute à ce texte :

Le fait que les départements et territoires d'outre-mer ne soient pas pris en compte, tout en obéissant aussi à d'autres motivations, exclut de fait les zones de France où les langues « locales » sont les plus utilisées et où le français est le plus fortement concurrencé.

¹⁹ BLANCHET, Philippe, CALVET, Louis-Jean, HILLEREAU, Damien et WILCZYCK, Ewen, janvier 2006, page 2.

Aussi la question du lieu reste-elle une question importante et, pour une enquête qui se veut répondre à un manque sur le nombre de locuteurs des langues régionales de France, nous pouvons également nous interroger sur la validité des résultats obtenus.

D'après les résultats publiés par I. Le Boëtté en 2003²⁰, nous pouvons observer les deux tableaux suivants : « Les langues pratiquées en Bretagne » et « La pratique des langues régionales et étrangères en Bretagne par génération ».

Langues pratiquées en Bretagne

Langue	Nombre de locuteurs	Proportion de locuteurs (en %)
Breton	257 000	12,0
Gallo	28 300	1,3
Autres langues régionales	8 200	0,4
Anglais	111 600	5,2
Espagnol	24 300	1,1
Allemand	18 000	0,8
Italien	5 700	0,3
Arabe et langues du Maghreb	5 000	0,2
Portugais	4 500	0,2
Autres langues étrangères	16 000	0,7
Ensemble	428 000	20,0

Champ : les personnes de 18 ans et plus

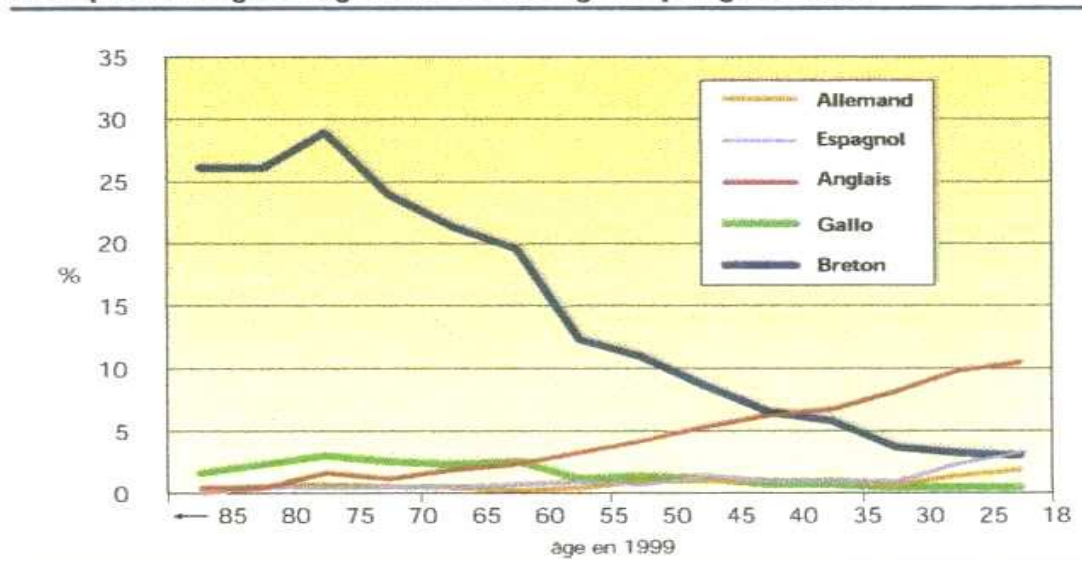
Lecture : 12 % des adultes parlent le breton, 20 % parlent au moins une langue régionale ou étrangère

Source : Insee - Enquête Étude de l'histoire familiale 1999

Figure 4. Langues pratiquées en Bretagne administrative

²⁰ LE BOËTTE, I., 2003, pp. 18-22.

Pratique de langues régionales et étrangères par génération



Source : Insee - Enquête Etude de l'histoire familiale 1999

Figure 5. Pratiques de langues régionales et étrangères en Bretagne administrative

Les données chiffrées accessibles par ces deux tableaux statistiques n'indiquent pas qu'il s'agit de la Bretagne administrative. Les chiffres ne font pourtant état que des pratiques sur quatre départements, la Loire-Atlantique n'ayant pas été incluse dans ce cadre. Aussi, il indique que le nombre de locuteurs bretonnants et gallésants va aujourd'hui, comme c'est le cas pour beaucoup d'autres langues régionales, décroissant : 257 000 personnes sur les quatre départements que compte la Bretagne administrative (figure 4), seraient brittophones, et sur le même territoire 28 300 seraient gallésants (figure 4), d'après l'enquête INSEE 1999 Étude de l'histoire familiale²¹. Il y aurait depuis ces cinquante dernières années une baisse de 57 % de brittophones sur ce même territoire²². Nous n'avons pas à ce jour de chiffres concernant l'évolution des locuteurs du gallo pour faire une comparaison sur une période identique. De plus, la figure 4 indique 8200 locuteurs dans la catégorie *autres langues régionales*. À la condition que les réponses soient exclusives²³, cela signifierait que ces 8200 informateurs ne se sentent pas concernés par le breton ou le gallo, en étant pour autant des locuteurs de langues régionales. Je serais tentée d'apporter un bémol à ce chiffre en imaginant que ces personnes, pour des pratiques identiques, peuvent utiliser des dénominations différentes, par exemple : patois, dialecte, français régional, dialecte du français ou

²¹ Source disponible à l'adresse suivante :

http://www.insee.fr/fr/insee_regions/bretagne/rfc/docs/Oc92art3.pdf
(Page consultée le 09 mai 2007).

²² Nous pouvons penser que si on ajoute les informateurs de Loire-Atlantique et qu'on extrapole à la population à cinq départements, on arriverait à environ 400 000 locuteurs du breton.

²³ Les informateurs ont pu répondre « breton » + une autre langue régionale.

parler (pour les plus fréquentes), d'où aussi la difficulté d'interpréter de tels résultats ne sachant pas ce que les locuteurs désignent sous ces termes. Il est donc possible d'envisager que le nombre de locuteurs du gallo et du breton soit bien supérieur à celui présenté ici²⁴, non seulement parce que la catégorisation de cette langue ne se fait peut-être pas formellement mais aussi parce que de nombreuses personnes parlent le gallo aujourd'hui, utilisent de nombreuses expressions dans leurs conversations quotidiennes sans reconnaître leurs pratiques langagières et ont souvent tendance à les considérer sans avenir et en voie de disparition. Et c'est ici une complexité du maintien de cette langue. En effet, la grande proximité entre les systèmes gallo-français fait entrer le gallo dans la sphère linguistique du français. Cela peut donc être considéré soit comme un atout car apprendre le gallo semble dans ce cas plus facile que le breton (donc avantage à défendre cette langue car il existerait des « facilités » pour la faire perdurer), soit à l'inverse, par son rapprochement avec le français, le locuteur peut se trouver dans un amalgame linguistique : comment distinguer le gallo comme une langue à part entière et non pas comme une variété du français ? À quoi cela sert-il de l'apprendre ? Sans oublier que de nombreux témoignages confirment le fait qu'on ne sait pas bien déterminer ce qu'est le gallo : une langue, un patois, un parler ?

D'un autre point de vue, d'après une étude statistique, réalisée à partir de l'enquête Famille INSEE 1999 et menée au sein du laboratoire CREDILIF (Centre de REcherche sur la DIversité LInguistique de la Francophonie), composante de l'équipe d'accueil ERELLIF (EA 3207) de l'Université Rennes 2 Haute-Bretagne, dont l'objectif était d'identifier et de quantifier les facteurs influant sur la pratique d'une langue régionale, les résultats ont montré que le breton est utilisé par 11,3% des individus interrogés (soit 44 000 personnes), le gallo par près de 1%. Les autres langues régionales occupent une place marginale. Si on étend à ceux à qui les parents ont transmis le breton, on se rend compte que près d'un tiers des individus interrogés en Bretagne historique sont concernés par une langue régionale. Pour préciser les chiffres, nous pouvons constater :

²⁴ Philippe BLANCHET, Louis-Jean CALVET, Damien HILLEREAU et Ewen WILCZYCK expliquent qu'il y a « tout lieu de supposer que les modalités d'enquêtes ont induit une sous-déclaration des pratiques linguistiques visées autres que celles du français, et, assurément, n'envisagent que certains types de transmission et de pratiques parmi d'autres probablement aussi importantes », dans : op. cit., p. 8.

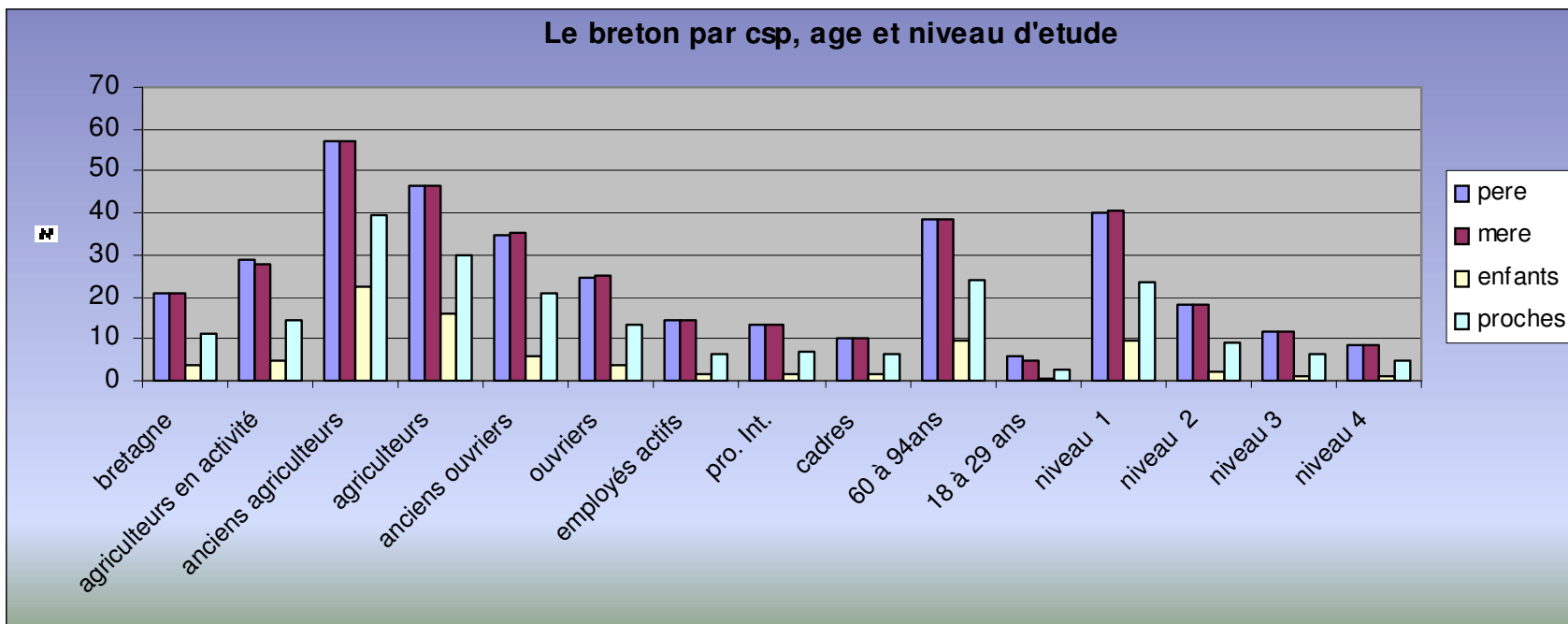


Figure 6. Le taux de pratique du breton par catégories socioprofessionnelles, âge et niveau d'étude²⁵

²⁵ CREDILIF, HILLEREAU, Damien, 2005, *Rapport sur le traitement des données du volet familial du recensement de 1999*, disponible au laboratoire CREDILIF, Université Rennes 2.

Ce tableau correspond aux réponses obtenues pour la partie Bretagne, aux trois questions 19, 20 et 21 (cf. précédemment p. 44) du recensement de mars 1999. Nous remarquerons que l'écart du taux de pratique entre les déclarants âgés de 18 à 29 ans et les déclarants âgés de 60 à 94 ans est très important puisque 39% des déclarants les plus âgés disent avoir pratiqué le breton avec leurs parents (ici le taux est identique pour la pratique linguistique du père ou de la mère), l'avoir transmis pour 10% d'entre eux à leurs propres enfants et le parler encore avec les proches pour 24% d'entre eux. Chez les plus jeunes, le breton transmis par les parents ne représente plus que 7% (breton transmis par le père) et 5% (breton transmis par la mère). 3% d'entre eux déclarent le parler avec leurs proches. Une chute des pratiques et du taux de transmission est donc à noter dans une courbe transgénérationnelle. La transmission semble avoir fortement chuté avec la génération intermédiaire aux deux générations proposées dans ce graphique, soit les personnes âgées de 30 à 59 ans. Nous observerons également une différence entre les taux de pratique déclarée entre les personnes d'une même catégorie socioprofessionnelle (csp) en activité ou non : par exemple, 13% des agriculteurs en activité déclarent parler breton avec les proches contre 40% des agriculteurs retraités. Cela est bien sur à mettre en perspective avec les catégories d'âge et sans doute avec les catégories de niveau d'études (le niveau 1 représentant le diplôme le moins élevé). De manière générale, nous observons donc un taux de pratique décroissant, corrélé à un taux de transmission qui décroît également.

Une seconde enquête « Pratiques et représentations de la langue et de la culture régionales en Haute-Bretagne » menée au sein de l'équipe du CREDILIF, avec la collaboration de l'association « Le carouje » et du Conseil régional de Bretagne, dans le cadre de l'Observatoire des Pratiques Linguistiques et de la Délégation générale à la langue française et aux langues de France (ministère de la Culture), a permis de fournir quelques données concernant le gallo, par un ensemble de recherches (par questionnaires semi-directifs, directifs avec observation participante, et des données complémentaires issues du volet familial du recensement 1999) effectuées auprès de 138 informateurs.

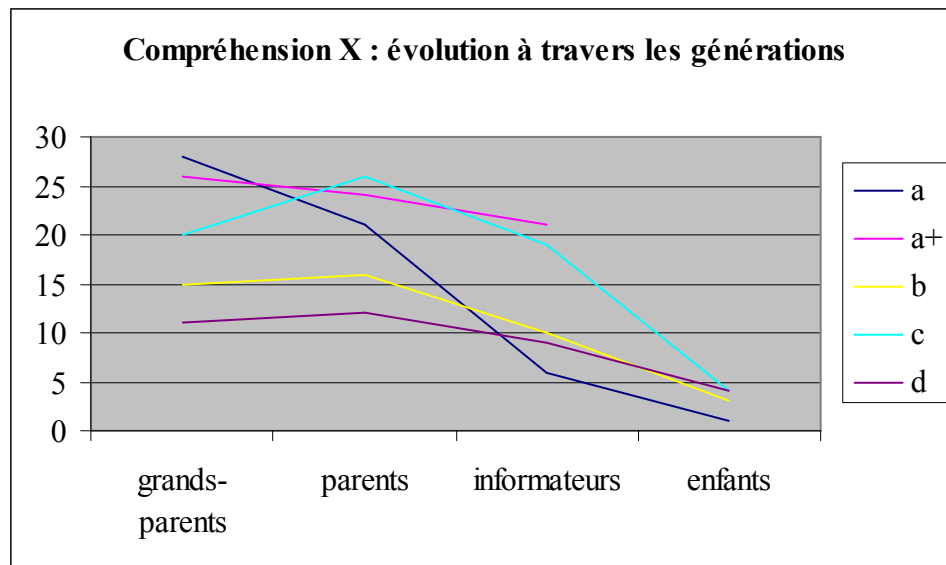


Figure 7. Évolution des taux de compréhension du parler de Haute-Bretagne, le gallo, nommé X sur ce graphique, en fonction du critère de l'âge²⁶

Les cinq catégories représentées dans la légende correspondent à la catégorisation suivante :

- a : 13-24 ans, jeunes qui n'apprennent pas la langue régionale à l'école
- a+ : 13-19 ans, jeunes qui apprennent la langue régionale à l'école
- b : 25-49 ans
- c : 51-73 ans
- d : 75-93 ans

Cet aperçu de l'état de compréhension du gallo²⁷ indique que d'une façon générale la compréhension du parler régional chute. Les informateurs, quelle que soit leur tranche d'âge, comprennent moins bien le gallo que les générations précédentes (parents et grands-parents). La proportion des informateurs qui ont déclaré comprendre le gallo dans chaque catégorie est la suivante :

- Groupe a : 18 %
- Groupe a+ : 68 %
- Groupe b : 53 %
- Groupe c : 61 %

²⁶ BLANCHARD, Lénéïg et SHKUNAEVA, Elizabeth, 2005, pp. 53-57.

²⁷ Le parler régional a été nommé « X » pour les besoins de l'enquête pour n'influencer aucun des informateurs, pour les laisser nommer à leur gré les pratiques régionales qui les concernent. Cela a été un bon indice du statut du gallo, de sa considération au sein de la population interrogée en Haute-Bretagne.

- Groupe d : 39 %

Nous voyons donc bien que la compréhension du gallo chute pour toutes les catégories d'âge. Les informateurs, quel que soit leur âge, déclarent comprendre moins bien la langue que leurs parents et leurs grands-parents mais cette baisse ne se produit pas de la même façon dans les cinq groupes. Si on compare les grands-parents et les parents, il faut remarquer que c'est dans le groupe « a » que la baisse est la plus significative. Ainsi, ces jeunes sont ceux qui, parmi les informateurs, déclarent comprendre le moins la variété régionale. Il apparaît que ce sont les enquêtés du groupe « a+ » qui sont les plus nombreux à avoir déclaré comprendre le gallo, soit 68 % des « a+ ». Il faut rappeler que ces jeunes suivent un enseignement du gallo dans le cadre scolaire. Si on s'attache aux réponses données pour les enfants des enquêtés, nous pouvons relever que les chiffres sont faibles. La compréhension du parler régional chute, peu d'enfants des informateurs déclarent avoir une capacité à le comprendre. L'évolution générationnelle montre, pour chaque groupe d'âge, une courbe dégressive.

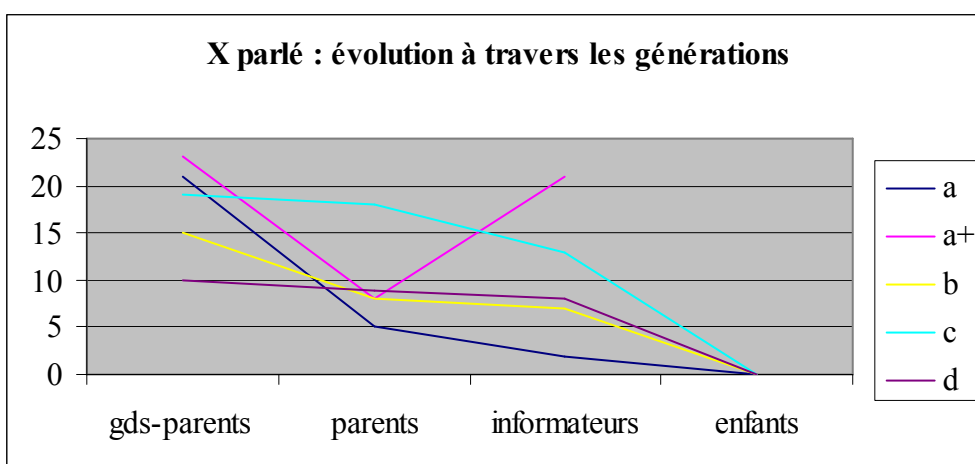


Figure 8. Évolution des taux de pratique du parler de Haute-Bretagne, le gallo, nommé X sur ce graphique, en fonction du critère de l'âge²⁸

Au regard de ce second graphique nous observons que les pratiques linguistiques sont aussi en baisse. Seuls les informateurs qui apprennent le gallo dans le cadre scolaire (groupe a+) montrent une progression. Au fil des générations, le gallo tend à être de moins en moins utilisé.

Les résultats concernant la compréhension et l'utilisation du gallo ont été affinés par un test de compétence passive (reconnaissance de formes, d'énoncés) et un test de compétence active (exercice de traduction du français vers le gallo) et indiquent un décalage entre l'usage du gallo et sa représentation, montrant par exemple une compétence plus étendue que celle déclarée et l'inverse. Toutefois, de manière

²⁸ Ibid., pp. 58-61.

générale, les deux graphiques sus-cités peuvent servir de base pour comprendre la tendance qui se dessine actuellement. L'utilisation du gallo est en baisse, ainsi que sa transmission dans le cadre familial. Le cadre scolaire semble quant à lui apporter une courbe plutôt à la hausse.

Ces deux études combinées nous ont donc permis de dégager plusieurs faits marquants concernant la pratique du breton et du gallo dans la région Bretagne. Ainsi, l'origine sociale des individus semble être le facteur déterminant dans la pratique ou la non-pratique d'une langue régionale (que se soit pour le breton ou le gallo). Un individu vivant dans une zone rurale aura plus de possibilités de parler une langue régionale qu'un autre vivant dans des zones urbaines. En revanche, le sexe des individus n'a pas beaucoup d'importance, on ne constate pas de différences significatives entre hommes et femmes, et ce pour le breton et le gallo.

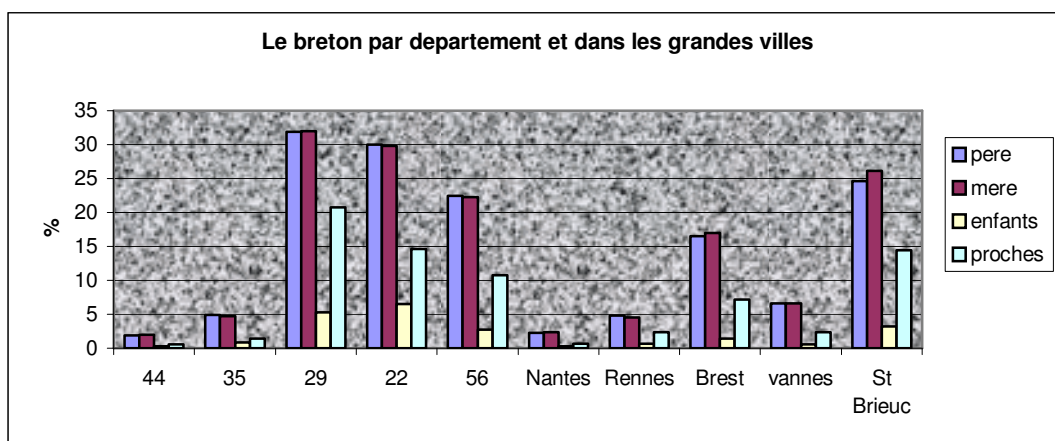


Figure 9. Le taux de pratique du breton en Bretagne historique par département et par zone urbaine²⁹

La pratique du breton diffère beaucoup selon l'origine géographique des individus. Il semble être davantage parlé dans le Finistère et les Côtes d'Armor qu'en Ille-et-Vilaine et en Loire-Atlantique, aussi bien en milieu rural qu'en milieu urbain. Les déclarants indiquent pour 32% d'entre eux que le breton était parlé dans le cercle familial (par le père et la mère) et indiquent le parler encore pour 21% d'entre eux (données de 1999) dans l'environnement proche. C'est dans les Côtes d'Armor, à Saint-Brieuc, que le taux de pratique, dans le cadre familial, a été déclaré comme le plus important, comparativement aux autres zones urbaines référencées dans 4 autres départements.

²⁹ CREDILIF, HILLEREAU, Damien, 2005, *Rapport sur le traitement des données du volet familial du recensement de 1999*, disponible au laboratoire CREDILIF, Université Rennes 2.

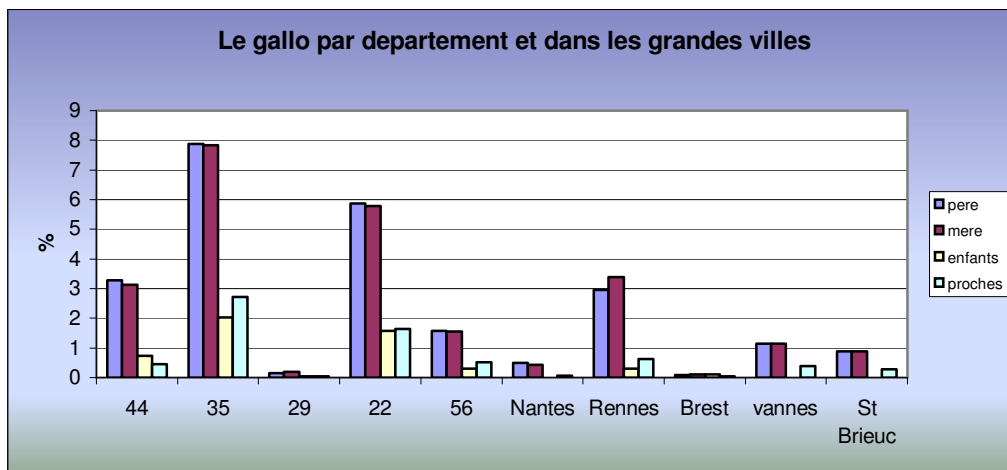


Figure 10. Le taux de pratique du gallo en Bretagne historique par département et par zone urbaine³⁰

Le gallo n'est quasiment pas pratiqué dans le Finistère alors qu'on retrouve beaucoup de locuteurs dans les Côtes d'Armor, en Ille-et-Vilaine et en Loire-Atlantique. La pratique du gallo dans les grandes villes référentes semble être décroissante puisque, même si des pratiques sont déclarées dans le cadre familial (ces données donnent un aperçu d'une situation passée), les pratiques plus actuelles d'échanges dans l'environnement proche des informateurs sont inexistantes partout en Bretagne, sauf à Rennes où à peine 1% des déclarants le mentionnent.

Aussi, de manière générale, on constate un affaiblissement rapide de la langue régionale de génération en génération (breton et gallo confondus), cet affaiblissement semble toucher toutes les catégories sociales mais l'origine sociale reste déterminante dans la pratique d'une langue régionale.

En dehors de ces deux études menées au sein du laboratoire CREDILIF, peu de textes, d'études traitent de la situation linguistique de la Haute-Bretagne. Mais nombreux sont ceux qui ont traité de la situation de la langue bretonne. L'Office de la langue bretonne indique ainsi dans son rapport d'octobre 2002³¹ un graphique montrant l'évolution du nombre de locuteurs, qui passe d'un peu moins de 2 millions en 1886 à 304 000 locuteurs en 1999, sur les 4 départements administratifs et la Loire-Atlantique.

Tous les travaux de l'Ofis indiquent jusqu'à aujourd'hui un nombre de locuteurs qui tend à la baisse, comme l'ensemble des études statistiques (principalement traitées par l'Ofis d'ailleurs).

³⁰ Ibid.

³¹ OFIS AR BREZHONEG, Office de la langue bretonne, (sous la direction de Olier AR MOGN), octobre 2002, p. 17.

Toutefois, ces mêmes documents ont indiqué une décroissance du nombre des locuteurs en même temps qu'un intérêt croissant pour la langue elle-même. La direction de la culture du Conseil régional de Bretagne a ainsi présenté elle aussi un diagnostic de la situation bretonne en décembre 2004 avant de promouvoir une politique linguistique pour la Bretagne³².

La situation de la langue bretonne est contrastée. La connaissance et la pratique de la langue sont manifestement en déclin. Elle est classée par l'UNESCO parmi celles qui sont « en danger sérieux d'extinction ». On comptait encore 600 000 bretonnants en 1983 (16,3% de la population dans les 5 départements). Il n'y en avait plus que 304 000 au dernier recensement de 1999 (7,5% de la population mais 20% en Basse-Bretagne). On estime en outre à 350 000 le nombre de personnes comprenant le breton sans le parler. Les dernières études indiquent une disparition de 10 000 locuteurs chaque année, car, bien sur, cette population vieillit : 64% ont plus de 60 ans et seulement 4% moins de 40 ans (1).

...

(1) l'essentiel de ces informations est tiré du rapport de l'Office de la Langue Bretonne « Un avenir pour la Bretagne » - Octobre 2002

Mais des signes d'espoir existent. D'abord, même s'il diminue, le nombre de locuteurs reste important et il est possible, en Basse-Bretagne tout au moins, de pratiquer la langue tous les jours. En second lieu, les Bretons sont de plus en plus attachés au maintien de la langue (92% selon le dernier sondage) et le nombre de personnes favorables au développement de l'enseignement bilingue ne cesse de croître.³³

Cours pour adultes, forte croissance du nombre d'élèves inscrits dans les filières bilingues des établissements primaires et secondaires, croissance annuelle des effectifs, demandes d'ouvertures de classes refusées par manque d'enseignants formés, autant d'arguments qui indiquent, selon le Conseil Régional, que

Les effets se font déjà ressentir : s'il n'y a que 0,8% des 15-19 ans à parler breton, ils sont 3% des 5-14 ans à le faire et 4,5% à le comprendre, sur l'ensemble de la Bretagne. Ce chiffre ne va pas cesser d'augmenter. Dans quelques années, le pourcentage de locuteurs chez les moins de 20 ans sera supérieur au pourcentage total de bretonnants (5% de la population bretonne représentent 200 000 personnes). Tout est donc possible, à condition qu'on s'en donne les moyens.³⁴

³² Source disponible à l'adresse suivante :

http://www.region-bretagne.fr/CRB/Groups/services_en_ligne/les_decisions_de_la/sessions/session_15_decembre/un_plan_de_sauvegard_11036480895536/block_11036481303653/file
(Page consultée le 09 mai 2007).

³³ **Conseil régional de Bretagne**, Direction de la culture, décembre 2004, *Une politique linguistique pour la Bretagne*, 7^{ème} réunion – décembre 2004, 11 pages, page 1.

³⁴ Ibid. - Le document n'indique pas la source du sondage.

Ce rapport optimiste sur l'avenir des pratiques du breton indique clairement des actions faites et à faire pour optimiser le nombre de locuteurs. Toutefois, suite à l'enquête menée par l'Office de la langue bretonne en 2005 sur la situation du breton en Bretagne historique, il est à noter que les chiffres concernant les apprenants du breton par le biais des cours pour adultes (cours du soir) sont eux aussi à la baisse de manière générale à travers la Bretagne historique³⁵. Le nombre d'apprenants serait passé de 53 000 en 1999 à 34 000 en 2004. Les départements de l'Ille-et-Vilaine et de la Loire-Atlantique semblent être ceux où le taux d'apprenants reste équivalent entre 1999 et 2004. Il est à noter également que le niveau 1 (le niveau débutant) est celui où la chute du taux d'apprenants en cours du soir est la plus importante passant de 26 000 en 1999 à 11 000 en 2004, à travers la Bretagne historique.

Au-delà de la question des chiffres et de la comptabilisation du nombre de locuteurs, il est important de s'attarder sur le fait que les Bretons sont de plus en plus attachés au maintien de la langue, mais peut-être d'une autre manière que dans le cadre des pratiques linguistiques (comprendons les échanges, au quotidien, par le biais de conversations, etc.). Ce même rapport d'activité indique également une forte croissance des demandes de mise en place d'affichage bilingue, surtout au sein des communes, par le biais de la signalétique routière. Comme je l'ai précédemment indiqué, l'enquête que je développerai dans la partie 3 explore également cette question d'attachement à la langue. Dans le cas de la politique linguistique régionale, nous pouvons penser la problématique en doublon. Premièrement, des actions publiques majoritairement axées sur l'enseignement de la langue bretonne sont pensées et mises en application dans l'espoir d'un nombre de locuteurs grandissant. Mais si l'objectif est d'arriver à une société bilingue extra-scolaire, le taux de pratique dans les écoles, même croissant, ne sera pas suffisant pour imaginer le breton revenir dans la vie de la société de manière plus généralisée en Bretagne. Or l'argument de l'attachement des personnes à la langue de leur région est un argument fort dont les politiques s'emparent pour mettre en application une deuxième forme d'actions publiques et non des moindres, puisque touchant forcément un nombre beaucoup plus grand de personnes : il s'agit de la signalétique bilingue. Le doublon évoqué précédemment prend toute sa forme dans ce type d'action. Car, plus que sensibiliser la population à la question linguistique, il s'agit aussi et sans doute surtout de valoriser l'identité régionale par l'affichage d'une langue authentique marquant la région d'une sorte de label de qualité. Ces problématiques seront envisagées un peu plus loin dans mon propos mais devaient être présentées ici comme introduction à la problématisation générale de ma recherche.

Pour conclure sur la question du nombre de brittophones et de gallésants, à titre d'évaluation de la vitalité de ces langues et parlers en Bretagne, nous considérerons ces données avec prudence puisque les différentes études évoquées précédemment ne font état que de données analysées à partir des questionnaires comportant des biais qui, de

³⁵ Ofis ar brezhoneg, Office de la langue bretonne, 2006 (1), page 5.

Source disponible à l'adresse suivante :

< <http://ofis-bzh.org/upload/ouvrage/fichier/116fichier.pdf> >

(Page consultée le 09 mai 2007).

fait, ont orienté les résultats. Ces mêmes chiffres sont reportés dans l'ouvrage de 2005 de Michel ABALAIN, *Plein feux sur la langue bretonne*, et l'Office de la langue bretonne, en préparation d'un nouveau rapport sur la langue bretonne, n'a à ce jour aucune nouvelle évaluation du nombre de locuteurs, le dernier chiffre utilisé étant celui donné par l'INSEE après le recensement de 1999. En ce qui concerne le gallo, le chiffre de 28 300 locuteurs proposé par l'INSEE n'est pas non plus un chiffre auquel nous pouvons nous fier pour les raisons identiques à celles concernant le breton. Aucune autre étude ne permet de faire un état des lieux chiffré objectif.

Au regard de toutes les études disponibles aujourd'hui, les chiffres et autres résultats indiquent tout de même une tendance générale à la baisse. Le programme de recherche sur les « Pratiques et représentations de la langue régionale en Haute Bretagne » a été lancé en 2003 par le laboratoire CREDILIF en partenariat avec l'Association des enseignants de gallo, l'Université Tous Ages de Vannes, et avec les soutiens de la région Bretagne et de la DGLFLF (ministère de la Culture). Il fait le lien avec des travaux précédents (telle que l'enquête « Pratiques linguistiques régionales d'élèves du primaire et de collège en zones suburbaines de Bretagne gallo » sous la direction de Philippe Blanchet et rédigé par Nathalie Tréhel et Philippe Blanchet). Les résultats des enquêtes de 2003 font apparaître une tendance d'utilisation du parler de Haute-Bretagne à la baisse. Plutôt que de fournir des chiffres non représentatifs de l'ensemble des Hauts-Bretons, ces enquêtes dessinent de manière affinée la tendance liée à ce parler. Comme je l'ai évoqué précédemment, on nous indique que la pratique comme la compréhension de ce parler sont déclinantes. Seules les jeunes générations (13-19 ans) étudiant le parler régional à l'école font progresser positivement mais légèrement le taux de pratique. Les autres groupes d'informateurs : les 13-24 ans n'apprenant pas la langue régionale dans le cadre scolaire, les 25-49 ans, les 51-73 ans et les 75-93 ans témoignent d'un taux de pratique et de compréhension décroissant.

De manière générale, si la situation indique des pratiques linguistiques régionales à la baisse dans toute la région³⁶ il faut quand même noter des taux de fréquentation des écoles bilingues en hausse. La proportion des communes proposant un enseignement bilingue, qu'il soit dans une école Diwan, une école publique ou une école privée, a augmenté de 20% entre 2001 et 2004, faisant passer le nombre d'écoles de 84 (en 2001) à 106 (en 2004). Le nombre d'élèves scolarisés dans les filières bilingues est passé de moins de 7 300³⁷ élèves (environ) en 2001 à 10 397 à la rentrée 2005³⁸ en filière immersive ou paritaire. La progression de ces effectifs était de 7,7% par rapport à l'année 2004-2005. Et cela représente un peu plus de 1% des effectifs globaux scolarisés. La ville comptant le plus d'enfants scolarisés en filière bilingue est Vannes, suivie de

³⁶ La figure 9 présentée ci-avant présente des chiffres en forte décroissance pour les quatre départements de la Bretagne administrative. En toute considération des biais de l'enquête, nous pouvons penser qu'au-delà du chiffre, la tendance à la baisse peut être évaluée comme juste.

³⁷ **OFIS AR BREZHONEG, Office de la langue bretonne, (sous la direction d'Olier AR MOGN)**, octobre 2002, p. 117, graphique VI.4 : *Evolution des effectifs bilingues depuis la création de la filière bilingue.*

³⁸ Chiffre précisé dans les données mises à jour :

http://ofis-bzh.org/fr/langue_bretonne/chiffres_cles/index.php

Ceux-ci feront l'objet d'un rapport sur la langue bretonne dans le courant de l'année 2006, (page consultée le 09 mai 2007).

Rennes, Quimper, Carhaix, Nantes et Lannion (toutes les 6 ont plus de 300 élèves). Nous pouvons supposer que l'intérêt que les familles portent à la langue bretonne (entre autres motivations telles que la stratégie de contournement scolaire ou la stratégie de « sélection sociale » par les pratiques scolaires privilégiées de ces écoles) est témoigné par le taux d'inscription des enfants dans les filières bilingues, mais à nouveau nous ne pouvons constater qu'un déclin dans les pratiques journalières et familiales (le taux de transmission est également à la baisse puisque les familles inscrivant leurs enfants dans les filières bilingues sont monolingues francophones dans une majorité de cas).

2.4 Pratiques et statuts : un cas de domination

Au delà du contexte chiffré, on ne peut oublier la question du statut des langues régionales de Bretagne, soit leur position dans la hiérarchie sociolinguistique bretonne. Dès leurs désignations, les deux langues régionales de Bretagne sont mises en concurrence. Le terme *gallo* est issu du breton « gall » qui veut dire « étranger, français » : c'est un terme utilisé afin de désigner celui qui ne parlait pas breton. Désignation lourde de sens pour toute une partie de la population qui n'a pas accès à la langue bretonne et qui ne reconnaît pas dans sa propre pratique l'existence d'une langue, mais plutôt la déformation du français standard. Puis, si historiquement on ne peut nier l'existence de deux langues régionales sur le territoire breton, la proximité des systèmes français et gallo génère dans les pratiques et dans les représentations une sorte de juxtaposition inéluctable qui place de fait la langue bretonne dans une sorte d'opacité. Bien au-delà des échanges qui ont toujours existé entre ces langues, les représentations sociolinguistiques que les acteurs sociaux véhiculent sont liées à un phénomène d'identification, linguistique mais aussi culturelle, dans la différenciation. Ce processus, qui semble autoriser un locuteur à définir ses propres pratiques linguistiques par rapport à d'autres, reste pour les locuteurs gallésants source d'une négation profonde. Tout comme pour d'autres langues d'oïl, les locuteurs gallésants ont fait évoluer leurs pratiques sur un continuum linguistique pour tendre toujours vers une forme de français standard. Cette juxtaposition linguistique a bien eu lieu, ce qui marque avec le breton une difficulté plus grande encore à se reconnaître d'une même identité bretonne. « On n'est pas vraiment breton si on ne parle pas le breton » : propos de locuteurs gallésants, persuadés d'être moins bretons qu'un habitant du Finistère³⁹. Ce type de discours est souvent entendu, de même que l'idée que l'Ouest de la Bretagne est un peu plus bretonne que ne l'est l'Est ; vécu à l'époque d'une revendication politique nationaliste, comme une avancée romane dans la Bretagne celte, le gallo aurait même été une création de l'état français pour entrer en Bretagne. La légitimité du gallo est donc remise en cause : trop proche du français, pas assez celte.

Le gallo, « langue » romane, ne bénéficie pas du même statut que le breton, langue celte, et les jeunes générations ne semblent pas avoir de prise de conscience face à cela.

³⁹ Le rapport au lieu de vie, comme directement lié aux pratiques linguistiques régionales et donnant du sens à l'identité de la personne, est très fréquent dans les représentations des locuteurs.

Nous noterons qu'à travers les enquêtes sus-citées effectuées par l'équipe de l'ERELLIF, ce sont les générations plus anciennes qui ont témoigné de l'existence de plusieurs variétés de gallo ou de patois. L'amalgame qui est fait entre l'appartenance à un territoire et la pratique d'une langue, un état-une langue, ne fait qu'accentuer la double négation dont certains locuteurs gallos peuvent témoigner. Le breton et le gallo sont le symbole linguistique d'une revendication dans laquelle les groupes en présence cherchent à s'approprier voire à se réapproprier un territoire. Car le territoire est un espace approprié avec un sentiment ou une conscience de son appropriation. Cette notion de territoire est à la fois juridique, sociale mais aussi culturelle et affective (et l'affectif est un paramètre important dans la recherche sociolinguistique sur les langues régionales : sphère où pratiques et représentations se confondent souvent). Le territoire se distingue en deux types d'espaces complémentaires, l'un dit « délimité » et l'autre dit « représenté » où se vit une identité, géographique et sociale qu'il faut définir pour comprendre la complexité du contexte et la difficulté à agir dans une telle situation. Ainsi, le territoire nécessite d'abord les sentiments d'appartenance (« je suis de là ») et d'appropriation (« c'est à moi », « c'est ma terre, mon domaine »), d'où un lien au domaine juridique. Peut ensuite apparaître la volonté de marquer son territoire. Et il est important de redéfinir cette notion car elle est au cœur du fonctionnement social, des usages, des perceptions des langues régionales en Bretagne.

En effet, parler de langues dominées et dominantes pour la Bretagne est témoigner d'une situation sociolinguistique complexe, dans laquelle les langues en présence, la langue de l'état et les langues régionales ne coexistent pas en situation de bilinguisme, breton / français, breton / gallo, gallo / français, mais s'opposent et se concurrencent dans un processus de ré-appropriation, non seulement du territoire, des fonctions sociales mais aussi d'une identité forte. La particularité de la Bretagne réside dans une dualité linguistique, avec la présence d'une langue romane, le gallo, et d'une langue celtique, le breton, sur un même territoire francophone.

De plus, le terme *breton* crée une difficulté de reconnaissance pour les personnes issues du pays gallo car elles sont forcées de garder une appellation bretonne sans distinction de terme créant aussi l'amalgame par les personnes de l'extérieur : les individus et la langue se nommant par le même terme, cela crée un vaste territoire à l'identité et à la langue apparemment uniques.

En comparant les vocables *breton* et *gallo*⁴⁰, nous lisons d'abord ceci :

« breton » : ...1. De Bretagne (province française)... N. Un Breton, une Bretonne..... ◇ N.m. Le breton : langue celtique parlée en Bretagne...
« gallo » : ...N.m Dialecte gallo-roman parlé dans la partie de la Bretagne où le celtique n'est pas en usage... ◇ Adj. De Bretagne non bretonnante. Le pays gallo. N. Un, une Gallo - On dit aussi GALLEC...

⁴⁰ *Le petit Robert, Dictionnaire de langue française*, Paris (édition 2003), *breton*, p. 302 ; *gallo*, p. 1155.

Le gallo est ici très clairement défini comme ce qui en Bretagne n'est pas celtique et ce de manière négative. Lorsque nous disons que par avance le breton domine le gallo, nous voyons ici que ce dictionnaire de « référence(s) » ne faillit pas à cette règle et met bien le gallo en situation de domination car défini en fonction de la place qu'occupe ou n'occupe pas le breton. Or le breton n'est en aucun cas défini dans ce sens. Cela met donc en évidence un point essentiel de notre réflexion : le breton et le gallo ne bénéficient pas de statuts équivalents et ce dans de nombreux domaines. Le breton et le gallo n'occupent pas des positions équivalentes liées aux fonctions remplies par ces deux langues. Les langues de Bretagne ne peuvent se réduire à de simples outils de communication. Elles sont aussi des vecteurs d'identités, de symboles, de cultures. Ces deux langues n'ont pas la même valeur, ne représentent pas la même chose, dans la conscience collective. Le breton est connu comme la langue (en ces termes) de la Bretagne et ce dans la conscience des Bretons comme des personnes extérieures à la région. Le gallo ne se désigne pas à l'évidence comme une langue. Dans la conscience des locuteurs gallésants, le gallo se nomme de diverses manières. Il semblerait qu'aujourd'hui l'appellation *gallo* soit majoritairement utilisée par les jeunes de 13 à 19 ans qui l'apprennent à l'école contrairement aux autres jeunes informateurs (qui ne l'apprennent pas dans le cadre scolaire), de même catégorie d'âge, qui utilisent essentiellement le terme de *patois*. Les générations précédentes, 25-49 ans et 51-73 ans, selon la catégorisation employée lors de l'enquête sus-citée « Pratiques et représentations de la langue régionale en Haute Bretagne »⁴¹, utilisent fréquemment le terme de *patois* contrairement à la génération des 75-93 ans qui utilise les termes de *patois* et de *gallo* quasiment à la même fréquence.

Dans la conscience des Bretons (au sens des habitants de la Bretagne), le gallo est une langue parfois inconnue. Par exemple, lors de cours de linguistique⁴² que j'ai donnés à l'Université Rennes 2 ces dernières années, je me souviens d'étudiants (originaire de Haute-Bretagne pour une forte proportion d'entre eux) s'interrogeant sur le mot « gallo », se demandant de quoi je parlais. Lorsque j'exprimais comme une évidence qu'il existait deux langues régionales en Bretagne, certains étudiants le découvraient. Aussi, la domination du breton dans l'espace régional breton reste forte. Une autre enquête du laboratoire CREDILIF, mise en œuvre par Thierry Bulot : « Mémoire et mise en mots de l'espace urbain bilingue voire plurilingue⁴³ », concernant la ville de Rennes, permet également de mettre en évidence ce point puisque les résultats montrent que :

Si on trouve des toponymes en breton dans nombre d'endroits dans la ville, ils figurent essentiellement dans le quartier dit du centre. La question posée à cette configuration qui semble n'être dictée que par des seules

⁴¹ BLANCHARD, Lénaïg et SHKUNAEVA, Elizabeth, 2005, p. 34.

⁴² Ce cours incluait une découverte de la sociolinguistique. J'utilisais donc le contexte sociolinguistique de la Bretagne comme exemple.

⁴³ Cette enquête fait partie d'un programme de recherche : Programme Action Concertée Incitative (ACI) « Espaces et Territoires : Société, Economie, Cultures, Langages, Représentations »; du ministère de la Recherche, en partenariat avec l'UMR CNRS *Espaces et Société* de Rennes 2.

considérations touristiques (ce centre-ville est aussi le centre historique) est la suivante : l'aménagement linguistique du centre-ville de Rennes renvoie d'évidence à une problématique glottopolitique dirigiste visant d'une part à conforter via la langue l'identité bretonne de la ville et d'autre part à inscrire le breton dans un espace légitimé qui, de facto, n'est pas celui du gallo mais d'abord celui du français.⁴⁴

La mise en mots de l'espace exprime donc, par le biais de l'action de l'homme une identité bretonne passant par la langue bretonne, bien davantage que par le gallo. Ces mêmes résultats d'enquête indiquent aussi que les informateurs, dans bien des cas, ne connaissaient pas le gallo (il a alors fallu le leur définir) ou le confondaient avec une autre langue (le gallois le plus souvent)⁴⁵. Concernant la définition du gallo, les sociolinguistes sont prudents sur la désignation de la catégorie linguistique à laquelle le gallo appartient.

Ces langues n'étant plus celles du quotidien, les fonctions qu'elles remplissent dans les autres domaines de la vie de la cité sont celles qui permettent de faire évoluer leurs statuts. Or, beaucoup plus d'actions culturelles sont produites en faveur du breton, même si le gallo connaît une meilleure considération de la part du grand public comme des décideurs politiques. Ceci est important car les décideurs politiques peuvent, par certains types d'actions, favoriser la représentation d'une langue, donc sa connaissance, et pourquoi pas sa pratique ? C'est ce qui se passe en région Bretagne puisque le 17 décembre 2004, le Conseil régional de Bretagne a officiellement reconnu le breton et le gallo comme « langues de la Bretagne », « au côté de la langue française », dans le cadre d'un plan en faveur du bilinguisme en Bretagne pour sauver les langues régionales⁴⁶. Présenté en session plénière par Jean-Pierre Thomin, président de la commission culture au Conseil régional de Bretagne, ce plan de politique linguistique a été qualifié de nombreuses fois par la presse et les acteurs locaux d'historique. Même si l'ensemble des actions présentées dans ce plan vise majoritairement la langue bretonne (la deuxième partie de ce plan linguistique concerne les « fondements démocratiques d'une politique linguistique en faveur de la langue bretonne »), le gallo est considéré dans le texte comme une langue de la Bretagne.

Le gallo est la langue romane spécifique à la Bretagne et fait partie au même titre que le breton de son patrimoine culturel. Le gallo est aujourd'hui étudié et promu par de nombreuses associations et fait l'objet d'un enseignement dans les écoles, collèges et lycées. Alors que la population est de plus en plus demandeuse pour se réapproprier cette langue, le gallo souffre néanmoins d'un manque de visibilité dans la société bretonne moderne. Les collectivités

⁴⁴ BULOT, Thierry, 2006, p.112.

⁴⁵ Ibid., p. 113.

⁴⁶ Conseil régional de Bretagne, Direction de la culture, décembre 2004, p. 4.

territoriales et l'État se doivent de protéger le patrimoine culturel que constitue le gallo et d'en favoriser l'étude scientifique et l'usage.⁴⁷

Aussi, concernant le gallo, une évolution vers une représentation plus positive de cette langue est à noter. En 1996 Christian LERAY parlait de la *vitalité du gallo qui sommeille chez beaucoup de personnes et qui pourrait émerger à tout instant*⁴⁸. Dans le même ouvrage et donc à la même période, Francis MANZANO « osait » évoquer le thème d'une *identité propre de la Haute-Bretagne* en précisant que cela est encore *très frais à l'échelle de l'histoire culturelle de l'Ouest* et préfère dire que ce *thème prend en fait corps sous nos yeux*. Toutefois, la problématique de l'identité gallèse liée aux pratiques de la langue restait entière :

On peut dire que le gallo est très vivant sur le terrain dans les années 1990, dans le bocage surtout, mais fragmenté et perçu fondamentalement comme un idiome local, strictement oral et à fonction rurale, ce qui cadre très bien avec l'espace confiné que la mécanique sociolinguistique ancienne de notre pays lui a réservé. Dans l'ensemble, les locuteurs actuels du gallo ont une représentation en même temps positive et négative du gallo.⁴⁹

La *mécanique sociolinguistique ancienne* de notre pays fait référence aux politiques linguistiques d'éradication qui visaient à anéantir les langues régionales pour laisser place au français. Comme rappelé précédemment, tout au long du XX^{ème} siècle, les événements tels que les guerres qui ont éloigné les hommes de leurs régions et pays d'origine, la scolarisation croissante pour ne citer que deux des facteurs forts ont fait que les langues régionales ont décliné dans leurs pratiques et dans leurs statuts à travers toute la France. Cette mécanique politique a ainsi fait décliner le nombre de locuteurs de langues régionales mais a également laissé des traces dans la conscience linguistique de ces locuteurs, créant des comportements de représentations très négatives de ce que sont les langues régionales empêchant ainsi la transmission familiale, etc. Sans exprimer directement le contexte sociolinguistique de la France, Francis Manzano rappelle dans le texte cité les représentations construites par les discours performatifs, les arguments et surtout leurs effets sur les pratiques linguistiques.

Le gallo, très longtemps considéré comme un patois et non comme une langue a suivi le même processus, laissant dans la conscience des locuteurs des marques vives. Aujourd'hui, nous pouvons, sans avoir la prétention d'effectuer un bilan exhaustif de la situation du gallo, dire que le gallo a gagné un statut un peu plus valorisé. Sans parler d'identité gallèse, des actions publiques sont envisagées dans le sens de la valorisation du gallo (langue et culture), révisant ainsi la mécanique classique de la

⁴⁷ Ibid., p. 3.

⁴⁸ LERAY, Christian, « Histoire de vie formative et commutations de codes sociolinguistiques », dans : MANZANO, Francis (Dir.), 1997 (1), p. 401.

⁴⁹ Ibid., pp 412-413.

sociolinguistique ancienne et ayant permis de revisiter si ce ne sont les pratiques de la langue, au moins son statut. Lors d'une enquête que j'ai menée en juin 2003 dans la commune de Noyal-sous-Bazouges (département d'Ille-et-Vilaine) auprès de la population locale pour la mise en place d'un panneau d'entrée de ville bilingue français-gallo, le regroupement des personnes présentes ce jour-là témoignait de l'évolution des représentations face à ce parler régional. Les générations toutes confondues ont pu exprimer leur point de vue et souvent le nom de « gallo » est apparu dans les échanges sans que cela pose question. La désignation, le nom donné à un parler contribue très fortement à la légitimation de celui-ci. L'action de nommer fait que le parler existe et est reconnu, au moins dans la communauté linguistique. Pour le cas du gallo, nom à valeur positive (à la différence de « patois » et même « parler », beaucoup moins valorisants), la désignation semble attestée par le plus grand nombre, personnes issues de la communauté linguistique (locuteurs ou non), personnes extérieures, médias, etc., cela contribuant à relever le statut de ce parler. Francis Manzano rappelait en 1997 combien :

Comme dans bien d'autres domaines, les années soixante-dix ont été déterminantes. C'est dans cette période par exemple que prend forme l'idée que le gallo peut être l'objet d'études et de considération, davantage même : qu'il est une langue. [...] l'idée fera son chemin au point d'aboutir à la création d'une option de langue régionale au baccalauréat, bien appréciée des élèves de Haute-Bretagne.⁵⁰

En 2002, le rapport de l'enquête « Pratiques linguistiques régionales d'élèves du primaire et de collège en zones suburbaines de Bretagne gallo » indiquait que, du fait d'une grande proximité typologique des systèmes linguistiques en contact (français normatif – français populaire - gallo), les pratiques linguistiques usuelles de beaucoup de locuteurs, notamment en zone rurale mais aussi plus ponctuellement en zones urbaines, témoigne de l'utilisation d'un système mixte, interférentiel, oscillant entre ces deux polarités graduelles qu'on pourrait appeler « gallo francisé » et « français gallésé », et qui s'apparente à ce que l'on identifie par ailleurs aussi comme du « français régional » lorsque ces interférences sont relativement stabilisées.

L'ensemble des sous-systèmes linguistiques est concerné (phonologique, morpho-syntaxique, lexical), ainsi que les conventions culturelles d'usage des codes (règles d'interactions). La présence de ce continuum agit sur les représentations sociolinguistiques (et réciproquement). Perçu comme une variété « basse » du français, et parallèlement porteur d'une identité négative à l'échelon régional (par rapport à la symbolique identitaire de la langue bretonne), le gallo est fortement stigmatisé, ainsi qu'une partie des traits, conscients, qui en sont issus.⁵¹

⁵⁰ MANZANO, Francis, 1997 (2), p. 9.

⁵¹ TREHEL, Nathalie, BLANCHET, Philippe, 2002, p. 4.

Mais aujourd'hui, on observe une insécurité linguistique moins présente, même dans les milieux ruraux populaires. Les enquêtes effectuées entre 2004 et 2005 témoignent de ce fait. On retrouve des locuteurs parlant « patois » en pensant parler « français » (une bonne partie des traits linguistiques locaux restent inconscients), mais on retrouve aussi et surtout des locuteurs actifs apprenant le gallo dans le cadre scolaire, des personnes (locutrices ou non) nommant le parler avec le terme « gallo ».

Puis, sans diagnostiquer à nouveau la situation de ces deux langues, il est important de signaler que les langues régionales de Bretagne connaissent une dynamique de pérennisation par le biais d'actions culturelles et politiques dont l'affichage bilingue est la première preuve. Depuis environ 20 ans les représentations autour des langues régionales en Bretagne ont changé. Nous sommes passés d'une ère « éradicatrice » à une ère de valorisation par le biais de l'affichage bilingue notamment. Avec l'existence de ces deux langues, le breton et le gallo, sur un même territoire breton, une dualité est présente autant d'un point de vue linguistique que du point de vue territorial. Une difficulté existe pour l'une et l'autre de partager un territoire il est vrai identitairement fort, et sur lequel les acteurs sociaux agissent et réagissent souvent plus en faveur de l'une que de l'autre. D'un point de vue global, le français est la langue dominante en Bretagne. Au niveau des langues régionales, le breton domine le gallo dans tous les domaines que ce soit culturel, linguistique, patrimonial, etc. Plutôt que de parler de domination, Jean-Baptiste Marcellesi parle d'hégémonie linguistique et culturelle, c'est-à-dire de l'acceptation de la supériorité d'une langue, d'une variété ou d'une norme extérieures à leurs parlers par les locuteurs de langues et variétés minorées⁵². L'hégémonie est le phénomène par lequel le dominant fait accepter sa domination, non plus par la contrainte, mais par un certain nombre d'avantages et de faits présentés comme des bienfaits pour les dominés. En revanche dans une situation de simple domination, le dominant ne cherche pas à justifier sa domination mais utilise la contrainte. Nous ne sommes effectivement pas dans une situation de domination simple en ce qui concerne le rapport breton/gallo puisque la jeune génération (exemple des étudiants de 18-21ans) originaire de Haute-Bretagne n'a certaines fois pas connaissance de l'appellation gallo et par extension, nous pouvons imaginer que dans ce cas précis ces mêmes personnes n'ont pas la conscience « d'une culture gallèse » et ne souffrent donc pas d'une domination quelconque. Les cas où le fait de dominance se ressent sont les discours des locuteurs ayant la conscience de leurs pratiques et la volonté de les valoriser, de les faire évoluer, de les diffuser, voire de les pérenniser. Le poids d'une identité bretonne ne passant que par la langue bretonne et la culture celtique qui s'y rattache est lourd pour deux raisons :

- soit cette identité englobe la Haute-Bretagne de fait, niant la culture gallèse ;
- soit cette identité est présentée comme plus représentative de l'ouest de la Bretagne et moins de l'est, plaçant de toute façon la Haute-Bretagne dans une situation de minoration culturelle face au reste de la région.

⁵² MARCELLESI, Jean-Baptiste et BULOT, Thierry, BLANCHET, Philippe, 2003, 308 pages.

Aussi est-il délicat de parler d'hégémonie bretonne dans le sens où la supériorité de la langue bretonne par rapport au gallo n'a même pas à être acceptée puisqu'elle peut être vécue en toute inconscience de supériorité. Dans les pratiques linguistiques, si nous nous référons au nombre de locuteurs que ces deux langues regroupent, le nombre de brittophones est bien évidemment très supérieur au nombre de gallésants. Dans le domaine public, les actions en faveur de la langue bretonne, qu'elles soient politiques, culturelles, qu'elles contribuent à l'identité visuelle de la région ou non, le breton est dans la dominance face au gallo. Nous sommes donc dans une situation sociolinguistique complexe, présentant une hiérarchisation des « langues » régionales. Nous nous interrogeons sur la catégorisation du gallo puisque lui attribuer le terme de « langue » renvoie nécessairement à la production sociale (les locuteurs ont la conscience de son existence par leurs propres pratiques linguistiques mais aussi celles des autres, pratiques représentées comme réelles) minimum du parler en question. Or, comment évaluer cette production ? Le breton est une langue minorée face à la langue nationale mais valorisée par rapport au gallo. Et, nous retiendrons que même si aujourd'hui on peut vivre en Bretagne sans parler breton ou sans parler gallo et se promener à travers la région sans n'avoir jamais à entendre ni l'une ni l'autre de ces langues, les signes extérieurs (tel que l'affichage public) indiquent la présence, la survivance des ces deux parlers de manière plus ou moins forte mais en tout cas en forte croissance depuis ces 20 dernières années. Même si le breton reste la langue représentative de toute la Bretagne (l'affichage bilingue français-breton dans les communes d'Ille-et-Vilaine en témoigne également), le gallo existe et est reconnu sous cette dénomination dans les sphères privées comme publiques.

Enfin, je ne saurais conclure sans rappeler que la question linguistique bretonne a un caractère d'actualité très fort en Bretagne car très régulièrement voire quotidiennement, la presse locale telle que Ouest-France publie des articles traitant de cette question. 1088 articles ont été recensés en 2005. Le secrétariat de rédaction du journal Ouest-France, situé à Rennes, possède un logiciel qui permet de recenser le nombre d'articles paru dans l'année en cours, en fonction de mots clés spécifiques. Soit par l'entrée « Langue bretonne » : 1088 articles recensés. Cela correspond à tous les articles, sur l'ensemble des éditions Ouest-France à travers la France, traitant spécifiquement du sujet « langue bretonne »⁵³. Par l'entrée « gallo » il est intéressant d'observer que 509 articles sont recensés sur l'année 2005. Toutefois cette entrée lexicale inclut l'expression « gallo-romain(s) ». Par l'entrée « langue gallo », 6 articles seulement sont recensés et par l'entrée « parler gallo » : 37 articles apparaissent. Ouest-France publie donc peu d'informations concernant le gallo. Chaque article publié doit avoir un potentiel d'intérêt pour les lecteurs. Les chiffres précédents laissent donc supposer soit un manque d'intérêt, soit tout simplement un défaut de communication de part et d'autre (locuteurs et journalistes) des manifestations liées au gallo, des cours

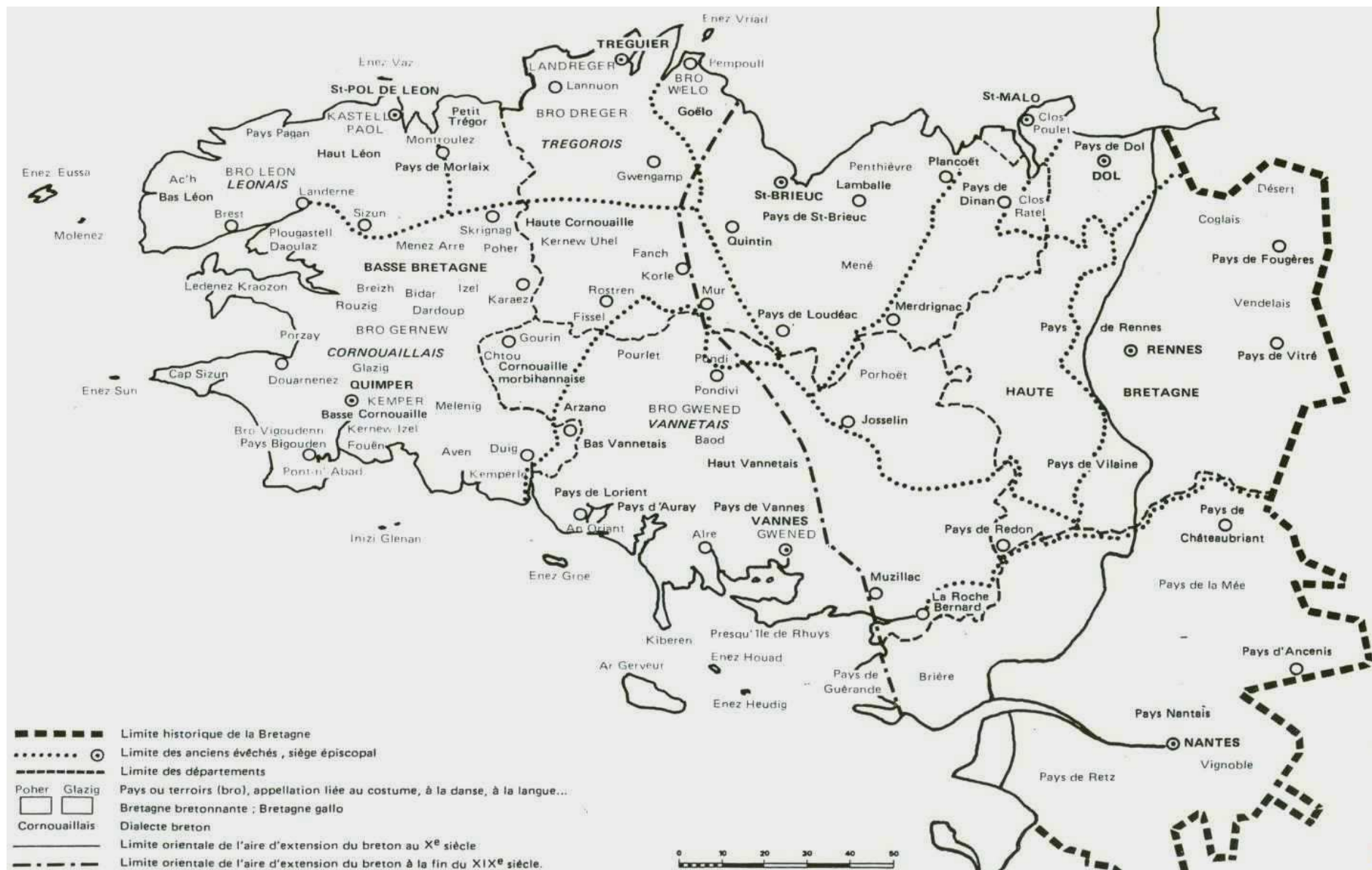
⁵³ Le découpage trimestriel n'indique pas de période plus ou moins consacrée à cette thématique puisque tout au long de l'année, le nombre d'articles publiés parlant de la langue bretonne est homogène : janvier à mars 2005 : 292 articles publiés ; avril à juin 2005 : 241 articles publiés ; juillet à septembre 2005 : 276 articles publiés ; octobre à décembre 2005 : 279 articles publiés.

Cela signifie qu'il n'y a pas d'action de communication spécifique par cette voie durant les périodes où les ventes de journaux sont susceptibles d'augmenter fortement, telle que la période estivale. Il n'y a vraisemblablement pas plus d'action de sensibilisation à la langue bretonne dans ces moments-là.

de gallo, des actions des associations et autres en faveur du gallo, etc. L'Office de la langue bretonne collecte lui aussi l'ensemble des articles traitant de l'actualité de la langue bretonne dans des cahiers les répertoriant sous les catégories « le breton dans la vie publique », « média », « édition », « vie culturelle », « enseignement », « politique linguistique ». Cela donne lieu à cinq cahiers, donc un peu plus de 1000 pages d'articles concernant la langue bretonne chaque année. Nous avons vu que les actions politiques évoluent de la même façon que les publicités par le biais d'un marketing territorial.

2.5 À quelles langues a-t-on affaire dans l'espace public ?

Dans ce contexte, je retiendrai alors la multiplication des formes d'affichage bilingue et symbolique à travers toute la Bretagne (et principalement la Bretagne historique). Il faut rappeler que la langue à laquelle nous avons affaire dans l'espace public peut varier selon le lieu d'affichage. Le breton parlé comprend quatre dialectes principaux. (Cf. carte suivante, carte 6). Le premier est le « cornouaillais », « kerneveg » en breton, qui est parlé dans la majeure partie du Finistère, sauf dans le Nord, dans le nord-ouest du Morbihan et, le sud-ouest des Côtes d'Armor. Le « léonard », « leoneg » en breton, est parlé dans le Nord Finistère. Le « trégorois », « tregerieg » en breton est parlé dans le nord des Côtes d'Armor, et la zone du Goëlo qui comprend la « presqu'île » de Paimpol et la région qui s'étend plus au sud. Notons que le breton du Goëlo est une variante du « trégorois ». Enfin, le « vannetais » ou « gwenedeg » en breton est parlé dans la moitié ouest du Morbihan, sauf dans la région de Gourin.



Carte 6. Carte extraite de VETTER (1999), p.89

Au travers de l’affichage bilingue en Bretagne, et quel que soit le support utilisé, c’est la forme nommée KLTG (ou KLT), ou encore ce qu’Hervé Abalain nomme la forme « super unifiée ⁵⁴» qui est la plus représentée. Les formes bretonnes utilisées proviennent principalement de l’orthographe nommée « peurunvan », c’est-à-dire l’orthographe unifiée, « peurunvan » signifiant complètement unifiée. C’est aussi l’orthographe qu’utilise l’Office de la langue bretonne. Pour la partie morbihannaise, un affichage dialectal (vannetais) est visible mais pas forcément systématique. Des exemples sont étudiés, par exemple p. 107.

Pour faire un rappel sur l’orthographe du breton, le vannetais (ou « gwenedeg ») possède sa propre norme orthographique depuis le XVIII^{ème} siècle. En 1908, l’Entente des écrivains bretons proposa une orthographe commune. Elle est appelée KLT en référence aux trois évêchés qu’elle concerne : Kerne, Leon, Treger)⁵⁵. Les écrivains vannetais ont refusé cette norme. Aussi, ce n’est qu’en 1941 qu’une graphie commune aux deux variantes apparaît : le « peurunvan », qui pose la forme /zh/ comme une convention. Deux autres orthographes sont aussi utilisées : l’orthographe dite universitaire mise en place par François Falc’hun en 1956 et une orthographe dite interdialectale, mise en place en 1975 et utilisée dans la méthode *Le Breton sans peine* notamment (méthode d’apprentissage du breton mise au point par Fañch Morvannou). Le « peurunvan » est une orthographe très fréquente en Bretagne par le fait que l’Office de la langue bretonne l’utilise. Étant donné sa collaboration avec les institutions et les entreprises, son action dans le domaine de l’affichage public de la langue bretonne, c’est à cette orthographe que nous sommes le plus confrontés.

La variété dialectale est souvent citée comme un frein pour utiliser une langue dans l’espace public (par rapport au nombre de dialectes utilisés par exemple). C’est un argument pour ne pas mettre en place d’actions d’affichage bilingue. Toutefois, dans la partie morbihannaise, la variété vannetaise pourra être visible. Le vannetais est la langue du « Bro Gwened » c’est-à-dire du « pays de Vannes ». Il ne couvre pas tout l’ouest du Morbihan, puisque dans la région de Gourin-Le Faouët, on parle plutôt le cornouaillais. Par contre, il « déborde » le Morbihan vers Quimperlé et vers Gouarec au nord. C’est la Laïta et l’Ellé (deux fleuves) qui constituent la limite ouest du vannetais, tandis que la limite est se traduit par une ligne reliant, grosso modo, Vannes, Locminé, Pontivy. À l’est des paroisses de cette région, on parle le « gallo ». Le vannetais a deux sous dialectes, le bas-vannetais (B.V.) et le haut-vannetais (H.V.), plus à l’est. Les différences entre le bas et le haut-vannetais se rencontrent principalement à l’oral, dans quelques terminaisons où la prononciation

⁵⁴ ABALAIN, Hervé, 2004, p. 77.

⁵⁵ On a souvent entendu dire que les bretonnants vannetais ne parlaient pas un « vrai breton », qui était plutôt représenté par le breton du Finistère. Il a fallu attendre les années 80 pour entendre déclarer un genre nouveau de discours à propos de la langue bretonne, qui indiquait une forme d’égalité entre les quatre dialectes.

diffère. Aucune forme distinguant le bas du haut-vannetais n'aura donc été remarquée à travers l'affichage public bilingue.

Ce qui distingue le K.L.T. du vannetais, c'est précisément l'accent tonique et les consonnes [z] et [h]. L'accent tonique en K.L.T. est très souvent placé sur l'avant-dernière syllabe, en vannetais sur la dernière syllabe en général, sauf en bas-vannetais où il est plus mobile et moins intense qu'ailleurs. Beaucoup de mots se terminant par un [z] en K.L.T., se terminent par [h] en vannetais. Par exemple, on trouve « Breiz » en K.L.T., et « Breih » en vannetais. Pour unifier ces formes on a proposé le groupe [zh] (réforme de 1941). C'est ainsi que l'on voit écrit « Breizh », signifiant « Bretagne », forme de laquelle émane le symbolique « BZH ». Cette forme est la plus présente dans l'espace public.

Dans les écoles du Morbihan, c'est principalement la langue littéraire bretonne qui est enseignée, langue qui rejoint donc davantage le K.L.T. Les professeurs ont néanmoins compris qu'il était important que les élèves morbihannais soient familiarisés avec le vannetais. Ils enseignent la forme unifiée et précisent la variante dialectale selon le lexique enseigné. Nous n'oublierons pas que l'enseignement passe aussi beaucoup par l'oral et que le vannetais sera donc davantage présent dans l'enseignement dispensé en Morbihan si les enseignants le parlent.

Concernant l'affichage bilingue et les exemples recensés pour cette étude, nous noterons que pour le breton :

La forme bretonne unifiée est la forme majoritairement adoptée. Pour les panneaux situés dans la zone morbihannaise bretonnante, les formes sont vannetaises pour la plupart d'entre elles. D'ailleurs, c'est une tendance notable dans l'évolution de l'affichage bilingue puisque concernant, par exemple, les travaux récents de l'Office de la langue bretonne, la tendance va plutôt à un affichage public de la variété dialectale locale, ce qui n'est pas le cas par exemple, pour la carte routière qu'il a éditée en 2006. Les publics ciblés ne sont pas les mêmes, car un panneau d'entrée de ville concerne directement la population qui y vit et qu'on sensibilise davantage à la forme « correspondant » au territoire sur lequel elle apparaît. Cette situation peut révéler une problématique spécifique : à quel(s) public(s) s'adresse l'affichage bilingue, dans ses formes de signalétique publique ? Est-ce que la langue représente la même chose pour les différents publics auxquels l'affichage s'adresse ? Par rapport aux locuteurs, le fait d'afficher la variété locale permet que les locuteurs se reconnaissent dans la langue qui est affichée et permettra sans doute un certain rapprochement entre les locuteurs (tout dépendra aussi de la forme orale utilisée). Beaucoup de questions transversales par rapport au sujet de l'affichage des langues régionales se posent. Elles ne pourront pas toutes être traitées dans cette étude mais quelques éléments de réponse seront apportés au fur et à mesure de l'analyse.

Le gallo est composée de trois variantes dialectales : nord (Pays de Rennes, Dol, Saint-Malo, Saint-Brieuc, Trégor gallo, Cornouaille gallèse), centre (Vannetais gallo, Pays de Guérande, Brière, Pays de la Mée) et sud de la Loire (Pays de Retz, Vignoble). Il est davantage oral qu'écrit et les quelques cas d'affichage recensés pour cette étude

indiquent une orthographe qui se veut normalisée. L'écriture du gallo est un débat actuel et difficile et l'écriture d'un standard est tentée depuis plusieurs années.

Les cas d'affichage bilingue, choisis et répertoriés dans le support numérique joint en annexe, ne seront pas analysés pour leur forme dialectale. Le type de langue affichée ne sera pas l'objet principal de cette recherche mais quelques éléments seront apportés au fur et à mesure de l'étude pour permettre de compléter le contexte socio-linguistique de la Bretagne⁵⁶.

3. Le projet et le cadre de recherche

La présentation du contexte sociolinguistique de la Bretagne indiquait précédemment un usage décroissant des langues régionales de Bretagne et ce d'une manière générale. Mais ce contexte évoquait majoritairement la situation des pratiques communicatives des locuteurs actifs des langues régionales. Or les cadres scolaires, familiaux, associatifs ne sont pas les seuls cadres de pratique des langues régionales. Tout dépend de ce que nous considérons comme « pratiques linguistiques ». Échanger oralement entre plusieurs interlocuteurs en utilisant le breton ou le gallo ne constitue ni la seule forme de pratique linguistique (prise au sens large) ni la seule forme de pratique communicative. En effet, les formes d'affichage bilingue, en tant que présentation visuelle de données : indications routière, géographique, publicité, etc., constituent bien une forme de pratiques souvent tout aussi dynamiques/actives qu'un échange oral entre plusieurs locuteurs ; à la seule différence près que le contexte d'action linguistique n'est pas le même et que les motivations sont autres. Avant d'en venir à cette analyse, je rappellerai comment l'espace dans lequel nous vivons et les différents sous-espaces qui constituent notre environnement est fourni d'une quantité de supports permettant un affichage multiple de données, elles-mêmes très diversifiées par leurs natures (nature principale : mots issus de langues diverses, sous-catégorisation de la nature des mots, mais aussi nature des données : couleurs, graphismes, etc.) comme par leurs fonctions.

La mise en mots des espaces et particulièrement la mise en mots de l'espace urbain est un sujet qui a été parcouru dans de nombreuses disciplines. Que ce soit pour étudier les dénominations de la ville, les pratiques langagières de la ville et dans la ville, les géographes, les urbanistes, les sociologues, les anthropologues, les historiens, etc. ont travaillé et/ou se sont associés pour comprendre ou construire ces espaces. Depuis quelques années (récemment en France) les sociolinguistes se penchent sur la question de l'espace urbain (le terrain urbain est le fondement historique des travaux sociolinguistiques) pour problématiser l'urbanité et surtout l'urbanisation linguistique ou encore ce que Thierry BULOT a nommé l'urbanité langagière. Je retiendrai cette

⁵⁶ À divers moments de mon étude, David Le Roux, traductologue, m'a aidé à la reconnaissance des formes dialectales présentes dans l'espace public.

expression comme significative du contexte de ma recherche, l'urbanisation linguistique n'exprimant que l'utilisation d'un certain lexique dans l'espace urbain alors que l'urbanité langagière signifie dans un contexte urbain l'appréhension des langues, des mots, de leur contexte d'affichage, de leur support, des « artifices » de couleur, de graphisme les entourant, pour comprendre le fonctionnement de la mise en mots de cet espace et le sens que cela a pour l'usitaire. À travers toute cette recherche, j'utilise le terme **d'usitaire** pour ne pas dissocier les utilisateurs des destinataires et désigner ainsi les personnes à la fois utilisatrices et bénéficiaires de l'affichage public bilingue. Aussi, il est important de

... conceptualiser la spatialité socio-langagière dans la mesure où la ville n'est pas uniquement un fait démographique ou géographique mais est d'évidence un fait qui relève du culturel, du social... une *urbanité langagière* fonctionnellement empreinte du rapport aux langues représentées ou effectivement présentes dans l'espace urbain. Le terme même intègre dans le rapport à l'organisation socio-cognitive de l'espace de ville non seulement les pratiques linguistiques elles-mêmes mais aussi les pratiques discursives et notamment les attitudes linguistiques (celles rapportées à la structure de la langue) et langagières (celles liées à la structure linguistique).⁵⁷

Les pratiques discursives notamment langagières permettent de rendre concret le profond désir de communication émanant de tous les acteurs de la vie de la Cité, aussi bien politiques, culturels qu'économiques envers les citoyens, acteurs principaux de la Cité. La communication, la transmission de messages est une nécessité dans l'organisation de la vie de la Cité et dans la construction d'un monde commun dont certains acteurs jouent, à des fins plus ou moins commerciales, selon les situations. La communication, inhérente à la condition humaine, est à la mode depuis quelques années surtout dans le domaine des nouvelles technologies où les prouesses de mise à disposition de nouveaux moyens de communication ne cessent d'évoluer.

La place de la communication dans la vie publique et économique n'a fait que croître, surtout en ce qui concerne la communication de masse, conceptualisée par des systèmes d'organisation de masse dont la publicité est une des figures marquantes. Tant les institutions démocratiques que le secteur économique, via les entreprises, la consommation, le tourisme, les stratégies de développement, etc. s'appuient massivement sur la communication, par des moyens différents mais pour des objectifs identiques. Communiquer pour informer, renseigner, transmettre, séduire, influencer, vendre sont autant de desseins que les émetteurs choisiront à destination de récepteurs ciblés dans chacun des cas.

Pour exister, pour se faire connaître, pour (se) vendre, pour (se) faire de la publicité, les institutions publiques comme les entreprises usent de différents moyens de communication et l'affichage, par le biais d'affiches, de panneaux, de logos, de publicités et d'autres types de supports, en est un élément fondamental. Pour cette

⁵⁷ BULOT, Thierry, 2003 (1), pp. 101-102.

recherche, je m'attarderai sur un type spécifique d'acte de communication : l'affichage bilingue en Bretagne.

L'objet principal de ma recherche est un questionnement autour de la discursivité des territoires où se situe l'affichage bilingue en Bretagne. Nous évoluons à travers une spatialité socio-langagière, empreinte, marquée par une mise en mots communicante auquel tout un système social, fait d'individus aux rôles divers, participe. En effet, il ne peut être possible de ne pas communiquer entre les individus d'une part mais surtout entre les instances communes (que ce soit une entreprise, une instance publique, etc.) et les individus pour qui elles existent. Le contenu et la relation (définie par des régulateurs) sont fondés sur des motivations diverses et s'adressent à des publics différents.

Il s'agit donc d'observer la mise en place d'un processus de communication, soit le mode de fonctionnement langagier lié à l'affichage bilingue public en Bretagne composé d'une suite d'opérations le plus souvent normalisées (c'est-à-dire répondant à des règles et des stratégies d'affichage), établi par différentes instances (instances publiques, entreprises, associations).

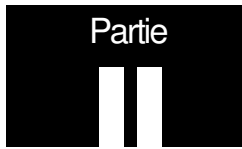
La présence et la multiplicité de l'affichage bilingue et symbolique à travers les particularités sociolinguistiques de la région Bretagne (hiérarchisation des parlers régionaux, dualité linguistique, sentiment d'appartenance entre autres) posent un certain nombre de questions sur la place et les fonctions de l'affichage bilingue aujourd'hui en Bretagne.

En effet, la dynamique du territoire breton semble être empreinte d'une volonté de valorisation générale de la région. À différentes échelles (communale, départementale, régionale mais aussi culturelle, politique et économique), l'affichage bilingue semble être un des outils disponibles pour cette démarche de valorisation. Les politiques publiques d'aménagement (aménagement urbain, aménagement linguistique entre autres) indiquent une très forte croissance des demandes de mise en place de signalétique bilingue de la même façon que les entreprises implantées en Bretagne usent des symboles culturels bretons dont la langue régionale est un élément fondamental, pour mener le développement de certains produits commercialisés.

L'image de la commune, de la ville, de l'entreprise, etc. semble être un facteur de questionnement pour les décideurs de ces institutions et à nouveau l'usage de la signalétique bilingue sur différents supports de communication apporte vraisemblablement une réponse, se plaçant comme un facteur de développement, de valorisation non négligeable.

Aussi, c'est en observant les formes, les usages, les motivations d'affichage et les fonctions de cette signalétique bilingue et symbolique, en corrélation avec les entretiens auprès de décideurs institutionnels, de personnalités dont l'action professionnelle contribue au développement de la présence de la signalétique bilingue que je pourrai déterminer la place, le rôle qu'occupe l'affichage bilingue en Bretagne aujourd'hui.

Quels sont les processus de mise en place de ces affichages ? Pourquoi sa présence se développe-t-elle ? L'ensemble des informations spatialisées (le lieu d'implantation de l'affichage est un facteur important) qu'ils transmettent permettra d'analyser la dynamique du territoire breton sur les questions linguistiques concernant les langues régionales et leurs perspectives d'avenir.



L'affichage bilingue et symbolique en Bretagne : usages, fonctions et motivations

1. Le territoire breton, un espace communicant

Communiquer signifie l'existence d'échanges, de relations entre un émetteur et un récepteur, unique ou multiple pour l'un et l'autre des actants. Dans tout échange communicatif, que ce soit nos conversations quotidiennes formelles ou informelles, une communication en face à face ou entre une personne et un groupe ou toute autre forme de communication, nous nous adaptons à des règles pré-établies. Toute communication est une construction collective, que l'échange entre l'émetteur et le récepteur soit direct ou indirect. Elle est le résultat d'un travail collaboratif, parfois inconscient de la part du récepteur⁵⁸, mais qui exige que les acteurs de la communication ajustent en permanence leurs comportements respectifs et négocient au cours de l'échange l'ensemble des éléments dont sont faits les actes de communication.

En effet, si nous prenons le cas d'une conversation entre deux individus, elle se construit au fur et à mesure par l'ensemble des interactions verbales que ceux-ci créeront, de manière successive mais aussi simultanée, chaque phase d'émission et de réception étant en relation de détermination mutuelle :

La réception est bien évidemment commandée par l'émission (les opérations interprétatives s'effectuent à partir du signifiant produit par l'émetteur, et plus ou moins bien transmis par le canal ; ainsi que sur la base d'un certain nombre d'hypothèses concernant les opérations d'encodage et les intentions supposées de l'émetteur), mais aussi l'émission est commandée par la réception, ou ce qu'en suppose du moins l'émetteur..., c'est-à-dire que L1 [le locuteur n° 1] fait par anticipation certaines hypothèses concernant l'interprétation et les réactions éventuelles de L2 [locuteur n° 2], hypothèses qui vont en permanence infléchir les opérations d'encodage [L1 et L2 se partageant successivement et parfois simultanément les rôles d'émetteur et de récepteur].⁵⁹

1.1 Le concept de communication

Les études / recherches sur la communication ont, au départ, majoritairement concerné le domaine technique (avec des études sur un outillage de plus en plus

⁵⁸ Lorsque l'acte de communication est une publicité, le récepteur, public cible, n'a pas participé directement, de son propre chef à la création du message.

⁵⁹ KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine, 1990, p. 25.

performant pour permettre les échanges entre individus d'une part et entre individus et machines d'autre part) puis les systèmes simples d'échanges conversationnels entre les individus. En effet, expliquer les processus de communication a toujours été dans le courant du XX^{ème} siècle un sujet de recherche et de débat d'abord technique puisque c'est en cherchant des solutions mathématiques qu'on en est venu à expliquer la communication humaine, usant des mêmes procédés ou éléments que sont pour l'essentiel : un émetteur, un récepteur, un code et un canal. Les premiers modèles de communication (dans les années 1940, Claude E. Shannon, Norbert Wiener) présentaient alors des modèles linéaires reposant sur des chaînes d'éléments tels que : une source d'informations, un émetteur qui transforme le signal en un code, un canal de transmission, un récepteur qui décode les signaux, un destinataire du message, et la mise en évidence de la perte d'informations susceptible d'intervenir lors de la transmission par un phénomène appelé « bruits ». Les modèles de communication étaient représentés comme des modèles « simples » présentant l'ensemble des paramètres de l'acte de communication comme des éléments distincts les uns des autres mais toutefois associés, liés par les échanges des interlocuteurs pour former la communication. Il s'agissait donc d'une conception unilatérale où le message provenait d'un émetteur actif et allait vers un récepteur passif, l'encodage de l'émetteur n'apparaissant pas comme directement lié au potentiel décodage du récepteur, etc.

Ces modèles, en vigueur jusque dans les années 1950 se sont transformés pour laisser place à des modèles plus complexes, tenant compte d'autres paramètres essentiels. C'est ainsi que l'on a vu apparaître l'approche ethno-sociologique (ou ethno-sociolinguistique ?) venue des États-Unis dans les années 1960. On a alors assisté à l'émergence de l'ethnographie de la communication (Dell H. Hymes en 1964), de la sociolinguistique interactionnelle (John J. Gumperz en 1964), de la sociolinguistique variationniste (William Labov en 1972) et de la théorie des actes de langage (John Langshaw Austin en 1962 puis John Searle en 1969). D. H. Hymes et J. J. Gumperz ont amené les bases de l'ethnologie de la communication qui associe les ressources verbales et les règles d'interaction et de la communication d'une communauté linguistique.

We assume that a speaker begins with a certain communicative intent, conscious or subconscious. He may want to ask for something specific – a favor, some information – or he may want to persuade the other or simply talk to be sociable. One of his first steps is to determine what if any limitations the environment imposes on his choice of interactional strategies. Each culture classifies its surroundings into discrete categories of environment... The speaker must scan his surroundings to decide which classification applies. Simultaneously the speaker utilizes his knowledge of his audiences and their possible social identities... to determine what role to enact. Social rules, therefore, are much like linguistic rules, they determine the actor's choice among culturally available modes of action or strategies in accordance with the constraints provided by communicative intent, setting, and identity relationships.⁶⁰

⁶⁰ GUMPERZ, John J., HYMES, Dell, 1986, pp. 15-16.

Nous remarquerons l'importance de la mise en relation d'éléments de natures diverses (sociale, identitaire, linguistique, normative, etc.) dans la construction de l'acte de communication. Selon la perspective de Gumperz et Hymes, les interlocuteurs construisent les échanges en fonction de leurs représentations, catégorisées dans des champs que la société pré-définit, mais que les individus contribuent eux aussi à consolider par les usages qu'ils en font. Ce que nous pourrions retenir comme élément de réflexion moteur, c'est le système complexe de l'interaction : dans un échange entre deux personnes par exemple, chaque « Je » que représente chacun des interlocuteurs est inclus dans un « Nous », pouvant définir deux ou plusieurs « communautés » (linguistiques, identitaires) distinctes puisque chaque individu peut se sentir, se dire appartenir à plusieurs « communautés » à la fois, chacune ayant ses codes, ses normes, ses représentations et surtout ses habitudes. Les échanges se construisent selon un passage incessant entre le « je » et le « nous » mais aussi entre le « je » et le « nous » de l'Autre. Aussi, dans la description et la compréhension de tout modèle forcément complexe de l'interaction, ces éléments seront à prendre en compte.

Il est important de retenir que l'ensemble de modèles, issus de différentes théories des sciences du langage principalement, apportent aujourd'hui plusieurs outils à l'analyse de discours. L'ensemble du champ de recherche autour du « discours » s'inscrit d'ailleurs dans l'évolution plus globale des sciences du langage représentées par les courants mentionnés juste précédemment à partir des années 1960. On ne peut détacher le concept de communication de celui de discours puisque lorsqu'on parle de communication, que ce soit par le moyen de l'oralité, de l'écriture, de l'image, etc., la mise en mots, en sons ou en images est du discours. Différents modèles d'analyse de la communication et donc d'aide à l'analyse de discours ont été proposés, et celui de D. H. Hymes est intéressant en ce sens car il permet de définir l'acte de communication comme une série d'événements de la parole et d'actes de la parole dans un contexte culturel.

Il s'agit du modèle SPEAKING, acronyme correspondant à l'ensemble des paramètres permettant d'analyser un énoncé en contexte ; et non plus isolément.

- S** : Settings: je le traduirai par « contextes », il s'agit à la fois du contexte spatial (lieu) et temporel, liés au contexte psychologique des actants ;
- P** : Participants: ce sont les actants, soit les personnes qui de quelle que façon que ce soit même au titre de la simple figuration et de la façon la plus passive participent à l'acte de communication ;
- E** : Ends: ce sont les objectifs, les finalités (distinguées en deux sous-composantes : les buts / les intentions et les résultats, puisque l'intention ne définit pas le résultat) ;
- A** : Acts: ce sont les « actes de langage », au sens du concept pragmatique ;
- K** : Keys: ce sont les tonalités, ou les tons sur lesquels les échanges se dérouleront. Chaque actant pouvant passer d'un ton à un autre (en passant du rire à la colère par exemple).

- I : Instrumentalities: ce sont les instruments ou les moyens de la communication. Ce sont les canaux et les codes utilisés pour que la communication fonctionne ;
- N : Norms: ce sont les normes, les règles de la communication, les règles de l'interaction (gestion des tours de parole, des comportements, etc.). Il serait sans doute préférable ici de parler d'habitudes, souvent inconscientes chez les individus et qui dictent leurs comportements. Le terme de « normes » pourrait sous-entendre que les changements ne peuvent pas se produire si on souhaite que la communication fonctionne ;
- G : Genres: ce sont les types de discours, liés au précédent paramètre (Norms) : les types de discours sont associés à des habitudes, à des façons de faire.

Dans le domaine de l'analyse de discours, ce modèle a permis d'analyser les échanges en relation avec la situation de communication, autrement dit le contexte.

Nous sommes ici au cœur de la problématique sociolinguiste, l'objet d'étude ne pouvant se réduire à l'opposition langue/parole ou compétence/performance, cadre trop étroit pour saisir les faits de langue dans toute leur dimension, l'étude du langage dans son contexte socioculturel étant le fondement de cette science. Alors, sur la base de ce que Noam Chomsky a nommé *la compétence linguistique*⁶¹, Dell H. Hymes a proposé *la compétence communicationnelle*, nous conduisant donc vers une approche sociolinguistique : il ne s'agit plus de se limiter à la phrase (ou au texte) produit mais de s'ouvrir au discours, d'élargir le champ de compréhension et d'analyse, le langage étant alors pensé comme une pratique sociale de sorte que le critère d'évaluation (l'objectif étant la validation) de l'efficacité du discours devient la production d'énoncés contextuellement appropriés. L'aptitude d'un locuteur à émettre des énoncés ne se réduit pas à sa seule connaissance de la langue ou des langues qu'il utilise mais comprend aussi toute sa capacité d'interprétation, d'adaptation au contexte d'énonciation dans lequel il se trouve. Cette compétence est essentielle en cela qu'elle présuppose une représentation du cadre d'échanges⁶² qui dépasse le simple cadre générique et usuel de l'interaction pour intégrer la représentation construite de la communication aux habitudes de laquelle il faut se plier sous peine de mal-compréhension par l'ensemble des interlocuteurs, d'exclusion d'un ou de plusieurs actants, de différends, etc. Elle servira aussi à envisager au préalable le type de production générique que la communication requiert dans laquelle devront être mises en oeuvre des compétences d'ordre textuel et linguistique par exemple, lorsqu'il s'agit de la création d'un message publicitaire de type slogan par exemple⁶³. Aussi, pour communiquer, il ne suffit pas de connaître un système linguistique, il faut aussi maîtriser le contexte socioculturel dans lequel l'acte de communication se produit pour que cela fonctionne.

⁶¹La compétence linguistique de Chomsky correspond à la capacité que possède un locuteur de générer une série infinie de phrases dont un « locuteur idéal » peut percevoir la signification.

⁶²C'est ce que je nommerai plus loin, une sphère. Cf. p. 198.

⁶³ Dans ce domaine, le fait d'aller contre les habitudes peut devenir un critère d'efficacité car pour reprendre l'exemple d'une publicité, le renouveau, l'originalité voir la subversion sont des éléments marquants aux yeux des consommateurs et deviennent donc efficaces.

1.2 Comment fonctionne la communication publique en Bretagne ?

1.2.1 Focus sur les formes de communication/ signalisation : classification des formes d'affichage bilingue et des types de supports

Dans le vaste champ de la communication, encore plus que dans n'importe quel autre champ de recherche, pour comprendre le fonctionnement d'un phénomène, d'un événement, d'un fait, il est indispensable de le saisir en contexte. Il est nécessaire de tenir compte du contexte, plus large, dans lequel il s'englobe. Après cette brève mise en place du concept de communication, je préciserai que le champ de la communication publique répond à un processus réinvestissant les pré-établis de n'importe quel acte de communication mais dans un contexte d'action spécifique. Les finalités de la communication ne sauraient être dissociées de celles des personnes, des institutions émettrices, d'où la nécessité d'isoler le contexte communiquant sur lequel j'ai basé ma recherche. Aussi la catégorisation des formes d'affichage bilingue présentes dans l'espace public breton nécessitera de dire quelques mots sur l'identité des institutions émettrices, leurs fonctions dans le domaine public lorsque cela sera utile, leurs motivations à émettre de l'information bilingue et les résultats attendus.

La communication publique aura pour nous deux sens : les messages à intérêt public et les messages émis dans un espace public. J'associe volontairement les deux sens car dans la dynamique économique et culturelle bretonne, l'espace public se partage un ensemble de messages intéressant la population, à titre informatif mais aussi à titre commercial. Dans ce cas précis, les émetteurs utilisent dans certains cas les deux versants informatifs culturels et commerciaux pour un seul et même objectif.

Les données relevant de la communication (spécifiquement du domaine de la signalisation/ signalétique) dans l'espace breton concernent la signalisation routière (pour indiquer les directions, les distances, les lieux patrimoniaux et touristiques), la signalisation touristique (pour les informations de type hébergement, alimentation, les informations renseignant sur la particularité d'un lieu, présentant la personne représentée en statue, etc.), les signalétiques externe et interne aux bâtiments (bâtiments publics, entreprises, etc.), les enseignes (pour renseigner sur la nature d'un magasin : restaurant, photographe, etc.), les odonymes (les panneaux indiquant les noms de rues), la publicité, la signalétique autre (du type ticket de caisse bilingue, etc.). Aussi la communication publique a, dans notre contexte régional, deux facettes : elle comprend les messages dits d'intérêt public, informant la population et les messages émis dans l'espace public, accessible à chacun. Ces deux perspectives seront envisagées non pas l'une après l'autre mais l'une avec l'autre, puisque le message et son inscription dans un espace contextualisé participent à un ensemble communiquant auprès de la population.

Je tenterai de m'attacher à la catégorisation des types d'affichage pour montrer comment fonctionnent ces dispositifs matériels, de manière contextualisée. C'est au travers de nombreuses rencontres et en observant d'abord les formes d'affichage puis les espaces dans lesquels elles se trouvent, avant de chercher à comprendre les motivations des énonciateurs que ma réflexion s'est construite. En procédant de manière empirique et en complétant petit à petit la typologie, je montrerai comment l'affiliation de certains types d'affichage à des instances énonciatrices spécifiques est possible. Il en émane des stratégies, des méthodes particulières, et j'expliquerai comment elles fonctionnent.

a. La signalisation routière⁶⁴

La signalisation routière⁶⁵ constitue un ensemble d'informations émis par les institutions publiques. Régie par un ensemble de règles élaborées par le Ministère de l'équipement, des transports et du logement, la signalisation routière bilingue doit répondre à des principes nationaux dont le texte rédigé par la Direction de la sécurité et de la circulation routière fait état :

Le rôle joué par la signalisation routière dans la sécurité et l'exploitation des infrastructures n'est plus à démontrer. Elle constitue aujourd'hui encore, et pour longtemps, **le principal média d'information**, entre d'une part, le gestionnaire de voirie et l'autorité de police, et d'autre part, les usagers de la route.

Visibilité, lisibilité, uniformité, homogénéité, simplicité, continuité des directions signalées, cohérence avec les règles de circulation et avec la géométrie de la route constituent les grands principes de la signalisation. Ils sont intangibles **pour que l'usager puisse toujours la comprendre, s'y fier et la respecter.**

Ces principes ont été déclinés dans la réglementation de la signalisation routière qui trouve ses fondements dans la convention internationale signée à Vienne en 1968 et les accords européens signés à Genève le 1er mai 1971, le code de la route (articles R. 411-25 à R. 411-28), l'arrêté interministériel du 24 novembre 1967 modifié relatif à la signalisation des routes et autoroutes, l'instruction interministérielle sur la signalisation routière et l'instruction interministérielle relative à la signalisation de direction.

⁶⁴ Concernant cette catégorie d'affichage, se reporter au DVD : Voir, La signalisation routière, SR : EV, SV, SR.

⁶⁵ Tel qu'indiqué sur le site Internet officiel de la sécurité routière, « Les signaux routiers font partie du domaine public routier. En conséquence, l'état français ne saurait revendiquer de droits au titre de la propriété intellectuelle pour l'utilisation par un tiers de ces signaux ».

Cf. < <http://www1.securiteroutiere.gouv.fr/signaux/default.asp> > (page consultée le 09 mai 2007).

Aussi l'ensemble des illustrations utilisées dans ce travail de recherche montrant des panneaux issus de la signalisation routière n'est pas soumis aux droits de la propriété intellectuelle. Je les utilise librement, en m'engageant à signaler le nom du photographe lorsque le cliché n'a pas été pris par mes soins.

Ce corpus juridique s'applique à l'ensemble des voies ouvertes à la circulation publique et tous les maîtres d'ouvrages et gestionnaires routiers doivent s'y conformer. **La mise en place d'une signalisation non conforme à la réglementation est interdite.**

Cette réglementation évolue régulièrement, afin de répondre aux besoins des usagers de la route et à ceux des gestionnaires.⁶⁶

Les panneaux de signalisation se déclinent en différentes catégories : panneaux de danger, panneaux d'intersection et de priorité, panneaux de prescription, panneaux d'indication, panneaux de direction, panneaux de jalonnement piétonnier, panneaux de jalonnement pour cyclistes, panneaux de localisation, idéogrammes, emblèmes et logotypes, symboles, panneaux d'information, balises, feux de balisage et d'alerte, feux et signaux lumineux, panneaux à messages variables, panneaux et dispositifs de signalisation temporaire. Cela correspond à l'ensemble des panneaux routiers qui seront systématiquement décrits dans ce présent travail de recherche par leurs caractéristiques officielles, lorsque je ferai référence à un panneau spécifique.

Je relèverai ici que le document précédemment cité, produit par le Ministère de l'équipement, des transports et du logement, indique que le panneau de signalisation est « un média de l'information » devant répondre à des caractéristiques de lisibilité et de cohérence, permettant ainsi aux usagers des routes de les utiliser efficacement. Cette information est importante dans les principes d'affichage bilingue, qui nous le verrons, rend la lisibilité et la visibilité des informations, parfois difficiles.

Lisibilité et visibilité : le rôle de la typographie

En effet, lorsque sur un même panneau chaque indication est doublée, la simplicité (pour être pertinente, efficace) de l'information produite peut s'en trouver altérée. La mise en place de signalisation non conforme à la réglementation est interdite explicitement dans ce type de cas, lorsque l'information ne peut plus être transmise selon des principes simples, lisibles et cohérents. Différentes personnes, rencontrées dans le cadre de mes entretiens, indiquent à ce propos comme argument contre la signalétique bilingue, le manque de visibilité des informations. L'homogénéité des directions signalées rappelle ici que chaque panneau a une fonction spécifique d'indication et est normé au niveau de sa taille. Bien sûr au niveau de la graphie, des couleurs, il en va de même pour une lisibilité et une reconnaissance optimale du panneau par l'utilisateur. Or une signalisation doit-elle être homogène pour être efficace ? D'un point de vue global, il y a nécessité à ce que tous les panneaux d'une même catégorie soient identiques (forme, couleur, taille) sur un même territoire. Cette homogénéisation est une condition de reconnaissance des panneaux par tous. Elle est aussi un facteur de sécurité dans ce sens. D'un point de vue particulier sur la graphie et

⁶⁶ Ministère de l'équipement, des transports et du logement, novembre 2002, p. 2.

Remarque : les éléments de ce texte indiqués en gras le sont de mon propre fait.

particulièrement les panneaux comportant un double affichage bilingue, la question reste ouverte. Lorsqu'il s'agit d'un panneau d'entrée de ville, du type :



Photo 1. Commune de Noyal-sous-Bazouges, département d'Ille-et-Vilaine, panneau bilingue de localisation français-gallo d'entrée d'agglomération de type EB10, DVD : SREV 58

Les graphies homogènes ou distinctes ne rendent l'efficacité de la signalisation en rien moins importante. Peu d'informations apparaissent sur ce panneau, donc il n'y aurait pas eu de problème à proposer une autre typographie pour la forme gallo par exemple. C'est ainsi qu'un panneau du type :



Photo 2. Commune d'Ouessant, département du Finistère, panneau bilingue de localisation français-breton d'entrée d'agglomération de type EB10 (photographie de <http://www.geobreizh.com>), DVD : SREV 32

Ce panneau montre deux typographies différentes pour les formes française et bretonne. Cette particularité n'affecte en rien la lisibilité de l'information, de par l'information unique qu'elle délivre et sa situation géographique (le panneau est situé sur une route où la vitesse maximale autorisée n'est pas un frein à la lecture du panneau).

Or lorsque ce même type de panneau se trouve dans un autre contexte d'affichage tel que :



Photo 3. Commune de Cesson-Sévigné, département d’Ille-et-Vilaine, panneaux bilingues de localisation français-breton d’entrée d’agglomération de type EB10 et de sortie d’agglomération, DVD : SREV 12

Nous pouvons penser que dans ce contexte l’homogénéisation de la typographie favorise la lisibilité alors que le nombre d’informations signalées est déjà grand⁶⁷. Le choix de la typographie du texte de signalisation présent sur un panneau est lié à une norme imposée par l’état français pour la forme française mais aussi à un choix de la commune pour la forme en breton, en gallo ou en toute autre langue régionale. Pour refuser toute « discrimination » linguistique les équipes communales ont souvent tendance à adopter un lettrage rigoureusement identique pour la forme française et la forme régionale (ce qui n’empêche pas les disparités pour le moment). D’un point de vue esthétique, l’écriture en italique de la forme régionale est aussi reconnue pour « alourdir » le panneau et rendre la lecture moins pratique (car moins lisible à plus lointaine distance). Par exemple :

⁶⁷ Les informations que transmet l’ensemble de ces panneaux sont :

1. L’usager sort de l’agglomération de Rennes
2. Rennes se dit Roazhon en breton
3. L’usager entre dans l’agglomération de Cesson-Sévigné
4. Cesson-Sévigné se dit Saozon-Sevigneg en breton
5. L’usager se trouve sur la route Nationale 157
6. L’usager se trouve dans la rue de Rennes
7. L’usager peut se diriger vers la Polyclinique Sévigné en tournant à Gauche
8. L’usager peut se diriger vers un établissement de soins et d’urgence en tournant à gauche (la croix rouge l’indique)

Tous ces panneaux sont situés sur un grand axe (une grande rue).



Photo 4. Commune du Relecq-Kerhuon, département du Finistère, panneau bilingue de localisation français-breton d'entrée d'agglomération de type EB10 (photographie de <http://www.geobreizh.com>), DVD : SREV 50

Les instances publiques reconnaissent que la lisibilité d'un panneau routier est directement liée entre autre à la typographie utilisée. (De la même façon, les couleurs, etc. sont choisies en fonction). La longueur du nom et donc l'accumulation de caractères due aux deux formes linguistiques ne facilite pas la lisibilité de cette signalisation. Dans le cas d'une multiplication d'informations autour de ce même panneau, l'italique peut être gênant. Concernant les principes de mise en place des panneaux de signalisation dans les espaces de ville notamment, le confort de l'utilisateur est une priorité. En effet, être et se sentir en sécurité font partie des objectifs les plus importants de la direction générale de l'Urbanisme, de l'Habitat et de la Construction (Ministère de l'Équipement, des Transports et du Logement) qui dicte la manière dont la signalisation routière doit être pensée et mise en place.

Quatre types d'utilisateurs sont définis :

- Les utilisateurs permanents (par exemple les résidents) ;
- Les utilisateurs qui viennent chercher un service ou se livrer à une activité ;
- Les utilisateurs qui visitent ;
- Les utilisateurs qui transitent.

Pour toutes ces personnes, les comportements et les attentes face à la signalisation routière (et à toute autre forme de signalétique d'ailleurs, telle que les enseignes, etc.) sont supposés différents mais de manière générale, il semblerait que chacun d'entre nous, potentiel utilisateur d'un lieu, ne demanderait qu'une facilitation des déplacements souhaités et/ou nécessaires.

Les besoins fondamentaux des utilisateurs dans le cadre de leurs déplacements dans les espaces de ville ont été recensés par l'instance publique précédemment citée selon la catégorisation suivante⁶⁸ :

⁶⁸ Je fais ici référence au document : **Direction générale de l'Urbanisme, de l'Habitat et de la Construction (Ministère de l'Équipement, des Transports et du Logement)**, mai 2002, p.5.

Les besoins	Le descriptif
Aller d'un point à un autre	La voirie permet à tous de se déplacer, en utilisant divers moyens : marche, bicyclette, rollers, automobile, transports en commun, fauteuils roulants,...
Se repérer et s'orienter	Ce besoin fait appel à des fonctions sensorielles (essentiellement la vue) et intellectuelles (lecture d'un plan ou de la signalisation, recherche de repères...). Il influe fortement sur le confort psychologique des usagers (inquiétude...).
Accéder aux services de la ville (bâtiments, transports...)	La ville concentre les activités humaines et sociales : bâtiments et services, publics et privés – administratifs, industriels, commerciaux, de loisir, d'habitation...
Être et se sentir en sécurité	Tous les usagers de la voirie recherchent la sécurité pour leur intégrité physique et leurs biens.
Communiquer, se recréer et participer	Les usagers ont besoin de communiquer entre eux pour avoir accès à certains services, pour se renseigner,...., ou simplement pour leur bien-être (déplacements en groupe, événements...).

Ces besoins fondamentaux aux déplacements confortables et sécuritaires des personnes sont à prendre en compte dans une considération plus générale de la personne, pour laquelle le facteur psychologique est aussi envisagé comme un élément important dans la construction d'un espace communiquant cohérent, tel que cela est mentionné dans la catégorie « se repérer et s'orienter » ci-avant. L'environnement, l'espace de la ville dans lequel les personnes évoluent ne peut être détaché de ses usagers. L'adaptabilité doit être réciproque, l'espace se construit et s'adapte aux hommes de la même manière que les hommes s'adaptent à l'espace organisé. Aussi :

Le statut des usagers (habitants, transitants, etc.) n'est pas le seul facteur régissant le comportement et les besoins. Ceux-ci sont aussi modelés par les aptitudes sensorielles, fonctionnelles et intellectuelles diverses des usagers. Une même situation (même usage dans le même espace) peut ainsi être vécue de façon différente en fonction des aptitudes et déficiences de l'utilisateur. Dans la diversité de la population, certains usagers se révèlent plus vulnérables que d'autres à des situations de handicap et à certains risques.

Assurer une qualité d'usage des lieux à ces personnes permet ainsi de garantir le confort d'usage à tous.⁶⁹

L'affichage public, tel la signalétique routière doit alors répondre de certaines règles d'usage pour convenir le mieux possible à tous les usagers. Ainsi, l'éclairage, l'évacuation des eaux de surface, le stationnement, etc. sont autant de points dont il faut maîtriser les effets pour rendre praticables au mieux les espaces accessibles au public. La signalisation, selon les critères du Ministère de l'équipement, doit être lisible, visible et implantée dans un lieu selon des modalités spécifiques.

La typographie est un élément fondamental pour rendre lisible un panneau et doit répondre de certaines règles d'usage :

La taille des caractères (hauteur h des lettres) est liée à la distance (d) de lecture. Afin de permettre une bonne lecture par les piétons, y compris par les personnes présentant des difficultés de vision et de compréhension :

- signalisation des espaces et directionnelle ($d > 1$ m) : $h \geq d/200$
- panneaux d'information (lecture de textes par l'utilisateur arrêté, $d < 1$ m) : $h \geq d/100$ (avec $h > 4,5$ mm dans toutes les situations, soit $h >$ police 16)

...

La composition des textes des panneaux d'information doit être claire, à entrées faciles (utilisation de titres) et donnant une bonne idée du contenu.

Chaque ligne ne doit pas dépasser 50 caractères

Nombre de lignes < 20 lignes

Textes justifiés à gauche et « en drapeau » à droite pour faciliter la lecture (repérage plus facile des lignes)

La police de caractères doit permettre de bien différencier les lettres de graphie voisine (h et b , ou a , c , e et o ...)

Les humaines (polices de type Times Roman, Century, Garamond, Moderne...), linéales (Arial, Helvetica...), incises et mécanes (Courier...) semblent les plus facilement lisibles

Dans tous les cas, éviter les caractères étroits ou larges aux postes d'appel d'urgence

Le style des lettres doit être « romain » (droit), éviter l'italique (qui ralentit la vitesse de lecture des personnes malvoyantes)

Pour les panneaux d'information, les textes entièrement écrits en majuscules sont à éviter (perte d'efficacité dans la lecture)⁷⁰

Les matériaux, couleurs et contrastes des supports sont aussi très importants pour que la lisibilité soit optimale. Nous noterons que conjointement à la lisibilité, la visibilité dont le regroupement des panneaux et les chaînes de guidage sont les éléments essentiels :

⁶⁹ Ibid., p. 6.

⁷⁰ Ibid., p. 24.

Le regroupement des informations dans un même " espace visuel " (par exemple, sur un même support ou sur des supports contigus) doit être contrôlé du point de vue de la visibilité :

- maximum de 2, voire 3, types d'information pour la signalisation lue en déplacement (en conduisant une automobile, en marchant,...) et espacement suffisant (plusieurs dizaines de mètres pour la conduite automobile) des répétitions de ces situations
- organisation et hiérarchisation soigneuses des informations⁷¹

C'est pourquoi, l'exemple précédent de la photo 3 (commune de Cesson-Sévigné), regroupant 8 informations (dont 6 informations directionnelles et 2 informations culturelles, sans distinction), des panneaux de taille, couleur et police différentes constitue un exemple où la lisibilité et la visibilité sont remises en question. La problématique de l'affichage bilingue trouve tout son sens au sein des ces règles de bon fonctionnement de la signalisation routière car il constitue la mise en place d'un affichage double pour chaque information transmise, selon des codages bien souvent laissés à la liberté des exécutants (les communes dans la majorité des cas), ce qui peut créer toute sorte de fantaisie, ne répondant pas à la transmission d'un message efficace auprès des usagers.

Mais ces encombrements ne sont pas une généralité, et de plus en plus, nous pouvons constater une recherche d'un affichage harmonieux au sein d'un même espace (de ville particulièrement) pour que les usagers aillent, visitent et transitent au sein d'un espace cohérent. À consulter le support numérique accompagnant ce manuscrit, il est très intéressant d'observer que d'une ville à l'autre, bien que les typographies, les couleurs, les tailles de panneaux peuvent être très différentes, la chaîne de guidage de l'utilisateur semble être respectée. Nous pourrions relever cela principalement lorsque les villes sont voisines. C'est le cas par exemple pour Landerneau et Brest⁷². Puis lorsqu'on considère que le comportement d'un usager est modelé par des « aptitudes sensorielles, fonctionnelles et intellectuelles », pour reprendre le texte précédemment cité, nous ne pouvons ignorer que l'information, dans sa forme en langue régionale, contribue au développement de ces aptitudes chez l'utilisateur. La sensation de proximité ou au contraire le sentiment de rejet sont des contraires à prendre en compte dans ce marquage identitaire pour les espaces concernés, et d'autant plus que l'affichage bilingue ne fait que se multiplier à travers la région (et particulièrement dans les espaces de ville). Concernant deux des panneaux marquants pour l'utilisateur : les panneaux d'entrée et de sortie de ville, possédant une fonction symbolique spécifique, les possibilités d'affichage sont aussi multiples selon les villes, au niveau typographie⁷³.

⁷¹ Ibid., p. 26.

⁷² Cf. DVD : Signalisation routière – Signalisation en ville- Pour la ville de Brest : consulter SRSV 06, SRSV09 à SRSV13, SRSV 15 et 16, SRSV 18 et 19. Pour la ville de Landerneau : consulter : SRSV 35 à SRSV 41.

⁷³ Cf. DVD : Signalisation routière – Entrée de ville – Typographie plus large pour la forme bretonne : consulter SREV 83 : Saint-Pol de Léon – Typographie identique pour les deux formes linguistiques : consulter SREV03 : Auray, SREV29 : Guingamp – Typographie plus petite pour la forme bretonne : consulter SREV37 : La Roche Bernard – Typographie italique pour la forme bretonne : consulter SREV04 :

Une « bonne » signalisation a quatre fonctions essentielles : direction, identification, information et avertissement. Le panneau d'entrée de ville est le point marquant l'entrée et la sortie de la commune par l'utilisateur. Il signale le nom de la commune dans laquelle l'utilisateur se trouve et indique qu'à partir de ce panneau, l'entrée en agglomération signifie une vitesse limitée à 50km/heure (la signification de ce panneau doit être connue de tous les automobilistes, l'entrée en agglomération renvoie à cette idée de vitesse limitée sans que le panneau « 50 » ait besoin d'apparaître). Mais, lorsqu'un panneau présente une inscription bilingue de son nom, c'est aussi pour indiquer, symboliquement, que l'utilisateur entre non pas dans une agglomération, mais dans une commune, s'identifiant comme bretonne et le témoignant par un attachement à la langue, élément essentiel de l'identité bretonne. Au delà du coût que représente la mise en place d'une signalisation bilingue sur tout un territoire communal et qui pourrait expliquer que les communes ne choisissent de marquer leur commune par un affichage bilingue que par ce type de panneau, de nombreuses communes de Bretagne (dans les 5 départements confondus) choisissent cet affichage parce que ce panneau est symboliquement le plus important. Il permet une représentation de la ville par un panneau lui-même, de par sa nature, symboliquement fort. Il est celui qui signale la commune tout entière et non seulement une rue, etc. ; à l'exemple de Pornic et de Loudéac qui pour des motivations différentes, n'ont en 2006 qu'un affichage bilingue à l'entrée et à la sortie de la ville.



Photo 5. Panneau d'entrée d'agglomération, signalisation français-breton, commune de Pornic, département de la Loire-Atlantique, type EB10, DVD : SREV 71



Photo 6. Panneau d'agglomération, signalisation français-gallo, commune de Loudéac, département des Côtes d'Armor, type EB10, DVD : SREV 56

À l'initiative de quelques personnes dans chacune des communes, il semblait important d'identifier les territoires comme appartenant à une identité régionale, bretonne ou gallèse. La commune de Pornic tente depuis quelques années de s'identifier par différents symboles (création d'un drapeau, signalétique bilingue sur une stèle devant le château) mais les arguments ne paraissaient pas suffisants pour que la commune soit véritablement identifiée comme bretonne, alors que le guide touristique, aux éditions Gallimard, indiquait déjà en 1994 la commune comme bretonne et présentait même un panneau d'entrée de ville bilingue sans que celui-ci existe sur le terrain. Cela a été un des premiers arguments pour amener l'équipe municipale à mettre en place une signalétique bilingue plus développée. Un long travail sur la représentation de la commune a été entrepris avec la création d'un autocollant et d'un drapeau (outils de communication et de promotion utiles pour « essaimer » l'idée que lorsqu'on est à Pornic, on est en Bretagne) pour aboutir en 2003

à la mise en place du panneau que la photo ci-dessus montre. Il s'agit d'un affichage non-officiel⁷⁴ en breton (non-officiel dans le sens où il n'est pas réglementaire comme celui de Loudéac par exemple), mais qui marque le point de départ d'une signalétique bilingue en développement⁷⁵.

L'exemple d'un double affichage français-gallo

La commune de Loudéac a quant à elle mis en place un panneau officiel depuis septembre 2002, dans une langue dite représentative du parler local (la forme normalisée, selon la graphie ELG, étant Lódeiac). Il était important pour l'équipe municipale que la ville soit identifiée par la langue comme appartenant au pays gallo, non pour se distinguer de l'identité bretonne (représentée majoritairement par la langue bretonne), puisque Loudéac est bien en Bretagne, mais pour s'affirmer symboliquement dans l'identité qui est celle de ses habitants. La commune de Noyal-sous-Bazouges, département d'Ille-et-Vilaine, a eu une démarche identique. Le 07 juin 2003, l'association « Lez Petits Petaus » représentée par Nathalie Tréhel organisait une « causerie » (discussion) à propos de la pratique du gallo dans cette commune. Réunissant des personnes y habitant (certaines personnes âgées ont passé la quasi-totalité de leur vie dans cet endroit), et toute personne intéressée par le sujet, nous avions dans l'idée de faire témoigner les individus locuteurs du gallo, et de lancer un débat sur une potentielle signalétique français-gallo au sein de la commune. Comme évoqué dans la partie précédente, la désignation du gallo en tant que langue est encore en question. Au niveau des locuteurs, les personnes présentes ce jour-là savent qu'ils parlent autre chose que le français mais déclarent le plus souvent parler « patois », ce qu'ils ne considèrent pas comme une langue. Cela est significatif, la définition du patois étant vécue comme bien inférieure (au niveau du statut) à celle de la langue. Nous nous trouvons dans un contexte sociolinguistique complexe où le rapport des locuteurs à leurs propres pratiques linguistiques était empreint d'une idée négative pour bon nombre d'entre eux. Cela plaçait le débat dans l'idée de récolter des informations sur l'état des pratiques actuelles dans cette commune, l'état de relation langue-locuteurs, de revaloriser le parler local, les personnes en elles-mêmes locutrices de ce parler et dans un dernier temps d'envisager l'émission d'un message public (par le biais de l'affichage) dans le parler local.

Dans la partie précédente concernant le contexte sociolinguistique de la Bretagne, j'indiquais que le gallo souffre de représentations sociolinguistiques bien souvent négatives que ce soit dans les représentations des locuteurs ou des décideurs institutionnels. Nous sommes toujours aujourd'hui dans un processus de différenciation qui semble autoriser le locuteur à définir sa propre pratique

⁷⁴ Une démarche auprès de l'Office de la langue bretonne a été lancée et courant 2006, les panneaux officiels Pornic-Pornizh devraient apparaître. La charte Ya d'ar Brezhoneg de niveau 1 a été signée entre la commune de Pornic et l'Office de la langue bretonne.

⁷⁵ La partie suivante (partie 3) permettra de revenir en détail sur cette situation précise, par l'analyse de l'entretien qui s'est déroulé entre Romuald Renaud, adjoint de direction aux services techniques de la ville de Pornic et moi-même le 13 janvier 2006.

linguistique par rapport à une autre. Et de la même façon lorsqu'un militant bretonnant n'élève pas le gallo au niveau de langue, il statue socialement et politiquement en le plaçant inévitablement en situation d'infériorité. Le gallo est alors vécu comme une avancée romane dans une Bretagne qui se voudrait celtique de façon entière. Puis reprendre dans la définition du gallo le terme de « gallec », c'est bien signifier que le gallo est opposé au breton, galleg, gallec signifiant français en breton. Démonstration de la complexité de la situation de concurrence, d'opposition et donc de domination dans laquelle se trouvent ces deux langues.

Alors, si nous pouvons parler de langues dominées et de langues dominantes dans ce contexte, c'est en considérant, d'une part l'existence d'une revendication plurielle, d'autre part l'existence d'une grande proximité entre le système gallo-français, qui fait entrer le gallo dans la sphère linguistique du français et participe d'un conflit, affirmé ou pas, mettant en concurrence des situations de nécessité linguistique (c'est-à-dire la nécessité d'existence, de pratique des langues et de reconnaissance dans leurs diversités) et enfin la nécessité de faire évoluer les mentalités pour qu'il y ait une considération plus affirmée de la culture bretonne dans son ensemble et de laquelle les langues régionales, le breton et le gallo font partie.

L'affichage public est l'une des actions qui permet de légitimer une langue. En effet l'affichage bilingue des noms de lieux est une marque très significative pour les langues, et mettre en avant la diversité linguistique et culturelle d'une région par ce biais est une priorité dans la vie de la cité aujourd'hui. Le cas de la Haute-Bretagne montre toutefois que les deux langues régionales en présence ne sont pas utilisées de la même façon, le breton étant un référent identitaire bien plus fort que le gallo. La toponymie locale, la signalétique bilingue est le miroir de la défense d'une identité au détriment d'une autre. Choix stratégiques ? Choix légitimes ? Le contexte est sensible. Nous sommes dans une situation où le breton domine le gallo dans la sphère publique de toute la région, administrative comme historique. La raison principale de la non-utilisation et de la non-volonté d'utiliser cette langue est le manque de référence symbolique que cette langue véhicule à la différence du breton. Pour la conscience collective, le breton est devenu le symbole linguistique de toute la Bretagne. Mais aujourd'hui, dans un contexte où la domination du breton fait vivre un double complexe aux locuteurs gallésants, les associations et les différents mouvements gallos réagissent pour que ce parler trouve sa place dans l'espace public.

Le complexe se situe surtout :

- Vis-à-vis de la langue elle-même qu'on ne sait pas bien définir, avec laquelle on entretient un rapport affectif mais parfois douloureux (sentiment de honte ou de rejet) ;
- Puis vis-à-vis de l'identité insuffisamment bretonne « pour savoir à quoi ou à qui on appartient » (propos d'un locuteur).

Les personnes les plus âgées de l'assemblée, lors de la causerie étaient très surprises et pas toujours enthousiastes à l'idée qu'on puisse remettre en valeur une langue qu'ils

ont voulu jadis oublier pour justement se valoriser. Revaloriser une langue et une culture est un pari important et selon le type de personnes qui peuvent s'emparer de la langue, de gros risques sont à envisager, par exemple que la langue devienne méconnaissable aux locuteurs dans sa version écrite, en sachant que pouvoir mettre en mots, par écrit, une langue peut pourtant être une condition à sa survie. Lors de la causerie, à propos de l'idée de la mise en place d'un panneau bilingue d'entrée de ville, une locutrice est intervenue pour dire :

- Ben, faites alors un standard mais gardez celui de Nouya parce que celui-là on l'aime bien !

Que peut représenter le fait d'avoir une signalétique bilingue sur les panneaux d'entrée et de sortie de communes pour ce type de population ? Les réponses ont été très spontanées, la suivante représentant la grande majorité des réponses obtenues :

- On souhaite obtenir cela mais comment doit-on écrire le nom ?

Le débat sur les possibilités d'écrire le nom aujourd'hui orthographié en français : « Noyal⁷⁶ » a dès lors été très long, chacun voulant respecter la prononciation de chez lui. Et puis finalement pourquoi chercher à écrire ce nom en gallo alors que cette langue a toujours été orale ?

Les trois types de réponses obtenues ont été :

- Ce serait bien.
- Ce serait la reconnaissance officielle de la langue et de notre culture.
- Parce que c'est comme ça que ça s'appelle !

Une majorité semblait vouloir conserver et revaloriser le gallo. Tous ont un lien affectif avec leur langue, chacun parlant le gallo de « chez lui ». Les locuteurs souhaitent que cette langue soit revalorisée mais prendre le risque de la rendre unique par l'écriture en légitimant une norme et non les diverses variétés qui constituent l'essence même de cette langue ne peut pas être une solution.

Rennes et ses proches communes sont situées en pays gallo. C'est-à-dire sur le territoire de la Bretagne romane. Or aujourd'hui toutes les actions de mise en place d'une signalétique bilingue (la station du VAL, qui sera présentée un peu plus loin peut paraître anecdotique à un niveau d'observation quantitatif mais pas à un niveau d'observation de l'action symbolique) concernent un affichage quasi exclusif en breton.

⁷⁶ Les trois propositions en gallo ont été « Nouya », « Nouia » et « Noya ».

Nous avons affaire ici à une domination identitaire, au sein de laquelle chaque paramètre a de l'importance. La commune de Loudéac a décidé d'indiquer graphiquement une langue proche du parler local. C'est aussi ce que la commune de Noyal-sous-Bazouges a fini par choisir en 2005 (cf. ci-dessus p. 82), reprenant ainsi la forme linguistique la plus représentative, selon les habitants de Noyal-sous-Bazouges, du parler local, Nouya. Cette dimension est très importante, surtout par le biais de la signalisation routière visible par un grand nombre d'usagers. Nous verrons un peu plus loin comment l'exemple de la signalétique bilingue français-gallo, dans la station du VAL, métro rennais, dans une écriture normalisée, remet en cause l'accessibilité de la lecture et de la compréhension aux usagers.

Quelle gouvernance pour la signalisation routière bilingue ? Le cas de Rennes

De plus, il faut indiquer que le bilinguisme routier s'est développé en Bretagne en dehors de tout cadre législatif (de la même façon que sans la ratification de la charte européenne des langues régionales et minoritaires, les langues régionales comme le breton, n'ont pas de cadre juridique et ce de manière générale). Plusieurs autorités administratives se partagent la responsabilité du réseau routier, sous-tendue par le principe de décentralisation qui consiste à confier le pouvoir de décision à l'échelon de collectivité le mieux placé pour l'exercer. Les voies communales ou en agglomération relèvent de la responsabilité du Maire de la Commune. Les voies départementales hors agglomération relèvent de la responsabilité du Conseil Général (dont la DDE). Les voies nationales ou classées à grande circulation relèvent de la responsabilité de l'État représenté par le Préfet. Les voies autoroutières relèvent de la responsabilité de l'État représenté par le Ministre de l'Équipement alors que les voies autoroutières concédées relèvent de la responsabilité de la société concessionnaire. Il est à noter que Dominique Perben, Ministre des Transports, de l'Équipement, du Tourisme et de la Mer depuis le 02 juin 2005, a relancé courant juillet 2005, le dossier du nouveau réseau routier national où 18 000 km de voies nationales vont être cédées aux Départements, ce qui devrait faciliter la gestion des panneaux et donc de la signalisation bilingue en dehors des voies traditionnelles d'affichage bilingue à ce jour : les voies communales et départementales ; puisque pour la mise en place de nouveaux panneaux bilingues, ce sont les autorités compétentes qui doivent être consultées, soit la mairie de la commune pour un panneau d'entrée ou de sortie d'agglomération par exemple, ou le conseil général pour un panneau situé sur une route départementale. Il n'a donc pas été posé de normes en matière de bilinguisme routier à ce jour. Malgré cela, les communes ayant signé la Charte « Ya d'ar brezhoneg » (« Oui à la langue bretonne ») auprès de l'Office de la langue bretonne s'engagent à avoir une forme de bilinguisme « réglementée » par cette structure.

Dans le cadre de cette campagne spécifique adressée aux communes, l'Office a opté pour un processus de certification. Cela permet aux communes de choisir puis d'acquiescer un label selon le degré d'implication qu'elles

souhaitent et la nature des réalisations choisies. L'Office de la Langue Bretonne propose une liste de 28 actions aux communes. Certaines sont obligatoires selon le niveau de certification envisagé, les autres sont au libre choix des instances municipales.

Certification « Ya d'ar Brezhoneg » 01

C'est le niveau de base de la certification. Il correspond à la réalisation d'au moins 5 actions parmi les 28 proposées. L'action N°1 est obligatoire, les 4 autres restant au libre choix de la municipalité. La commune signataire déterminera le délai de réalisation (1,2 ou 3 ans) qu'elle envisage pour mener à bien ces actions.⁷⁷

La mise en place de panneaux bilingues aux entrées et sorties de la commune (police et taille de caractère identiques dans les 2 langues) constitue l'action n°1 dite « obligatoire » par l'Office. Cela rejoint l'idée évoquée précédemment : le panneau d'entrée de ville a une fonction symbolique importante, d'où la demande de l'Office de la langue bretonne, que l'affichage bilingue minimum de la commune passe par ce type de panneau.

Ce contexte explique donc la signalisation bilingue très restreinte sur les voies de type voie express, autoroutes, etc. : voies régies à ce jour respectivement par les conseils régionaux et l'État et non plus par les communes elles-mêmes. Aussi, les processus de demande de nouvelle signalisation sur ces routes sont plus lourds et plus complexes car sont autorisés par des instances d'autorité supérieure. Au delà du coût que les panneaux peuvent représenter, le peu de signalisation bilingue dans ce type d'espace peut alors s'expliquer par un rapport à la loi plus fermement marqué et une difficulté pour obtenir les autorisations nécessaires.

Hormis ce fait, nous pouvons aussi nous demander si l'impact de la langue serait aussi fort (et donc si l'impact sur les usagers est aussi recherché dans ce type d'espace plutôt que sur les axes à moins grande vitesse) sur les quatre voies que sur les routes à moins grande vitesse, où l'espace vécu semble plus proche de l'utilisateur que les plus grands axes. La question du lieu d'implantation de l'information bilingue quelle qu'elle soit prend alors tout son sens. Je reviendrai sur ce point. Nous savons que la route (en général) est un espace lié directement à la promotion socioéconomique d'une ville, d'une région, d'un pays, etc. En effet, construire une route pour relier plusieurs endroits permet de développer socialement et économiquement un secteur. Mais la signalisation routière et particulièrement la signalisation bilingue est-elle efficace en ce sens dans n'importe quel lieu ?

L'équipe municipale de Rennes, département d'Ille-et-Vilaine, a souhaité tenter l'expérience en 2003 et implanter sur un grand axe (route N12, deux fois deux voies), à hauteur de Liffré, axe reliant l'autoroute A84, en direction de Caen, un panneau de type H13, que je nomme panneau de signalisation touristique pour indiquer Rennes en tant que « capitale de la Bretagne ». Cette mention a été refusée par les services de la

⁷⁷ Office de la langue bretonne, 2004, Charte Ya d'ar brezhoneg, p. 4, document disponible en ligne : <http://www.ofis-bzh.org/upload/travail_fichier/fichier/25fichier.pdf>.

Direction Départementale des Équipements (DDE), sous l'argument que la ville de Rennes n'est pas la « capitale », au sens propre du terme, de l'ensemble de la région Bretagne⁷⁸. Une seconde mention avait été requise par la mairie de Rennes, demandant à ce que l'affichage comporte la double inscription bilingue Rennes – Roazhon. Cela a été accepté par les services de la DDE. Toutefois, si nous nous reportons au résultat final :



Photo 7. Panneau de signalisation touristique de type H13, indiquant par message littéral et graphique un lieu touristique : Rennes, DVD : SRSR 01

Le type de panneau H13 de couleur marron a une fonction de désignation d'un lieu touristique. Il permet de jalonner une route touristique et d'indiquer, parfois en le représentant, un site majeur. Ici, la ville de Rennes est représentée par le drapeau breton « Gwenn ha du » et la mention en breton « Roazhon ». Mais concernant cette mention, il s'agit d'un affichage « ton sur ton ». Cela signifie qu'à grande vitesse (voie limitée à 110 km/heure), la mention bilingue bretonne est illisible. Il faut attendre d'être arrivé tout à fait à hauteur du panneau pour lire :

⁷⁸ Rappelons que les dépenses de mise en place de la signalisation sont à la charge de la collectivité (État, département, commune) qui gère hors agglomération la route au bord de laquelle elle est implantée. Les panneaux d'intérêt touristique ou local sont à la charge du demandeur.



Photo 8. Panneau de signalisation touristique de type H13, indiquant par message littéral et graphique un lieu touristique : Rennes, DVD : SRSR 01

Trois panneaux du même type existent sur cette voie et ont pour fonction la signalisation touristique de la ville de Rennes. L'automobiliste verra tout d'abord « Rennes, Technologies et Communication » 40 km avant l'entrée de la ville, « Rennes » dans un second temps représenté par le panneau portant l'inscription bilingue 5 km avant l'entrée de la ville (à hauteur de la sortie de Thorigné-Fouillard) et enfin la ville de « Rennes » représentée par le Parlement de Bretagne à hauteur de l'entrée immédiate de la ville, à la sortie de la rocade. L'implantation des panneaux de signalisation est également réglementée nationalement. Toutefois, le choix des représentations touristiques de la ville et leurs lieux d'implantation a bien été défini par l'équipe communale. Plus l'utilisateur s'approche de la ville et plus il perçoit la ville de Rennes dans le détail. Le premier panneau désigne une large généralité d'activité représentant ce secteur, le second panneau représente quelque chose de plus « intime » et donc de plus précis sur l'identité de la ville de Rennes, identifiée comme bretonne et enfin le troisième panneau marque une spécificité encore plus précise de la ville : le Parlement de Bretagne, lieu très caractéristique de la ville. Lorsque je précisais précédemment que l'ensemble d'une signalisation routière contribue à sa mesure au développement socio-économique du secteur sur lequel elle se situe, pour précisément ces trois panneaux de signalisation touristique, l'objectif est bien de montrer comment la ville de Rennes est une ville dynamique, pôle de travail et d'innovation (« Rennes, Technologies et Communication ») et dans un second temps de montrer comment la ville s'inscrit dans un ensemble de valeurs identitaires, d'où les deux panneaux aux représentations identitaire et locale. Nous pouvons penser qu'il n'est pas anodin non plus que la disposition des panneaux soit celle évoquée juste avant.

La ville de Rennes peut être définie par son équipe communale en premier lieu comme un pôle de technologies et de communication (à ce propos, la plupart des actes de communication de la communauté d'agglomération Rennes Métropole vont dans ce sens, ce pôle est la force de la ville) mais plus l'utilisateur se rapproche du lieu et plus les

panneaux expriment la proximité entre la ville et ses usagers par la désignation de son identité bretonne. Nous pouvons penser que cette implantation a été faite symboliquement pour témoigner de ce qui fait l'identité du lieu, dans sa globalité.

D'un point de vue graphique, la mention « Roazhon » est écrite en italique. Le statut des mentions qui apparaissent sur les panneaux de signalisation, tous confondus, est différent. La taille des mentions, la police ainsi que leur « style » varient selon l'importance qu'on souhaite leur donner. Ici la mention « Roazhon » est de taille équivalente à la mention « Rennes ». L'italique de la mention en langue bretonne ne met symboliquement pas les deux langues, français et breton, au même niveau. Cela marque la différence de statut. Je rappelle qu'aucune règle officielle n'est fixée pour la composition des panneaux bilingues, quels qu'ils soient.

L'Office de la langue bretonne rappelle toutefois dans l'un de ses ouvrages les principes fondamentaux sur lesquels la signalisation routière française est fondée :

L'État conserve une position formelle qui va à l'encontre de l'utilisation dans la vie publique des langues minoritaires en général et du breton en particulier. Monsieur Jean-Pierre Chevènement, dans une réponse à une question écrite d'un député, le 22 juin 1998 à l'Assemblée nationale, affirme que la langue française est la seule langue autorisée **de manière officielle** sur l'ensemble du territoire français. Aux termes des accords internationaux signés par La France, les inscriptions admises sur les panneaux routiers se font exclusivement dans la langue nationale ou dans une ou plusieurs langues nationales. L'article 2 de la constitution révisé en 1992 était cette argumentation précisant que « *la langue de la République est le français* ». Le français demeure l'unique langue officielle de la République et de l'Administration. La Constitution n'admet pas l'existence officielle des langues minoritaires, ce qui au mieux les plonge dans un flou juridique qui fait obstacle à leur utilisation normale dans la vie publique et au pire interdit complètement leur utilisation.

Le code de la route est totalement muet sur la question des langues autres que le français parlées sur le territoire. Bien qu'il n'existe pas d'interdiction formelle de rajouter un panneau écrit dans une langue minoritaire, le français est la seule langue officielle qui est opposable aux automobilistes. En l'état actuel de la législation, il n'est donc pas possible de prévoir l'apposition de panneaux à valeur réglementaire comportant des mentions en breton sur les routes nationales. Cependant, les Lois de décentralisation de 1982 ont permis aux collectivités territoriales de voir leur marge de manœuvre s'agrandir. Ces lois ayant entraîné la suppression de la tutelle administrative, le poids du représentant de l'État est moindre. Seul un contrôle a posteriori des actes administratifs subsiste. Dans les faits, depuis 1984, l'État tolère la présence des panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération en breton. Par lettre du 5/11/84, le ministère de l'Équipement a accordé une tolérance pour les mentions des panneaux des agglomérations pouvant être doublées par la traduction en « langue régionale » : « *Toutefois dans le cadre de l'action de décentralisation menée par le gouvernement et pour satisfaire une volonté d'identification locale, la mise en place d'une inscription bilingue langue nationale/langue régionale est tolérée pour les panneaux d'agglomération et seulement pour ce type de panneaux sous réserve*

d'une décision en ce sens des Conseils régionaux ou des Conseils généraux ». Cette tolérance concerne les panneaux de signalisation permettant de porter à la connaissance de l'usager le nom de sa commune. Quant à la forme, la dérogation ministérielle de 1984 n'impose, ni couleur, ni police de caractères spécifique aux panneaux d'agglomération en langue minoritaire.⁷⁹

Aussi, l'usage des langues régionales de Bretagne dans les domaines de la vie publique repose essentiellement sur la volonté des élus. Depuis 1984, comme le rappelle le Ministère de l'Équipement et des Transports, la signalisation bilingue est tolérée. Les pratiques ont très fortement évolué sur le territoire breton puisque (et en partie avec l'allègement de l'autorité étatique par la loi de décentralisation) le bilinguisme apparaît sur de nombreux types de panneaux dans des lieux différents, sous l'autorité administrative d'entités différentes.

Le rôle des institutions publiques dans l'émission de signalétique et les fonctions des messages émis

Les signaux routiers font partie des renseignements nécessaires au bon fonctionnement de la vie de la Cité. Pouvoir être renseigné pour s'orienter efficacement est un des principes auquel les institutions publiques doivent se soumettre, la mise en œuvre de la signalisation routière leur appartenant. Pour exprimer le rôle des institutions publiques et leurs motivations dans le domaine de cette forme d'affichage, je reprendrai la définition suivante :

Si les finalités de la communication publique ne sauraient être dissociées de celles des institutions publiques, ses fonctions propres sont d'informer (faire savoir, rendre compte et faire valoir), d'écouter (les attentes, les interrogations et les apports du débat public), de contribuer à assurer la relation sociale (sentiment d'appartenance collectif, prise en considération du citoyen en tant qu'acteur) et d'accompagner les changements tant comportementaux que de l'organisation sociale.

... La communication publique est la communication formelle qui tend à l'échange et au partage d'informations d'utilité publique, ainsi qu'au maintien du lien social, et dont la responsabilité incombe à des institutions publiques ou à des organisations investies de mission d'intérêt collectif.⁸⁰

Nous serons bien conscients qu'il s'agit ici de la définition motivée et exemplifiée, personnelle à l'auteur mais dans laquelle quelques éléments me semblent importants à relever. La signalisation routière fait partie de ce que l'institution publique doit mettre

⁷⁹ OFIS AR BREZHONEG, Office de la langue bretonne, (sous la direction de Olier AR MOGN), octobre 2002, *Un avenir pour la langue bretonne. Rapport sur l'état de la langue*, Observatoire de la langue bretonne, Rennes, 260 pages, p. 49.

⁸⁰ ZEMOR, Pierre, 1995, p. 5.

en place pour répondre à la fonction d'information qui lui incombe. Il ne s'agit donc pas d'une communication qui rend compte de l'action publique mais plutôt une communication de l'information utile au citoyen et à la vie de la Cité. Pierre Zémor indique assez clairement dans son ouvrage qu'à la différence des entreprises privées, les institutions publiques n'ont pas de clients à séduire ou à convaincre ni de part de marché à gagner⁸¹.

Or il clarifie dans ce même ouvrage les registres de communication publique en montrant qu'il existe une communication externe sous-catégorisée en :

- 1/ La communication de l'information due au citoyen en tant qu'il est censé connaître la loi. Elle a trait à la publicité, dont la réalisation peut constituer une condition de légalité (affichage d'un permis de construire).
- 2/ La communication des informations, nécessaire ou utiles au citoyen et à la vie de la Cité.
- 3/ La communication de reddition des actes, qui rend compte de l'action publique, ce qui prescrit en termes généraux l'article 15 du Préambule (Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789) de la Constitution : « La société a le droit de demander compte à tout agent public de son administration. »
- 4/ La communication de l'échange d'information, pratique dans la relation entre les usagers-citoyens et les agents publics) ou les élus (rencontres, entretiens).
- 5/ La communication de promotion destinée à faire connaître les services publics offerts ou la mise en œuvre des politiques publiques, ainsi qu'à soutenir des causes humanitaires ou des missions d'intérêt général. Elle ne diffère que par ses modalités et ses styles de la communication des entreprises sur les marchés concurrentiels.
- 6/ La communication de valorisation des institutions publiques – institutionnelle et civique. Elle prend parfois les formes de la communication événementielle. Elle doit contribuer à la pédagogie des règles du fonctionnement collectif de la société.
- 7/ La communication de discussion et de débat public, qui 'instaure selon des règles pré-établies ou empiriquement élaborées...⁸²

Lorsqu'une institution publique met en œuvre une signalisation routière bilingue, dans un cadre politique établi (lorsque cela entre dans le cadre d'une politique linguistique), l'acte de communication de promotion et de valorisation de la région que cela

⁸¹ Nous conviendrons qu'indirectement les institutions publiques ont elles aussi le besoin de convaincre les citoyens pour lesquels elles agissent. Les méthodes et moyens mis en œuvre pour conserver une sorte d'attractivité (qui peut avoir un dessein commercial) ne sont vraisemblablement pas exprimés de la même façon que les établissements privés, tels que les entreprises, pour lesquelles l'ambition commerciale, économique est clairement établie, connue de tous et faisant partie des principes de développement et de maintien de ces structures. Nous pouvons penser que concernant les institutions publiques, l'attractivité commerciale n'est pas une condition à leur maintien et donc les politiques de communication ne sont pas censées avoir comme première visée les retombées économiques.

⁸² *Ib.*, pp. 18-19.

représente ne peut se résumer à une communication « destinée à faire connaître une politique publique » ou « à soutenir une mission d'intérêt général » dans le sens sous-entendu par l'auteur :

L'intérêt général résulte d'un compromis d'intérêts entre les individus et des groupes de la société qui consentent au « contrat social » dans le cadre duquel s'inscrivent lois, règlements, jurisprudence et habitudes.⁸³

Lorsque Pierre Zémor écrit que les messages publics « s'adressent tant à la raison qu'ils excluent la séduction »⁸⁴, cela ne peut être exact pour toutes les natures de messages publics. La signalisation routière est un message issu de la communication publique. La signalisation routière bilingue est un message issu de la communication politique, visant la promotion et la valorisation du lieu dans lequel elle est présente. Elle permet la promotion et la valorisation de la ville, voire de la région environnante du lieu où l'affichage bilingue est présent. Car c'est aussi l'image de la ville qui se trouve en question lorsque l'affichage, la signalisation n'est pas efficace pour l'usager qui arrive la première fois dans la ville par exemple. La ville est un lieu aux fonctions spécifiques. Elle a un rôle de services auprès des citoyens : elle doit permettre le déplacement des usagers de la façon la plus adaptée à leurs besoins, elle doit assurer la préservation des sites tels que les parcs ou tout autre milieu naturel (elle a donc une mission d'écologie), elle doit viser un développement économique durable, le développement de ses pôles de compétences, elle doit permettre des aménagements culturels, de loisirs et autres, etc. Au sein de cette énumération très succincte des fonctions de la ville, je retiendrai qu'elle est le lieu de rassemblement dans lequel on a besoin de repères dû à la concentration des lieux de vie, de commerce, etc. Et aménager une ville par un ensemble de repères est attribuer par exemple des fonctions différentes aux lieux afin de favoriser l'expression de toutes les potentialités que peut offrir la ville en question. Un lieu peut être valorisé par un affichage, bilingue de surcroît, ce que nous verrons un peu plus loin par l'exemple de la ville de Lorient, où différents lieux de la ville, tels que le stade de football participent à la valorisation générale de la ville mais le lieu de repère qu'est le stade (lieu aux fonctions symboliques fortes dans toute ville, une équipe de football faisant partie intégrante de l'identité d'une ville dans le sens où elle en est un élément représentant fort) est lui-même valorisé par un affichage bilingue au sein même de sa structure.

Aussi, l'affichage bilingue présent dans la ville, émane d'une mission de signalisation mais semble être, sous couvert de cette mission, le support d'un message plus complexe, identitaire, valorisant, etc. pour ne pas dire marchand, dans le sens où la valorisation et la promotion de la ville, de la région, exprimée comme tel, vise la réception d'un message positif par l'usager et profite au développement de la ville (par exemple, l'usager y reviendra ou préférera venir faire ses achats dans ce lieu, ou fera de la bonne publicité pour le lieu, etc.).

⁸³ *Ib.*, p. 6.

⁸⁴ *Ib.*, p. 7.

Inscrire l'utilisateur dans un « contrat social » tel que défini précédemment signifie considérer l'individu-citoyen comme acteur ou en tout cas récepteur actif des actions de communication publique. Sans aller jusqu'à l'envisager « co-décideur » du système social dans lequel il se trouve, tel que Pierre Zémor (en faisant référence au contrat social de Jean-Jacques Rousseau) l'indique, la place du citoyen-récepteur est effectivement à envisager comme active dans le processus de communication publique. En effet, il n'est pas question de concevoir le récepteur des messages bilingues comme un simple consommateur. Les motivations des institutions publiques à émettre ce type de messages visent aussi le maintien du lien social, dont l'identité est un élément fédérateur, et dans certains contextes (nous le verrons plus loin dans l'analyse des enquêtes) un changement de comportement face aux langues régionales de Bretagne.

b. La signalisation touristique⁸⁵

Au delà de la signalisation routière, il existe aussi une signalisation touristique différente des panneaux de type H⁸⁶, proposant des données informatives à l'utilisateur tel que le montre cet exemple de panneau :

⁸⁵ Concernant cette catégorie d'affichage, se reporter au DVD : Voir, La signalisation touristique : ST01 à ST56.

⁸⁶ Les panneaux de type H11, H12, H13, H21, H22, H23, H24, H31, H32, H33 indiquent par message littéral et /ou graphique des lieux touristiques, des itinéraires touristiques, des curiosités locales, sous une forme réglementée au niveau des couleurs (marron et blanc), de la taille, des lieux d'implantation ; à la différence de la signalisation touristique générale gérée par les communes, sans contrainte de forme ni de fond.



Photo 9. Site des kaolins, commune de Ploemeur, département du Morbihan

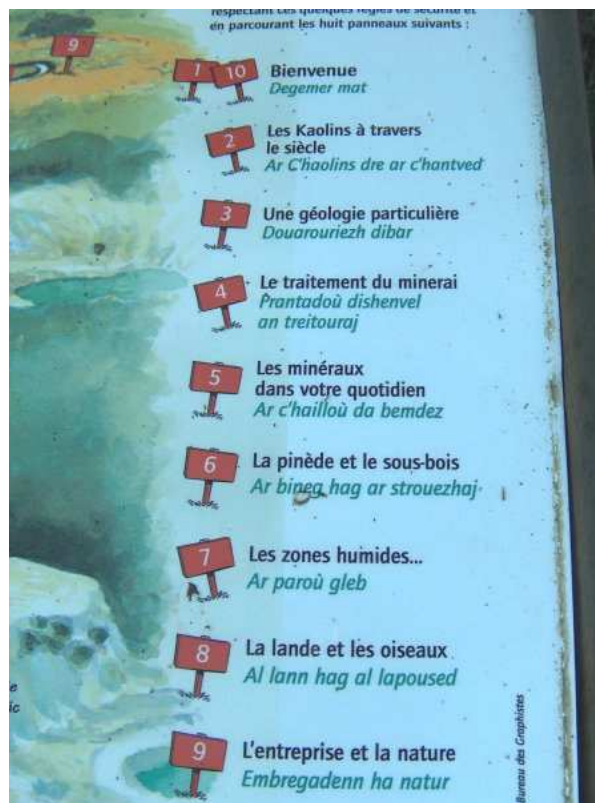


Photo 10. Site des kaolins, détail de la photo 9, signalétique français – breton, commune de Ploemeur, département du Morbihan

La commune (ou tout autre autorité régissant le site) gérante de cette signalétique, invite l'utilisateur piétonnier à un parcours culturel : la visite d'un site, inscrit dans l'identité culturelle globale du lieu où il se trouve et dont la langue bretonne témoigne. Ce type de panneau permet d'obtenir des informations sur le chemin de randonnée que l'utilisateur emprunte, à l'exemple des informations sur la faune et la flore que l'on pourra observer dans cet espace. Ces panneaux sont présents dans tous les lieux où une indication des caractéristiques du lieu existe. De la même façon, nous trouverons un panneau de cette catégorie près d'un monument, d'une statue, etc. Leur composition comme leur implantation est à la liberté de l'autorité régissant le site en question. Ici c'est la commune qui a composé et implanté les panneaux. La typographie, les couleurs, la forme, la taille du panneau sont donc aussi à la liberté de la commune.

Dans le cas de ces panneaux, la composition bilingue a été soigneusement étudiée par l'équipe municipale, cela faisant partie d'une nouvelle stratégie de valorisation de la commune. En effet, l'équipe municipale, non favorable à une politique d'affichage bilingue systématique (à l'inverse de sa commune voisine Lorient, qui y voit une exigence) a statué sur l'utilisation d'une signalisation minimale en français uniquement (ce qui va également à l'encontre de la politique de la communauté d'agglomération qui souhaitait une uniformisation de l'affichage bilingue pour toutes les communes du pays) pour la signalisation de la place de l'église (place centrale de la commune en totale restructuration depuis quelques années, les travaux s'étant achevés en 2005). L'équipe municipale préférerait que l'affichage se fasse sur les chemins de randonnées par exemple, ou de manière plus générale, sur les lieux où passent les piétons et non les automobilistes. L'équipe ploemeuroise a donc choisi de respecter davantage les normes nationales concernant les panneaux de signalisation sur les voies ouvertes aux automobilistes et de procéder à la mise en place de panneaux bilingues sur les chemins piétonniers. Le site des Kaolins est un site important sur la commune de Ploemeur. Il est le lieu d'une forte activité, originale et valorisante pour la commune. Aussi sur le site de Lanvrian aux Kaolins, la Société Denain Anzin Minéraux (DAM), en collaboration avec la municipalité, a mis en place un sentier d'interprétation baptisé le « sentier des kaolins ». Inauguré en Octobre 2001, ce chemin, long de 1500 mètres, est implanté au cœur même de l'exploitation entre sites d'extraction et site de transformation, et rejoint le secteur côtier. Tout au long de celui-ci, 10 panneaux, en adéquation avec l'environnement proche, abordent l'histoire des kaolins, leur géologie, la production et ses différentes étapes, les utilisations des produits, les milieux naturels, etc. Ils sont tous construits sur le même modèle que présente le panneau précédent.

Il s'agit là d'un très bon exemple de communication industrielle visant, entre autres, à la valorisation du patrimoine, à la restitution de l'histoire humaine et industrielle d'un site, à la découverte et au respect des milieux naturels. L'aménagement de sentiers du même type est prévu sur deux autres sites d'exploitation. L'affichage bilingue proposé ici répond à des motivations de communication culturelle. Dans ce cas, il ne s'agit pas d'orienter les usagers mais de les informer, en se servant de l'objet linguistique, sur la

façon dont un endroit se nomme en breton. La langue devient ainsi un objet de valorisation du lieu où elle s'affiche, et non un sujet. Autrement dit elle ne représente dans ce type d'application que le but institué et instrumentalisé du sujet culturel qu'elle est pourtant. La langue bretonne est une matière patrimoniale tout autant que le matériau Kaolin, que les espèces d'oiseaux ou de plantes présentes sur le site. Elle fait partie intégrante de cet environnement et elle le valorise. L'exploration des pratiques dont je témoigne ici ne saurait se justifier sans recherches plus approfondies. Un entretien semi-directif avec le maire de Ploemeur et son adjoint à la culture montreront dans la partie 3 (par exemple, pp. 331-333, 386-387) comment la stratégie d'utilisation de l'objet linguistique s'est mise en place et quel impact l'équipe municipale souhaite obtenir. Notons ici que le sentier des Kaolins est proche du secteur côtier sur lequel a été mis en place, dans le même objectif, une signalisation bilingue pour les panneaux d'entrée d'agglomération.



Photo 11. Site des kaolins, détail de la photo 9, commune de Ploemeur, département du Morbihan

Au niveau de sa composition (les panneaux sont homogènes sur la forme), l'intitulé présenté ci-dessus indique un lettrage différent entre la forme française et la forme bretonne. Dans le domaine du graphisme, les lettres capitales sont utilisées car elles donnent une impression de lenteur, davantage que les lettres minuscules, procurant l'effet inverse⁸⁷. On peut alors supposer que pour éviter de mettre trop de différence de statut entre les langues inscrites sur ce panneau, les lettres capitales sont utilisées pour palier la taille supérieure des caractères de la mention en langue française ainsi que pour aider la lecture de l'utilisateur. La mention en breton devance la mention en anglais sur la même ligne, mettant ainsi les deux langues au même niveau. Toutefois, si l'anglais et le breton sont présentés au même niveau, supposant donc que l'équipe communale souhaite leur donner (et afficher) un statut équivalent, elles pourraient aussi être toutes deux perçues comme langues étrangères, ce qui va à l'encontre de la démarche initialement ambitionnée, souhaitant « utiliser » et « montrer » la langue bretonne comme un élément majeur de son patrimoine. Sur l'ensemble des autres panneaux, le breton est indiqué de la même façon, en lettres capitales sous la mention française, et devance la mention en anglais.

Il appartient donc à la commune de développer ce type de signalétique, donnant une certaine valeur ajoutée aux sites sur lesquels elle se trouve. Dans le même esprit et sur

⁸⁷ Ce principe est connu et utilisé par tous dans le domaine du graphisme. Les ouvrages de Pierre Di Sciullo sont de prime abord ceux les plus intéressants et novateurs aujourd'hui dans ce domaine et il est intéressant de consulter le site : <http://www.quiresiste.com>.

un site proche, la commune a installé un panneau trilingue : français, anglais, breton pour informer les usagers à propos de la Chapelle de Saint-Léonard :



Photo 12. Signalétique trilingue français, anglais, breton, site de la Chapelle de Saint-Léonard, commune de Ploemeur, département du Morbihan

Les matériaux, les couleurs du panneau contribuent à la valorisation de l'information donnée sur le site. Il s'agit d'une mise en scène du patrimoine, du lieu que désigne le panneau. C'est la forme anglaise qui est présente en haut à droite, au dessus de la forme bretonne. Nous remarquerons la forme bretonne :

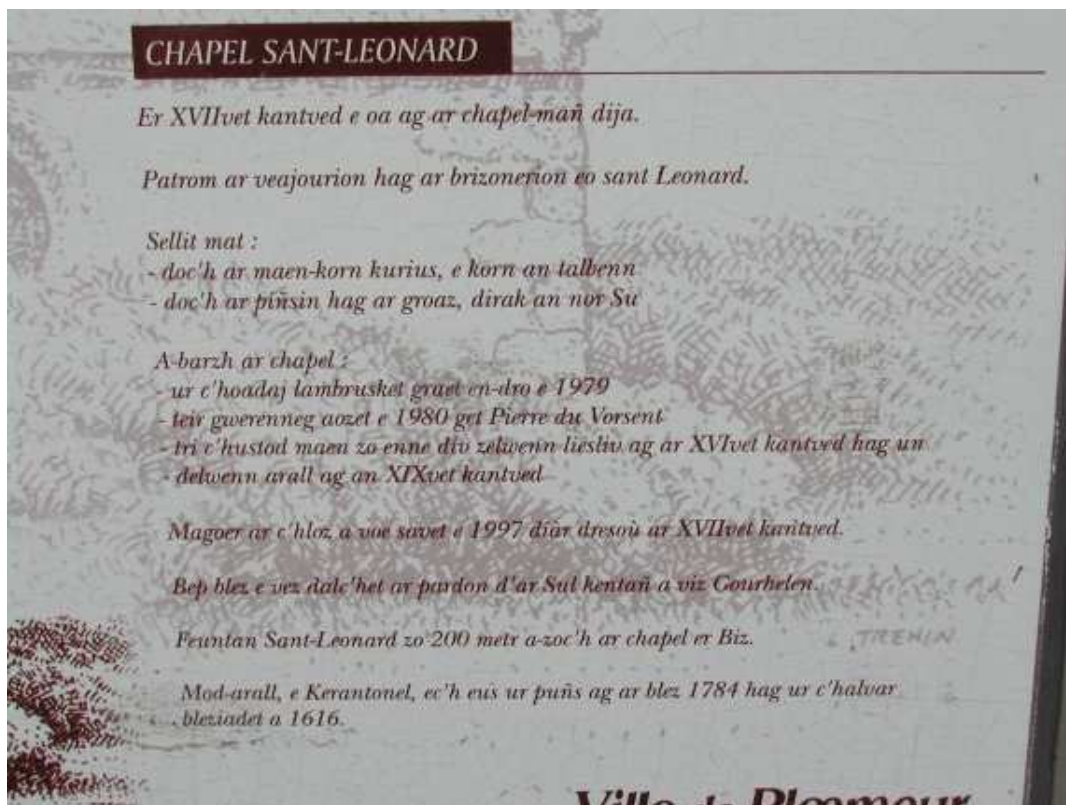


Photo 13. Détail de la signalétique trilingue français, anglais, breton, site de la Chapelle de Saint-Léonard, commune de Ploemeur, département du Morbihan : partie en breton

Cette partie du panneau est celle la moins en relief par rapport au second plan, paysager, qu'offre le panneau. Le style d'écriture est le même pour les trois langues, la taille de la police est identique pour l'anglais et le breton, ce qui nous laisserait penser dans un premier temps que ces langues sont considérées à la même échelle, ou en tout cas, cette manière d'afficher semble leur donner le même statut. Mais quel statut : langues étrangères ? Langues patrimoniales ? Langues des minorités (entendons que l'anglophone est de fait en minorité puisque se trouvant dans un lieu avant tout francophone) susceptibles d'être usagers du lieu ? L'articulation de ces trois langues est intéressante à envisager car cela a supposé un questionnement préalable en lien avec la mise en forme des panneaux de signalisation : quelles langues ? Pour qui ? Et pour quoi ? Ici, la lisibilité de la langue bretonne est moins bonne que pour les deux autres, ce qui peut nous laisser penser que le texte est présent moins pour être lu que pour être vu, cela entrant dans la politique globale de la commune, d'inscrire dans un contexte patrimonial l'objet linguistique breton, et dans un second temps offrir aux locuteurs du breton la possibilité d'être informés dans leur langue ; à la différence de l'anglais qui est avant tout une langue de communication directe, présente pour un ensemble non négligeable d'usagers non permanents, anglophones, ou pour qui cette langue sera plus accessible que le français.

Ici des formes dialectales spécifiquement vannetaises sont à noter : (cf. pour cela la photo précédente) : par exemple, « ag » pour « eus » (l. 1) [forme conjuguée du verbe bezañ signifiant « être, exister »], pluriel en « -ion » (l. 2) qui est en « -ien » ailleurs, la préposition « doc'h » (l. 4 et 5) pour « ouzh », « get » (l. 8) pour « gant » [signifie « avec »], l'adverbe « enne » pour « enno » (l. 9), l'adjectif « arall » pour « all » (l. 10) [signifie « autre », ici : « et »], la préposition « diàr » pour « diwar » (l. 11) [signifie « d'après, selon »]. L'identité du lieu passe donc par la langue, c'est la variété locale qui a été choisie ici pour un ensemble de mots, d'expressions.

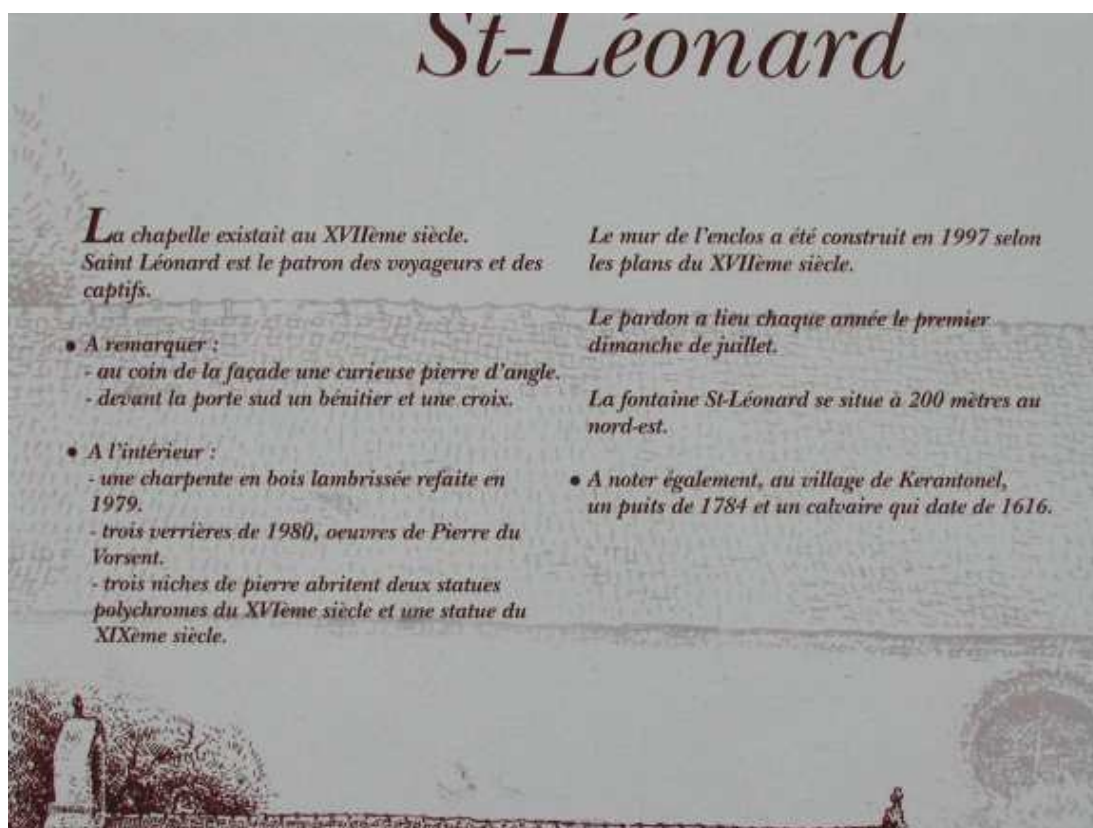


Photo 14. Détail de la signalétique trilingue français, anglais, breton, site de la Chapelle de Saint-Léonard, commune de Ploemeur, département du Morbihan : partie en français

À l'inverse, l'exemple suivant de l'affichage en place sur le site du Festival Interceltique de Lorient (FIL) indique une enseigne « Tarti breiz⁸⁸ ». Nous noterons que le nom choisi pour désigner ce plat spécifique (le choix en revient à l'équipe lorientaise du FIL chargée de gérer l'affichage bilingue sur le site) est la version KLT (Kerne, Leon, Treger) du nom « Bretagne », alors que la version vannetaise est Breih, Breizh étant la synthèse des deux variétés principales de la langue bretonne : KLT et Vannetais.

⁸⁸ La Tarti Breiz est une spécialité culinaire du Festival Interceltique de Lorient : tartine de pain haude complété d'andouille, de pommes de terre, de crème.



Photo 15. Affichage site Festival Interceltique de Lorient, département du Morbihan

Au delà de la langue utilisée, c'est surtout un ensemble de valeurs que l'émetteur souhaite transmettre dans et par le lieu où l'affichage bilingue existe. L'uniformisation des panneaux dits touristiques, relevant d'une signalétique informant l'utilisateur (le plus souvent pratiquant une activité assimilée au tourisme, du type promenade, découverte, etc.) sur les caractéristiques patrimoniales du lieu, indique que la commune, émettrice de ce type de message, utilise les mêmes types de panneaux (matériaux, style, etc.) sur l'ensemble de son territoire, pour informer, communiquer sur les lieux de mêmes catégories. Cette uniformisation du support d'affichage est corrélée à la cohérence que les communes souhaitent avoir dans les informations qu'elles transmettent par ce biais. La place de la langue bretonne est elle aussi uniformisée sur le support, et participe à la reconnaissance de l'identité de la commune au même titre que d'autres signes, tel que le logo, comme le panneau suivant le montre :



Photo 16. Signalétique français, breton, commune de Plomelin, département du Finistère

Le logo de la ville se situe tout en haut du panneau. Chaque panneau de signalisation touristique présent sur la commune est construit de la même façon : le logo, la désignation du lieu en français, la désignation en breton dans une police plus petite en italique et un ou plusieurs dessins symbolisant une partie du patrimoine de la commune. Le breton contribue ici à ce qu'on pourrait nommer « le tourisme des valeurs ». Nous ne pouvons pas nous satisfaire du fait que l'industrie du tourisme ou que l'idée de développement du tourisme en Bretagne ne soit basée que sur du tourisme des valeurs puisque cela supposerait que l'ensemble des actions en faveur du tourisme ne soit effectué que par des arguments symboliques, transmettant les valeurs (culturelles) de la Bretagne. La mer, l'Histoire, la faune, la flore, etc. sont autant d'arguments que l'on peut mettre en avant dans une perspective de valorisation et de développement, comme la langue bretonne, qu'on pourrait presque envisager comme une valeur ajoutée dans certains cas. Dans les pratiques d'affichage bilingue, tel que dans la signalisation touristique, il s'agit d'offrir à l'utilisateur lors de sa visite sur un lieu déterminé, un ensemble de valeurs propres à la « communauté territoriale » sur laquelle il se trouve, pensé à dessein des personnes qui vont l'apprécier. Cela suppose que dans certains endroits, la langue bretonne s'affiche comme un artifice permettant de créer une bonne relation entre le lieu et l'utilisateur, et donc entre l'émetteur et le récepteur du message et par là contribuer aux relations de bons échanges (de manière optimale : échanges commerciaux) donc de développement.

Il apparaîtra sans doute choquant à certains de pouvoir envisager la langue bretonne comme un artifice. Ce n'est en aucun cas de manière péjorative que j'utilise cette désignation, il s'agit de montrer comment fonctionne une forme d'usage de la langue, dans le but de répondre à des objectifs de développement des lieux sur lesquels on l'affiche. Dans les exemples précédemment cités, les communes de Ploemeur et de Plomelin, comme bien d'autres témoignent de ce qu'elles sont, de ce qui constitue leur identité. Lorsqu'un usager fréquente une commune, se déplace sur son territoire, que ce soit de manière permanente (la commune est le lieu de vie principal de l'usager) ou de manière ponctuelle (usager non-permanent), la commune doit permettre de lui montrer de quoi elle est constituée. Utiliser la langue bretonne comme un élément fondamental de la représentation de son identité auprès des usagers m'entraîne alors à penser que la langue bretonne peut être un objet de projection, de construction d'un monde commun.

Les exemples de communes cités précédemment forment des communautés spécifiques : la commune de Ploemeur est une communauté à part entière dans le sens où elle met en œuvre, par exemple, une politique de développement, pour l'ensemble de ses usagers citoyens ploemeurois et la commune de Plomelin en fait de même pour ses usagers à elle. Lorsqu'un individu dit « je suis ploemeurois » ou je viens de « Ploemeur », il témoigne de l'appartenance à une communauté spécifique, au sein d'une communauté plus large : la communauté bretonne, pour ne citer que celle-là, puisque nous savons qu'un individu peut se sentir et se dire appartenir à de multiples communautés (culturelle, sportive, etc.), sans émettre de relation avec le lieu de vie, ou encore se sentir et se dire ploemeurois mais moins breton, etc.

Mais un des objectifs de la commune (et de toute autre Cité sans doute) est bien de pouvoir montrer à ses usagers une unité, une cohérence, voire un sens dans le respect de la diversité, pour créer un monde commun où la confiance, le lien social, etc. existent et permettent aux usagers de vivre dans un environnement positif, encourageant, etc.

L'identité communautaire, qui est d'abord participation affective à une entité collective, est un pilier constant de toutes les identités. Elle fonde le sentiment d'identité notamment à travers les sentiments d'appartenance, de valeur et de confiance... la considération de l'ontogenèse de l'individu, la considération des exigences de la communication et des réalités de la vie collective, ainsi que l'examen de l'histoire de l'évolution de divers groupes et civilisations, nous montrent l'existence d'une identité collective (ou Moi communautaire) qui est première par rapport à l'identité individuelle (ou Moi individualisé).⁸⁹

Ainsi, comme le rapporte Alex Mucchielli, la commune, en charge de son identité communautaire, crée, consolide, une identité collective, à laquelle les personnes doivent adhérer pour participer à l'entité collective qu'elle représente. Chaque

⁸⁹ MUCCHIELLI, Alex, 1986, pp. 85-86.

individu se construit selon cette identité collective, directement liée au(x) lieu(x) dans lesquels il a évolué, et une identité propre : le Moi individualisé. Dans ce métissage du Moi, en tant qu'individu singulier, faisant partie d'une communauté, d'un environnement collectif, la question linguistique, comme référent identitaire pris pour le collectif prend beaucoup d'importance dans la projection de ce que sera l'identité collective, communautaire, donc l'identité de la commune où cette langue est un référent essentiel. Aussi, nous pouvons penser, qu'au delà de la première description d'artifice que je faisais de la langue, un autre moteur de motivation d'usage de la langue est très présent : construire l'identité collective qui s'adresse à tous les usagers, permanents ou non-permanents, permettant la reconnaissance de son Moi individuel, de son Moi communautaire, etc.



Photo 17. Site touristique, commune de Plomelin, département du Finistère, photographie : www.geobreizh.com

Le panneau d'affichage transmet des informations sur l'identité de lieu, plus généralement sur l'identité de l'ensemble du territoire sur lequel il se situe sans pour autant être une image figée de la communauté territoriale puisqu'il participe, entre autres, par la langue régionale qui y est affichée, à la construction de l'identité individuelle et collective en permettant à l'individu usager de s'identifier, de se reconnaître dans cette savante mise en œuvre et organisation de l'espace.

En effet, que ce soit pour la signalisation touristique ou l'ensemble de la signalétique, les modalités d'accès à un lieu (la signalisation routière est l'élément essentiel pour le rendre efficace), le balisage de l'accès, l'accueil dans le lieu, l'organisation de la circulation dans le lieu sont possibles grâce à une signalétique en accord avec les publics attendus, les services que les usagers viennent chercher, etc. sur tout type de

lieu, que ce soit un chemin de randonnée, un lieu d'activités sportives ou la bibliothèque municipale pour ne citer que ces exemples là.

c. La signalétique externe des bâtiments publics⁹⁰

À la suite des précédentes considérations sur la signalisation touristique, le contexte communal regorge d'un autre type de signalétique : la signalétique présente sur les bâtiments publics, sur les parois extérieures de ceux-ci. La signalétique externe des bâtiments publics procède des mêmes types de politiques linguistiques, engagées par les communes ou les instances ayant les bâtiments en gestion et participent à une valorisation des lieux et places signalés mais aussi des environnements les entourant. Identifier ou marquer ces bâtiments résonne donc comme la valorisation des lieux mais aussi comme la volonté de réimplanter la culture bretonne sur tout un territoire par un des « objets » symboliques forts : la langue régionale.



Photo 18. Signalisation du stade de football de Lorient, département du Morbihan

Plus que l'analyse des matériaux, couleurs, police et autres paramètres, nous avons vu précédemment que c'est la place de cet affichage dans la construction de l'identité de la ville, donc de l'identité collective qu'il est intéressant d'interroger : la mise en mots permet la construction d'une identité collective, faisant que l'individu, dans cet espace crée son moi Communautaire ainsi que son Moi individuel, les deux étant en corrélation (que le Moi communautaire témoigne de l'adhésion à l'identité collective ou non). Les bâtiments publics sont des lieux de ville, dont l'activité qui y est produite a une fonction de services (le plus souvent, pour par exemple, la mairie, la bibliothèque, la poste, la préfecture, etc.) auprès des usagers de la ville. L'emplacement

⁹⁰ Concernant cette catégorie d'affichage, se reporter au DVD : Voir, La signalétique externe (bâtiments publics / commerciaux) : SE : BP – BC.

des ces lieux est corrélé à leur fonction : les services de proximité par exemple tels que les services qu'offrent la mairie, la poste, les musées, etc. sont disponibles le plus souvent dans les centres des villes. Leur aménagement, tel que leur désignation bilingue fait partie de l'ensemble du service rendu, donné, voire garanti à l'utilisateur.

Le service offert à l'utilisateur public ne peut se réduire à un produit décrit dans un catalogue ou exposé dans une vitrine. Le cas particulier présenté à une administration nationale ou locale appelle un traitement « personnalisé ». Le service doit être ajusté, l'application des règles adaptées à l'interlocuteur (le récepteur est « co-constructeur du texte »...). Le service est, dans une certaine mesure, coproduit avec le demandeur. L'échange et la communication font partie intégrante du service finalement délivré.⁹¹

Aussi, nous pouvons penser que l'affichage bilingue permet la mise en évidence d'un service de proximité, complet, c'est-à-dire garantissant à l'utilisateur qu'on tient compte de son identité dans le lieu dénommé dans les deux langues et pour le service qui lui sera offert. La dénomination bilingue de ces lieux fait partie d'un processus plus global de la mise en mots de l'espace de la ville pour construire et consolider l'identité locale, régionale collective. Des formations linguistiques sont proposées aux personnels de ces établissements pour pouvoir garantir à l'utilisateur non plus qu'un contact symbolique mais aussi un contact direct dans la langue de son choix : français ou breton. Par exemple, la ville de Lorient s'est engagée à développer le bilinguisme dans sa communication et à proposer aux Agents Municipaux un certain nombre de mesures, par exemple, « une formation en langue bretonne en vue d'améliorer les relations entre l'Administration et les usagers »⁹² (Compte-rendu du Conseil Municipal de la ville de Lorient, séance du 01/10/1998, page 3).

Certaines mairies proposent ainsi des services en breton, telle que la commune de Pluguffan (département du Finistère), qui offre le service de la cérémonie de mariage civil en breton, entre autres possibilités de services publics bilingues. En effet, une charte communale d'action bretonne a été rédigée en 1997 et indique un ensemble de mesures de services publics que la commune de Pluguffan souhaite mettre en place et perdurer :

I. Officialiser la langue et l'identité bretonnes au moyen :

...

3. de la **mise en place de panneaux bilingues sur et dans les bâtiments publics** (mairie, hôpital, maison des jeunes, salle des fêtes, salle des sports, piscine, etc.).

...

II. Favoriser le bilinguisme au quotidien

⁹¹ ZEMOR, Pierre, 1995, p. 15.

⁹² Cette proposition entre dans le cadre de la Commission Formation des Agents Municipaux qui offre déjà d'autres types de formation continue.

1. Favoriser la **promotion** du personnel travaillant dans le secteur public (mairie, maison de retraite, bureau de poste, aides maternelles) par l'intermédiaire d'instituts de formation.
2. Mettre l'identité bretonne en valeur dans les entreprises, par la présence du **drapeau**, par des propositions de **stages** sur l'histoire, la langue et la civilisation bretonnes.
3. Dans l'aménagement des bourgs, en utilisant en priorité les **matériaux du pays** (granit breton, ardoise du pays), en prenant en compte le paysage propre à chaque région.
4. Dans la **communication**, par la présence du breton dans les moyens de transport, dans le bulletin municipal, lors de cérémonies officielles (mariages, réceptions, correspondances, le blason municipal, etc.).
5. Assurer la **présence** du breton dans les équipements d'accueil.⁹³

Nous retiendrons que les moyens permettant de favoriser le bilinguisme sont associés à des facteurs très positifs (des facteurs performants) de développement social et culturel de la personne. En effet, associer indirectement la promotion des personnels des services publics à un ensemble de formations permettant d'y accéder, sans mentionner directement la proposition de formations linguistiques montre toute la pédagogie nécessaire à la stimulation des personnels, les touchant par l'ambition d'une promotion sans exprimer l'objet bretonnant que pourrait avoir la formation requise. De plus les lieux désignés par l'implantation de la langue bretonne, par l'intermédiaire de panneaux d'affichage, ou par les locuteurs que pourraient être les personnels travaillant dans ces lieux, témoignent aussi d'une forme de pédagogie, ou de plan d'apprentissage et de mise en place de la langue dans l'espace social qu'est la ville où sont délivrés certains types de services (liés aux activités de mairie, bureau de poste, etc.). La mairie et le bureau de poste sont des lieux symboliques où chacun, usagers non-permanents y compris, peut passer. C'est un service de proximité, pouvant créer une forme de lien social qui est développé ici, et pour toutes les générations, d'où les personnels des maisons de retraite et des écoles maternelles privilégiés dans la possibilité de ces formations.

La signalétique bilingue et la formation des personnes, et ce de manière large : culturelle et linguistique (sensibilisation des personnes à la langue ou formation linguistique approfondie) sont en complémentarité pour qu'un univers culturel et linguistique cohérent se crée. L'action qui consiste à former spécifiquement les aides maternelles dans cette commune montre comment on essaie de toucher les plus jeunes, pour sensibiliser non seulement les enfants mais les familles à la langue et plus largement à cet univers culturel. Proposer des services en breton dans les institutions publiques signifie aussi qu'on se situe à un autre niveau que la simple valorisation de la commune pour essentiellement les usagers non-permanents, on est ici à la recherche d'un message de proximité, de lien social dont la communication, par actes symboliques et actes linguistiques, est le vecteur. C'est pour cela que ce sont des activités du type « stages sur l'histoire », ou la présence du drapeau breton ou l'utilisation de matériaux dits « du pays » qui sont proposées comme éléments

⁹³ Les mots signalés en caractères gras le sont de mon propre fait.

principaux et fondamentaux d'un plan plus large de favorisation de la langue bretonne. C'est ainsi que l'on retrouve dans la commune de Plomelin :



Photo 19. Signalétique bilingue français-breton, mairie de Plomelin, département du Finistère



Photo 20. Signalisation de la maison de retraite, commune de Plomelin, département du Finistère

Ces deux photos montrent comment l'environnement d'affichage importe sur le sens du message. La commune a établi une politique de signalisation dans la même lignée que ce que la Charte communale de Pluguffan indique : on utilise les matériaux régionaux dans la signalisation. Ils contribuent à la valorisation du lieu. J'indique qu'à Plomelin, même si l'affichage « Salle des mariages – Sal-dimeziñ » laisse penser qu'un service de cérémonie en breton peut être offert, aucun élu n'a pour le moment déclaré

cette compétence. En ce qui concerne la maison de retraite, le toponyme, « Ti Gwenn » et l'environnement dans lequel il est affiché : céramique encadrée de pierres de taille, éléments connus de l'artisanat breton, sont complémentaires et donnent un caractère encore plus localisant à la désignation de ce lieu, et oeuvrent à la construction et/ou à la consolidation de l'espace communautaire.

Les lieux de ville, qu'ils soient choronymes, toponymes ou odonymes, expriment la dialectique entre les pratiques sociales des lieux (et notamment les divers attributs qu'on leur accorde) et la mise en mots des identités (engagée dans la territorialisation linguistique) corrélée aux pratiques langagières. De ce point de vue, les lieux de ville sont à [la] fois une catégorie descriptive pour l'approche de l'urbanisation sociolinguistique et un outil méthodologique pour analyser le rapport entre langue (représentée ou pratiquée) et lieu (vécu ou perçu dans le procès d'appropriation de l'espace).⁹⁴

Le lieu qu'est la maison de retraite, permet comme d'autres lieux dont la désignation apparaît de manière bilingue, ou dont la dénomination se fait en langue régionale, de comprendre la structure s'établissant entre la pratique sociale du lieu en question : c'est une maison de retraite, envisagée comme un lieu de vie fréquenté majoritairement par des personnes âgées et la mise en mots de l'identité des personnes mais aussi de la commune dans laquelle ce lieu s'inscrit, par la dénomination en breton, les matériaux choisis, etc. Les lieux de ville, désignés par Thierry Bulot ci-avant, concernent les lieux situés dans la ville, donc au sein d'une entité distinguable de la commune par sa taille, sa concentration de population, un lieu d'activités intense, etc. Dans les exemples d'affichage que j'évoque, je retiendrai pourtant la désignation des lieux de ville car ils sont situés dans des communes d'agglomération : espaces socialisés n'ayant pas accédé au rang de ville étant donné leur nombre d'habitants mais au sein desquels le procès de mise en œuvre de la signalétique bilingue est le même, ce vers quoi tend la définition du lieu de ville de Bernard Lamizet :

Les lieux de ville sont les lieux qui rendent visibles, dans leur structure et dans leur configuration, les logiques de l'appartenance sociale et de l'exercice des pouvoirs et des formes de la communication politique...
Les lieux de ville se définissent comme des espaces d'échanges, de rencontres et de sociabilité...⁹⁵

Les lieux désignés jusqu'alors et issus de communes répondent totalement à ces caractéristiques. Ce sont des espaces publics dans lesquels les actions d'affichage bilingue ou de dénomination en langue régionale nous permettent de saisir le rapport entre langue(s) régionale(s), lieux et usagers, et lorsqu'il s'agira de mise en mots de

⁹⁴ BULOT, Thierry, 2004 (5), pp. 136-137.

⁹⁵ LAMIZET, Bernard, 2004, pp. 116.

l'espace urbain, caractéristique fondamentale de l'espace de ville (au nombre d'habitants suffisant pour obtenir cette désignation), cela sera un vecteur d'approche des mécanismes d'urbanisation sociolinguistique, tel que dans la ville de Rennes par exemple :



Photo 21. Signalisation de la mairie, commune de Rennes, département de l'Ille-et-Vilaine

L'ensemble de l'affichage bilingue qui y est présent, témoigne d'une volonté politique à développer une certaine image de la ville, par une organisation spatiale linguistique spécifique, ce que les commerçants, par exemple, perdurent en utilisant un affichage bilingue sur leurs enseignes. Un territoire cohérent, dans son ensemble, représenté par les deux « instances » principales que sont l'institution publique et le commerce, se construit donc ainsi, au fur et à mesure. L'urbanité langagière correspond à la mise en mots d'un univers culturel que la ville souhaite approfondir, valoriser. Les témoignages qui seront analysés dans la partie 3 éclairciront ce point.

Signalétique bilingue et lien social : à la recherche de proximité

Mais, dans le contexte communal, une spécificité est à noter. Il s'agit du rapport de **proximité**, encore plus flagrant que dans les espaces urbains. L'affichage devient une motivation pour l'entretenir, si ce n'est la créer dans les endroits qui méritent d'être redynamisés par exemple. L'espace dans lequel l'affichage est présent permet de développer plus ou moins un sentiment de proximité, permet de créer un rapprochement avec l'utilisateur en faisant de la langue bretonne un élément de cohérence forte entre l'espace, l'individu et son identité. L'affichage bilingue prend place au sein d'un territoire global, la Bretagne, constitué d'espaces (urbain, communal, routier, etc.) et témoigne de la volonté de mettre en valeur l'identité de la région par l'élément symbolique dominant : la langue bretonne.

Le territoire est un espace approprié avec un sentiment ou une conscience de son appropriation. Cette notion de territoire est à la fois juridique, sociale mais aussi culturelle et affective (et l'affectif est un paramètre important dans la recherche sociolinguistique sur les langues régionales : sphère où pratiques et représentations se

confondent souvent). Le territoire se distingue en deux types d'espaces complémentaires, l'un dit « délimité » et l'autre dit « représenté » où se vit une identité, géographique et sociale qu'il faut définir pour comprendre la complexité du contexte et la difficulté à agir (dans le cas de la démarche d'affichage bilingue) dans une telle situation. Ainsi, le territoire nécessite d'abord les sentiments d'appartenance (« je suis de là ») et d'appropriation (« c'est à moi », « c'est ma terre, mon domaine »), d'où un lien au domaine juridique. Peut ensuite apparaître la volonté de marquer son territoire. Et il est important de redéfinir cette notion car elle est au cœur du fonctionnement social, des usages, des perceptions des langues régionales en Bretagne. Le territoire est une représentation conduite par l'individu socialisé. Il est une forme de construction sociale, somme résultant de l'association ressentie d'un espace physique (objet géographique à trois dimensions), d'un espace vécu (liens entre réalité et représentations) et d'un espace social (imbrication entre le lieu et les rapports sociaux). Il peut être constamment remis en question par l'individu car la dimension identitaire liée à cette perception du territoire est très forte. Cela expliquerait les débats houleux qui se tiennent parfois lorsque qu'on affiche publiquement une langue qu'on n'estime pas faisant partie du territoire (ceci se vérifiant aussi bien pour l'affichage du breton comme du gallo en Haute-Bretagne par exemple). Aussi le rapport entre l'espace, l'identité, l'individu usager est corrélé au sentiment d'appartenance vécu par l'usager, directement en lien avec les éléments construits, mis en place par la main de l'homme favorisant ce sentiment.

Je n'irai pas jusqu'à dire que l'espace breton, où l'affichage bilingue est présent, est la mise en scène d'un scénario culturel global pré-établi car les motivations d'affichage sont multiples, et proviennent souvent de la volonté de personnes s'exprimant comme sincères et voulant réhabiliter les valeurs, la culture de leur région. Toutefois, derrière ce processus de valorisation culturelle, nous ne pouvons oublier le processus de création ou de re-création culturelle. Et c'est dans cet esprit que j'introduirai la notion de proximité, en lien avec le sentiment d'appartenance. Le terme de « proximité » couvre des notions différentes : proximité géographique, proximité organisationnelle, proximité culturelle, proximité territoriale, proximité linguistique et proximité économique.

En France, les économistes qui travaillent sur le sujet de la concentration géographique des industries sur un territoire spécifique ont développé le concept de proximité. Ce concept a été utilisé pour comprendre ce qu'étaient les déterminants de cette concentration. La proximité est envisagée en premier lieu dans sa perception géographique, comme une distance assez courte facilitant des échanges entre acteurs territoriaux tels que les entreprises, les institutions. Même avec le développement de nouveaux outils de la télécommunication, les échanges en face à face ne peuvent pas être remplacés. Un contact direct est souvent exigé pour une meilleure compréhension entre les agents. Cela est nécessaire pour le développement de la confiance entre les « partenaires » commerciaux : acheteurs et vendeurs. Donc, la distance géographique est un des éléments qui explique l'emplacement / l'implantation de quelques industries sur un territoire spécifique.

Mais existe aussi l'idée de distance perçue, qu'il s'agit bien souvent de renforcer quand matériellement le rapprochement n'est pas possible. Nous penserons alors par exemple aux entreprises situées en Bretagne et usant d'un marketing spécifique à travers toute la France ou dans des lieux ciblés pour transmettre l'image et le savoir-faire breton au delà de la région, l'activité de l'entreprise ne pouvant matériellement pas s'implanter dans de multiples lieux à travers la France. À mon sens, l'idée de proximité et de distance ne peut se confondre à partir du moment où l'on considère la proximité comme une perception de la distance. Ce concept fait partie de l'intime, du perçu, du vécu. Aussi, la proximité (ou distance proche perçue, ou distance perçue évaluée comme proche) est un élément sur lequel les institutions, comme les entrepreneurs peuvent « jouer » pour favoriser la perception d'une proximité chez l'utilisateur, que ce soit dans un lieu, par le biais d'un produit de consommation (la symbolique choisie sur l'étiquette du produit peut procurer le sentiment de proximité chez l'acheteur et déclencher ainsi l'achat), etc.



Photo 22. Signalisation de la bibliothèque et de l'office de tourisme, commune de Plomeur, département du Finistère

À l'exemple de cet espace, nous pouvons penser que la signalétique bilingue est un facteur de proximité sociale (ou lien social), culturelle avant d'être linguistique. En effet, l'institution publique contribue à créer un territoire cohérent, affichant dans de multiples lieux communicatifs une signalétique bilingue, ainsi proche de l'identité collective principale (identité bretonne rappelée par la langue régionale) des usagers de ces lieux. La politique d'affichage bilingue de cette commune, comme d'autres, s'adresse aux usitaires et signifie : « on affiche une part de votre identité parce que vous êtes ici chez vous, l'espace est à vous » et dans les lieux fréquentés (tels ici la bibliothèque ou l'office de tourisme), cette proximité culturelle est présente, crée une proximité sociale, en émanant de ce que Ron Boschma nomme « the cognitive proximity ».

With the notion of cognitive proximity, it is meant that people sharing the same knowledge base and expertise (skills) may learn from each other. This is not only a matter of speed and efficiency of the acquisition of information, but also, and even more so, of extending the scope of cognition. Thus, cognitive proximity facilitates effective communication.⁹⁶

La proximité sociale pourrait donc découler de cette action d'affichage dans le sens où l'usager du lieu qu'il soit permanent ou irrégulier, a la possibilité de partager quelque chose avec les autres. Cela crée un « rappel » identitaire pour les uns et un élément de connaissance pour les autres, et cette proximité, de et par la connaissance permet une communication efficace. Le point intéressant est que lorsque les publicitaires usent de cette proximité, par des éléments symboliques forts apposés sur des produits de consommation, ils aident les politiques publiques liées à l'aménagement linguistique à renforcer l'idée de territoire cohérent puisque la « connaissance » que l'institution cherche à transmettre à l'usager devient de plus en plus acquise par celui-ci par la fréquentation de ces espaces. Elle est donc totalement acquise dès lors que le produit « breton » sort sur le marché. Tout cela pourrait être représenté par un espace dynamique où toutes les sphères interagissent les unes sur les autres, pour le profit (dans le sens de la progression) des unes et des autres, à savoir les entreprises locales, les villes dans leur ensemble, etc. Et c'est pour cela que nous ne poserons pas la question : qui de l'une ou de l'autre a fait le premier pas pour que cette interaction existe ? Il est à retenir que nous sommes au sein d'un territoire dans lequel la multiplicité de formes de l'affichage bilingue (puis les lieux où il s'affiche, etc.) développe une cohérence identitaire et linguistique (argument sur lequel l'Office de la langue bretonne se base, en proposant systématiquement un breton normalisé). A posteriori, nous pourrions penser que cette proximité peut développer l'envie aux usagers d'aller plus loin dans la connaissance de la langue bretonne, et non du gallo pour le moment, les actions étant trop ponctuelles, et l'action majeure qu'est l'affichage bilingue dans une station du métro rennais étant trop lointaine du perçu des usitaires.

La nuance que j'apporterai à cela correspond aux doutes qu'ont exprimé les chercheurs face à cette situation. Dans la démarche d'affichage bilingue, et ce dans divers lieux socialisés et socialisants des villes de Bretagne, l'espoir d'un plus fort taux d'acquisition de la langue bretonne est remis en question.

However, too much cognitive proximity may be detrimental to learning, and thus innovation. There are at least three reasons for why some cognitive distance should be maintained in order to enhance interactive learning. The first one is that knowledge building often requires dissimilar, complementary bodies of knowledge... The second reason is that cognitive proximity may easily lead to cognitive lockin, in the sense that routines within an organization (or in an inter-organizational framework) obscure the

⁹⁶ Boschma, Ron, 2004, pp. 4-5.

view on new technologies or new market possibilities. As a result, the cumulative nature of knowledge creation may turn against the well-being of the organization... The third reason is that cognitive proximity increases the risk of involuntary spillovers. As noticed earlier, cognitive differences between agents are likely to persist, due to many barriers of diffusion. However, knowledge cannot always be totally appropriated and, therefore, knowledge may spill over across organizations.⁹⁷

Je retiendrai ces mots de Ron Boschma comme très représentatifs des discours produits de part et d'autre des usagers, des associations ou groupes réfléchissant à l'avenir de la langue bretonne, des scientifiques en charge de cette question. La multiplicité de l'affichage peut être et est ressentie comme envahissante par certains usagers, certains ne se sentant pas proches de cela, ou le percevant comme une culture imposée, d'où des comportements penchant parfois vers la critique acerbe face à l'affichage bilingue. La difficulté dans ce genre de situation est bien effectivement la recherche et la réussite de l'adhésion des masses pour réussir à ce que la tentative de proximité soit un vecteur positif. Mais lorsque l'identité individuelle se sent menacée par l'identité collective, la situation peut se renverser. Le besoin de se démarquer de l'identité collective et/ou de défendre son identité individuelle avant tout autre chose devient très présent.

De plus, certains regroupements, Bretagne Prospective (associations rassemblant des groupes de réflexion sur la Bretagne) par exemple, s'interrogent sur le manque d'innovation dans ce secteur. Lors d'une conférence que j'ai donnée le 18 mai 2006 au sein de cette association, dans le groupe « Langue, culture et économie », je relevais quelques exemples de petits entrepreneurs bretons (Breizh piano, Pizza breizh), utilisant la symbolique bretonne dans leur communication pour mettre en comparaison les comportements des petites et grandes entreprises face à l'utilisation de la langue bretonne. Les exemples présentés sont représentatifs du contexte breton et ont été perçus de prime abord comme caricaturaux par plusieurs personnes présentes à cette conférence. Mais, dans le déroulement de ce temps d'échanges, nous en sommes tous venus à la conclusion que le ressenti de caricature provenait surtout de la systématisation des contextes d'utilisation d'affichage bilingue, par des moyens le plus souvent identiques (qui consistent à utiliser le triskell, l'hermine, le mot Breizh, l'image de la bigoudène, le drapeau, etc.). Peu ou pas d'innovation dans le domaine crée un mécanisme de la structure de l'affichage pouvant renvoyer à une image caricaturale, et donc à contre courant de l'effet positif attendu.

Nous sommes donc dans une situation où l'impression de stéréotype se mêle à une volonté de plus en plus pressante de développer le bilinguisme en Bretagne, l'ensemble des institutions publiques et privées nourrissant ce « secteur » par les mêmes méthodes et régulant ainsi l'organisation de la structure bilingue de l'espace. C'est peut-être alors dans la recherche de solutions innovantes que la clé d'une cohérence davantage perçue et vécue se trouve.

⁹⁷ Ibidem.

d. La signalétique interne (bâtiments publics / entreprises)⁹⁸

À l'intérieur des bâtiments, publics ou privés, la recherche de proximité ou l'idée de proximité est également très présente. Nous distinguerons deux types de signalétique interne : celle à usage des personnels et celle à destination de tous les usagers, personnels, clients, etc. Il est important d'établir cette distinction car cela ne relève pas des mêmes motivations d'action d'affichage. Lorsque la signalétique est affichée à usage de toute personne fréquentant le lieu (personnels et usagers), l'activité du lieu relevant d'un service fourni à l'utilisateur, l'affichage bilingue relève d'une politique de mise en valeur, par la langue, du service rendu, ainsi que la mise en valeur du lieu, et ce de manière publique.

La signalétique interne à destination des personnels et usagers

Je prendrai comme premier exemple le cas de la mairie de Lorient pour simplement rappeler que cet affichage fait partie d'une politique globale de la ville, tel que je l'ai précédemment évoqué. Cette signalétique permet de montrer l'investissement de la ville (des services municipaux) dans la préservation et la valorisation de la culture bretonne, dans un cadre cohérent où signalétique externe, interne et la formation des personnels s'adaptent à cette volonté de service de proximité.

⁹⁸ Concernant cette catégorie d'affichage, se reporter au DVD : Voir, La signalétique interne : SI : SI01 à SI180.

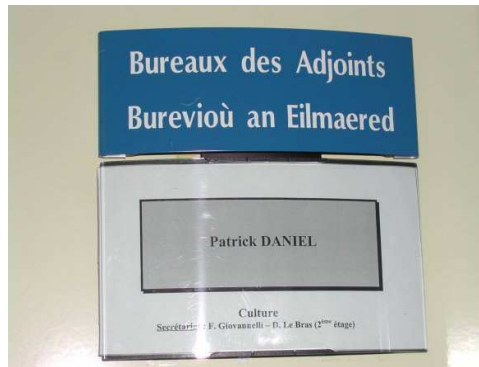


Photo 23. Affichages bilingues, Mairie de Lorient, Département du Morbihan

La signalétique est une partie non négligeable de la communication aux usagers des lieux publics, des lieux socialisés en général, tel que peut l'être l'entreprise quand elle est le lieu de travail de l'utilisateur par exemple. En ce qui concerne la mairie de Lorient

telles que l'indiquent les photos précédentes, ou les photos suivantes p. 131 (la mairie de Rennes en collaboration avec une association galloise sont à l'origine de l'affichage français-gallo), la signalétique donne à voir, de manière claire et permanente, la façon dont la mairie considère ses publics par le choix et la mise en œuvre des informations qu'elle lui transmet par ce canal. La signalétique a pour fonctions principales d'orienter, d'informer, de manière institutionnelle et fonctionnelle, et d'identifier. Or ces trois fonctions obéissent à des logiques différentes.

La mairie est un lieu social, ne serait-ce que par son statut de lieu public. De nombreuses personnes s'y rendent, pour des motifs et des attentes variées, et l'organisation du lieu doit tenir compte des besoins sociaux de ses usagers. Il faut les orienter d'un point à un autre, gérer les lieux en fonction des interactions prévisibles ou prévues entre les personnes et assurer la satisfaction de leurs besoins fondamentaux. La mairie n'est pas un lieu où l'on se promène. Un premier filtrage passe bien souvent par l'accueil où un contact direct avec une personne permet une orientation efficace de l'utilisateur vers le bureau/service où il doit se rendre. Aussi la signalétique bilingue tient lieu le plus souvent de moyen d'identification ou d'information sur l'identité du lieu, de la ville, moins que d'orientation.

Il en est de même des motivations d'affichage bilingue à l'hôpital de Cornouaille de Quimper. Il s'agit d'un lieu public où les personnes circulent plus ou moins librement et où l'information d'orientation est essentielle pour le bon repérage des usagers. Une des conditions essentielles de la qualité d'une signalétique est la bonne visibilité. Il faut également prendre en compte la lisibilité et l'intelligibilité. L'affichage bilingue y est très présent, les panneaux se répètent mais sont fonctionnels par une graphie tout à fait reconnaissable et très compréhensible en français, et bien moins en breton.



Photo 24. Panneaux du service radiologie du Centre hospitalier de Quimper, département du Finistère

La recherche d'une certaine proximité, rassurante pour les patients, a été évoquée par le Docteur Édith Rivoal (radiologue), à l'initiative de cet affichage. De plus, cela donne un indice de reconnaissance de l'identité des personnes travaillant dans ce lieu, qu'elles espèrent partager avec les usagers. Il s'agit dans ce contexte de ne pas oublier la langue bretonne, de ne pas la laisser « dans les livres », et en faire usage dans le domaine de la vie sociale, dans un contexte (un lieu) autre que celui qu'on a l'habitude de rencontrer.

Puis, au niveau de l'utilisateur, après avoir tenté de répondre à ses interrogations qui l'appellent à se dire : « C'est par là », la signalétique doit pouvoir permettre de dire : « C'est là ». Elle sert à identifier une zone, un espace, à lui donner un nom et une destination. C'est pourquoi il est important de pouvoir nommer les espaces efficacement. Dans les quatre panneaux précédents, nous pouvons remarquer que l'association du code couleur et du code graphique est essentielle pour créer une homogénéité de la signalétique de cet espace, élément facilitant le repérage, la circulation des usagers. L'hôpital est un lieu public, social mais est-il un lieu culturel ? L'ensemble des structures sociales pouvant relever du culturel, nous pouvons dire que l'hôpital est alors un lieu où la culture se vit, par le brassage des individus. Mais c'est aussi un lieu institutionnel. Comme tel, il doit veiller à la bonne gestion de son capital d'image : la réputation de son savoir-faire, la qualité de son service, etc. et à la pertinence de ses choix, par rapport à la gestion d'une équipe, le choix de l'organisation du lieu d'exercice, le matériel utilisé, etc. ou encore la signalétique interne des bâtiments. La qualité de la signalétique d'un établissement joue un rôle prépondérant dans la qualité de son image. Elle signe en effet, en signalétique externe, la destination d'un lieu et la permanence et la cohérence de sa signature en signalétique interne. C'est ainsi que les bâtiments publics tels que les mairies agissent et réagissent en ce sens où les signalisations interne et externe sont liées pour une meilleure cohérence, une meilleure adhésion des usagers aux pratiques des lieux.

À observer tous ces espaces, nous pouvons nous interroger sur le nombre de panneaux existants. La volonté d'afficher une signalétique bilingue ne force-t-elle pas à la création d'un plus grand nombre de panneaux qu'en temps habituels de signalétique unilingue ? L'exemple de l'hôpital de Quimper est marquant en ce sens : le nombre d'informations par panneau est élevé et le nombre de panneaux également. Plusieurs supports identiques se répètent souvent au sein du service (tels que le doublage du panneau désignant le numéro de salle, comme présenté ci-avant, avec le numéro équivalent de la salle d'attente ; les deux panneaux désignant exactement le même endroit⁹⁹). Un autre exemple est très frappant sur cette question : il s'agit de l'hypermarché Super U (ouvert en mars 2006) situé à Vern-Sur-Seiche, en Ille-et-Vilaine, où la signalétique interne bilingue français-breton est très développée¹⁰⁰.

⁹⁹ Se reporter au DVD :

Les photos concernant la signalétique interne de l'hôpital de Cornouaille à Quimper sont consultables d'après le menu « Signalétique interne » : SI54 à SI78.

SI70 et SI73 : Salle n°4, salle de consultation et salle d'attente pour le domaine de l'orthopédie.

SI71 et SI74 : Salle n°5, salle de consultation et salle d'attente pour le domaine de la colonne vertébrale.

¹⁰⁰ Se reporter au DVD :



Photo 25. Signalétique français-breton de l'hypermarché Super U, Vern-sur-Seiche, département d'Ille-et-Vilaine

Au regard de cette photographie (photo 25), la signalétique, (sa présence peut être notée comme importante), ne semble apparaître a priori qu'en français. L'utilisateur se déplaçant dans l'allée centrale ne lira dans un premier temps que des informations en français, de par la configuration des panneaux indiquant les catégories de produits présents en rayons (biscuits, potages, etc.) et l'emplacement des publicités « Promotion » pour un produit spécifique, en bout de rayons. Au fur et à mesure que l'utilisateur évolue dans le magasin et quitte l'allée centrale pour emprunter les allées perpendiculaires, il pourra alors constater une signalétique en breton, traduisant l'ensemble des informations données en français.

Toutes les informations sur les catégories de produits présents en rayons sont doublées en breton. Nous remarquerons sur la photographie précédente qu'hormis le positionnement du français sur les panneaux (les usagers ont davantage besoin du français que du breton pour se repérer dans le magasin, au moins pour une très forte

Les photos concernant la signalétique interne du Super U de Vern-sur-Seiche sont consultables d'après le menu « Signalétique interne » : SI85 à SI179. Un complément est consultable d'après le menu « Signalétique externe » ; « Bâtiments commerciaux » : SEBC08 à SEBC17.

majorité d'entre eux), le lettrage est aussi différent pour les deux langues. Une police de caractères gras est à noter pour le français, tandis que l'italique a été choisi pour le breton, donnant alors une écriture plus fine, moins lisible à distance. Beaucoup d'informations écrites / affichées circulent au sein du magasin, et ce plus qu'habituellement. Cela pourrait donner l'impression que l'on force le marquage, voire l'ancrage territorial par un usage démultiplié (ou répété) de supports linguistiques que sont les expressions : « Informatique : *Urzhiataerezh*, Espace femme : *Korn ar merc'hed*, Espace bébé : *Korn ar babigoù*, Espace nfant : *Korn ar vugale*, Textile permanent : *Dillhad pad*, Écriture : *Skrivañ*, Classement : *Renkañ*, Carterie : *Kartennoù*, Rasage : *Aotenniñ*, Maquillage, *Fard*, Coloration, *Livañ*, Apéritifs : *Digor-kalon*, Whiskies : *Wiski*, Digestifs : *Kloz-pred*, vin en bib et en pack : *gwin e bib hag a-vas*, vin de pays : *gwin bro*, vins blancs : *gwin gwenn*, vins rosés : *gwin rozek*, vins de Loire : *gwin Liger*, Champagne : *Champagn*, etc. ¹⁰¹».



Photo 26. Signalétique français-breton de l'hypermarché Super U, Vern-sur-Seiche, département d'Ille-et-Vilaine



¹⁰¹ La casse, les abréviations, les italiques sont respectés dans cette transcription d'exemples d'affichage bilingue.

Pour chaque catégorie de produits de consommation, les vêtements et accessoires, l'alcool ou les ustensiles ménagers pour ne citer que ces trois exemples, la déclinaison des produits de la catégorie est proposée à l'utilisateur et demande donc un grand nombre de panneaux, tel que nous l'observons sur une des photographies présentée ci-avant déclinant différents produits : « vaisselle jetable, plastique ménager, ustensiles ». Une catégorisation détaillée est donc fournie au client usager. Cette politique d'affichage ne fait pas partie des pratiques habituelles des magasins de grande distribution où la signalétique (monolingue la plupart du temps) est plutôt minimaliste. Dans le cas du Super U de Vern-sur-Seiche (le lieu d'implantation est aussi symboliquement fort), cela donne lieu à un affichage créant parfois des répétitions ; du type :



Photo 27. Signalétique français-breton de l'hypermarché Super U, Vern-sur-Seiche, département d'Ille-et-Vilaine

Pour aller vers un point d'analyse de la langue, nous observerons que la seule distinction observable entre les formes **Yaourts** et *Yaourt* est la forme du pluriel, où on distingue le « s » du français¹⁰². Le pluriel breton est complexe, il s'exprime le plus souvent avec la marque « -où », suffixe que l'on retrouve par exemple dans l'item « privezioù » (voir SI85) qui signifie « toilettes ». La pluralité s'exprime aussi pour désigner des paires (le pluriel duel), auquel cas, la marque du pluriel se place comme un préfixe : par exemple, lagad (un œil), daoulagad (deux yeux, ou une paire d'yeux). La forme pluriel peut encore se transformer en ce que pourrait être nommé un pluriel collectif, par exemple : daoulagadoù (plusieurs paires d'yeux). D'autres formes existent, le pluriel étant par exemple à associer aussi au singulatif (forme qui désigne une unité tirée d'un ensemble) : par exemple gwez : un ensemble d'arbres (pluriel collectif) permettra la déclinaison (forme du singulatif donc) : gwezenn (gwez + suffixe -enn) pour désigner un seul arbre faisant partie d'un ensemble. Aussi, pour la forme présente sur le panneau désignant la catégorie « *Yaourt* », nous pouvons penser que la forme générique bretonne (et donc singulier) proposée ici sert à marquer une différence orthographique entre le français et le breton, alors que le pluriel semblent être uniformisé pour l'ensemble des catégories : Accessoires, Rikoù (voir SI86), Biscottes, Krazennoù (voir SI95), Biscuits, Gwispid (pluriel collectif, voir SI97), Boisson (noté au singulier en français), Evajoù (voir SI99), Filtres, Siloù (voir SI101), Infusions,

¹⁰² La signalétique bretonne de ce magasin a été mise en place avec l'aide de l'Office de la langue bretonne.

Tizanoù (voir SI101), Shampoings, Champouennoù (voir SI104), Jouets, C'hoarielloù (voir SI106), Chaussettes, Berrloeroù (voir SI111) et collants, Bragloeroù (voir SI111), etc.

La seconde photographie désignant les catégories de vins indiquent également des répétitions, pour la désignation des vins du Beaujolais et l'appellation Côtes du Rhône tandis que Bordeaux et Bourgogne sont traduits en breton et selon deux principes différents : « Bordeaux » est traduit par « Vin (au singulier) de Bordeaux » (« gwin Bourdel ») ; alors que « Bourgogne » est traduit en tant que tel (« Bourgogn »). Nous pouvons alors penser que l'uniformisation des panneaux est partielle selon les catégories désignées. Le souci du détail peut être relevé à travers la signalétique de ce magasin puisque le détail des produits, lié au panneau générique (tel que les panneaux précédents « Bricolage » et « Yaourts ») est systématiquement indiqué : pour le bricolage (voir SI124) : piles, ampoules, électricité, etc. sont déclinés, et dans la catégorie yaourts (voir SI179) : crèmes dessert, fromage blanc, et à nouveau yaourts sont indiqués. De plus, tous les panneaux concernant les tailles de vêtements, conversion par rapport aux autres pays (voir SI169), message d'échange et reprise des vêtements (voir SI159), etc. offrent une double signalétique.

La motivation principale de la mise en œuvre de cette signalétique était de créer un nouveau concept de magasin : une entreprise citoyenne, qui souhaite générer de l'achat citoyen et qui transfère une partie de ses bénéfices dans le soutien à la langue bretonne, par le biais de dons aux écoles Diwan par exemple. L'ensemble extérieur (voir SEBC08 à SEBC17) et intérieur du magasin propose une signalétique bilingue. Des services annexes tels qu'une salle d'exposition, un bar (« le Correff café » du nom de la bière Correff, brassée à Morlaix, département du Finistère) sont proposés. L'organisation du magasin : un rayonnage plus bas, une fromagerie, une poissonnerie, configurées comme de petits magasins sont autant d'exemples de la création d'un espace de consommation au sein duquel la proximité est un élément essentiel, auquel la présence de la langue bretonne participe grandement (soit le sentiment d'être dans un univers familier, rassurant, dans lequel on se sent bien, donc duquel on se sent proche, et où les contacts entre personnes sont facilités).

Dans le cas de la signalétique français-gallo maintenant, le cas de l'affichage bilingue dans le VAL, métro rennais : station Charles de Gaulle est aussi intéressant à observer.



Photo 28. Signalétique français- gallo de la station de métro Charles de Gaulle, Rennes (département d'Ille-et-Vilaine)



Dans le développement de nouveaux quartiers ou lorsqu'il s'agit de nommer une rue il faut dans ce cas soit attribuer de nouveaux noms, soit conserver les formes traditionnelles de noms de voies de communication, mais il n'existe pas d'autorité compétente, légalement constituée¹⁰³, pour décider de ces nouveaux noms et veiller à la transcription correcte des anciens. En l'absence d'une telle instance, les administrations se trouvent dans l'obligation d'avoir recours à des travaux d'expertise. Ce qui a été le cas pour la station de métro « Charles de Gaulle » à Rennes, où la signalisation est en gallo. Le point sur lequel je m'arrêterai pour cet exemple est la graphie de la langue choisie pour cet affichage. La signalétique de ce lieu est un travail d'expertise, fait par l'association Bretagne Gallèse et commandé par la ville de Rennes. Après enquêtes

¹⁰³ Le statut de l'Office de la langue bretonne est étudié par la région Bretagne et pourrait évoluer courant 2006. Dans le cadre de la politique linguistique et culturelle de la région, l'Office de la langue bretonne pourrait devenir un Etablissement public de coopération culturelle (EPCC).

auprès des usagers¹⁰⁴, la langue aujourd'hui affichée est une langue qui leur est inconnue, qu'ils soient locuteurs ou non du gallo. C'est une langue distancée du français. La graphie qui a été choisie est davantage proche de la graphie du breton qu'une graphie phonétique correspondant au gallo que les gens parlent. Et il semble que cette distance entre gallo parlé et gallo écrit permette, dans les représentations collectives de statuer, par l'incompréhension de la langue écrite, qu'il s'agit bien d'une langue, et par là revaloriser le gallo. Autrement dit lui réapproprier des fonctions sociales précises. Cette opération a été beaucoup critiquée, par les élus notamment, conscients des défauts que cela comporte puisque les usagers ne reconnaissent pas la langue qui est affichée.

En mars 2002, le VAL (métro rennais) a donc été mis en circulation. À ce propos le journal de langue gallèse, le « Liaun » titrait en première page de son numéro de mars-avril 2002 : *Les panneaux du VAL traduits en gallo*.

Parler gallo serait-il normal au 21^{ème} siècle ? Oui si le gallo est présent dans notre vie quotidienne, notamment dans l'espace public. Saluons l'initiative de la ville de Rennes de traduire en gallo toute la signalétique d'une des stations du VAL, le métro de la ville. Loin de n'être qu'un simple symbole, la signalétique dans une langue minoritaire marque la conquête de cette langue de nouveaux champs d'expression, autant que son enseignement et sa présence dans les médias.

Les contextes spatial et temporel sont ici clairement exprimés. Parler gallo deviendrait légitime et aurait du sens pour les locuteurs si le contexte spatial, l'environnement était en adéquation avec cela : « *Parler gallo serait-il normal au 21^{ème} siècle ? Oui si le gallo est présent dans notre vie quotidienne, notamment dans l'espace public.* » L'espace public a le rôle de garant, puisqu'il est un des principaux lieux de la visualisation de l'organisation du monde. Il est un lieu de partage, de reconnaissance (lorsqu'on voyage à l'étranger, c'est en visitant les villes qu'on a l'image de l'organisation de la Cité en question).

Puis l'affichage se situe dans un contexte temporel dans le sens où cela correspond à une époque, à un temps socio-historique où l'affichage bilingue prend de plus en plus d'essor. Le terme « conquête » : « *la signalétique dans une langue minoritaire marque la conquête de cette langue de nouveaux champs d'expression* » inscrit l'action dans un contexte temporel.

¹⁰⁴ Plusieurs enquêtes ont été menées au sein du laboratoire CREDILIF, spécifiquement sur la question de l'affichage bilingue français-gallo dans le métro rennais. Une enquête a été menée par Thierry Bulot et plusieurs étudiants entre janvier et avril 2004 (travail disponible au laboratoire) pour questionner les utilisateurs du métro rennais sur la présence de l'affichage public bilingue français / breton et français / gallo dans certaines stations afin de mettre en évidence les représentations qu'ils portent sur ces langues dans l'espace urbain. De plus, j'ai moi-même menée une enquête de terrain dans une des stations de métro pour interroger la population sur la langue régionale, affichée sur les panneaux de signalisation au sein de la station.



Photo 29. Affichage en gallo, « Heures d’ouverture de la station », VAL métro de Rennes, station Charles de Gaule, département d’Ille-et-Vilaine

Le contexte spatial est donc une station de métro, les panneaux sont communs puisque renseignant les usagers sur les horaires d’ouverture, les interdictions au sein de la station (ne pas fumer, etc.) et signalant l’endroit où acheter un titre de transport et la direction de la sortie : contexte classique avec une visibilité tout à fait correcte de la langue pour les usagers. D’habitude banalisé, l’affichage est ici remarqué par la langue régionale. Mais quel contexte interactionnel crée t-il ?

Nous avons affaire ici à un métissage de la contextualité dans le sens où il s’agit bien d’un croisement de plusieurs types de contexte, les uns interagissant sur les autres. En effet, le contexte spatial et le contexte temporel établis, dans ou par quelle intentionnalité les panneaux vont-ils se mettre en place ? Et dans quel contexte interactionnel (du point de vue de l’émetteur) ou plutôt dans quel hypothético-contexte de l’interaction cela va-t-il se faire ? Car il faut anticiper la réaction des récepteurs. Dans le modèle situationnel de la communication que propose Alex Mucchielli¹⁰⁵, ce dernier pose la question de la qualité de relation entre l’émetteur (ou le message émis) et le récepteur dans le processus d’interaction. Ce point qualitatif constitue un élément important pour une transmission positive (reçue positivement)

¹⁰⁵ MUCCHIELLI, Alex, 1998, p. 47.

par le récepteur. Pour évaluer l'efficacité de la communication, l'évaluation doit se faire en termes qualitatifs. Dans le contexte de la signalétique bilingue dans la station de métro, cela est intéressant à observer, par les moyens d'enquête auprès des usagers.

Au moment de la reconnaissance du terrain d'enquête (novembre 2003), et en constituant mon corpus de photographies, j'ai été interpellée par une personne me demandant ce qu'était la langue qu'elle voyait affichée : « Je sais que ce n'est pas du breton mais je ne sais pas ce que c'est pour autant ». Plusieurs enquêtes ont été effectuées pour se rendre compte de l'état de reconnaissance du gallo, dans ce contexte, et les représentations sociolinguistiques des informateurs à propos de ce parler, et plus largement à propos des langues régionales de Bretagne. Pour cela, dans un premier temps j'ai réalisé 38 enquêtes dites à la volée (sur environ 4 heures de temps), en interrogeant les personnes circulant dans le hall supérieur (avant de descendre vers les rames) de la station « Charles de Gaulle » par la question suivante : « quelle langue, en plus du français, reconnaissez-vous sur ces panneaux ? ». Cette question unique a permis un échange systématique avec les personnes interrogées sur le sujet de l'affichage bilingue dans la station mais aussi de manière plus générale dans la ville de Rennes. 2 personnes (âgées de 42 et 47 ans) sur les 38 enquêtées ont déclaré voir le gallo affiché sur ces panneaux (photo 28, p. 131, les panneaux « sortie, desort » et « billetterie, bilhèteriy » étaient les panneaux à proximité du lieu d'enquête). Elles déclaraient aussi en avoir entendu parlé dans leur entourage précédemment. Concernant les 36 autres, 29 personnes ont déclaré reconnaître du breton tandis que 5 personnes n'ont pas pu ou voulu désigner de langue.

Une seconde enquête menée dans le cadre de ma recherche et dont les résultats seront exposés de manière plus détaillée dans la partie 3¹⁰⁶ m'a entraîné à interroger une population dite jeune, pour saisir les représentations sociolinguistiques sur les langues régionales, connaître la tendance du taux de pratique linguistique en langue régionale chez les jeunes, pour comprendre les attentes sociétales par rapport au bilinguisme et pour saisir les fonctions de l'affichage bilingue pour cette population. Au sein de ce questionnaire, 4 questions concernaient explicitement l'affichage bilingue dans la ville de Rennes et implicitement l'affichage bilingue dans les stations de métro et donc dans la station Charles de Gaulle :

Questions sur la ville de Rennes :

13. Savez-vous s'il existe des panneaux bilingues dans la ville de Rennes ? Précisez dans quel(s) endroits(s), (rue, etc.). Quelle(s) langue(s) y apparaissent ?
14. Pensez-vous qu'il faudrait un affichage bilingue dans toute la ville ? Pourquoi ?
15. Est-ce que l'affichage devrait se faire en breton, en patois ou dans une autre langue ?

¹⁰⁶ De plus amples informations peuvent être consultées à propos de cette enquête pp. 289-292.

16. Sur quels types de supports l'affichage bilingue apparaît-il le plus souvent ? (Panneaux publicitaires, panneaux de signalisation, enseignes de magasins, etc.)

112 questionnaires ont été distribués à des personnes âgées de 18 à 31 ans. Les réponses correspondant à la question 13 sont les suivantes : « Savez-vous s'il existe des panneaux bilingues dans la ville de Rennes ? Précisez dans quel(s) endroit(s), (rue, etc.). Quelle(s) langue(s) y apparaissent ? » :

QUESTION	RÉPONSE		TAUX de réponse
Reconnaissance de panneaux bilingues		oui	90
		non	18
		NSPP	4
Total			112
	Aux entrées de ville (panneau d'entrée de ville)		35
	NSPP		23
Situation des lieux d'affichage bilingue	Dans les rues (odonymes, façades, affiches)		12
	Dans les stations de métro		12
	Lieux non déterminés		8
	Aux entrées de ville et dans le métro		7
	Dans les rues et dans le métro		6
	Sur la signalisation routière		3
	Aux entrées de ville et sur la signalisation routière		2
	Aux entrées de ville, dans les rues et dans le métro		1
	Aux entrées de ville, pour signaler les cours d'eau, dans les rues		1
	Aux entrées de ville et dans les rues		1
Sur la signalisation routière, dans le métro, dans les rues		1	
Total			112
Langue(s) affichée(s) (nommée(s) comme tel)		breton	54
		NSPP	34
		français et breton	9
		patois	6
		français	4
		gallo	3
		français et gallo	1
		langue d'origine	1
	Total		

Nous observerons qu'une très forte majorité des informateurs reconnaît la présence d'une signalisation bilingue à travers la ville (90 personnes sur 112 interrogées). La présence d'un bilinguisme dans la ville Rennes est majoritairement relevé sur les panneaux d'entrée de ville (35 personnes, réponses uniques et 47 personnes au total, réponses associées : différents lieux sont indiqués dans la même réponse). Concernant

les stations de métro, et par extension dans la station Charles de Gaulle, ces lieux sont relevés par 12 personnes, réponses uniques et par 27 personnes au total (réponses uniques et réponses associées). Parmi ces 27 personnes, 4 nomment précisément la « station Charles de Gaulle » et repèrent pour 2 d'entre elles qu'un affichage en gallo. 3 personnes repèrent du patois dans les stations de métro de Rennes, sans nommer plus précisément la langue qu'ils désignent. Une majorité d'informateurs (54 désignations du breton et 9 désignations du français et breton) : 63 personnes, déclarent observer du breton à travers la ville de Rennes, tous lieux d'affichage confondus. Il est tout de même à noter que sur cette population jeune, 34 personnes, soit un peu plus de 30%, ne se prononcent pas (NSPP) sur la langue qu'ils voient. Je ne pense pas qu'il s'agit d'un oubli. À mon sens, le contexte¹⁰⁷ dans lequel a été effectuée cette enquête a sans doute entraîné les informateurs à ne pas répondre, peut-être par peur de se tromper. Je peux ainsi en déduire qu'une partie des ces 34 personnes, si ce n'est la totalité, n'est pas sur de savoir, de connaître la langue qu'ils voient affichée.

Une troisième enquête cherchant à questionner les utilisateurs du métro rennais sur la présence de l'affichage public bilingue français / breton et français / gallo dans certaines stations afin de mettre en évidence les représentations qu'ils portent sur ces langues dans l'espace urbain a été mise en œuvre par un groupe d'étudiants du laboratoire CREDILIF entre janvier et avril 2004¹⁰⁸. Environ 50 personnes ont été interrogées. Cet échantillon de population est composé majoritairement de personnes jeunes (19-25 ans) et de personnes âgées (+ de 60 ans). Les lieux d'enquête se partagent entre la station Gares (où une signalétique français-breton est visible) et la station Charles de Gaulle. Je retiendrai les résultats concernant ce dernier lieu d'investigation. Sur les dix-neuf personnes interrogées, alors que quatre personnes déclarent reconnaître autre chose que du breton et du gallo (les résultats de l'enquête ne précisent pas davantage) quatorze déclarent voir du breton. Cette identification s'articule en deux temps. Tout d'abord, les personnes interviewées affirment spontanément la présence du breton mais n'en restent pas moins réservées et incertaines sur la validité de leurs propos : « je ne connais pas » (LP4-2) ou « peut-être c'est du / du breton peut-être » (CD17-6) et encore « je sais pas / du breton / non ».

Ici, les usagers reconnaissent le breton moins parce qu'ils reconnaissent les formes caractéristiques de la langue que parce que la présence du breton semble aller de soi. Face à cette réponse « par défaut », quelques personnes vont au contraire certifier le statut celtique du double affichage : « oui sûr » (LP6-3-4), « ils vont pas nous mettre du gallo quand même » (CD18-6).¹⁰⁹

¹⁰⁷ Le questionnaire a été distribué aux étudiants à qui je donnais cours à cette époque là, à la fin d'une séance.

¹⁰⁸ LABBE, Florence, CHAUVIN, Maël, PINOTEAU, Guyonne, DESCRIAUD, Mathieu, (avec la contribution de Thierry Bulot), janvier-avril 2004, Enquête sociolinguistique, Maîtrise de Lettres Modernes, C2 Sociolinguistique- Mr Blanchet, 37 pages (disponible au laboratoire CREDILIF).

¹⁰⁹ Ibid., p. 4.

Personne ne semble avoir déclaré l'identification d'un double affichage français / gallo. Les étudiants menant cette enquête ont pourtant choisi de signaler dès la première question l'éventualité de la présence du gallo, se traduisant par : « il y a des personnes qui disent que c'est du gallo », pour permettre non pas de construire la réponse de l'enquêté mais pour ouvrir une possibilité de réponse. Les résultats montrent que cette reformulation de la question n'a eu aucune répercussion sur les déclarations des informateurs. Au contraire, les réponses obtenues suite à cette indication était du type : « ils vont pas nous mettre du gallo quand même » (CD18-6). Ainsi, le gallo semble véritablement exclu de tout usage public, selon les représentations des informateurs, même ceux pour qui le gallo est familier.

Nous sommes dans une situation de domination du breton et un besoin de reconnaissance linguistique immédiat pour les personnes qui souhaitent défendre le gallo. Mais le gallo est une langue orale qui peut s'écrire et pour laquelle il n'y a jamais eu d'accord sur une normalisation orthographique. Nous conviendrons du fait que l'orthographe unifiée n'est pas nécessairement ni l'unique ni la bonne solution. Les variétés d'une langue font sa richesse¹¹⁰ et d'autres solutions peuvent exister. Mais comment faire dans cette situation précise pour que les uns et les autres s'accordent à trouver une manière d'afficher le gallo ? C'est un problème majeur car cela pose tout d'abord la question de la légitimité de la langue et par la suite la définition même de son identité. Une des perspectives proposées est de transcrire le gallo de manière plus phonétique pour que les gens puissent le lire. Le problème est que cette solution n'est pas une manière suffisamment valorisante de présenter une langue. En effet plus la distanciation visuelle se fera vis-à-vis du français, plus le gallo pourra être considéré comme une « vraie langue ». Car une « vraie langue » c'est bien cela, à la lire, on doit pouvoir distinguer immédiatement qu'il s'agit bien et de loin d'autre chose que du français (propos souvent tenus lors de débats). Certains considèrent en effet qu'une langue est reconnue comme telle dès lors qu'elle est visuellement (au moins) incompréhensible par ceux qui n'y sont pas familiarisés. Le breton possède cette particularité (sans revenir sur le débat de l'unification orthographique) d'être une langue qui se distingue phonologiquement et orthographiquement du français. Tout est donc une question de reconnaissance. Les usagers ne se retrouvent pas dans cet affichage français-gallo du métro de Rennes car ils ne savent pas (ne reconnaissent pas) de quelle langue il s'agit. D'où la d'opération manquée par les politiques locaux, concernant spécifiquement cet le métro VAL rennais. Si nous nous rapportons aux photos qui font réagir les gallésants en général, le choix de cette graphie est la résultante d'une consultation d'une association gallèse mais aucun sondage n'a été fait pour savoir ce que les gens disent, parlent et souhaitent voir. Il est évident que la graphie est un problème important (je rappelle ici la causerie de Noyal-sous-Bazouges, évoquée p. 90). La proposition ici retenue et rendue publique est périlleuse car on reconstruit une langue à l'image de quelque chose qui ne correspond pas aux gens qui la parlent.

¹¹⁰ Je parle de richesse au sens de la valeur ajoutée que cela représente.

L'affichage public est l'une des actions qui permet de légitimer une langue. En effet l'affichage bilingue des noms de lieux est une marque très significative pour les langues et mettre en avant la diversité linguistique et culturelle d'une région par ce biais est une priorité dans la vie de la cité aujourd'hui. Le cas de la Haute-Bretagne montre toutefois que les deux langues régionales en présence ne sont pas utilisées de la même façon, le breton étant un référent identitaire bien plus fort que le gallo. La toponymie locale, la signalétique bilingue est le miroir de la défense d'une identité au détriment d'une autre. Choix stratégiques ? Choix légitimes ? Le contexte est sensible. Nous sommes dans une situation où le breton domine le gallo dans la sphère publique dans une région où historiquement il apparaît peu. Le gallo est peu ou pas utilisé (et peu de volonté des instances publiques est montrée sur ce point) car il manque de référence symbolique comparé au breton. Pour la conscience collective, le breton est devenu le symbole linguistique de toute la Bretagne. Mais les associations et les différents mouvements gallos réagissent pour que le gallo trouve sa place dans l'espace public. Nous sommes dans une période de changement des mentalités et d'évolution positive vers une considération accrue et une promotion du gallo davantage visible. Le cas de l'affichage français-gallo dans le métro rennais est la marque d'une initiative visant une promotion, une mise en avant voire une reconnaissance de la langue. Or pour qui n'est pas spécialiste du gallo, le repérage reste difficile.

La signalétique interne à destination des personnels

L'entreprise SYDEL¹¹¹ travaille dans les secteurs suivants : ensemblier, intégrateur, informatique de gestion, informatique industrielle, et automatisme. A priori, l'activité de cette entreprise n'est pas en lien ni avec la culture ni avec le patrimoine culturel breton. C'est au sein de ses locaux et dans la dénomination des projets qu'elle développe que cette entreprise a établi une politique en faveur de la langue et de la culture bretonnes. En effet, les salles de travail portent des noms bretons.

¹¹¹ Se reporter au DVD pour consulter les photos prises à l'intérieur de l'entreprise Sydel, d'après le menu « Signalisation interne » : SI49 à SI53. Elles concernent exclusivement la nomination des salles de travail.



Photo 30. Signalétique interne, dénomination de la salle de réunion, Entreprise Sydel, Lorient (département du Morbihan), voir SI52

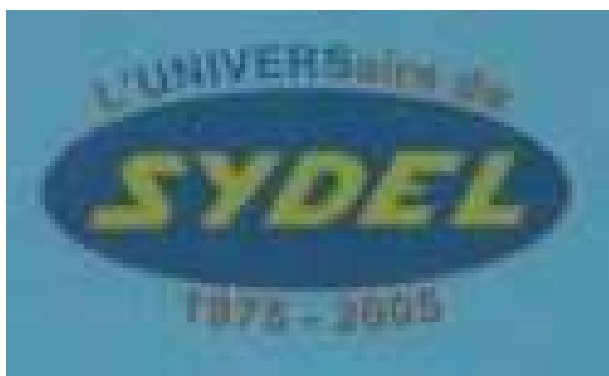


Photo 31. Détail de la photo 30, voir SI52



Photo 32. Signalétique interne, dénomination d'une salle de travail, entreprise Sydel, Lorient (département du Morbihan), voir SI49

Nous remarquerons qu'il s'agit d'une signalétique où seulement le nom apparaît en breton et non pas la catégorie du lieu (« salle »). Il s'agit d'une signalétique symbolique témoignant de l'attachement fort au territoire breton, pour l'ensemble des salariés de l'entreprise et particulièrement pour l'initiateur de cette signalétique. Trois autres noms de salle « Ar men », « Iroise » et « Berder » indiquent qu'il n'est pas recherché ni une traduction ni une signalétique bilingue systématique. Si « Ar men » est bien un nom breton (traduit populairement par « la pierre » en français), « Iroise » (désignant un bras de mer de la côte occidentale de Bretagne entre les îles d'Ouessant et de Sein, et « Berder » désignant le nom d'une île dans le golfe du Morbihan) témoignent d'une imprégnation régionale, garante d'un lien particulier entre les salariés (cela solidifie les liens entre les personnes, la grande majorité étant bretonne¹¹²). La langue et plus largement la culture bretonne créent du lien social et profitent à l'entreprise en termes de productivité puisque lorsque le salarié se sent bien dans son lieu de travail, il se sent bien dans son activité et est un salarié productif.

Les noms de ces salles sont affichés en haut des portes (comme le montrent les photos précédentes), et ne sont à usage que du personnel. La salle de réunion, dans laquelle les clients peuvent être reçus est la salle Breizh, pour laquelle l'affichage est plus grand. Le nom « Breizh » est un nom générique et nous pouvons penser que ce n'est pas par hasard si c'est précisément la salle qu'on pourrait qualifier de commune (dans le sens où elle est un lieu de rassemblement, davantage que dans les bureaux), qui porte un nom générique en breton et reconnaissable par le plus grand nombre, étant donné que la désignation « Breizh » pour « Bretagne » est fréquente à travers toute la région. Aussi, la culture bretonne fait partie de l'univers de l'entreprise, d'où le jeu de mots reconnaissable dans le détail de la photographie de la salle Breizh : « l'UNIVERSaire » Sydel. Ce panneau a été mis en place en 2005, lorsque l'entreprise a fêté ses 30 ans. Le site Internet de l'entreprise propose également un chapitre concernant l'Univers de l'entreprise.

C'est ainsi que l'entreprise propose une carte électronique commercialisée sous un nom breton témoignant à nouveau de l'importance que l'entreprise accorde à son identité régionale. Il s'agit de la carte ABEM faisant référence à la traduction depuis l'anglais, en breton, du nom générique des cartes IO¹¹³ (Input-Output) ; ABEM (Antre-ErMaez) signifie « entrée-sortie ». Cette traduction de l'anglais au breton est l'idée d'un groupe de personnes travaillant dans l'entreprise. Depuis que cette carte existe, c'est ce terme catalogue qui est utilisé par tout le personnel Sydel (sans forcément savoir ce qu'il signifie). Au delà du symbole culturel, l'identité régionale bretonne du produit proposé ici renvoie aussi une image de qualité non négligeable. Cet argument m'a été donné plusieurs fois par les entrepreneurs. La Bretagne bénéficie d'une image de marque intéressante, elle est synonyme de savoir-faire, de qualité, de travail bien fait,

¹¹² Le lien social que la langue bretonne crée est un facteur important pour le bon fonctionnement de l'entreprise. Cet argument m'a également été donné lors de l'entretien auprès d'un responsable de l'UCLAB, entreprise laitière de Landerneau (département du Finistère). Je détaillerai ce point dans la partie 3, lors de l'analyse des entretiens.

¹¹³ Une carte IO est une carte électronique recevant des informations électriques (en entrée : I) et donnant des ordres électriques (sortie : O).

ce que renforcent les entreprises qui utilisent un affichage symbolique en breton sur les produits qu'ils commercialisent.

Pour l'entreprise SYDEL, l'affichage bilingue et la symbolique bretonne en général n'est pas visible de prime abord. Dans les signes forts véhiculant l'image de l'entreprise, tels que le logo, le site Internet, les documents de communication, aucun d'entre eux n'arborent un signe régional. Cela se fait en interne. C'est important pour les salariés et implicitement pour l'image de l'entreprise. Le personnel se sent valorisé (car on tient compte de son identité, de qui sont les personnes), l'image et la qualité du travail perçues est positive.

e. Les odonymes¹¹⁴

Cette catégorie de choronymes fait partie des supports les plus fréquemment utilisés dans la signalétique bilingue. De nombreuses communes/villes de Bretagne ont recours à un affichage bilingue, de la même façon que dans d'autres régions du Monde. Il s'agit d'une forme de signalisation qu'on pourrait presque qualifier de routière. Mais pour qui est-elle mise en place ? L'automobiliste a bien souvent un accès difficile à l'information transmise par ce type de panneau, puisqu'ils sont le plus souvent petits, situés dans des lieux peu perceptibles lorsqu'on passe rapidement devant. Ils ont deux fonctions principales : la fonction de repérage dans l'espace d'une ville ou d'une commune et la fonction symbolique.

Les noms ainsi que les emplacements mais aussi le choix des matériaux, des typographies sont choisis par les équipes des conseils municipaux. L'ensemble de ces choix constitue en lui-même le lieu d'une symbolique, puisque nous pourrions voir à travers toute la Bretagne des exemples de panneaux bilingues couplés d'un support symbolique, par exemple :



Photo 33. Signalisation breton-gallois, commune de Plomelin, département du Finistère, voir OD37

¹¹⁴ Concernant cette catégorie d'affichage, se reporter au DVD : Voir, Les odonymes : OD : OD01 à OD49.

L'utilisation d'un support en pierre pour ce « panneau » de signalisation renvoie à une symbolique de l'authentique. Les formes linguistiques sont intéressantes, puisque le français n'apparaît pas. Crymych est une ville galloise, jumelée à la commune de Plomelin. La désignation des noms de rues et places est laissée à la discrétion des équipes municipales. Autrefois, la désignation des voies de communication avait un lien direct avec la destination. Par exemple, pour aller d'un point A à un point B, la route pouvait porter le nom du point B, ce que je nommerai la désignation traditionnelle. C'est dans ce type de cas que nous retrouvons les noms de routes/rues en langue régionale, puisqu'on se fiait aux noms originels, issus bien souvent des noms de parcelles que les individus possédaient et/ou cultivaient. Dans le courant du XIX^{ème} siècle, les noms de rues, par désignation de décision (choisie par les équipes municipales, même à l'époque) laissent apparaître des noms de personnes illustres : hommes politiques, artistes, écrivains, qui permettent de commémorer celles-ci, venant le plus souvent remplacer les noms « originels ». Plus les espaces se développeront au cours des XIX et XX^{ème} siècles, plus le nombre de voies de communication deviendra important et plus les noms de rues donneront lieu à diverses créations dans le domaine de la flore, des personnes célèbres, des anciens maires ou figures importantes des communes, etc.

Ainsi choisir un nom de fleur, une personnalité pour désigner un lieu peut paraître sans conséquence. Or cette désignation est lourde de sens car elle mobilise un ensemble de représentations faisant l'identité du lieu et donc des personnes qui y vivent. Pour rappeler un exemple souvent cité, en 1991, la « rue Alexis Carrel » (apparue en 1974 dans le XV^{ème} arrondissement de Paris) est le lieu de tous les débats. Alexis Carrel était le troisième français à recevoir le prix Nobel de médecine. En 1973, date anniversaire (centenaire de sa naissance), plusieurs villes de France, dont Montpellier, Limoges et Strasbourg baptisent une rue sous ce nom. En 1991, le Front National, sous la direction de Jean-Marie Le Pen, militait pour l'établissement d'une politique restrictive à l'égard des immigrants vivant en France, et d'une limitation drastique des nouveaux immigrants. Le parti des Verts, s'opposant très fortement à ces attaques racistes transmet de nombreuses réparties auxquelles le Front National répondit en citant Alexis Carrel. Bruno Mégret, représentant le Front national, a cité plusieurs fois le nom d'Alexis Carrel, pour l'évoquer comme le « premier écologiste français, vraiment humain » puisque ayant « averti » la France que les immigrants « polluaient » la population française. Pendant les années 90, son nom a été retiré des rues de plus de vingt villes de France et de Paris en 2003.

Sans comparaison aucune avec la signalétique bilingue de manière générale, c'est surtout la question du sens, de la relation du nom à l'utilisateur qui pose question. Là encore, une relation de proximité s'établit avec l'utilisateur surtout quand il réside dans cette rue. C'est son adresse, un moyen de s'identifier, une part de son identité.



Photo 34. Signalétique français-breton, commune de Pluguffan, département du Finistère

C'est ainsi que l'odonymie est un élément important de l'image d'une ville. À l'intérieur des « frontières » de la ville, la signalétique doit être non seulement efficace, organisée et adaptée, mais aussi perceptible comme la déclinaison d'une image forte, symbole du lieu. Elle doit être conçue en symbiose avec les choix/les valeurs de la ville. L'odonymie désigne mais surtout dit la ville. Elle raconte quelles personnalités la ville choisit de mettre en avant, quelle langue fait partie de l'identité, etc. Chaque panneau, chaque espace d'affichage doit être prévu, géré et organisé pour être non seulement cohérent mais pour être aussi un des éléments signifiants, une déclinaison de l'image de la ville, permanente et cohérente.



Photo 35. Signalétiques français-breton, ville de Rennes, département d'Ille-et-Vilaine



Les deux exemples choisis comme représentatifs de la ville de Rennes mettent en lumière certaines caractéristiques sociolinguistiques (comme c'est le cas sur l'ensemble des panneaux de ce type à travers la région), déjà évoquées dans la première partie de cette recherche. Le breton prend place dans la ville pour marquer identitairement la ville. Comme le soulève Philippe Blanchet (sociolinguiste), la signalétique bilingue semble relever d'un « processus de déminoration-majoration du statut

sociolinguistique, voire de déminorisation-majorisation des pratiques » (le suffixe –ation étant utilisé pour signifier un processus qualitatif et –isation pour un processus quantitatif).¹¹⁵ En effet, quand la ville de Rennes choisit d’afficher la langue bretonne comme partie intégrante de son identité, elle majorise la langue bretonne. Cela est encore renforcé lorsque, comme dans la commune de Plomelin, c’est le nom originel du lieu (on en revient donc à une désignation de décision qui devient traditionnelle) qui supplante la forme française.

¹¹⁵ **BLANCHET, Philippe**, 2005 (1), p. 258 et 286 et **BLANCHET, Philippe**, 2005 (2), pp.17-47.



Photo 36. Signalétiques bilingues breton-français et monolingue breton, commune de Plomelin, département du Finistère



Ici, c'est la forme bretonne qui est traduite en français (premier exemple) et le second rappelle le nom originel sur lequel est située la nouvelle voie de communication. Par le biais de l'odonymie, le statut de la langue bretonne se trouve donc majorisé dans ce cas précis, et renforce de fait l'identité de la commune où cela s'affiche.

f. Les enseignes¹¹⁶

Les enseignes de commerce fonctionnent exactement de la même manière que les panneaux de signalisation touristique. Ce moyen d'informations renseigne le plus souvent sur la nature de l'activité du lieu, le nom de la personne exerçant cette activité et le nom que porte le lieu d'activité en question. Nous devons observer qu'en ce qui concerne les enseignes bilingues français-breton, les indications en langue bretonne ne servent pas (dans la plupart des cas) à renseigner ni sur la nature de l'activité ni sur le nom de la personne exerçant cette activité. Par exemple, nous ne trouverons que très rarement une enseigne indiquant : « Boulangerie – Baraerezh » (cf. par exemple DVD :

¹¹⁶ Concernant cette catégorie d'affichage, se reporter au DVD: Voir, Les enseignes commerciales : EC : Ec01 à EC33.

EC 23), soit la nature de l'activité dans les deux langues. La mention en langue bretonne relève le plus souvent du symbolique, c'est-à-dire, repose sur un nom faisant référence à la culture bretonne, par le biais de la langue. D'autres moyens sont également utilisés pour une construire une enseigne, toujours dans cette dynamique symbolique, tels que le lettrage, le symbole (dans le sens d'un signe d'une représentation symbolique) culturel.

Symboles et représentations

Un symbole est un élément représentatif de l'ensemble d'une culture, donc du groupe de personnes se rattachant à celle-ci. Mais derrière l'idée du symbole se cache aussi l'idée de la construction de ce même symbole, la construction socio-culturelle du symbole ou ce que l'on appelle la « représentation ». La « représentation » est un concept problématique car utilisé et défini dans de nombreuses disciplines sans consensus possible (du à une non-connaissance des mondes définis par ces représentations le plus souvent). Le statu quo est tout de même la dimension éminemment sociale de cette notion puisque « les représentations » sont de toute façon liées à la relation entre le Monde dans lequel les hommes vivent et l'image qu'ils s'en font dans leur environnement social :

des systèmes d'interprétation, régissant notre relation au monde et aux autres, [qui] orientent et organisent les conduites et les communications sociales, ... phénomènes cognitifs engageant l'appartenance sociale des individus par l'intériorisation de pratiques et d'expériences, de modèles de conduites et de pensée.¹¹⁷

Aussi « les systèmes d'interprétation » permettraient la réalisation de cette production sociale (autant produite par nous que par le monde qui nous entoure) nommée « représentation ». Les représentations sont souvent définies comme des matérialisations mentales de la réalité, d'un objet, de faits de société, d'individus, de mécanismes politiques ou encore économiques produites par des individus toujours inscrits dans leurs relations avec le monde social.

On peut ainsi mieux comprendre à la fois l'importance et la complexité des représentations sociales plus particulièrement au sein des processus de construction identitaire tant pour l'individu que pour les groupes sociaux, et leurs représentants, par exemple les élus politiques agissant sur les langues régionales, comme langue-élément constitutif de la construction de l'identité bretonne.

¹¹⁷ JODELET, Denise, 1991, p.36.

La représentation sociale est avec son objet dans un rapport de « symbolisation », elle tient lieu « d'interprétation », elle lui confère des significations.¹¹⁸

Or le principe de tout symbole est bien de produire la référence à laquelle la population peut se rattacher, de produire du code imagé représentatif (recherche de l'identique ?) de la représentation imagée individuelle et collective. Il s'agit d'un élément constitutif de l'identité du groupe pris dans son ensemble, mais aussi constitutif des identités des personnes formant le groupe entier, et prises individuellement.

Dans le cas précis de la signalétique, le signe (ou le symbole) établit un rapport non causal à la différence de l'indication. Pour reprendre l'exemple d'un panneau de signalisation routière, celui-ci constitue bien une marque, une indication. Il entraîne un rapport causal entre l'usage du support, soit l'indication, et l'usager, produisant une réaction en chaîne depuis l'utilisation de l'indication jusqu'à l'action permettant à l'usager de se rendre dans l'endroit indiqué, alors que le symbole n'a pas cette fonctionnalité immédiate. Il n'est qu'un élément pouvant faire référence à une autre série de signes signifiants et non analogiques, à la différence de l'icône qui va fonctionner par ressemblance ou similitude entre des éléments.

Le symbole n'est pas le signe qui ressemble à son référent, il est le signe dans lequel on intègre un ensemble de références construites. Le symbole ne s'oppose pourtant pas à la définition de la signification puisqu'il s'agit d'un élément ne manquant pas de signification sociale. Faisant partie intégrante d'un message, d'un acte de communication, le symbole est le lieu d'interprétations que l'on construit en contexte, c'est-à-dire dans le contexte propre où il se trouve. Il est donc un élément produisant des significations.

Une signification peut être définie comme une interprétation que des co-énonciateurs construisent lors d'une situation de communication... les co-énonciateurs n'émettent pas directement du sens, ni même de la signification mais seulement des signes intentionnels ou non... organisés et interprétés selon des codes divers, y compris au plan symbolique. Le signification ne se réduit pas au sens, ni au message. Dans les faits se construisent effectivement toujours des significations plurielles.¹¹⁹

Le symbole est donc un signe, qui renvoie à une réalité construite mais renvoie aussi à un ensemble d'images mentales que nous formons d'après des valeurs, des actions, auxquelles nous croyons et adhérons. Lorsque ces symboles sont utilisés par les promoteurs de la langue, dans le cadre de la signalétique bilingue observée sur le terrain breton, ceux-ci renvoient aussi bien l'image de ce que veulent dire les initiateurs

¹¹⁸ *Ib.*, p.43.

¹¹⁹ **BLANCHET Philippe**, 2000, p. 104.

du message : « vous êtes en Bretagne, la langue affichée publiquement l'authentifie », qu'à ce qu'il évoque chez celui auquel on s'adresse.

La signification est donc au delà de la signifiante même des mots et des réalités auxquels ils renvoient. Le signifié ne se trouve pas forcément dans les mots mais ce sont nos représentations (comprendons la combinaison des représentations des initiateurs des messages linguistiques régionaux avec les représentations des destinataires que sont les usagers permanents, réguliers et ponctuels), notre façon de les organiser ainsi que d'attribuer à chacune une place dans un système qui fait correspondre des signes aux choses, et qui nous conduit à conférer à chacun de ces signes une signification particulière.

À cela s'ajoute le fait que l'action ne peut fonctionner que dans l'habitude (qui est le quotidien, le banal, l'invisible). L'habitude fonctionne aussi par la répétition, qui permet de faire remarquer les différences lorsqu'il y en a. Ainsi, c'est en s'appuyant sur les habitudes qu'on peut faire du nouveau, du singulier. L'action va donc jouer sur l'habitude concrète ou attendue, ce qui dans le contexte de la signalétique bilingue bretonne valide le fait que tout le processus d'affichage bilingue est construit. Non seulement la composition du panneau (pour n'importe quelle catégorie) jusqu'à sa mise en place dans l'espace public semble fonctionner selon ce procès mais surtout l'idée même du bilinguisme breton paraît se développer ainsi.

Bien que le fétiche ne soit rien que ce que l'homme en fait, il ajoute pourtant un petit quelque chose : il inverse l'origine de l'action, il dissimule le travail humain de manipulation, il transforme le créateur en créature¹²⁰

Bruno Latour désigne ici comme fétiche l'objet, le symbole. Dans le contexte breton, la langue bretonne est sous certains égards ce fétiche. Le panneau est aussi un fétiche dans lequel se trouve l'usitaire, élément permanent du processus d'installation d'un panneau bilingue, de quel que type qu'il soit. L'affichage bilingue de manière générale est la trace d'un processus construit et volontariste émanant de différents groupes sociaux en présence, pris individuellement ou collectivement dans leur action, que ce soit une équipe politique décidant d'un aménagement linguistique bilingue, d'un commerçant décidant de l'installation d'une enseigne commerciale bilingue et d'un groupe de publicistes ou d'entrepreneurs décidant d'une campagne de promotion pour un produit commercial sous la forme d'un marquage bilingue. Il rend compte de la mise en place d'une réalité qui en construit en plus son accès, par l'attachement connu des individus à leur identité matérialisé par l'usage public de la langue bretonne dans des contextes qui ne nécessitent pas d'être locuteur de cette langue.

Cela permet de comprendre aussi comment ces actions d'affichage « créent » du lien social. L'individu se constitue son propre système de valeurs, de croyances et d'adhésion à celles-ci. Mêlé à cela, il possède un ensemble de représentations, que sont

¹²⁰ LATOUR Bruno, 1996, p.25.

ses propres interprétations du Monde qui l'entoure. Tout cela est bien sur composé non pas dans l'individualité la plus totale mais dans un rapport aux autres, construisant tant individuellement que collectivement leur propre système, leur propre réalité. La rationalité, les raisonnements, les principes considérés comme rationnels, autrement dit pertinents pour l'élaboration de ce monde commun, requièrent de continuelles négociations. Peut-on penser que par un affichage très présent, on élabore une série de négociations (image positive de la langue par diverses actions, etc.) amenant les individus à trouver la présence de la langue rationnelle, donc logique et cohérente (phase d'acceptation), cela légitimant les actions de politique linguistique, et créant une sorte de proximité (du lien social) entre les individus ? Il existe des associations d'objets, de choses, d'images, de personnes qui créent des sortes de réseaux et permettent que les personnes existent singulièrement et dans un ensemble plus large, le collectif.

De plus, si le destinataire du message émis par l'affichage bilingue n'était qu'un « simple » récepteur, cela supposerait que l'échange ne se ferait pas au delà de l'image perçue et de son propre ressenti. Or l'usitaire n'est pas qu'un simple destinataire récepteur. Il est inscrit dans un espace urbain informant et il peut donc chercher lui aussi à retransmettre / à véhiculer des messages, des informations en lien avec ses connaissances. Il n'est donc plus à ce moment là qu'un actant anonyme. Il participe à l'évolution d'une instance plus ou moins structurée, une instance citoyenne lorsqu'il s'agit de véhiculer des messages permettant la construction d'un lien social, contribuant au développement de la vie de la Cité.¹²¹

Ce phénomène sera bien sur facilité lorsque les acquis de connaissances de l'usitaire correspondent, ou ont des liens avec les thématiques (soit ici des connaissances sur les langues régionales de Bretagne, et particulièrement le breton ; sur la culture bretonne, etc.) mises en œuvre dans l'espace public. La notion de proximité cognitive envisagée par Ron Boschma (que je rappelle aux pages 119-120) explicite bien cela. Les personnes (et j'extrapolerai en disant les personnes, dont les représentants des institutions émettrices de messages) qui partagent les mêmes bases de connaissance peuvent apprendre plus facilement les unes des autres. Mais trop de ressemblance entre l'émetteur et le récepteur bloquent l'évolution d'un apprentissage qui se veut pourtant interactif.

En effet, lorsqu'une personne choisit de construire son enseigne de magasin avec un nom en français ou en breton (cas de nom très connu par un ensemble de personnes, toute génération confondue, comme Breizh par exemple), un lettrage rappelant la

¹²¹ Il y a alors un lien à faire ici avec la notion **d'achat citoyen**, qui consiste soit en un achat visant un élan de solidarité lorsque le produit acheté permet un reversement d'une partie du montant vers des actions d'aide par exemple, ou qui consiste encore en un achat d'un produit fabriqué localement (le consommateur a alors le sentiment de favoriser la pérennisation de l'emploi dans sa région), etc. C'est aussi ce qu'on pourrait appeler dans quelques cas un achat identitaire. Cela est aussi encouragé par les entreprises dites citoyennes, tel que le déclare par exemple notre informateur, Jean-Jacques Troadec, Directeur du supermarché Super U de Vern-sur-Seiche, département d'Ille-et-Vilaine. Il reverse annuellement une partie de ses bénéfices à Diwan pour financer les actions de cette école bilingue et par là les actions de promotion et de sauvegarde de la langue bretonne.

symbolique bretonne, des symboles (le triskell particulièrement), rien de nouveau n'apparaît aux yeux du récepteur. Il n'apprend rien de plus de la culture bretonne, et l'émetteur ne transmet pas non plus de nouveau message, lié à la culture qu'il met en avant par le contenu de son enseigne. L'habitude que le récepteur a de ce genre de messages, connus, intégrés l'entraîne dans la continuité d'une routine qui ne le mène plus à s'intéresser, à remarquer l'enseigne. Et lorsqu'il y a répétition de ces messages dans un espace, cela peut renverser le phénomène de « proximité cognitive » en créant un sentiment de rejet chez le récepteur.

Lorsqu'un publiciste crée un message publicitaire, il se nourrit de la connaissance qu'il a du public auquel cela s'adresse, il tente de se trouver en adéquation avec les attentes du public. Mais il cherche aussi à créer des besoins nouveaux chez le récepteur pour avoir la liberté de continuer à proposer, à créer de nouvelles choses. De la même façon que les entrepreneurs se placent continuellement dans l'innovation.

L'hypothèse que je mets en avant est que l'utilisation répétée de symboles communs peut nuire à l'efficacité *du message communiqué*. La « proximité cognitive » peut faciliter la communication, mais il faut qu'émetteur(s) et récepteur(s) se trouvent dans une forme de complémentarité pour que le récepteur, l'usitaire ait le sentiment d'évoluer dans un espace cohérent, en mouvement (qui ne stagne pas sur un passé culturel révolu, quoique les références au passé peuvent aussi rassurer).

L'analyse de mes enquêtes contribuera à répondre à cela car à ce stade, il est à peu près sur que le système dans lequel nous sommes est propice à l'élaboration de négociations suffisantes (entre émetteur(s) et récepteur(s)) pour que la symbolique bretonne soit un élément favorable (davantage que l'inverse). Ainsi, **les promoteurs de la langue**, qui se servent d'un support linguistique comme symbole quasi unique de la Bretagne ne font que transformer la langue en un élément construit et reconstruit visant à représenter l'ensemble d'une culture et de la population liée à celle-ci, de manière positive.

D'où l'utilisation de différents types de symboliques, que ce soit des images (un triskell, une bigoudène, la mer, etc.), des mots (en breton, en gallo), etc., qui renvoient au même fonctionnement d'affichage symbolique possédant une signification sociale, pour lequel la population est réceptive, puisque procédant d'un processus similaire. Et de fait, lorsqu'une enseigne indique « Ty mammig » (« Chez maman »), ce n'est pas tant pour indiquer qui est la gestionnaire de l'activité commerciale effectuée en ce lieu que la représentation d'un magasin authentique, commercialisant des produits de qualité avec un service identique. Cela véhicule une image positive dont l'activité ne peut que profiter.



Photo 37. Enseigne d'un magasin commercialisant des objets en lien avec la culture celtique : bijoux, objets de décoration, etc., commune de Pont-l'abbé (département du Finistère)

À l'exemple de cette enseigne de magasin, les images (couleurs, typographie) et les mots peuvent être considérés comme étant des entités perçues capables d'activer des représentations signifiantes chez l'usitaire. En effet, la police de caractères, que l'on pourrait nommer celtique ou néo-celtique admet d'emblée la nature référencée comme locale de l'activité se déroulant dans le magasin : vente d'objets liés à la culture celtique. Le code imagé auquel nous avons affaire ici est un tout possédant ce que nous pourrions nommer des fonctions topologiques. La topologie ou précédemment appelée la géométrie de situation est initialement la science qui étudie les propriétés géométriques invariantes et qui a pour but de donner un sens aux notions intuitives de voisinage, continuité, limites, etc. Ici l'enseigne est un « objet », un « fait » qui possède une géométrie, un espace à plusieurs dimensions qui nous permet de comprendre sa position et sa signification ou autrement dit sa forme et sa fonction.

L'enseigne est située sur la façade d'un magasin (cela suppose donc d'avoir plus ou moins une stratégie « commerciale » pour que l'activité soit promotionnée, et l'affichage fait partie de cela) dans la commune de Pont-L'abbé, département du Finistère. Le lieu d'implantation de l'activité est lié à sa mise en valeur. La commune de Pont-L'abbé est un lieu où la signalétique bilingue, bien que loin d'être systématique, existe et a sa place. C'est une commune du département du Finistère (dans le champ de représentations, c'est le département le plus représentatif de l'identité bretonne et c'est un département où l'identité bretonne est entretenue dans le domaine public), vivant en partie grâce au tourisme. Aussi, l'enseigne bilingue, dans ce contexte (qu'elle contribue aussi à construire) est un argument commercial. Mais elle a aussi la signification de l'identité de l'activité. L'enseigne désigne l'activité d'exposition et de

vente d'objets d'art celtique. L'item « celtique » désigne en lui-même l'identité du produit, ce que Claudine Moïse (sociolinguiste) appelle, la forme auto-désignante, voir la forme générique simple du type auto-désignant pour ce cas précis.

Dans les formes auto-désignantes, la phrase nominale générique est portée par un terme central, soit relayé par des formes explicatives... Ce type de phrase nominale renvoie au contexte d'énonciation et plus précisément au magasin lui-même. Il prend donc le rôle de l'argument (ou thème), il est « ce dont il parle », il n'implique pas l'auteur du magasin qui se met à distance de son « discours », même s'il peut toujours « se dire » dans les formes explicatives et les connotations suggérées.¹²²

Pour reprendre les fonctions topologiques de l'enseigne, qui me semblent être une manière d'envisager l'analyse de l'objet dans sa globalité, l'enseigne porte aussi un élément de l'identité du commerçant qui, attaché à la culture celtique et bretonne, voit dans cette enseigne la représentation d'un ensemble cohérent lié à son identité, sa culture (et « l'art celtique s'y prête bien »), mais pas à ses pratiques linguistiques, puisque le commerçant n'est pas locuteur du breton.

Mais l'affichage ici présenté n'est pas du breton, c'est du gaélique. « Tir na nog » signifie la « Terre des jeunes » (parce que dans l'autre Monde, on est éternellement jeune...). Ce qui est important dans ce cas, c'est que le rapprochement des deux sphères linguistiques gaélique et bretonne. La mention « Tir na nog » apparaît comme visuellement bretonne et donc bien à sa place dans l'environnement de Pont-L'abbé.

L'enseigne est donc ici un discours produit par le commerçant mais représentatif de l'identité à la fois individuelle (représentative de l'identité du commerçant et de son activité) et collective, par le rapprochement linguistique, des formes graphiques, entre gaélique et breton. La forme auto-désignante met sans doute à distance le commerçant lui-même qui ne fait par exemple pas apparaître son nom sur l'enseigne mais l'émetteur et l'objet d'émission (l'enseigne) sont intrinsèquement liés par la valeur culturelle de l'affichage. L'enseigne est le marquage significatif des pratiques identitaires, culturelles et parfois linguistiques de l'espace où elle se trouve.

Les enseignes répondent à des constructions syntaxiques particulières qui prennent, selon le cas, des valeurs référentielles spécifiques. Ainsi, l'expression référentielle –ce à quoi renvoie le signe, dans la réalité et l'imaginaire des commerçants eux-mêmes- les locuteurs- et des habitants ou promeneurs de la ville- les interlocuteurs-, va être orientée par la mise en mots. On sait combien, hors de l'énoncé, le signe n'a pas de référent. La situation d'énonciation ici se construit justement à travers l'espace (en même temps que l'enseigne, qui fait référence, crée l'espace) situé et façonné par le magasin lui-même, les magasins environnants, les passants dans toutes leurs formes d'interactions, les marques urbaines, l'habitat, les circulations en

¹²² LAJARJE, Romain, MOÏSE, Claudine, 2005, pp. 113.

mouvements, etc. C'est dans cet espace de monstration mais aussi représenté que les enseignes prennent tout leur sens et toute leur valeur...

Les enseignes jouent aussi inéluctablement, comme dans tout acte de communication, sur les connaissances, l'histoire et les représentations de l'interlocuteur. Les mots n'auront pas tous la même charge culturelle partagée...¹²³

Un autre exemple :



Photo 38. Photographie d'une devanture de bijouterie, commune de Lannion, département des Côtes d'Armor

Ici la désignation de l'activité antéposée au nom du professionnel exerçant dans ce lieu implique davantage l'initiateur du message (de l'enseigne). Le fait d'inscrire son patronyme engage l'individu qui démontre son appartenance à une communauté linguistique, étant donné que même le patronyme est proposé sous une forme bretonne. De plus, c'est la forme bretonne qui précède, en caractères plus grands, la forme française.

Aussi, une certaine continuité existe dans le processus d'installation de ce type de panneaux puisque tous les éléments sont liés : un lieu est propice à un aménagement, en fonction de ce qui l'entoure et cet aménagement contribue à créer le lieu. Ces deux états sont aussi liés à l'individu qui permet de façonner le lieu en question et cela contribue à l'identité d'un ensemble. Puis cela crée une relation avec l'autre dans le discours produit où on indique au passant, futur et potentiel client du magasin, divers renseignements allant de la nature de l'activité jusqu'à l'identité de cette activité, de la

¹²³ Ibid., p. 108.

personne la faisant évoluer et du lieu dans lequel elle est implantée. Ce tout nous permet ainsi de comprendre l'ensemble des motivations et fonctions de cet affichage bilingue. Mais :

Si les destinataires, les passants, les clients sont bien visés par le locuteur [celui qui produit le discours par l'enseigne]- ils ne sont ni « indirects », ni « aléatoires »... ils restent non-loquents (sans possibilité de prise de parole) dans un acte de communication unilatéral. Le locuteur, par l'enseigne du magasin, offre- ou impose- dans l'espace public son univers de référence culturel, personnel et intime, façon de s'approprier l'espace, d'en dessiner les contours. ¹²⁴

Le destinataire semble être le grand absent de cette situation alors que l'objet est fondamentalement créé pour lui, passant et/ou client. Usitaire des messages diffusés dans l'espace public, par tous les types de panneaux et de signalétique existants, il n'a pas la possibilité d'être acteur direct de cette mise en mots, c'est-à-dire de participer à la décision du processus d'installation du panneau. Or l'usitaire est un élément présent de manière constante dans le processus. C'est à lui qu'on pense, c'est pour lui qu'on l'installe. L'usitaire le reçoit, s'en sert pour se renseigner, s'orienter, etc. La prise de parole peut être autre. Dans ma démonstration précédente, j'indiquais comment l'affichage bilingue est créateur de lien social. Alors, l'usitaire bien que non-locuteur de ce processus y tient une place essentielle et peut même devenir « loquent » une fois l'installation du panneau appliquée, à en juger par les nombreux discours produits autour des aménagements linguistiques communaux par exemple et à en juger la proximité que cela peut créer entre le commerçant et son client, et les usagers entre eux. C'est un processus complet doté de fonctions topologiques : un panneau d'affichage fonctionne dans un espace multi-dimensionnel, dont on pourrait dessiner le schéma d'installation sans lever le crayon du papier (rappel des phases de lien juste précédemment), ce qui rappelle la continuité dans laquelle nous nous trouvons.

g. Les étiquettes, la publicité¹²⁵

Les étiquettes sont considérées ici comme des éléments (carrés ou rectangles de papier), portant une indication et que l'on appose sur un objet pour indiquer quelle est sa nature, sa provenance, ce qu'il coûte, comment il se nomme. Cela correspond à toutes les étiquettes que l'on trouve sur les produits de consommation. Je désigne également sous ce terme, les éléments portant des indications qui rappellent comment se nomme un produit, ce qu'il coûte. Cela correspond par exemple au ticket de caisse. Ces supports, lieux d'affichage de la langue bretonne, se situent dans la continuité de la

¹²⁴ Ibidem.

¹²⁵ Concernant cette catégorie d'affichage, se reporter au DVD : Voir, Les étiquette, la publicité : PB : PB01 à PB66.

mise en place d'une signalétique de proximité. La relation entre l'émetteur (le publiciste, le fabricant du produit, le supermarché, etc.), le récepteur et le support de signalisation peut tout de fois paraître sensiblement différente par rapport aux autres formes d'affichage dans le sens où le récepteur manipule l'objet. Le récepteur peut observer l'étiquette mais il peut aussi la conserver. Elle est le premier certificat d'authenticité du produit que le récepteur observe, achète. Le ticket de caisse est un objet, bien qu'éphémère, qu'on peut consulter, détailler, etc. C'est le document que l'on doit garder si on souhaite faire une réclamation, échanger, etc. Aussi ces éléments fonctionnent comme des cartes d'identité unique pour l'étiquette, récapitulative pour le ticket de caisse.

D'autres éléments tels que les services bancaires (guichet automatique, chèques) en langue régionale, les autocollants représentant les symboles bretons, certains éléments de publicité tels que les tracts que l'on reçoit dans la boîte aux lettres ou que l'on reçoit dans la rue, etc. fonctionnent également par l'utilisation que les récepteurs en font. La proximité est alors encore un concept à mettre en avant dans l'interaction qui s'exerce entre le support d'affichage et le récepteur. Il n'y a pas d'interactions verbales entre support et récepteur. Il n'y a qu'une réaction de la part du récepteur face à un support d'affichage, de type étiquettes, publicités ou autre. Lorsque le destinataire reçoit une publicité dans sa boîte aux lettres, le discours produit par ce document franchit l'intimité de l'individu qui le reçoit. Cette question de proximité est un élément non négligeable car il permet d'expliquer pourquoi le destinataire peut être irrité ou intéressé de recevoir ce type de document chez lui. Les campagnes publicitaires sont construites aussi en fonction de cet élément : le consommateur et son intimité. Lorsque le publiciste veut faire passer un message, il faut qu'il cible le lieu de réception du message et qu'il anticipe sur les conditions de réception. C'est pour cela que Produit en Bretagne (association ayant développé sa marque ombrelle¹²⁶ éponyme) a jusqu'alors développé principalement ses campagnes de promotion pendant la période estivale car les lieux de diffusion des publicités (tous types confondus) se faisait dans des lieux où les conditions de bonne réception des messages étaient assurées, puisque fréquentées en nombre par une population d'utilisateurs non-permanents, jugée plus « immédiatement » favorable à la valeur ajoutée que peut procurer « Produit en Bretagne » lorsque le logo apparaît sur un produit.

¹²⁶ Une marque ombrelle peut être définie comme un label recouvrant un ensemble hétérogène de produits qui bénéficient tous des mêmes « services », des mêmes conditions liées à la marque.

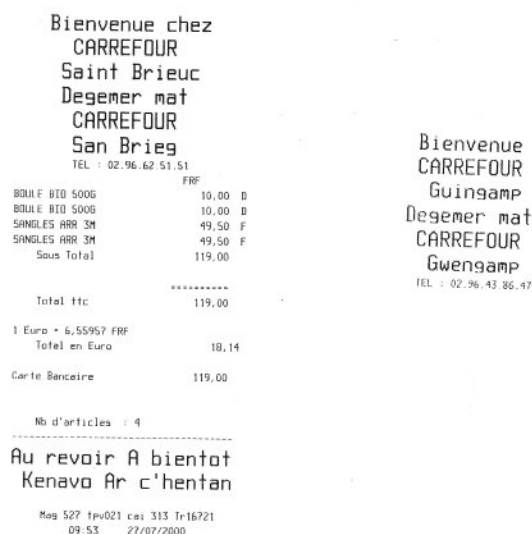


Photo 39. Ticket de caisse d'un hypermarché présentant une double mention français-breton

Concernant le ticket de caisse, les mentions bilingues qui apparaissent sur l'exemple ci-avant correspond aux messages directement adressés au client du supermarché : « Le supermarché Carrefour de Guingamp vous souhaite la bienvenue », « Degemer mat Carrefour Gwengamp » et « Le supermarché Carrefour vous remercie et espère vous revoir bientôt », « Kenavo ar c'hentan ». La formule de politesse bilingue adressée au client est un élément qui permet de rendre l'énonciateur du message proche du destinataire, par la représentation de valeurs identitaires et culturelles évaluées comme communes. Et si le destinataire n'est pas breton, ou n'est pas sensibilisé à la culture bretonne, la proximité de la connaissance évoquée précédemment permet que le destinataire soit associé à la culture locale, y soit sensibilisé, et acquière de nouveaux éléments de connaissance. Cela suscite son intérêt, sa curiosité, etc. Le bilinguisme est un élément d'accroche qui permet aussi de valoriser le supermarché en tant que tel et donc l'ensemble des produits qui y sont commercialisés. Carrefour Grand Ouest est membre de Produit en Bretagne depuis plusieurs années.

Pour les établissements de la grande distribution ayant signé les accords Ya d'Ar Brezhoneg¹²⁷, que propose l'Office de la langue bretonne, certaines dispositions d'affichage du bilinguisme dans les magasins de vente et sur les supports adressés aux consommateurs sont établies en fonction du niveau de contrat passé entre l'Office de la langue bretonne et l'établissement de grande distribution. Cela peut prendre la forme d'une signalétique interne au magasin, d'un ensemble de documents de communication bilingues tels que le papier à entête, les cartes de visite, le packaging de certains produits, etc.

¹²⁷ Il s'agit d'un accord signé entre l'établissement (ou tout autre acteur de la société civile) et l'Office de la langue bretonne pour contribuer, par un plan d'aménagement linguistique, à la sauvegarde de la langue bretonne. Cet accord comprend la mise en place de mesures en faveur de la langue bretonne. Ce principe d'accord existe aussi pour les communes et porte le nom de Charte Ya d'ar brezhoneg.

L'exemple de la signalisation d'un produit de consommation

L'étiquette est un outil de signalisation sur les produits de grande consommation, indiquant les caractéristiques du produit (nom, nature, composants, etc.), les caractéristiques de fabrication (lieu, conditions, etc.), etc. Puis, si elle renseigne, l'étiquette est aussi un moyen d'attirer le récepteur par divers artifices de mise, en forme, couleurs, symboles et autres. C'est pourquoi l'étiquette ou le packaging usent de nombreux procédés pour employer ces symboles et en faire des éléments vendeurs et représentatifs de qualité. Lorsqu'il s'agit d'un produit utilisant par cette forme d'affichage des éléments symbolique bretons :



Photo 40. Étiquette apposée sur une bouteille de lait ribot, de la marque Bridel

On s'aperçoit que parmi ces symboles sont choisis : les couleurs, la mer (se mariant avec le phare et les rochers), les hermines (entourant le nom du produit), l'association avec la marque « Mam Goudig » (personnage référencé dans la culture bretonne moderne), et la langue bretonne (apparaissant dans la traduction du nom du produit « Lait ribot », « Laez ribod »).

La symbolique bretonne fait vendre. La Bretagne étant, dans l'imaginaire collectif, synonyme de qualité, d'authenticité (etc.), la démarche de certaines marques, donc de certains « entrepreneurs », consiste à utiliser un packaging fait de symboles représentant l'authenticité et la qualité bretonnes. Les couleurs, les emblèmes fonctionnent comme éléments vendeurs puisque l'objectif premier de la mise en vente de ce type de produit est la recherche d'un certain profit. L'utilisation des hermines disposée avant et après la dénomination du produit ajoute un signe régional (donc un signe voulant transmettre l'idée d'authenticité, de qualité) au « Lait ribot », pourtant déjà admis comme un produit au caractère typique, local et traditionnel. La mention « Tradition armorique » ainsi que l'association avec la marque « Mam Goudig » puis la mention bilingue ponctuent le caractère essentiellement breton du produit. Toutes ces

valeurs commerciales rassemblées, la labellisation complète du produit est alors faite. Le produit acquiert lui-même une identité.

Parmi toutes les phases de création du message publicitaire dans son ensemble (le nom du produit, les éléments apparaissant sur les affiches, les slogans, les lieux d'implantation des publicités, les méthodes de diffusion, etc.), la relation au récepteur est au centre de la réflexion. Ce type de message est construit en fonction des récepteurs, en fonction de ce qu'on attend, ou de ce qu'on imagine des attentes des récepteurs. Lorsque les messages concernent des produits très marqués identitairement, ou des produits utilisant des éléments identitaires (tel que nous le voyons ci-après avec la publicité New Beetle de Volkswagen), les représentations et l'imaginaire social collectif vont avoir une incidence sur les messages créés. Toute identité se négocie aussi avec les exo-groupes qui doivent la reconnaître pour qu'elle existe. Aussi, comme évoqué précédemment pour les autres catégories de marquage bilingue, une négociation implicite et constante a lieu entre émetteur et récepteur, dans la construction de l'identité collective. Le publicitaire choisit des éléments qu'il pense/sait reconnus, perçus comme représentatifs de l'identité bretonne, ce qui continue à nourrir les représentations des récepteurs, et qui de manière pratique, pose la question de l'innovation dans la transmission de l'identité bretonne par le biais du marketing.

Signalétique bretonne et publicité

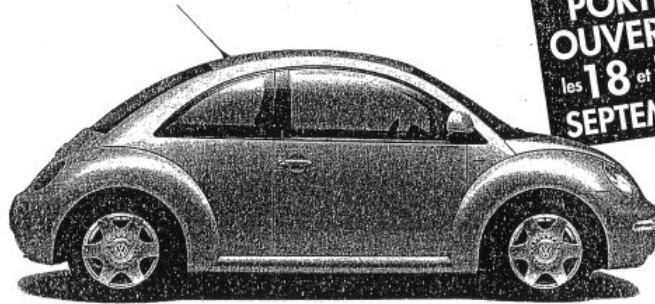
J'envisagerai maintenant dans mon propos la publicité de manière large (en ce qui concerne les techniques, les procédés permettant un impact sur le destinataire), qui représente un des supports d'affichage bilingue auquel nous sommes de plus en plus confrontés.

L'affichage, dans sa globalité (un support, un message : mots, images, couleurs, etc.), est un acte de communication puisqu'il permet de transmettre un message à un destinataire cible. Plusieurs formes d'affichage sont intéressantes à relever, je ne prendrai que quelques exemples pour mettre en évidence le processus actif de marketing territorial mis en place sur le territoire de la Bretagne par différents secteurs économiques, qu'ils soient issus du privé (entreprises défendant un produit) ou du public (communes).

Plusieurs types de publicité sont à noter, la publicité papier faisant exclusivement appel à l'écrit tels que les affiches implantées sur les panneaux extérieurs, les tracts ou flyers, les dépliants, les affiches de toute dimension (permettant un affichage décliné visant la promotion du même produit dans des lieux différents), la publicité radiophonique faisant appel à l'oral, la publicité télévisée faisant appel à l'écrit et à l'oral.

Deux exemples intéressants sont à noter :

AN DIBENN-SIZHUN BUAN !
Vivement ce week-end !



**PORTES
OUVERTES**
les **18 et 19**
SEPTEMBRE



30 week-ends en New Beetle à gagner.

Vous en rêviez, c'est désormais possible. Du 17 au 24 septembre 1999 avec vos concessionnaires de Bretagne, partez au volant d'une New Beetle le temps d'un week-end. Pour participer, remplissez le bulletin ci-dessous et déposez-le dans l'urne prévue à cet effet chez votre concessionnaire. Bonne chance et à bientôt.

Nom Prénom

Adresse

S.C. Bretonne 4 442 233 234 (0164)



Code postal Ville Tél.

Le jeu "30 week-ends en New Beetle" pour faire gagner 30 week-ends en New Beetle. Ce jeu gratuit sans obligation financière est ouvert à toute personne majeure, après le permis de conduire et résidente en France métropolitaine. Règlement complet disponible chez Maître Georges, Tribunal de Justice à Nantes. Il est disponible chez les concessionnaires participants à l'opération ou sur simple demande écrite à CDB Bretonne - 2 place Candace BP 78553 - 44 185 Nantes Cedex 4. Tirages remboursés sur demande au tarif unitaire en vigueur.



**GARAGE
ST CHRISTOPHE**
Brest

**GARAGE
LE LANNIER**
Landerneau

HONORE SA
Quimper

GARAGE BEYOU
Morlaix

**AZUR
AUTOMOBILES**
Quimperlé

Photo 41. Publicité du constructeur automobile allemand Volkswagen, 1999

En 1999, cinq concessionnaires du département du Finistère diffusent cette publicité pour promouvoir l'arrivée d'un nouveau modèle de voiture, pour faire gagner des week-ends d'essai et pour inviter à la découverte de celle-ci au sein des concessions le temps d'un week-end par le système de « portes ouvertes ». A priori, la marque Volkswagen n'est pas liée à la culture bretonne ou en tout cas pas de manière directe. Toutefois, la publicité arbore un slogan en langue bretonne, qui domine la traduction en français, de par son emplacement sur l'affiche et la police de caractères qui ont été choisis. Le slogan en breton est placé au-dessus de la mention en français, et est écrit avec une taille de police supérieure et en caractères gras. Alors, quels arguments peuvent pousser la marque et les concessionnaires à utiliser ce type de marketing ?

La mise en œuvre d'une telle campagne de publicité, donc la création des affiches et leur diffusion est laissée aux soins des concessionnaires y participant, en accord avec la firme principale pour laquelle ils sont vendeurs de produits. Lorsque la « New Beetle » arrive sur le marché, elle représente la voiture moderne, typiquement prévue pour les femmes, et les déplacements citadins. Commercialisée sous un nom anglophone, dans le contexte breton, la mention bretonne donne à cette publicité un caractère multilingue aux fonctions très spécifiques. À qui s'adresse t-elle ?

Lorsque le destinataire n'est pas locuteur du breton, ni même sensibilisé à la langue, la reconnaissance de cette mention en tant que mention de langue bretonne n'est pas évidente. L'amalgame entre la marque allemande et la langue « étrangère » au français affichée pourrait faire penser au destinataire qu'il s'agit de la langue allemande. Aucun élément graphique ou typographique ne semble en lien ou rappelle la région Bretagne. Aucun symbole de la culture bretonne, en dehors de la langue, n'apparaît sur ce support. L'usitaire peut lire sur le coupon réponse « Du 17 au 24 septembre 1999 avec vos concessionnaires de **Bretagne**, partez au volant d'une New Beetle le temps d'un week-end... ». Le mot « Bretagne » peut ici être un indice pouvant faire douter le destinataire sur la langue affichée, dans le cas où celui-ci ne possède aucun élément de reconnaissance du breton dans ses acquis préalables. Nous pouvons alors penser que cette publicité s'adresse en premier lieu aux locuteurs du breton. Cette population cible semble pourtant assez restreinte face à une campagne marketing effectuée par une marque de renommée internationale. À plus large échelle, nous pouvons surtout penser que la mention bilingue associe la culture bretonne à l'idée de modernité que renvoie ce nouveau modèle de voiture. Aussi, l'association de ces deux éléments répercute une image positive de la marque et du modèle proposé à un ensemble de population attaché à son territoire, pour développer le produit d'une marque étrangère dans cet espace.

Le lien que les individus entretiennent avec le territoire fait qu'ils sont aussi attachés à des marques. D'où le besoin dans ce cas précis d'assurer au client l'intégration du produit sur un territoire, le respect de celui-ci et de la culture, etc.

Ainsi, Produit en Bretagne, une association loi 1901 qui regroupe 176 entreprises ou sociétés (en 2006), s'est fixée comme objectif de contribuer à la dynamique économique et culturelle de la Bretagne dans un esprit d'éthique et de solidarité. Née en 1993 de l'idée de maintenir et de développer l'emploi en Bretagne, l'association a proposé aux industriels de l'agroalimentaire d'apposer sur leurs produits un autocollant précisant aux consommateurs bretons que ces produits sont fabriqués ou assemblés en Bretagne et qu'en les achetant, ils contribuent au développement de l'emploi dans leur région. L'association a pour missions principales de valoriser et de promouvoir la région Bretagne, et de favoriser l'achat citoyen, ou l'achat par « loyauté » identitaire, dans l'esprit de : achetez les produits de votre région et sauvez vos emplois, d'où leur slogan : « vos emplettes sont vos emplois ».



Photo 42. Publicité « Produit en Bretagne » présentant un slogan bilingue, Lorient (département du Morbihan), 2005

En 2005, Produit en Bretagne fait apparaître pour la première fois un affichage du type de celui que la photographie ci-avant présente, mêlant le logo ainsi qu'un slogan bilingue. Le logo bien connu depuis 1994 (date de sa création) n'a toujours été accompagné que de slogan(s) en français. Les membres de Produit en Bretagne utilisent aujourd'hui la langue bretonne comme un outil de communication, puisque vecteur d'une symbolique populaire en Bretagne (peut-être davantage pour les usagers permanents que pour les non-permanents). Au travers de cette publicité, l'utilisation de la langue bretonne témoigne d'un engagement encore plus fort envers la valorisation du territoire breton. Jusqu'en 2005, la stratégie de communication de Produit en Bretagne ciblait des publics spécifiques et l'usage de la langue bretonne ne représentait pas une priorité pour les atteindre. Comme le rappelle Martine Perrot, présidente de la commission communication au sein de l'association Produit en Bretagne, lors de l'Assemblée générale du 17 février 2006 à Lorient :

MP : c'est vrai que l'objectif euh des réflexions de la commission euh communication euh l'année dernière en 2005 c'est d'se dire jusqu'ici on s'est surtout occupés de la communication auprès euh auprès des bretons <↑> même des estivants <↑> puisque c'était essentiellement sur l'été <↑> euh : donc c'est un peu réducteur <↑> ça nous a permis de développer une certaine notoriété <↑> aujourd'hui Produit en Bretagne a un niveau de maturité qui euh lui permet de pouvoir prétendre à communiquer euh différemment * euh * donc euh : on a accentué la communication interne <↑>

euh à partir de 2005 on continue <↑> donc euh les salariés * 100 000 salariés * < les premiers ambassadeurs quand même c'est notre projet de voir, de de les impliquer euh : au niveau euh : de euh :de la consommation des produits Produit en Bretagne < ↓> euh : sur la communication auprès du euh du grand public breton * euh : euh on a souhaité élargir également <↑> et pas concentrer uniquement euh : euh : sur l'été pour toucher euh non seulement les touristes mais aussi les habitants * qui sont là toute l'année*...¹²⁸

Ponctuellement dans l'année et particulièrement lors de la période estivale, les campagnes de promotion de Produit en Bretagne se mettaient en place, ciblant principalement les usagers non-permanents, les « touristes », a priori moins sensibilisés à la langue bretonne et davantage sensibles aux symboles représentatifs de la Bretagne tels que ceux utilisés par l'association (le phare, les couleurs jaune et bleu, le mot « Bretagne », la carte de la Bretagne présente en fond de logo). L'acte de communication qui consiste depuis 2005 à inscrire la langue bretonne dans les campagnes publicitaires témoigne de l'envie de sensibiliser les personnes vivant en Bretagne toute l'année, comme l'indique Martine Perrot, dans l'extrait précédent : « on a souhaité élargir également <↑> et pas concentrer uniquement euh : euh : sur l'été pour toucher euh non seulement les touristes mais aussi les habitants * qui sont là toute l'année ». C'est dans cet esprit que le slogan bilingue a été inscrit sur les affiches : « Toute la Bretagne que j'aime », « Kement tro a garan e Breizh ».

L'usage de la langue bretonne dans ce contexte rappelle comment elle est envisagée comme un outil de promotion pour un public d'autochtones, que Produit en Bretagne a choisi de toucher. Parmi ce public, les salariés des entreprises adhérentes à l'association sont sollicités les premiers. Envisagés comme les « ambassadeurs » de l'association, une communication interne aux entreprises visait en parallèle ces personnes pour qu'elles soient les premières à consommer les produits étiquetés « Produit en Bretagne » : « on a accentué la communication interne <↑> euh à partir de 2005 on continue <↑> donc euh les salariés * 100 000 salariés * < les premiers ambassadeurs quand même c'est notre projet de voir, de de les impliquer euh : au niveau euh : de euh :de la consommation des produits Produit en Bretagne < ↓> ».

La sollicitation globale des publics aux achats « Produit en Bretagne » passe par la langue bretonne. Elle est un élément symbolique servant à la promotion, un vecteur d'incitation à un certain type de comportement de consommation. Lorsque Martine Perrot parle de « notoriété » et de « maturité », cela est aussi le signe qu'une entreprise ou que le regroupement qu'est Produit en Bretagne prend le risque de véritablement communiquer par des éléments représentatifs de la Bretagne symboliquement plus forts. Et lorsque cet « engagement » passe par la langue, cela témoigne de la charge symbolique que la langue porte. Au delà des mots, elle exprime un ensemble de

¹²⁸ La transcription de l'intégralité du forum concernant la communication de Produit en Bretagne lors de l'assemblée générale du 17 février 2006 a été faite d'après un enregistrement filmé des débats selon une convention que je décris dans la partie 3, pp. 297-299. Les vidéos des débats sont disponibles à l'adresse suivante :

< <http://www.agencebretagnepresse.com/fetch.php?id=3163>> (page consultée le 09 mai 2007).

significations porteuses de sens pour le destinataire dont Produit en Bretagne se sert pour passer à une autre étape de son activité. Le regroupement d'entreprises est le premier acteur de cette publicité et nous pouvons imaginer alors quel essor la langue pourrait avoir si chacun, en plus de son utilisation du logo Produit en Bretagne, redoublait son marketing avec cet élément de communication.

L'achat citoyen (dans l'idée de: on achète par loyauté, car on perdure le développement de sa région) est implicitement rappelé dans la publicité (photo 42) par le chapeau « 160 entreprises s'unissent pour vous donner le meilleur ». Sans que jamais ne figure la localisation bretonne de ces entreprises sur l'affiche, l'association de cette mention-titre avec le logo, le slogan et le fond d'image contribue à insister sur l'intérêt « d'acheter régional » (voire local). Cela est également répété par le lexique: le verbe « s'unir »: dans la forme « s'unissent », le superlatif « le meilleur », le verbe « aimer »: dans la forme « aime », rappelant le champ sémantique du mariage, de l'engagement, dans lequel le public est individuellement inclus par les pronoms personnels « vous » et « je ». Le chapeau s'adresse au futur consommateur (« pour vous »), le logo désigne l'achat qu'il va pouvoir faire et le slogan conclut en faisant admettre au consommateur qu'il a eu raison de son achat « Produit en Bretagne », en passant par le « je ». La publicité est constituée d'un développement: le chapeau (introduction), le logo (le cœur du sujet), le slogan (la conclusion) qui indique au consommateur (cela s'adresse davantage aux locaux) que lui et la Bretagne sont liés, et qu'il faut participer à la continuité de son développement.

Nous noterons que sur l'affiche, le slogan en français tient une position plus importante que la version bretonne. Il est plus lisible, puisqu'il est écrit dans une taille de police supérieure que la traduction en breton, en caractères gras. La mention bretonne est en italique. Elle est donc moins lisible. Et même si la publicité s'adresse aux locaux, selon les propos de l'équipe du secteur communication de l'association, c'est bien le slogan en français qui est utile pour atteindre le public, moins que sa traduction en breton, qui reste un élément symbolique.

Puis, en plus de l'attention portée à la composition de l'affiche promotionnelle, certains lieux ont été privilégiés pour les campagnes de l'association. Jusqu'en 2005, toute la région Bretagne (5 départements) n'était pas couverte par les publicités. La suite de la séquence concernant la politique de communication de Produit en Bretagne, lors de l'assemblée générale au mois de février 2006 indique combien les lieux d'affichage sont minutieusement considérés :

- 5 MC : ... euh : et puis et puis euh : on en parlera tout à l'heure sur la Bretagne il y a des **départements** qui sont un peu plus sensibilisés * d'autres qui le sont un petit moins euh encore * euh donc on a souhaité accentuer la communication euh : sur **l'Ille-et-Vilaine*** et puis sur **Nantes** par des actions particulières sur ces deux villes
- 10 LB : <→> on va y revenir justement là dessus j'voudrais tout d'abord revenir d'abord sur la première action qu'évoquait Frédéric <↑> euh : euh : qui est cet euh cet **assaut de Paris** j'ai envie de dire sur **méto RER périphérique** <→> Jean-Charles Jégo qu'est-ce que vous attendez comme REtombées pourquoi cette action et pour QUELLES retombées précisément sur Paris <?>
- 15 JCJ : euh lors de l'enquête euh Paris Bretagne euh Bretagne Paris ((légers rires)) qui a été effectuée en 2005 il a été constaté que près d'un million de de parisiens euh avaient des attaches en Bretagne <↑> donc euh forts de ça il a été décidé de de mener une action sur Paris comme le disait Frédéric tout de suite euh donc une campagne d'affichage en 4 par 3 dans le méto RER sur le périphérique parisien et puis euh en parallèle comme le disait Georges
- 20 tout à l'heure 300 magasins porteront les couleurs de la Bretagne euh pendant cette même période <↓>
- 25 MP : j'pense **pas** que **ce sera plus dur** <↑> j'pense qu'il va falloir qu'on communique euh : sur nos **valeurs** <↑> il va falloir qu'on **explique** * il ne va pas suffire de faire visualiser le logo * mais de lui donner du du sens donc il va falloir qu'on communique sur les valeurs d'éthique* de solidarité* je pense pas que ce sera plus dur <↑> je pense que sur Nantes euh y'a y'a un attrait* euh sur Rennes les gens sont un peu moins sensibilisés j'suis pas très loin de Rennes ((légers rires)) j'peux en parler euh j'pense < qu'il y a peut-être même plus d'indifférence sur Rennes que sur Nantes <↓> donc euh y'a vraiment un travail là de longue haleine * c'est vraiment un plan de communication sur trois cinq ans <↓>¹²⁹
- 30

¹²⁹ Les trois interlocuteurs sont : MP pour Martine Perrot, présidente de la commission communication, LB pour Lionel Buannic, animateur du forum, JCJ pour Jean-Charles Jégo, directeur de la société Self Signal (spécialisée dans les produits de signalisation et de signalétique), membre de Produit en Bretagne. « Frédéric » est cité deux fois dans la retranscription ci-dessus, il s'agit du directeur de Produit en Bretagne : Frédéric Bourget.

Nous remarquerons tout d'abord que jusqu'en 2005, les trois départements Finistère, Morbihan et Côtes d'Armor étaient les plus couverts par les plans de communication de l'association. Depuis lors, une communication accentuée s'est adressée au reste de la Bretagne historique, dont les villes de Rennes (département de l'Ille-et-Vilaine) et Nantes (département de la Loire-Atlantique) sont les cibles principales. Il est intéressant d'observer l'usage des marqueurs choronymiques lignes 1 à 5, où la désignation de Nantes, comme un département et de l'Ille-et-Vilaine comme une ville (c'est là que nous pouvons sous-entendre qu'il s'agit de Rennes), montrent qu'en termes de représentations, Rennes semble être l'unique lieu où le marketing de Produit en Bretagne, usant les symboles (dont la langue bretonne) précédemment évoqués puisse avoir un impact. De la même manière, Nantes, implicitement évoqué comme le lieu unique pouvant être désigné comme appartenant au territoire breton, une fois les frontières administratives dépassées, est empreint de représentations visant à ne pouvoir afficher la campagne que dans cette zone. Sans doute, avons-nous également affaire à des zones géographiques où la concentration de personnes est la plus forte, et donc où l'impact des publicités peut être le plus important. Or la désignation des lieux d'affichage indique que la campagne est menée selon un état de représentations culturelles à propos de l'identité perçue, vécue dans ces villes sus-dites.

C'est ainsi qu'en ce qui concerne la campagne devant s'établir à Paris, ce ne sont pas les quartiers symboliques « connus » pour être le lieu de rassemblement d'une population bretonne tel que peut le représenter le quatorzième arrondissement par exemple (dont le quartier de Montparnasse fait partie), mais la périphérie (par le biais du RER) ainsi que les onzième et douzième arrondissements (cf. extrait précédent : lignes 9-10 et 18 à 21) qui ont été choisis, tel qu'on peut l'observer sur la photo suivante :



Photo 43. Campagne publicitaire de Produit en Bretagne, métro Philippe Auguste, 11^{ème} arrondissement, Paris, mai 2006

Toucher une part de la population parisienne passe par d'autres moyens graphiques que ceux repérés sur la photo 42. Le paysage, la langue bretonne sont deux éléments qui n'ont pas été repris dans cette campagne publicitaire. La construction des affiches n'utilise pas le même développement que celui relevé précédemment. Ici, deux mots « Authentique » (dans le cadre rose, en haut à gauche de la photo 43 ci-dessus) et « Passionné » (dans le cadre rose, en haut à gauche de la photo 44 ci-dessous) sont les clés de la campagne :



Photo 44. Campagne publicitaire de Produit en Bretagne, métro Père Lachaise, 11^{ème} arrondissement, Paris, mai 2006

L'association Produit en Bretagne relève deux caractéristiques : l'authenticité et la passion, qu'elle semble attribuer autant à sa marque ombrelle qu'à la région tout entière. En effet, la situation du logo, au centre de l'affiche, faisant apparaître les mots « Produit en Bretagne » ne favorise pas la compréhension du récepteur sur le fait qu'il s'agit d'une publicité pour « une marque » et non pas pour la région Bretagne. Les indications plus précises présentes sur le bandeau se situant dans le bas de chacune des affiches (photos 43 et 44, p. 167 et 168) énonce : « Produit en Bretagne : une charte qualité/éthique associant plus de 100 marques bretonnes en vente dans vos grandes surfaces habituelles ». Pour quelqu'un qui ne connaît pas « Produit en Bretagne », il n'est pas nécessairement aisé de comprendre, sans lire ce bandeau, quelle marque est concernée par la publicité. C'est davantage un ensemble de caractéristiques, de valeurs générales faisant référence à la Bretagne qui sont évoquées ici. Le slogan situé en bas à droite des affiches, sous le plus petit logo : « Des valeurs à partager » le rappelle. Sur la photo 43, les expressions « made in ailleurs » et « made in quelque part » renforce cette

idée de promotion pour un lieu (la région Bretagne en l'occurrence) et non pas un ensemble de produits où le logo s'affiche.

Il s'agit pourtant d'offrir des repères au public, aux usitaires de cet affichage. En effet, comme le mentionne Martine Perrot (cf. extrait précédent, lignes 23 à 27), le fait d'une moindre connaissance du logo par la population parisienne que par la population bretonne avait été supposé, anticipé : « il ne va pas suffire de faire visualiser le logo » (l. 24-25), et une communication de valeurs, de sens se devait donc d'exister pour accompagner la campagne publicitaire. Nous pouvons penser que le fait d'accentuer la transmission de sens, de valeurs par des moyens graphiques et lexicaux représentant davantage la région Bretagne que la marque ombrelle Produit en Bretagne est une façon d'appréhender le public, de l'appriivoiser ou de lui apprendre à reconnaître une série d'éléments accessibles, connus, avant de poursuivre la campagne : « y'a vraiment un travail là de longue haleine * c'est vraiment un plan de communication sur trois cinq ans » (l. 32-33), avec des éléments concernant plus spécifiquement l'activité de Produit en Bretagne par exemple. Le logo devient alors très important dans ce type de démarche.

Situer le logo au centre des affiches et en faire un élément énonciateur principal comme rappelant le jeu de l'effeuillage proposé sur la photo 44 où le logo Produit en Bretagne représente le cœur d'une fleur se plaçant en miroir du jeu de mots « Passionné », « ... à la folie » ; ou un élément de développement, comme démontré dans la photo 42, témoigne du rôle essentiel qu'il peut avoir dans le plan de communication d'une entreprise, d'une association ou de tout autre institution.

h. Le logotype : pour la création d'une identité visuelle¹³⁰

Le logotype, nommé le plus souvent logo, est un élément très représentatif, si ce n'est le plus représentatif d'une marque, d'une entité, etc. Par l'intermédiaire du logo, les marques, les entreprises ou les institutions se distinguent les unes des autres par un ensemble de signes qui accompagnent leur nom et qui permettent qu'elles soient reconnaissables sans avoir à les lire.

¹³⁰ Concernant cette catégorie d'affichage, se reporter au DVD : Voir, Les logotypes : LT : LT01 à LT08.



Figure 11. Naissance du logo « Produit en Bretagne »

Dessiné tout d’abord sur un coin de table pour mettre en image ce qui était représentatif de la Bretagne pour Jean-Pierre Cottet (trésorier de l’association Produit en Bretagne, dirigeant audiovisuel, groupe Lagardère, depuis 2006), originaire de la Savoie, le logo prend ses couleurs définitives en 1994. Un phare, son faisceau lumineux, la carte de la Bretagne en fond d’image et les couleurs jaune et bleue constituent « la charte graphique » représentative de cette marque ombrelle. Le logo est la signature de la marque, et véhicule l’ensemble de ses valeurs, de son savoir-faire. Il est un élément essentiel pour la communication, d’où la place qu’on lui donne sur les affiches évoquées précédemment, et l’impact attendu sur le public parisien par exemple. Mémoriser un logo est plus « simple » que mémoriser un slogan ou une suite de caractéristiques désignant la marque. Une fois le logo repéré, il est aisé pour l’usitaire de le reconnaître dans les magasins par exemple. S’il devient de plus en plus familier (la campagne de « longue haleine » citée par Martine Perrot l’évoque) cela est une manière pour l’association Produit en Bretagne d’une part mais pour n’importe quel autre énonciateur de ce type de message d’autre part d’inciter l’usitaire à aller plus loin dans sa démarche de reconnaissance. Il est incité à connaître davantage les produits se cachant derrière le logo et devenir peut-être, par ce biais, un client régulier. Il est important que le logo soit le vecteur de valeurs, d’images inspirantes, attirantes, positives.

C’est ainsi que la région Bretagne a créé un logo porteur de significations importantes pour l’image de la région auprès de ses usagers, selon un recensement établi par les membres du Conseil régional et l’établissement d’une charte graphique expliquant la symbolique du support.



Figure 12. Évolution du logo de la Région Bretagne, le logo situé à droite étant celui en vigueur depuis l'année 2005

Il est à noter que les logos disposent systématiquement de chartes graphiques car l'emploi de ces supports d'expression est « réglementé » selon des dispositions que l'institution met en place. Lorsqu'un logo est officiel, il est protégé dans ses formes d'utilisation car la durée de vie d'une marque ou l'image d'une institution est foncièrement liée à la représentation qu'on en a et cela passe aussi et surtout (d'un point de vue marketing) par le logo.

Dans sa nouvelle forme, le logo de la région Bretagne (figure 12, droite) répond à quelques objectifs liés à l'emploi des couleurs et à une typographie spécifique. En effet, les concepteurs du logo ont choisi le bleu pour symboliser la mer et le vert pour représenter la terre. Cela a été validé par l'équipe politique élue du Conseil régional. Il est intéressant de voir ce qu'exprime à ce propos la discursivité de la charte graphique¹³¹ de ce logo. L'introduction indique que « la région Bretagne doit être clairement identifiée, mémorisée et disposer d'une forme graphique qui la définit et la distingue... La Bretagne a sa propre histoire qui lui donne une identité et le logotype doit en être l'expression ». Dans le détail de la composition du logo, ce même document analyse le signe, de forme carrée, encadrant une hermine, comme un « symbole représentatif qui apporte une identification rapide au territoire. Celle-ci reprend la forme géographique de la Bretagne, ses trois pointes pouvant aussi évoquer les nombreuses îles qui jalonnent [les] côtes [de la région]. Son mouvement dynamique est ascendant, à l'image d'une étoile filante et symbolise un nouvel élan. Son traitement graphique aux courbes épurées peut également s'apparenter à un motif floral, rappel de l'intérêt porté par l'institution à l'environnement ». De plus, nous pouvons observer « deux couleurs : un bleu symbolisant la mer (*armor*) entoure un vert, chaud et lumineux, représentant la terre (*argoad*) tout en évoquant la végétation ». Et enfin, « Le choix [de la police] Spotka, dessiné[e] en 2003 par Xavier Dupré, jeune typographe français, offre au sigle un caractère à la fois moderne, lisible et original. Il se distingue particulièrement par le dessin de son « B » majuscule, capital dans la composition du mot « Bretagne ». Le texte est en défoncé (blanc) et vient en pied de la construction afin d'apporter un socle à l'hermine et favoriser son envol. Enfin, le mot « Bretagne »,

¹³¹ Ce document m'a été remis suite à une demande de ma part auprès du service communication du Conseil régional de Bretagne en novembre 2005.

composé au bord du carré, symbolise l'ouverture vers l'extérieur ». Il est à noter que l'idée de « hors champ » démontrée par les lettres se situant aux marges du logo donne une impression d'implication. Ceci est utilisé dans les techniques de graphisme précisément pour exprimer ce type d'idées. La région Bretagne dans le renouvellement de sa communication use de différentes stratégies. Le premier logo (figure 12, gauche) représentait les quatre départements de la région et donnait une image plus « française » de la région. Dans le nouveau logo l'implication culturelle est davantage mise en avant, ce que la charte graphique rapporte de manière détaillée. Dans ce document, l'indication bilingue des significations symboliques des couleurs utilisées (« armor » et « argoat », en italique dans le texte initial) indique la volonté de l'ancrage culturel du conseil régional dans la création de cet outil de communication. Le choix de l'hermine comme symbole principal de la Bretagne, associé à des couleurs spécifiques donne une image globale de la région, et véhicule un ensemble de valeurs culturelles, et politiques précises.

Pour tester la problématique de la signification des couleurs, de l'interprétation souhaitée et de la transmission de certaines valeurs véhiculées par ces logos, j'ai utilisé deux logos de deux régions aux valeurs culturelles et symboliques reconnues dans l'imaginaire collectif (région Provence, Alpes, Côte d'Azur et région Languedoc-Roussillon) et le drapeau de l'état français aux couleurs symboliquement fortes et également reconnues, significatives pour un large ensemble de personnes¹³². Pour tester la construction du logo breton et l'impact de la symbolique des couleurs, ainsi que le lien qui existe entre le discours public et le logo (qui est un élément singulier du discours public) je propose de remplacer les couleurs initiales du logo breton avec les couleurs des autres logos désignés pour comparer l'effet symbolique¹³³.

¹³² J'utilise un drapeau au même titre qu'un logo car il est reconnaissable selon les mêmes caractéristiques : c'est la signature de la France qui distingue ce pays des autres, c'est un signe qui accompagne le nom de la France, qui permet la reconnaissance du pays.

¹³³ J'ai pu faire des échanges de couleurs sur les logos grâce à l'aide technique du graphiste Patrice Guinche, responsable pédagogique du cycle conception design graphique de l'Institut supérieur des arts appliqués (Lisaa) de Rennes. Les couleurs ont des codes spécifiques. Par exemple, les couleurs du logotype de la région Languedoc-Roussillon, sont : rouge du logotype : sur papier couché : 032 C, sur papier non couché : 485 U 2XM 100 - Y 100. Le jaune du logotype : sur papier couché : 109 C, sur papier non-couché : 108 UM 5 - Y 100. La couleur complémentaire : sur papier couché : 1805 C, sur papier non-couché : 1805 UC 30 - M 100 - Y 100. Il était important que le travail de comparaison soit fait avec des éléments techniques précis (un accès aux palettes de couleurs correspondant aux codes).



Figure 13. Logotype officiel de la région PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR



Figure 14. Logotype officiel de la région Languedoc-Roussillon

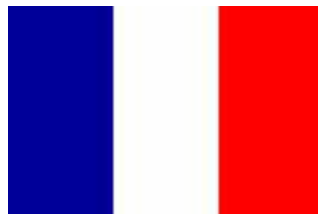


Figure 15. Drapeau de la France, couleurs officielles

Le drapeau de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur combine depuis janvier 1999 (date de sa création) différents blasons pour représenter la Provence sur la partie gauche du drapeau, qui occupe la plus grande partie du territoire régional. La partie droite (en haut) du drapeau représente le département des Hautes-Alpes (province historique du Dauphiné) ainsi qu'une partie du département des Alpes maritimes (historiquement, le comté de Nice), en bas de la partie droite. Selon le guide des drapeaux du Monde, le blason provençal, de couleur or et possédant quatre pals de gueules (couleur rouge), s'inspire des comtes catalans ayant gouverné la région dès le XII^{ème} siècle. (Le drapeau catalan est similaire à celui de la Provence mais présente des bandes horizontales). Le blason dauphinois, couleur or et représentant un dauphin d'azur crêté, barbé, loré, peautré et oreillé de gueules, évoque l'ancienne appartenance du département des Hautes-Alpes à la province du Dauphiné. Le blason du comté de

Nice, couleur argent montre quant à lui un aigle couronné de gueules au vol abaissé, empiétant une montagne de trois coupeaux de sable issant d'une mer d'azur mouvant de la pointe et onnée d'argent. Il s'explique par le rattachement de ce comté à la France en 1860 et par la formation du département des Alpes-Maritimes avec l'arrondissement de Grasse. En 1999, le président du Conseil régional, Michel Vauzelle (réélu en 2004) entend renforcer l'identité régionale et souhaite souligner par ce logo le lien étroit qui unit les habitants de la Provence, des Alpes et de la Côte d'Azur au sein de la région.

À l'Ouest, la région Languedoc-Roussillon, présidée par Georges Frêche depuis 2004, connaît à partir de cette même année un nouveau logo régional composé d'un soleil constitué de sept petits soleils secondaires et solidaires, représentant les sept villes septimaniennes (du nom de l'ancienne province romaine) de Elne, Agde, Narbonne, Lodève, Béziers, Maguelone et Nîmes. Certains y verront également la modernisation de la croix toulousaine (aussi appelée la croix occitane ou la croix du Languedoc), une croix grecque à branches égales rectilignes, cléchée (ses extrémités sont en forme d'anneaux de clefs) et pommetée d'or, qui apparaît sur le blason de la région. Sans pouvoir déterminer une origine unique et incontestable, cette croix est aujourd'hui le symbole de toute l'Occitanie. Après y avoir vu aussi la symbolique du zodiaque (avec ses douze points d'extrémité), les spécialistes ont également soulevé la représentation d'un symbole solaire : les quatre branches représentant les quatre saisons de l'année solaire et chaque point représentant un des mois solaires de chacune de ces saisons. En tous les cas, la création du logo de 2004 correspond à une politique globale d'affichage d'une identité visuelle très marquée régionalement, et combinée à une volonté de proposer le changement de nom de la région en « Septimanie ». Voilà pourquoi le logo s'accompagne bien souvent de la mention « Vivre en Septimanie », bandeau situé rectangulairement en dessous du logo.

L'identité visuelle (concept emprunté au design) exprime grâce à des moyens graphiques un ensemble de valeurs que la région (mais aussi l'entreprise, ou un autre type d'institution) souhaite transmettre et que les membres élus disséminent aussi à travers les discours publics, et toutes les formes de communication nécessaires. Le logo doit donc être le reflet en images des discours oraux et écrits énoncés publiquement. Il doit être comparable mais aussi complémentaire et c'est pour cela qu'un logo se construit en parallèle de ce qu'expriment dans leurs activités, dans leurs discours les représentants des institutions émettrices. Le logo doit résumer, de manière claire, cohérente et facilement mémorisable, l'ensemble des messages que l'institution souhaite transmettre.

Concernant la région Bretagne, l'identité fait partie des éléments mis en avant et intégrés à la politique globale de développement de la région. L'item « identité » pris en dehors de toute réflexion conceptuelle est un mot que l'on trouve très souvent pour ne pas dire systématiquement dans les témoignages des personnes interviewées sur la question bretonne, que l'on parle de la langue, des perspectives politiques du territoire breton, du tourisme ou de tout autre sujet. Il est aussi très fréquemment utilisé dans les débats publics, les documents de communications, etc. Lors des premières Assises des territoires de Bretagne, qui se sont déroulées à Morlaix le 27 novembre 2004, l'exemple

suisant nous montre comment le vecteur « identité » est important. Lors de cette manifestation, le Président actuel de la Région Bretagne, Jean-Yves Le Drian, a précisé les nouvelles orientations de sa politique territoriale et mobilisé l'ensemble de ses partenaires en exposant un préalable, une méthode et des chantiers (chantier d'infrastructures ; chantier du développement –artisanat- nouveaux métiers- pôles de compétitivité ; « bataille de la qualité » dans la production agricole – bataille de la qualité sociale) dans l'objectif du nouveau projet de la région pour la Bretagne 2015. C'est ainsi qu'il explique :

¹³⁴ [Le préalable – cela peut vous paraître curieux que je le dise comme cela mais j'en suis intimement convaincu – le préalable, c'est la Bretagne. Le préalable, c'est d'assumer totalement avec fierté notre identité, non pas identité fermée, recroquevillée sur les miettes du passé mais une identité sans cesse renouvelée, une identité moderne, une identité ouverte, en précisant que cette identité s'enrichit de notre manière d'être ensemble, de notre renouvellement culturel permanent, s'enrichit d'un système de réseaux, s'enrichit d'une certaine fierté, s'enrichit de nos affirmations mutuelles. Bref, la Bretagne est « une » et il n'est pas nécessaire, il n'est pas souhaitable d'aller chercher avant d'affirmer cela des nouvelles « nominations » ou des nouvelles dénominations, un nouveau marketing. Nous avons la chance d'être nés avec ce nom, servons-en-nous, affirmons-le et faisons en sorte que précisément, ces solidarités que cette appartenance entraîne soient une force pour réaliser ce nouveau contrat pour la Bretagne...]

2 [Je redis donc ici avec force ce que j'avais déjà dit à Rennes et que je répète un peu comme un slogan : il faut rassembler à l'Ouest pour s'affirmer à l'Est et il faut donc une Bretagne d'abord « une », qui fédère les idées, qui rassemble les énergies et qui puisse permettre de combattre ensemble. Tout le monde n'est pas d'accord là-dessus, donc autant l'affirmer un peu solennellement].

6 occurrences du mot « identité » peuvent être relevées dans cet extrait de discours et il est à noter qu'aucune autre occurrence ne peut être relevée dans le document complet ni dans le discours prononcé par Jean-Yves Le Drian lors des deuxièmes assises des territoires de Bretagne le 05 novembre 2005, manifestation s'inscrivant dans la continuité de la précédente par les objectifs politiques et économiques qui y sont soulevés. Le seul passage où ce terme pourra être entendu correspond au passage introductif du programme que propose Monsieur Le Drian, posant comme élément fondateur de tout programme, la région Bretagne en elle-même, ce qu'elle est par essence. Ce qu'elle est dans son identité. Mais qu'est-ce que l'identité bretonne, l'identité de la Bretagne ? Que signifie le concept « identité » utilisé dans ce cas précis ?

Deux choses sont à observer, le fait de l'utiliser dans cette situation et le sens donné au terme à proprement parlé. La situation d'argumentation est spécifique et les

¹³⁴ Le découpage en 1[et 2] et le soulignement des occurrences du mot « identité » sont de mon propre fait pour mettre en évidence un argument.

circonstances jouent un rôle certainement aussi essentiel que les paroles qui y sont délivrées. L'argumentation, coextensive de l'activité de parole, soit le discours construit (non improvisé) de Monsieur Le Drian, sert à renvoyer une certaine image de la Bretagne par le terme « identité » que cette même argumentation appuie par l'utilisation des 6 occurrences et du sens qui leur sont données. En effet, ce n'est pas tant l'acte locutoire qui semble importer ici (la signification du terme « identité » étant d'une manière générale complexe et pouvant être tout à fait individuelle), soit la suite syllabique de sons /i/ + /d+ ã/+ /ti/ + /te/ en tant qu'elle est pourvue d'une signification, d'un sens indépendant de la situation d'énonciation ; mais bien l'acte illocutoire, en tant qu'activité sémantique fondée sur la notion de valeur. La troisième phase d'un énoncé argumentatif qu'est l'acte perlocutoire ne nous semble pas essentiel dans cette situation, l'intérêt global du discours n'étant pas l'identité de la Bretagne mais davantage le reste du discours prononcé faisant état des objectifs concrets de la région Bretagne. Cependant la valeur apportée à cet item est à considérer en lien avec les adjectifs ou les substantifs qui y sont associés :

- identité et fierté ;
- identité moderne ;
- identité ouverte ;
- identité enrichie par la manière d'être des bretons ;
- identité enrichie par un renouvellement culturel permanent ;
- identité enrichie par un système de réseaux ;
- identité enrichie par une certaine fierté ;
- identité enrichie par une affirmation mutuelle.

Toutes les caractéristiques que doit posséder une région pour prospérer dans un contexte européen sont réunies dans ce que je viens de décliner : ouverture, modernité, renouvellement, réseaux, affirmation. Aussi, loin de permettre une définition de ce qu'est l'identité de la Bretagne, les occurrences adjectivales qui lui sont assignées permettent de comprendre que l'identité est une notion qui rassemble, qui indique l'unicité, rappelée par la phrase prononcée juste après les 6 occurrences du mot « identité » : « Bref, la Bretagne est « une » ». Nous comprenons également que l'identité renvoie à un sentiment d'appartenance à ce qui a été relevé comme une entité unique et unie par la phrase précédente et exprimée dans la suivante par : *Nous avons la chance d'être nés avec ce nom, servons-en-nous, affirmons-le et faisons en sorte que précisément, ces solidarités que cette appartenance entraîne soient une force pour réaliser ce nouveau contrat pour la Bretagne.* Nous pouvons donc penser que le terme « identité » a été choisi et prononcé dans ce contexte pour la valeur du sens ou des sens qu'il représente.

Et en effet nous ne pouvons nier, au regard de plusieurs études et textes menés sur la question, que « l'identité » est un concept complexe, difficile à définir de manière standardisée mais transportant dans sa signification un ensemble de valeurs qui permettent de l'employer en renvoyant à des éléments qui font sens pour l'auditoire, sans ce que ce sens soit forcément le même que celui envisagé par l'émetteur. Nous pensons que dans le cas présent du discours public de l'homme politique, le terme

« identité » pourrait être remplacé par le terme « image », se rapprochant davantage du sens que cet item semble avoir. Et dans le même temps, on peut penser que le terme « identité » n'est pas choisi par hasard, pour le sens qu'il véhicule, soit un sens dit plus fort, plus noble peut-être que le terme « image » par exemple, qui pourrait supposer d'emblée et dans un tel contexte, un sens marketing ou un sens sous-tendant de toute façon une valeur marchande, une volonté de modeler (avec la mise en place de certains moyens) l'image de la région pour qu'elle soit encore plus vendeuse, et par là sous-tendant une valeur péjorative. Par l'usage du terme « identité » et la proximité que celui-ci dégage (idée d'appartenance évoquée précédemment), valeur de sens positif, sans représentation péjorative comme pourrait l'avoir le terme « image », nous pouvons penser que Jean-Yves Le Drian crée ici des connivences plus fortes entre les acteurs de la région réunis dans le cadre de cette manifestation. Il s'agit d'un discours politique, émis par un homme qui dans ce contexte met en avant son identité politique, combinée sans doute à d'autres identités qui lui sont propres. Nous pouvons donc penser que chaque idée et par là la manière de l'exprimer a été anticipée et que par le terme « identité », il s'agissait d'agir (de toucher, de rassurer, d'influencer ?) sur les participants en agissant sur le mot lui-même, non pas comme un argument ad hoc, soit l'expression du concept théorisé mais en agissant sur le contexte et la représentation que chacun peut avoir (ce qu'est la Bretagne pour chacune des personnes présentes à ce moment là) à l'écoute de cet item.

Dans le même temps, en 2004, le nouveau logo de la région est créé. Ci-avant, le rappel de sa symbolique par les citations tirées de la charte graphique valide l'importance de la symbolique identitaire, qui a été intégrée à cet objet. Le logo est un élément de communication complémentaire aux discours que transmet l'équipe politique du Conseil régional. Il est construit pour transmettre les mêmes valeurs que celles exprimées par Monsieur Le Drian dans l'extrait de discours sis-cité.

Concernant la symbolique des couleurs du logo, la perception que l'usitaire peut en avoir peut modifier sa conception ou sa représentation de « l'objet » imagé et colorisé lorsque la symbolique correspond à une autre série de références déjà acquis, car connus dans l'imaginaire collectif. Aussi dans l'exemple suivant :



Le logo de la région Bretagne, transformé avec les couleurs de la région PROVENCE ALPES CÔTE D'AZUR peut donner une impression plus « chaleureuse » que la

version initiale, due à la perception des couleurs en question et des codes symboliques qu'elles dégagent.

Dans une seconde version :



La couleur jaune renvoie à une perception encore différente, offrant davantage de clarté, donc de dynamisme au logo. Ainsi, le degré de colorisation, dans une même teinte, comme c'est le cas entre le orange et le jaune peut aussi influencer le destinataire et renvoyer à des perceptions différentes.

Les images auxquelles nous avons affaire constituent des objets sémiotiques, c'est-à-dire structurés dans leur contenu, et transmettent des représentations fonctionnelles sur divers aspects des objets qu'elles figurent, en lien avec les arguments que nous retrouvons dans la charte graphique présentée précédemment (et en lien avec un discours général que dissémine la région). Je ne cherche pas à analyser ces images pour elles-mêmes, cette sémiotique serait tout à fait insatisfaisante, mais je cherche à comprendre comment elles fonctionnent par rapport à leur référent. L'image n'est qu'une représentation de l'objet, mais on cherche systématiquement à comprendre si elle est fidèle à la « réalité » qu'elle figure, autrement dit si la Bretagne est bien représentée par la couleur bleue et la couleur verte, par le symbole de l'hermine, etc. Et cela revient à raisonner sur l'objet même du logo. Cela est important car il ne faut pas que la nature même de la représentation imagée mobilise les capacités de reconnaissance du destinataire au détriment de son efficacité à reconnaître l'objet représenté et à l'interpréter de la façon souhaitée par l'initiateur. Ce problème de la « fidélité » de la représentation à l'objet représenté se pose de façon cruciale pour les symboles qui ne sont que des représentations « simplifiées » de l'objet et qui en marketing ont un impact très important sur le destinataire du message.

Le troisième exemple que j'utiliserai correspond à la transformation du logo « Région Bretagne » par les couleurs de la République française :



Ici, on en oublierait presque l'objet représenté. Une autre teinte de bleu ainsi que la couleur rouge, disposées de la sorte accompagnant le texte en blanc, témoignerait d'une appartenance signifiante de la région Bretagne à la France, et utilisé comme logotype officiel, élément majeur de la communication de la région, la région Bretagne serait représentée d'une toute autre manière, donnerait une impression complètement différente, ne serait-ce que sur la gestion de son territoire. Ici le rapport à l'identité régional est complètement bouleversé, puisque référentiellement inexistant.

C'est d'ailleurs une des raisons pour lesquelles le précédent logo de la région Bretagne (figure 12 gauche) a été transformé. Le président Jean-Yves Le Drian communique sur sa volonté de recréer une Bretagne à 5 départements alors que ce précédent logo n'en fait figurer que quatre. Représentant davantage un découpage en départements et ne correspondant plus à la dynamique politique en place (il peut aussi donner une impression très « française » de la région), le logo a évolué beaucoup plus culturellement qu'institutionnellement.

L'image est un mode de représentation qui conserve l'information perceptive du fait que ce sont les caractéristiques prégnantes de « l'objet » qui sont utilisées pour constituer l'image, le symbole. Dans le logo, l'image est utilisée en complément de l'information fournie verbalement par le nom et la renforce dans les significations que le destinataire perçoit. L'image peut aussi être un substitut, d'où l'importance du choix des couleurs, qui doivent favoriser la représentation de l'objet imagé pour le destinataire, au même titre que le ferait un message verbal explicite.

Puis, si le logo est composé d'une image, il est aussi constitué d'un nom, deuxième élément de reconnaissance d'une institution émettrice de ce message communicatif. Depuis plusieurs années le Comité départemental du tourisme d'Ille-et-Vilaine a fait adopter avec succès par les professionnels et les partenaires du Tourisme l'appellation « Haute-Bretagne Ille-et-Vilaine » et le graphisme correspondant :



Figure 16. Logo du Comité départemental du tourisme d’Ille-et-Vilaine, 2001

La mise en place de ce logo émane d’une démarche marketing visant à positionner le département en reconnaissance à l’extérieur de ses frontières. Jusqu’en 2000, la communication du Comité départemental du tourisme (CDT) existait déjà sous le nom de Bretagne mais, étant une émanation du Conseil général, il communiquait auprès du grand public en ce sens avec le logo du Conseil général d’Ille-et-Vilaine :



Figure 17. Logo du Conseil général d’Ille-et-Vilaine

Une des missions du CDT est d’inciter les gens de l’extérieur du département, voire de la région, à venir en Ille-et-Vilaine, pour mieux générer du flux chez les professionnels du département, tous secteurs confondus et donc développer cette aire géographique. Un des plus gros frein à l’essor du département était le manque de repérage (identitaire principalement). En 2000, une première enquête a été commandée auprès de l’agence de communication Cadran solaire à Paris. Un micro-trottoir à la sortie des bouches de métro a été mis en place auprès de la population parisienne déclarant ne pas connaître la région Bretagne pour tester les références bretonnes les plus repérées, les plus symboliques. Au fur et à mesure de questions, il était demandé aux informateurs de nommer les départements bretons. Peu de personnes ont nommé l’Ille-et-Vilaine. Reconnaisant son territoire comme étant ancré dans le pays gallo, c’est auprès de la population locale gallèse qu’une seconde enquête s’est menée par le CDT pour tester l’appellation Haute-Bretagne et son degré de reconnaissance. Les résultats furent satisfaisants et le nouveau logo avec l’appellation « Haute-Bretagne Ile-et-Vilaine » s’est mis en place en 2001, après consultation auprès des représentants des CDT des trois autres départements de la Bretagne administrative. Après entretien en

juillet 2006 avec Madame Gauthier, chargée de communication au CDT, il semble que d'un point de vue marketing, la nouvelle appellation rapproche le département de la Bretagne. Depuis la mise en place de ce logo et la politique de communication sous ce nouveau nom qui l'accompagne, des enquêtes régulières se poursuivent auprès de la population parisienne pour connaître le taux de reconnaissance du département, en tant que département breton. Alors qu'en 2000 6% de l'échantillon interrogé déclaraient la Haute-Bretagne comme un département breton, 27% le faisaient en 2005 (contre 29% des personnes interrogées qui nommaient le Finistère).

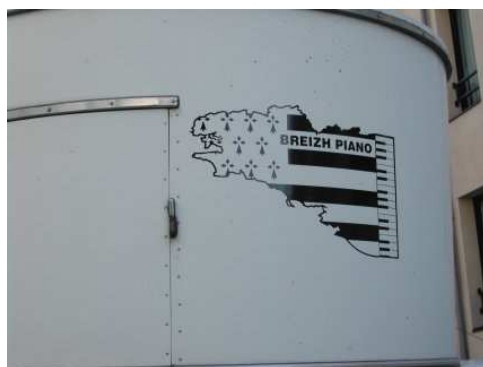
Les témoignages de satisfaction provenant du monde économique par rapport à ce logo sont nombreux, et abondants seront en 2005 les acteurs économiques du département, institutionnels, publics, ou privés, qui par la même occasion suivront l'idée de la proposition de changement de nom du département d'Ille-et-Vilaine en Haute-Bretagne. Le Comité départemental du tourisme a fait de la nouvelle identité Haute-Bretagne un élément clé de sa campagne de promotion pour tout le secteur départemental dans « une volonté de renforcer le référencement Bretagne du département en capitalisant sur la notoriété et l'image de la région, et de minimiser les connotations peu efficaces sur le plan touristique du nom Ille-et-Vilaine... ¹³⁵ ». Aussi, la combinaison de l'image et du nom dans la composition d'un logo est essentielle pour qu'il soit un outil de communication efficace.

D'autres actions logotypiques sont à noter telle que celle de l'entreprise Breizh Piano.

¹³⁵ **Comité départemental du tourisme d'Ille-et-Vilaine**, 2001, *Haute-Bretagne Ille-et-Vilaine, Charte graphique, règles de construction et utilisation*, p.2.



Photo 45. Logotype déposé à l'institut national de la propriété intellectuelle, Breizh Piano, Guidel, département du Morbihan



L'identité visuelle, remarquée par ce logo témoigne de l'envie des représentants de cette entreprise de communiquer et de valoriser leur activité, et surtout leur professionnalisme, en rapport avec les valeurs de la région Bretagne : authenticité, savoir-faire, etc. Le rapport que l'entrepreneur semble entretenir avec la langue bretonne est « affectif » (selon ses propres termes). Il ne se déclare pas comme un locuteur du breton. C'est donc une valorisation de son activité et de son « secteur » qui le motive, en priorité. Dans le déroulement de leur activité, les deux personnes dirigeant Breizh Piano circulent beaucoup avec leur remorque. Le secteur dans lequel ils se trouvent ne regroupe pas beaucoup d'artisans ou d'entrepreneurs du même type. Habituellement, les mêmes services peuvent être effectués par de grosses entreprises, pour qui ce n'est bien souvent pas l'activité principale (par exemple pour le cas des déménagements de pianos).

Le logo est là pour rappeler par sa fonction de représentation visuelle de la marque que l'entreprise possède une valeur ajoutée par rapport aux potentiels concurrents. L'association du nom et de l'image dans la création de ce logo témoigne des valeurs qu'ont les personnes qui travaillent dans cette entreprise. Le secteur géographique d'activité dans lequel elles évoluent se restreint à une partie du département du Morbihan et une petite partie est du département du Finistère. L'attachement culturel

est fort dans ces deux secteurs et correspond à celui que déclarent avoir les acteurs de Breizh Piano. C'est dans cet échange de proximité que les deux dirigeants indiquent qu'ils souhaitent travailler comme des artisans et le logo qu'ils ont choisi répond à la transmission de cette valeur. Le côté authentique, localement impliqué qu'il représente, en faisant référence à la région Bretagne par les couleurs, le nom, la carte régionale rappelant par sa forme le cœur de l'activité de l'entreprise, est mis en avant.

Pour conclure sur ce point, je retiendrai que pour tous les types de supports que j'ai présenté ici, les langues régionales de Bretagne se posent comme un objet mais il ne faut pas oublier qu'elles sont aussi un outil au service d'autres choses, telle que la valorisation comme je l'ai largement indiqué. A mon sens, ces différents types de support répondent en majorité aux mêmes finalités : entre autres, faire la promotion et parfois la propagande d'un fait commercial (produit, marque), d'un fait social (une association, une institution politique, etc.). La promotion pouvant d'ailleurs prendre une forme propagandiste lorsque la campagne d'affichage est massive ou soutenue. Il est important de rappeler qu'à la différence de la signalisation, l'affichage par le biais des supports de publicité fait appel à des principes davantage proches voire identiques de ceux évoqués pour le « packaging » (ou mise en page de l'étiquette du produit). Le support étant différent, le lien à l'usitaire est également différent. L'histoire de la publicité permet de saisir les procédés développés depuis l'époque de la propagande jusqu'à nos jours.

1.3 Propagande et valorisation

1.3.1 L'essence de la publicité

La propagande a longtemps été considérée comme née des moyens mis en place par la doctrine nationaliste antisémite (le national-socialisme ou nazisme) exposée par A. Hitler dans *Mein Kampf* (1923-1924) et qui fut l'idéologie politique de l'Allemagne hitlérienne (1933-1945), pour embrigader les masses par exemple. Les moyens de persuasion qu'ils utilisaient trouvaient leur place dans une propagande soutenue et extrêmement pensée, par un système d'affiches et de tracts entre autres. Mais, le terme même de « propagande » semble avoir des origines plus lointaines et est souvent l'objet de confusion avec celui de « publicité », sans discernement entre ces deux termes précis. Donc, une première ambiguïté peut être soulevée dans la relation que les termes de « propagande » et « publicité » entretiennent. En effet, à la question « existe-t-il un lien entre la propagande et la publicité ? », les réponses se chevauchent de la même façon qu'elles se contredisent. Autant la définition lexicographique de chaque terme et l'application psychologique de ceux-ci auprès du public visé semblent se rejoindre, autant les avis divergent dans la réalité factuelle des deux concepts. De prime abord, je serais grandement tentée de penser que la propagande, depuis la

guerre, a été une sorte de précurseur à la publicité moderne, c'est-à-dire l'ensemble de moyens qui concourent à faire connaître une marque, un produit, etc., à produire ou à entretenir une image de marque, et /ou qui exercent une action sur le public à des fins commerciales.

Toutefois, tout le monde ne le perçoit pas ainsi. Bernard CATHELAT déclare par exemple que « la publicité n'est pas de la propagande, au sens où le propagandiste cherche à imposer ses propres idées sans souci de celle de l'auditoire »¹³⁶. Notons qu'il est certain que le publicitaire construit son discours en fonction de l'attente ou l'idée que la personne ou le public visé va se faire de la campagne pour laquelle le publicitaire travaille. Donc, le publicitaire se soucie de l'auditoire potentiel, et celui-ci est même essentiel. Bernard BROCHAND et Jacques LENDREVIE différencient également la propagande de la publicité au sens où cette dernière se présente « à visage découvert, sans cacher sa nature et ses intentions »¹³⁷. Ici, ce sont directement les stratégies employées dans l'un et l'autre des concepts qui sont distinguées. Les processus ou les stratégies utilisées par les deux concepts jouent sur des finalités psychologiques, puisque l'un et l'autre visent à séduire et convoitent l'adhésion la plus grande possible d'un public, pour un produit, un service ou toute autre chose soumise à publicité. Et c'est bien dans cet axe que les avis se disputent : les manœuvres psychologiques pour permettre au propagandiste ou au publicitaire d'arriver à ses fins devenant l'objet de débats entre les spécialistes.

Dans l'histoire économique de la société, la publicité (au sens actuel) provient à la fois de l'évolution de la profession de courtier et de l'évolution des stratégies du marketing vers le début du XXème siècle. Pour prendre quelques repères, « si nous songeons aux temps les plus anciens, alors qu'il n'est pas question d'« opinion publique », il y a néanmoins déjà des façons d'influencer les groupes humains. Dans ce cas, la harangue est sûrement la forme la plus ancienne de la propagande »¹³⁸. En effet, c'est au Vème siècle que ce type de discours est usité par les Francs, discours solennel, de conquête du ou des peuples, prononcé devant une assemblée ou des troupes. Le terme de « propagande » n'est utilisé que bien plus tard, au temps de la Réforme catholique ou Contre-réforme. Ce mouvement date du XVIème siècle, et se produisit en réaction contre la Réforme protestante. Cette Contre-réforme s'efforça d'organiser la reconquête religieuse des régions passées au protestantisme, notamment en Europe centrale, en s'appuyant sur un nouvel ordre religieux, celui des Jésuites, et elle favorisa le développement d'un style artistique nouveau, qui mêlait sensibilité, mysticisme et majesté. Ainsi, il semble que ce soit dans l'expression latine « de propaganda fide », employée par l'institution religieuse, la « Congregatio de propaganda fidei », qu'ait été utilisée pour la première fois le terme de « propagande » dans le sens de « propagation ». La « langue laïque » l'utilisa quant à elle à la fin du XVIIIème siècle. Par cette propagande, il s'agissait de gagner de nouveaux fidèles, ou plutôt de convaincre à nouveau les « fidèles égarés », car partisans d'une autre religion, et donc

¹³⁶ CATHELAT, Bernard, p.31.

¹³⁷ BROCHAND, Bernard, LENDREVIE, Jacques, p.2.

¹³⁸ GERVEREAU, Laurent, p.146.

de propager la foi au delà des frontières. Donc, dans le « langage occidental », c'est la religion qui apporte une première définition au terme de *propagande* ou *propagation de la foi*.

Au cours de la guerre 1914-1918, la propagande est extrêmement riche, car les gouvernants ont constamment besoin d'exhorter la population. À cette époque, la propagande peut alors se définir comme « un ensemble d'informations, d'images et d'idées orienté de façon à galvaniser les énergies du camp auquel on appartient et à dévaloriser la puissance du camp ennemi »¹³⁹, et ceci va se prolonger et même s'amplifier pendant la deuxième guerre mondiale. Que ce soit les affichages, les appels au civisme, les voix portées par les ondes, les tracts clandestins, la finalité est la même : il s'agit d'informer dans le but de rassembler un maximum de personnes dans la « cause » défendue. La propagande va même prendre une dimension déterminante. Vecteur d'une guerre idéologique, elle devient un vrai complément aux armes. Stéphane MARCHETTI revient même sur l'avant-guerre (1939-1945) où dès cette époque « la politique allemande utilisa la fascination qu'exerçait le verbe nazi sur un peuple humilié, prenant un ascendant qu'exprimaient même les consultations électorales, dont la régularité ne peut que partiellement être mise en doute. Le Führer Adolf Hitler jouait d'ailleurs à merveille des instruments variés dont il disposait pour faire connaître sa politique à ses sujets et la faire approuver par eux, et il nous a laissé quelques formules lapidaires, dont nous... relèverons la force... »¹⁴⁰. Maintenant, l'impact de cette propagande reste à établir, mais cela semble difficilement mesurable. S. MARCHETTI pose lui-même cette question, car « s'il en est une qu'il convient de poser dès que l'on ambitionne d'étudier, même partiellement, une action aussi diffuse soit-elle, destinée à persuader de telle ou telle vérité le plus grand nombre possible de citoyens... »¹⁴¹, c'est bien celle-ci.

La propagande semble donc participer à une volonté de contrôle total de la société, et se distingue bien de la simple information, car en plus de faire connaître un propos, elle cherche à atteindre l'adhésion des masses aux thèses qu'elle affiche. Au fil des époques, nous sommes donc passés de la propagation de la foi à une propagande politique, avec un discours toujours construit. Et, nous sommes également passés d'une argumentation (forme écrite) à l'image, puis à l'image parlée¹⁴². Du terme de propagande à celui de publicité, il n'y a alors qu'un pas. La plus grande différence qu'il semble y avoir entre les deux est la valeur marchande que véhicule le concept de publicité. Au delà de ça, elle transporte les mêmes finalités, à savoir chercher à faire adhérer les masses au produit ou à l'idée qu'elle défend, ceci par le biais de techniques linguistiques, en plus de techniques dites de marketing (technique américaine de vente

¹³⁹ MICHEL, Henri, p. 38.

¹⁴⁰ MARCHETTI, Stéphane, p.8.

¹⁴¹ *Ib.*

¹⁴² Notons que ce sont les années 60 qui révèlent une ascension fulgurante de la télévision dans les foyers français. Durant cette décennie 1960-1970, les chiffres ne cessent de s'accroître. En 1967, la publicité de marque fait son apparition à la télévision française (d'où les termes « d'image parlée ») et amorce le passage d'une télévision où la prérogative appartient aux créateurs à une télévision où le pouvoir passe entre les mains des gestionnaires.

tendant à quantifier et à théoriser la promotion). Ainsi, la publicité est liée au processus marchand.

L'évolution du processus de publicité est à observer dès l'Antiquité (précisons aux environs de 3000 ans avt J.-C.), époque où apparaissent les annonces de particuliers. La publicité est une autre forme de « faire croire » et suppose donc de s'adresser à un public. Ainsi, l'étal ou l'enseigne forment une présentation valorisante vers l'assistance. Cette présentation, théâtralisation de la marchandise dans un but de troc ou d'échange monétaire, connaît des applications extrêmement anciennes dans le monde entier. En Europe, après des formes déjà sophistiquées dans l'Antiquité, les enseignes peintes se multiplient, par exemple au XIV^{ème} siècle. Elle se combine avec le criage (annonce vocale). L'affiche se développe avec les progrès de l'imprimerie et le recul de l'analphabétisme. Au XVII^{ème} siècle, il devient courant à Londres de vanter tel ou tel produit par voie de placard (textuel). Des annonces (de particuliers ou de commerçants) pénètrent dans la presse naissante en apportant ainsi une aide financière aux titres. Au XIX^{ème} siècle, la publicité bénéficie de l'apport des illustrations grâce aux nouvelles techniques mises en œuvre dans la presse ou les affiches. La chromolithographie¹⁴³ lance sur les murs de jeunes et jolies femmes souriantes. La publicité radiophonique naît aux États-Unis en 1922, puis, environ 25 ans après, la publicité télévisée. La « réclame » est également présente au cinéma ou depuis l'entre-deux guerres, sous forme lumineuse dans les villes. Image-choc, humour, étrangeté, érotisme, explication « scientifique » des qualités du produit, la publicité met en jeu tout ce qui peut retenir l'attention du spectateur. Elle diversifie également ses modes d'intervention : simple publicité papier ou grande campagne affichée sur les murs des villes, puis marques ou produits devenant sponsors pour des causes toutes autres, comme des manifestations culturelles ou sportives. Nous pouvons retenir de nombreux exemples de marques sponsorisant des joueurs de football, marques de sport, marques de restauration rapide, produits de grande consommation, les possibilités sont nombreuses et les marques se complaisent de se faire ainsi connaître.

Ainsi, l'image d'une firme se construit par système de parrainage, dans le domaine de la performance sportive, de la culture, ou de la charité par exemple. Car, effet de l'industrialisation, le développement publicitaire doit instituer de nouvelles relations de proximité entre une marque aux modèles multipliés mécaniquement, et un consommateur particulier. Des produits (« Coca-cola » par exemple) travaillent ainsi à devenir de véritables mythes internationaux, vecteurs d'une culture, pour des enjeux économiques considérables. Des panels (échantillons de population) permettent de vérifier l'adéquation du message aux cibles visées et au(x) vecteur(s) (média) choisi(s). Des publicités directes démarchent le client potentiel (toutes les publicités que nous recevons dans nos boîtes aux lettres par exemple). Des promotions sur le lieu de vente cherchent à personnaliser l'accroche. La publicité est donc polymorphe, car elle doit contenter plusieurs publics. S'adaptant à son support de diffusion, à ses clients, en fonction du commanditaire, lié à un produit, par le biais de créatifs et de testeurs, elle

¹⁴³ Procédé lithographique de reproduction d'images en couleurs par impressions successives.

devient un vrai outil de communication qui s'est toujours interrogé sur les mentalités et qui de plus en plus s'interroge sur l'évolution de ces mentalités.

Lors de précédentes recherches¹⁴⁴, en m'appuyant sur le public adolescent, j'ai démontré comment s'établit la double relation d'influence entre le publicitaire (ou publiciste) et son public. Le premier construit un objet destiné à un second sujet mais que ce dernier contribue aussi à construire. En insistant spécifiquement sur la construction du message slogan et sur son impact, j'ai pu démontrer l'ensemble du fonctionnement de l'argumentation publicitaire et la relation d'influence réciproque : le publicitaire se nourrit des attentes de son public alors que le public se nourrit de ce que la publicité contribue à créer et à mettre sur le marché (sans oublier le fait que créer un besoin existe aussi, mais le consommateur est prêt à cela, est demandeur de cela, bien que cela soit critiqué).

La publicité est non seulement un très bon outil de communication, mais elle est aussi et surtout un excellent outil de persuasion et de maintien des croyances. L'objet de la publicité est : l'incitation d'un public à un acte d'achat ou de comportement par un ensemble de moyens visant cet effet. Puis elle est aussi créatrice de nouvelles habitudes.

Au delà des formes publicitaires, de l'image ou des thèmes que la publicité présente ; les recherches dans ce domaine consistent traditionnellement à s'intéresser particulièrement aux messages écrits que la publicité transporte et distribue. Les publicitaires persuadent un public en manipulant la langue de façon à ce que le message qu'elle crée soit le plus adapté possible au public qu'elle vise.

1.3.2 De la rhétorique à l'argumentation

Les publicitaires privilégient aujourd'hui « l'art de convaincre » par les combinaisons habiles de mots que représente la rhétorique. En effet, face à la diversité des campagnes et donc des produits pour lesquels ils travaillent, les publicitaires utilisent cette rhétorique en tant qu'outil performant pour séduire le public visé au travers des messages qu'ils produisent. Combinée à des images, les mots deviennent de ce fait un savant outil de pouvoir. Que ce soit un pouvoir symbolique, un pouvoir politique, un pouvoir économique, l'art de convaincre ainsi en œuvre mène à la construction de stratégies spécifiques pour rendre efficaces les supports de promotion, d'information, de communication destinés à un vaste public.

Les courants rhétoriciens ont évolué au cours des siècles. Joëlle Gardes-Tamine¹⁴⁵ admet deux définitions d'origine distincte : celle venant des sophistes (qui lie rhétorique et persuasion) et celle venant des stoïciens (qui considère la rhétorique

¹⁴⁴ LE SQUERE, Roseline, 2001.

¹⁴⁵ GARDES-TAMINE, Joëlle, 1996, pp. 8-9.

comme l'art de bien dire). Loin de me persuader, voire même de me borner à une rhétorique restreinte ; concept qui visiblement ne peut être considéré ainsi, je tiens pourtant à travailler principalement dans l'optique d'une tradition rhétoricienne qui se base essentiellement sur des principes d'argumentation dans l'attente de séduire et persuader un auditoire : sans toutefois adhérer pleinement à la perspective sophiste, puisque le sophisme est un raisonnement qui n'est logiquement correct qu'en apparence, et qui est conçu avec l'intention d'induire en erreur. J'insiste alors sur la relation qu'entretient à notre époque, et selon la conception publicitaire moderne définie ci-avant, le publicitaire avec les usitaires (et réciproquement) en rappelant que ce principe « orateur » / « auditoire » s'appuie sur des mécanismes de persuasion directement hérités du sophisme. Chez Gorgias (orateur et sophiste célèbre)¹⁴⁶ par exemple :

Il faut se servir de la rhétorique comme de tout autre art de combat...
l'orateur est capable de parler de tout devant toutes sortes de public, sa puissance de convaincre est donc encore plus grande auprès des masses, quoi qu'il veuille obtenir d'elles, ... c'est une raison supplémentaire de se servir de la rhétorique de façon légitime, comme on le fait du reste pour tout art de combat.¹⁴⁷

Ainsi, la rhétorique est une discipline ancienne de la parole en action. De tout temps, le pouvoir des mots et de la parole a été mesuré. Pour comprendre les bases de cette notion, quelques rappels historiques sont nécessaires. Depuis l'Antiquité la parole est codifiée. La rhétorique, ou l'éloquence était au centre de tout discours. Elle a été inventée en Sicile grecque au début du Vème siècle avant notre ère, dans le cadre de procès de propriété où les citoyens avaient à convaincre des jurys populaires de la légitimité de leur cause (c'est l'époque de la première sophistique). La rhétorique ancienne concernait aussi bien les fondements d'une pensée convaincante que les aspects physiques de l'expression. Les rhéteurs avaient alors mis au point à cette époque l'ordre canonique des parties que doit comporter un bon discours, c'est-à-dire « le standard d'exposition » qui était censé être le plus efficace. Dans la même lignée, Aristote (364-322 avant J.-C.) succède à de nombreux sophistes. Il définit le concept même de rhétorique dans son œuvre éponyme par « la faculté de considérer, pour chaque question, ce qui peut être propre à persuader ». Il voit dans la rhétorique une technique utile puisque tous les hommes ne se laissent pas persuader par la Vérité. Lorsqu'il rédige son traité, *La Rhétorique*, la nécessité de prendre en compte l'auditoire apparaît.

D'Athènes, les rhéteurs vinrent enseigner à Rome où se fondèrent des écoles et à l'apparition de la littérature latine (aux alentours de 240 avant J.-C.), chacun semblait avoir son avis sur l'éloquence et chacune se fabriquait une grille de conduite. La rhétorique fut largement enseignée dans toute l'Antiquité gréco-romaine. Cicéron (106-

¹⁴⁶ Rappelons que les sophistes ont été les premiers professeurs de rhétorique, intellectuels caractérisés par leur désir de dominer toutes les connaissances.

¹⁴⁷ PLATON, (traduction du grec ancien, introduction et notes par CANTO, Monique), 1993, pp. 143-144.

43 avant J.-C.) représente l'exemple le plus célèbre d'orateur philosophe romain. Il a beaucoup réfléchi à la rhétorique dans son ouvrage datant de 55 avant J.-C., *De Oratore* et exprimait la narration comme nécessité, au cœur du discours judiciaire. L'orateur est important pour Cicéron qui connaissait la puissance de l'éloquence, et suggérer sans dire vraiment était une de ses forces dans ses discours. L'éloquence était donc une de ses plus hautes vertus.

Dans la philosophie grecque, Socrate séparait, lui, l'art de penser et l'art de parler, établissant ainsi un divorce de la langue et du cœur. Il suggérait deux types de formation pour les orateurs, la philosophie d'un côté et la rhétorique (l'éloquence) de l'autre. Bien plus tard, Cicéron, contre les méthodes de son temps rétablissait quant à lui les deux types de formation, et les associait dans la formation de l'orateur. L'éloquence ne semblait pas avoir de domaine propre, mais la philosophie platonicienne y trouvait malgré tout sa place. Son ambition intellectuelle réunissait un tout cohérent au service de « l'actio », de l'éloquence et de la philosophie. Il voyait même l'éloquence comme moyen « d'actio ». La forme du discours, dite « ornate dicere », tient une place considérable dans la perspective cicéronienne. L'orateur a alors une mission officielle puisqu'il parle au nom de la cité. Ce spécialiste de « l'eloquens » est donc mis face à la complexité de la vie des individus pris individuellement, mais aussi pris dans leur ensemble puisque le discours s'adressait à un ensemble de personnes, et dès lors se posait bien évidemment le problème de la réception du discours, et principalement de l'effet de persuasion / de conviction, puisque le type de discours majeur qui se développait à l'époque concernait les activités judiciaires¹⁴⁸. Le modèle de discours établi par Cicéron a été repris par de nombreux auteurs.

Au premier siècle après J.-C., Quintilien (30-98) reprend une rhétorique issue de la tradition cicéronienne qui ne conçoit pas la rhétorique sans un lien avec la culture. Cicéron et Quintilien exerceront une influence importante sur les rhétoriciens des siècles suivants. La technique de persuasion se trouvant dans les discours produits à l'époque (notons particulièrement le soin apporté à l'élaboration du discours et les phases de préparation qui sont soignées une à une pour séduire l'auditoire), est intéressante à observer pour se rendre compte que les techniques employées actuellement dérivent de ces formes antiques dans le sens où les publicitaires cherchent, en travaillant sur les messages, à séduire leur auditoire à eux, de la manière la plus habile qui soit. Il s'agit essentiellement de montrer combien le fonctionnement et les perspectives des discours actuels utilisant la rhétorique sont proches des modèles antiques et dans le fond n'ont pas évolué puisqu'il s'agit toujours de construire un discours (le message publicitaire) visant à séduire, à convaincre un destinataire (dans sa fonction de consommateur le plus souvent).

Entre le II^{ème} et le IV^{ème} siècle après J.-C., on assiste à un renouveau de la rhétorique dans le monde gréco-romain : c'est la période de la seconde sophistique. Les rhéteurs seront à ce moment là beaucoup plus attentifs au style. Puis, à l'époque de l'Antiquité chrétienne, Saint-Augustin (345-430) en particulier, repense la rhétorique plutôt dans

¹⁴⁸ Rappelons que Cicéron privilégiait les techniques oratoires suivantes : *l'inventio*, *la dispositio*, *l'elocutio*, *la memoria* et *l'actio*.

ses conditions d'exercice. Conservant une tradition cicéronienne là encore, il s'agit de concilier une sorte de propagande de la foi (tout en gardant les exigences que celle-ci impose : par exemple le rapport à la Vérité est essentiel) avec une vraie nécessité de plaire pour toucher le public. Par la suite, le bas Moyen Age (période débutant aux environs de 395 après J.-C.) va beaucoup reprendre la tradition chrétienne mais en mêlant de nombreuses figures allégoriques. « La rhetorica » fait alors partie des sept arts libéraux, souvent représentés par des allégories, et qui seront la base de tout l'enseignement du Moyen Age. La figure de la rhétorique est le plus souvent symbolisée par une femme grande et belle portant une robe richement ornée et tenant des armes pour affronter ses adversaires. Sans s'appuyer sur une analyse simpliste, nous pouvons malgré tout observer dans la représentation allégorique de la rhétorique les principes fondamentaux qui caractérisent ce concept : l'importance du fait de plaire, de séduire (évoqué par la femme grande et belle), et la méfiance qu'on peut se permettre d'avoir vis-à-vis de la rhétorique, car par les artifices dont elle use, elle peut être dangereuse (idée incarnée par les armes pour affronter ses adversaires).

Plusieurs tendances nouvelles vont apparaître durant le Moyen Age avec en particulier le déplacement de l'intérêt de la rhétorique, de l'oral vers l'écrit. Le fait de chercher à séduire son correspondant va beaucoup développer le principe de « l'inventio » de Cicéron. C'est surtout tout ce que la rhétorique peut avoir d'argumentatif qui est retenu dans le nouvel usage qui en est fait. C'est donc par la manipulation du verbe à l'écrit qu'il faut réussir à retenir l'attention de ou des personnes visées. Les traditions antiques s'éloignent de cette nouvelle formule et ce n'est qu'à la Renaissance qu'un regain d'intérêt pour la rhétorique antique prend corps. La dimension intellectuelle joue un rôle essentiel et une dérive vers la théorisation des figures se met en place. Le trait d'esprit si pratiqué dans les salons conduit à une utilisation abondante de figures de mots, adoptées par l'ensemble des membres de la cour, et ce au XVIIème comme au XVIIIème siècle.

Ainsi, deux formes de rhétorique vont cohabiter, non sans conflits, chez les hommes de lettres en particulier et autres intellectuels de l'époque : -une rhétorique de l'écrit tout d'abord fondée sur la raison et qui se méfie de « l'inventio » (donc une rhétorique plutôt rigide qui ne laisse pas de place aux ornements superficiels que la langue peut contenir) et -une seconde tournée vers l'oral qui veut transmettre une sorte de Vérité philosophique non critiquée en sensibilisant le public par « l'inventio » et « la memoria », en jouant du mot et de l'idée le plus possible.

À l'époque de la Révolution, on se méfie beaucoup des ornements de la parole. Toutefois, la rhétorique est très utilisée, et apparaît de plus en plus dans les méthodes d'enseignement. Le XIXème siècle permet d'ailleurs de constater cette permanence de l'instruction de la rhétorique. Ce n'est que vers la fin du XIXème et le début du XXème siècle que la rhétorique semble avoir été oubliée. Or il se trouve qu'elle est plutôt utilisée de manière restreinte, pour tout ce qui concerne le littéraire. Les figures de mots en particulier sont largement exploitées et enseignées.

Donc, sans insister sur la redécouverte de la rhétorique, en tant que théorie des figures, par la linguistique structurale (notons que Roman JAKOBSON, un des premiers, a

attiré l'attention sur la valeur opératoire de concepts déjà élaborés par Aristote), c'est surtout à partir des années 1970 qu'elle est perçue comme une discipline non seulement scientifique mais très à la mode. Loin d'avoir constitué une discipline cohérente (puisque de nombreuses divergences quant à l'objet même de la rhétorique sont apparues, et surtout à la période classique française XVII-XVIIIème siècles), l'image historique de « l'art de l'éloquence » serait en tout cas faussée si son objet se réduisait à la théorie de « l'elocutio » et à la seule définition des tropes et des figures. C'est pourtant à cela surtout que le XXème siècle a réduit la rhétorique à ce qu'elle a de plus linguistique : la théorie des figures. Mais, si nous considérons l'usage actuel qui en est fait par le biais de la publicité par exemple, il ne semble pas très hasardeux que la rhétorique, après une longue période de dénigrement, soit redécouverte à l'époque de la communication. Chez les Anciens comme chez les Modernes, la finalité déclarée de la rhétorique est d'enseigner des techniques de persuasion. L'idée d'argument et celle d'auditoire y sont essentielles ; ce qui là encore rejoint bien la perspective actuelle des agents de la publicité (notamment) et du marketing. C'est donc cela qu'il est très important de constater. En effet, la rhétorique a été beaucoup utilisée en son nom propre pour tout ce qui concerne la théorie des figures. Au niveau de l'enseignement, elle semble avoir disparu. Or non, elle a simplement été « remplacée » par le terme « d'argumentation » qui foisonne par exemple dans les programmes scolaires officiels aujourd'hui et dans les domaines de la littérature, de la communication, de la publicité, du marketing.

Notons à titre informatif, qu'à la période des « néo-rhétieurs », en 1958, un appauvrissement dans l'analyse des démarches réelles de la pensée a déterminé les logiciens contemporains à fonder une nouvelle rhétorique, définie comme « Rhétorique de l'argumentation ». Le Traité publié par C. PERELMAN et L. OLBRECHTS-TYTECA, consistait en l'étude des techniques discursives permettant de provoquer ou d'accroître l'adhésion des esprits aux thèses qu'on présente à leur assentiment¹⁴⁹. Donc, depuis l'Antiquité jusqu'à aujourd'hui, l'historique mené révèle l'évidente similitude entre le but recherché par la rhétorique classique et celui recherché aujourd'hui dans l'utilisation moderne de la rhétorique. Les lieux d'exercice de cette rhétorique se sont beaucoup diversifiés et celle-ci reste bien fondée sur la persuasion. L'exemple le plus flagrant est que la rhétorique, née d'un besoin d'emporter l'adhésion, va être l'outil idéal pour les publicitaires ou les professionnels de la communication qui doivent séduire, émouvoir un public de plus en plus critique, blasé et souvent exigeant (voire méfiant). Produire un discours dans ces contextes n'a rien d'innocent, car une stratégie est toujours mise en place afin de toucher au plus près la cible choisie. La rhétorique est donc un moyen d'augmenter l'impact du message sur le destinataire, par toutes les possibilités de maniement du discours qu'elle offre. Les professionnels du discours peuvent alors être considérés comme des « rhétieurs » polyvalents, (s'adaptant à n'importe quel produit ou public/destinataire) reprenant des méthodes classiques dans ou pour une forme moderne. Donc aujourd'hui, la rhétorique peut se résumer comme le phénomène de persuasion dans toutes ses formes classiques et modernes. Elle est depuis toujours nécessairement liée au langage et elle entraîne un acte de

¹⁴⁹ PERELMAN, C., OLBRECHTS-TYTECA, L., 1958.

persuasion sur le public visé par le discours qu'elle permet à l'orateur d'élaborer. Le pouvoir de la parole et des mots s'exerce d'abord sur les autres. La publicité et ses agents, ainsi que les personnes du domaine de la communication en bons orateurs du XXème et XXIème siècles reprennent les principes actifs de la rhétorique ancienne pour exercer sur leur auditoire (ou tout usitaire) une influence sur leurs actes directs d'achat ou de comportement.

Au travers de mes recherches, j'ai pu observer comment les langues régionales de Bretagne sont des objets manœuvrés/dirigés pour répondre à un ensemble de stratégies propres aux secteurs (politique, économique, culturel) où elles sont employées sous couvert d'un consensus implicite et global de tous ces secteurs réunis : la valorisation. Dans ces trois pôles d'activité, la volonté des acteurs à provoquer l'adhésion de l'usitaire (consommateur potentiel dans de nombreux cas), à favoriser une certaine proximité, à faire évoluer la croissance économique du territoire est à considérer dans une contextualisation communicante. Et en observant, d'un point de vue global, les cas d'affichage bilingue relevés, on peut montrer comment la langue bretonne fonctionne intrinsèquement comme un objet de rhétorique. C'est aussi pour cela que le terme « d'usitaire » fonctionne pour désigner les récepteurs de tous messages affichés dans l'espace public parce qu'il se trouve dans la double démarche : le premier construit un objet destiné à un second sujet mais que ce dernier contribue également à construire, à faire évoluer.

La rhétorique se fonde d'abord sur la notion de lieu commun (*topos*), c'est-à-dire sur des opinions, un ensemble d'idées partagées par tous. Dans la logique et la rhétorique aristotéliennes, ce sont des ressources argumentaires qui permettent de renforcer l'adhésion de l'auditoire puisque traditionnellement, il s'agit d'ensembles d'opinions, de jugements admis par le plus grand nombre et se rapprochant ainsi de la vraisemblance. Chez Aristote, un argument rhétorique manifeste toujours l'unité du *lógos*, de l'*éthos* et du *páthos*, c'est-à-dire celle de la raison, de l'habitus et de l'émotion.

La rationalité, les raisonnements, les principes considérés comme rationnels, autrement dit pertinents pour l'élaboration du monde commun, requièrent de continuelles négociations, et c'est ainsi que la construction de l'identité individuelle, comme collective se passe toujours dans la négociation avec les autres groupes pour qu'elles puissent exister. On peut donc penser que par un affichage bilingue très présent, on élabore une série de négociations (image positive de la langue par diverses actions, etc.) amenant les individus à trouver la présence de la langue rationnelle, donc logique et cohérente (phase d'acceptation), cela légitimant les actions de politique linguistique, etc. Et à l'inverse, cela peut susciter des comportements de rejet. L'habitude, l'aspect normatif, imposé par les normes sociales est à prendre en compte dans ce contexte. Car les petites habitudes, le vécu quotidien des gens, quand on dit par exemple : « j'ai pris l'habitude de... », expliquent un ensemble d'actions. L'action (publicitaire, linguistique et culturelle) va donc jouer sur l'habitude concrète ou attendue des usitaires pour tenter de créer un climat favorable à la bonne réception du message émis. C'est dans cet esprit que la mise en place d'un affichage bilingue cohérent avec l'espace dans

lequel il se trouve et les attentes des usitaires permet de créer et / ou de renforcer le lien social.

L'habitude est une forme de conditionnement par laquelle les hommes fonctionnent, construisent, organisent et font évoluer leur quotidien. Les langues régionales font partie des habitudes culturelles bretonnes. On reconnaît par exemple le breton comme un élément cohérent lorsqu'il désigne un Fest-Noz (Fête de nuit, terme populaire de la culture bretonne), lorsqu'un prénom (à la sonorité bretonne) désigne une personne qui possède des origines bretonnes ou un nom de lieu breton qui situe un espace dans l'aire géographique bretonne. L'univers dans lequel les personnes évoluent en Bretagne intègre la langue régionale. C'est un fait qui existe, que les gens reconnaissent. Or utiliser la langue régionale dans d'autres contextes, non habituels, revient à déséquilibrer la logique par laquelle chacun comprend le monde dans lequel il vit. La répétition de l'affichage bilingue (même symbolique) a pour fonction de provoquer de nouvelles habitudes, pour engendrer du lien social, créer ainsi un monde cohérent mais aussi pour rendre logique l'univers dans lequel on évolue.

Le statut de l'usitaire / du récepteur est également à prendre en compte : il n'écoute pas, il voit. C'est un point de départ. Aristote¹⁵⁰ souligne l'importance de la notion d'*ethos* qui correspond à l'image que le locuteur donne de lui-même dans son discours. Par exemple, on remarque dans certains discours politiques l'implication du politicien, qui, pour toucher son auditoire, évoque sa vie familiale pour montrer à ses électeurs à quel point il se sent proche d'eux ! Dans le contexte de l'affichage bilingue, c'est l'utilisation de la langue bretonne, de la symbolique bretonne qui permet de toucher les destinataires. Ce procédé fait partie des figures de la rhétorique, de la mise en scène d'un discours pour le rendre efficace.

Aussi, à l'heure actuelle, la rhétorique semble être un outil efficace dans la production de messages que les formes d'affichage bilingue et / ou symbolique retransmettent.

Le processus d'affichage de la langue témoigne des 5 phases traditionnelles de la rhétorique:

- le moment de la mise en place d'une stratégie (de type politique linguistique ou politique marketing) ;
- le moment où on s'intéresse directement à toucher le destinataire et à favoriser la mémorisation d'un message (ici même si ce n'est pas directement le mot en lui-même qu'on cherche à faire retenir, ce sont les représentations qui entourent implicitement le(s) mot(s) en langue bretonne ;
- la phase « d'elocutio » qui se traduit ici par la recherche de la création d'un ensemble de conditions favorables pour tirer parti au mieux de l'affichage ;
- la phase de la memoria (consacrée traditionnellement à la mise en place de slogan mnémotechniques): les procédés permettant d'activer individuellement le souvenir mais toujours en liaison avec une mémoire collective ;

¹⁵⁰ ARISTOTE, (texte établi et traduit par DUFOUR, Médéric), 1960.

- une dernière phase qui consiste à bien choisir la graphie, le lieu d'affichage, etc.

1.3.3 Le fonctionnement de l'acte de communication

La citation reprise à Joëlle Gardes-Tamine¹⁵¹, extraite de *L'Art poétique* (Gallimard, 1958) de Roger Caillois ; suggère cette remarque : la nécessité de la rhétorique « se fait sentir à chaque fois qu'il faut agir sur autrui par la parole » :

On raconte qu'il y avait à New York, sur le pont de Brooklyn, un mendiant aveugle. Un jour, quelqu'un lui demanda combien les passants lui donnaient par jour en moyenne. Le malheureux répondit que la somme atteignait rarement deux dollars. L'inconnu prit la pancarte que le mendiant portait sur la poitrine et sur laquelle était mentionnée son infirmité. Il la retourna et écrivit quelques mots sur l'autre face. Puis, la rendant à l'aveugle : *Voici, dit-il, je viens d'écrire sur votre pancarte une phrase qui accroîtra notablement vos revenus. Je reviendrai dans un mois. Vous me direz le résultat.* Et le mois écoulé : *Monsieur, dit le mendiant, comment vous remercier ? Je reçois maintenant dix jusqu'à quinze dollars par jour. C'est merveilleux. Quelle est la phrase que vous avez écrite sur ma pancarte et qui me vaut tant d'aumônes ? – C'est très simple, répondit l'homme, il y avait aveugle de naissance, j'ai mis à la place : le printemps va venir, je ne le verrai pas.*

Toucher un destinataire, l'inciter à réfléchir, à faire évoluer son comportement sont des cibles constantes du marketing et de la communication. L'affectif est un des critères très important dans ce domaine (cela renvoie aussi à la question de proximité, qui encourage, rassure, etc.) et s'avère attractif dans les politiques de communication liées au marketing territorial étant donné l'impact qui est enjeu. Dans le cas de l'affichage bilingue et symbolique en Bretagne, sa mise en œuvre dans l'espace public relève d'un ensemble de stratégies, plans de développement, etc. Quelque soit la désignation, toute forme de signalétique est un acte de communication, se basant sur des principes de marketing territorial, c'est-à-dire la mise en œuvre (mise en mots) d'espaces respectant un système de valeurs mais visant à positionner l'espace en question dans un environnement global cohérent et attractif pour le public, soit concurrentiel face aux autres régions, aux autres pays, etc. La dimension de développement (niveaux local, régional, national, européen ou international) incombe aux acteurs professionnels qui souhaitent inscrire leurs activités dans une concurrence (compétitivité concurrentielle) plus ou moins étendue¹⁵².

¹⁵¹ GARDES-TAMINE, Joëlle, 1996, p.7.

¹⁵² Dans le plan de développement d'une activité (touristique, culturelle, entrepreneuriale, etc.), la partie valorisation est importante. Promouvoir son activité est essentielle. Mais lorsque la concurrence s'élève aux rangs européen et international, l'innovation devient également un ressort essentiel à l'évolution de l'activité. Dans l'utilisation de la signalétique bilingue et symbolique en Bretagne en tant qu'outil de valorisation, le manque d'innovation dans ce domaine est un reproche de plus en plus fréquent dans les secteurs industriels qui ne voient pas comment associer la symbolique bretonne à des activités de pointe, en technologie par exemple.

Aussi, la signalétique bilingue et symbolique en Bretagne inscrit dans l'espace public une discursivité au sein de laquelle les mots ne sont plus les seuls à faire sens, surtout dans le cas d'un message en breton ou en gallo que les usitaires ne comprennent pas tel quel mais auquel ils sont pourtant sensibles pour le système de valeurs que la langue régionale dégage. Combiné à des symboles plus iconiques (couleurs, référents, objets, mots, etc.) le discours affiché sur les supports de signalisation crée une argumentation complète.

L'affichage, dans ses formes de signalisations (routière, touristique, signalétique de proximité, étiquette, publicité) opère comme un marqueur du territoire, donnant à voir une identité régionale, censée représenter tant l'identité vécue par les usagers de cet affichage (usagers ponctuels, réguliers ou permanents) que l'intégration et l'importance de l'identité régionale dans la vie quotidienne des citoyens, habitants d'une ville. Les panneaux de signalisation routière par exemple, indicateurs géographiques en premier lieu (au sens des directions qu'ils indiquent) fonctionnent aussi comme des marqueurs identitaires, lorsque ceux-ci utilisent une dénomination bilingue pour signaler un ensemble de lieux. Désignés alors comme éléments représentant la mémoire collective de ces lieux, ils peuvent aussi être l'écran reflétant la volonté politique de la ville de créer cette mémoire collective, par l'affichage conjoint de deux langues sur ce type de support. Puis l'argument économique qui vise à situer son territoire de manière valorisée, par cet affichage symbolique (retracant un ensemble de valeurs, de symboles culturels) trouve également sa place dans cette argumentation. Il s'inscrit dans la complémentarité de la promotion d'un espace ou d'une activité.

Si nous nous arrêtons sur le fonctionnement d'un acte de communication publique, nous comprendrons que les fonctions propres de ce type de communication sont :

d'informer (faire savoir, rendre compte et faire valoir), d'écouter (les attentes, les interrogations et les apports du débat public), de contribuer à assurer la relation sociale (sentiment d'appartenance collectif, prise en considération du citoyen en tant qu'acteur) et d'accompagner les changements tant comportementaux que de l'organisation sociale.¹⁵³

La communication publique regroupe l'ensemble des messages délivrés dans l'espace public, que ce soit les publicités, les informations touristiques, la signalétique de proximité, les enseignes de magasin, la signalisation routière. L'objectif est aussi d'informer, d'assurer une certaine relation sociale (au delà du message, l'emploi de la langue régionale est un élément essentiel dans cette dynamique de lien social) et tend à produire des changements comportementaux dans les pratiques d'achat, dans les pratiques culturelles par exemple. Pour cela, il faut que l'ensemble des paramètres de la communication, et essentiellement les paramètres socio-culturels, soit maîtrisé.

¹⁵³ ZEMOR, Pierre, 1995, p. 5.

Techniquement, le principe d'hypothèses de l'interprétation du récepteur est omniprésent et fonde l'élément dynamique dans le mécanisme de construction de l'acte de communication. En effet, lorsqu'un publiciste ou tout autre créateur de message, crée l'image et le texte (slogan) publicitaires, il n'est pas objectivement en premier lieu dans un processus d'échange dynamique puisque la réception du message initial n'est pas simultanée, elle est successive et parfois lointainement successive. Les effets d'une publicité ne se font pas ressentir dans l'immédiateté de l'émission du message publicitaire. Et les effets des autres formes d'affichage, tel que la signalisation routière ou la signalétique touristique se feront encore moins ressentir dans l'immédiateté, sauf peut-être par le biais des usagers non-permanents qui sur leur lieu de vacances, par exemple, dans la mouvance d'un espace s'affichant culturellement (et cela dans différents contextes), seront amenés à participer, par effet de connaissance, à des activités liées à la culture affichée. Mais le facteur « durée » est aussi à prendre en compte. Lorsqu'un plan de jalonnement se prévoit et qu'une signalétique bilingue fleurit dans un espace, elle s'inscrit dans une certaine durée. Les panneaux de signalisation sont installés pour une longue durée, de par leur coût tout d'abord. Si l'impact de ces formes d'affichage ne se fait pas ressentir dans l'immédiateté, se fait-elle ressentir dans la durée ? Car là est un des facteurs principaux de développement d'un espace : que les activités qui se déroulent en son sein fassent brasser suffisamment de personnes les nourrissant pour qu'elles durent, et que l'espace se perdure en sa qualité performante.

François Flahault écrit que « parler, c'est anticiper le calcul interprétatif de l'interlocuteur »¹⁵⁴. Dans la construction d'un message publicitaire par exemple, cela est encore plus vrai puisque le succès du produit (ou autre) promotionné est corrélé à l'interprétation, à la réception de celui-ci par le public et à un ensemble de facteurs de communication dont le but est de trouver le moyen le plus adapté pour que cela fonctionne. Il faut trouver l'adéquation entre l'offre et la demande. Il faut être en adéquation avec le besoin des usitaires, permettre des perspectives d'évolution du produit, de l'espace dans lequel l'affichage est mis en place, etc., puisque être en adéquation avec les usitaires et ainsi obtenir une bonne réception de leur part est un objectif commun à toutes les formes d'affichage dans l'espace public. Encodé un message et visé un feed-back positif par le décodage que les usitaires en feront signifie que l'on cherche à être en accord avec les destinataires des messages que l'on crée et cela est nécessaire à la création d'un monde commun cohérent et socialement lié.

L'ensemble des approches théoriques de la communication, tel que j'ai pu l'indiquer au début de cette partie, pp. 75-78, a suscité différentes modélisations, de la plus basique à la plus complexe pour définir les échanges entre émetteur(s) et récepteur(s) de la manière la plus « exacte » possible. L'efficacité est le dessein principal d'un processus de communication entre individus ou pour des individus (quand on crée un acte de communication à visée d'un certain public). En effet, dès lors que le feed-back est positif, que les interlocuteurs se sont compris, nous pouvons penser que la

¹⁵⁴ FLAHAULT, François, 1978, p. 77.

communication a été efficace. Depuis les années 1940, les nombreuses modélisations qui ont été proposées, pour tenter de décrire les phénomènes interactionnels, ont évolué dans la présentation de processus ajoutant au fur et à mesure des paramètres essentiels pour approcher cette efficacité, la conclusion actuelle en étant que la communication est une somme d'interactions en contexte signifiant.

Aujourd'hui en termes de modélisation, la proposition de Philippe Blanchet définissant le modèle de la communication¹⁵⁵ comme un système complexe présentant un certain nombre de pré-établis pour que la communication fonctionne semble être le plus performant car il met en évidence un ensemble d'éléments essentiels, retraçant les différents apports dans le domaine, pour comprendre et analyser l'acte de communication :

Les discours fonctionnent en une boucle d'échanges « en hélice » qui agissent les uns sur les autres dans un tout infini.¹⁵⁶

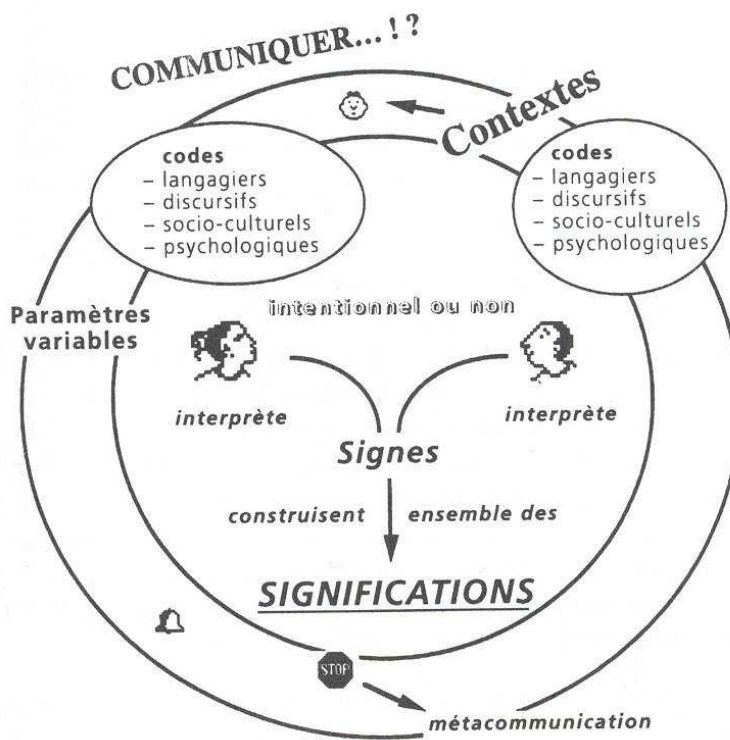


Schéma 1. « Un schéma ethno-linguistique de la communication », Philippe Blanchet

¹⁵⁵ BLANCHET, Philippe, 2001, p. 101.

¹⁵⁶ *Ib.*, p. 102.

Ici la circularité indique que les échanges entre les interlocuteurs se déroulent dans un continuum, les tours de parole ne se succédant pas mais se chevauchant en simultané et en continu. J'ajouterai que la circularité présentée comme telle peut exprimer un second mouvement : celui de l'encadrement. Et cela n'est pas paradoxal d'envisager un **encadrement circulaire**, car la symbolique sphérique évite l'écueil des angles, limites bornées (« cassées » par les angles donc discontinus) que le système complexe de communication ne peut comporter. Je parlerai de sphère plutôt que de cercle car la sphère comporte une dimension dynamique que ne comporte pas le cercle (Philippe Blanchet parle d'ailleurs, dans ce même sens, d'hélice). Or la communication ne peut être définie comme figée étant donné qu'il s'agit d'un processus toujours en mouvement. Aussi, ce sera un espace (un volume) à plusieurs dimensions qu'il faudra considérer, et non une surface, dans lequel les actants évoluent, selon un ensemble de paramètres. En effet, le schéma précédent comporte un premier cercle, qu'il faudra envisager davantage comme une sphère, qui entoure les locuteurs, les codes qu'ils utilisent, le canal qu'ils choisissent, les échanges discursifs (verbaux ou non) en eux-mêmes, tout ce qui est de leur propre fait en simultané et en continu. Un second cercle, là encore que je préfère sphère, entoure le premier et englobe à son tour les paramètres variables, les contextes, les bruits, les éléments entraînant la métacommunication. C'est cela que je nommerai l'encadrement, puisque même si un des locuteurs peut choisir le contexte dans lequel se déroulera l'acte de communication¹⁵⁷, un ensemble de paramètres liés au contexte ne sont pas sous le contrôle de ce locuteur émetteur ni d'aucun autre des actants et cadre pourtant l'ensemble de la communication. Tout acte de communication relève d'un processus qui peut dépasser l'intentionnalité des locuteurs participants et qui oblige ceux-ci à une constante négociation avec les paramètres qui les entourent, ceux qu'ils maîtrisent et ceux qu'ils ne maîtrisent pas, et à un ajustement permanent pour que la communication fonctionne, ce qui a valu le terme de « transaction » à la notion d'échanges entre les individus¹⁵⁸.

Les deux points sur lesquels je m'arrêterai plus précisément sont le contexte / la signification et la co-opération. Jusqu'à présent, les modèles et les théories que j'ai pu évoquer concernent pour la plupart d'entre eux des modèles basés sur la communication orale entre plusieurs individus, qu'elle soit professionnelle, familiale, etc. Mais l'objet de ma réflexion porte essentiellement sur une autre forme de communication : l'affichage bilingue et symbolique. Il s'agit aussi d'un échange entre un émetteur et un récepteur, usant de tous les éléments (pré-établis pour qu'il puisse y avoir communication) évoqués précédemment. Philippe Blanchet propose dans sa

¹⁵⁷ Premier exemple : je peux choisir un contexte calme ou au contraire très animé pour avoir une conversation avec une ou plusieurs personnes de la même façon que :

Deuxième exemple : je peux choisir d'afficher un panneau ou une publicité dans un lieu (contexte) que je sais fréquenté par un certain type de population, cible de l'acte de communication, ou dans un lieu dans lequel l'activité qui s'y déroule fera que l'acte de communication sera efficace auprès des usagers du lieu, etc.

¹⁵⁸ Ceci rappelle l'analyse transactionnelle, théorie élaborée dans les années 1950 utilisant le concept des états du Moi. Un même individu, selon les circonstances, peut totalement changer de comportement, comme si plusieurs personnes coexistaient en lui. L'idée de base de cette théorie est donc que dans nos relations avec les autres, qui sont des transactions, nous nous situons toujours dans un état psychologique donné, évaluable selon les états du Moi.

modélisation une distinction entre « contexte » et « signification », modérée par le concept de « co-opération » qui induit que la communication ne se construit pas l'un sans l'autre (que l'on parle ici des locuteurs, ou du contexte et des significations, qui ne peuvent fonctionner distinctement).

Pour qu'il y ait échange, il faut que chacun des individus s'engage effectivement dans une certaine collaboration avec autrui, cherche à produire chez autrui les interprétations de ses propres intentions motivées, et réciproquement cherche à interpréter les intentions et signaux d'autrui. C'est parce que cet engagement à coopérer existe que la communication est possible en tant que tout mais aussi dans le fonctionnement de ses éléments constitutifs.¹⁵⁹

Dans le champ de l'affichage public, la co-opération trouve bien sur ses limites dans le positionnement de chacun des acteurs du processus de communication. Même si cela apparaît implicitement dans la modélisation précédente par la description de ce qu'est le « contexte », il importe de faire apparaître l'élément du positionnement (dans le schéma de Philippe Blanchet, les personnages semblent être à égalité, sur la même hauteur de ligne), surtout en situation de contacts interculturels où l'identité des actants est un facteur de positionnement complexe de l'un par rapport à l'autre ou aux autres (quand ce n'est pas aussi en rapport avec soi-même). La question du rapport entre l'émetteur et le récepteur est importante dans toute situation de communication (que ce soit en communication interpersonnelle, en communication de groupe, en communication de masse) et contribue aux échanges efficaces. L'identité de l'individu est en soi un phénomène complexe car elle est non pas une réalité mais un ensemble de significations perçues par l'individu qu'il se donne par et pour lui-même comme éléments représentant ce qu'il appelle son identité. Alex Mucchielli parle de « sens perçu-donné par chaque acteur au sujet de lui-même ou d'autres acteurs »¹⁶⁰.

Depuis le début, j'évoque la communication comme un processus dynamique et il ne saurait en être autrement pour l'affichage bilingue. Même si le résultat est l'apposition figée d'une textualité bilingue sur un support, lui-même figé dans l'espace (par exemple, le panneau de signalisation routière), il n'empêche que depuis sa création jusqu'à sa mise en place, et les effets qui en seront retirés, il s'agit d'un processus dynamique, relevant d'hypothèses, d'interprétations, et donc d'échanges successifs entre un émetteur et plusieurs récepteurs. De plus, nous ne pourrions oublier que la relation entre le message émis et l'usitaire ne s'arrête pas à la rencontre fortuite d'un panneau et de la personne qui le lit, le regarde. L'ensemble des affichages coexistant dans un même espace mais aussi dans un environnement plus large contribue à l'efficacité du message émis. Que ce soit un publiciste qui crée un nouveau support de communication pour vanter un nouveau produit, ou une équipe mettant en place un plan de jalonnement dans une ville ; le contexte d'affichage est à prendre en compte.

¹⁵⁹ BLANCHET, Philippe, p. 105.

¹⁶⁰ MUCCHIELLI, Alex, 1999, p. 10.

L'affiche publicitaire pourra par exemple avoir d'autant plus d'impact si elle se positionne comme un élément différent de ceux de la même forme d'affichage. Le panneau de signalisation touristique ou autre devra quant à lui s'inscrire dans un espace qui l'admette, en co-opération avec ceux de la même catégorie d'affichage pour se rendre visible, lisible, etc. Dans ce contexte, il est donc important de situer la modélisation de l'acte de communication de manière sphérique : l'affichage bilingue relève d'un processus en mouvement non contradictoire avec l'état de fixité auquel il est destiné, puisque le lieu d'implantation, le support choisi seront les déclencheurs de mouvements annexes.

Pour ce cas précis, le rapport entre l'émetteur et le récepteur est une condition du mouvement :

Chacun accède à son identité à partir et à l'intérieur d'un système de places qui le dépasse ; ce concept implique qu'il n'est pas de parole qui ne soit émise d'une place et convoque l'interlocuteur à une place corrélative ; soit que cette parole présuppose que le rapport de places est en vigueur, soit que le locuteur en attende la reconnaissance de sa place propre, ou oblige son interlocuteur à s'inscrire dans le rapport.¹⁶¹

François Flahault développe cette notion de rapport de places essentiellement à partir de l'analyse d'interactions verbales. Le sujet parlant est en effet pris dans un système de positions qui engage son identité. Cette distribution des places est en grande partie tributaire du contexte social et culturel mais également du cadre générique (on en revient ici de fait à la question de l'encadrement –circulaire- de la communication) dans lequel se déploie l'échange. Toujours pour expliquer l'idée de mouvement permanent, nous pouvons reprendre la distinction que F. Flahault fait des types de relations existant entre la parole et la position :

- la parole présuppose que le système de place / de position est en vigueur ;
- le locuteur en attend la reconnaissance de sa place propre ;
- il oblige son allocutaire à s'inscrire dans ce système.

Dans une conversation ou lors de tout autre acte / évènement de communication orale, ce système permet de comprendre comment les transactions ont lieu. Dans le contexte de l'affichage public, le dessein de l'affichage présuppose aussi un système de position entre celui qui dit / donne et celui qui reçoit, d'où les comportements contestataires, hostiles. Dans le domaine de la publicité par exemple, il n'est pas rare de recevoir les critiques des usitaires qui vont dans le sens de : « en tant que consommateur, je ne veux pas être pris pour... ». Le locuteur, consommateur en partie, usitaire de toute façon attend effectivement la reconnaissance de sa place propre et dans le domaine de l'affichage bilingue, que ce soit par les publicités (du type Produit en Bretagne, ou les affichages plus informatifs que commerciaux), le récepteur, l'usitaire voit, matérialise

¹⁶¹ FLAHAULT, François, 1978, p. 58.

cette reconnaissance, puisque c'est son identité, donc lui-même qu'on valorise. La dernière proposition de F. Flahault est très intéressante car si le locuteur, comprenons l'émetteur entraîne (oblige) son allocataire à s'inscrire dans un système, cela signifie que le jeu de transactions obligerait, de manière anticipée, l'usitaire à se reconnaître dans le message émis par un ensemble d'éléments symboliques qu'on le sait à l'avance prêt à reconnaître et pour lesquels on le sait à l'avance prêt à se reconnaître.

Le principe / processus en mouvement existe donc bien ici et fonctionne davantage de manière sphérique que de manière circulaire car le système propose bien une boucle que la communication essaie de boucler, et donc de rendre efficace, selon un environnement (un volume) de contextes, de paramètres englobant les actants et leurs échanges.

La distribution des places est en partie tributaire du cadre générique – en l'occurrence du principe d'affichage – dans lequel se déploie l'échange. En même temps, elle dépend du contexte social et culturel dans lequel l'affichage est possible. La textualité présente sur les panneaux d'affichage ne cherche pas à reproduire une vérité, elle ne cherche pas à montrer que véritablement, en Bretagne, on parle bien, et partout, dans tous les contextes, le breton ou le gallo. L'affichage (texte et support) ne se contente pas de vouloir reproduire / imager une situation qu'il voudrait faire paraître comme existante. Il s'exerce également à négocier le rapport de places initial en s'efforçant de l'infléchir ou de le modifier dans le sens – délibéré ou irréfléchi – de l'émetteur, que ce soit l'institution publique, l'entreprise, etc. Reste à savoir par quels moyens discursifs et symboliques l'affichage (texte et support) peut amener ces changements, et dans quelle mesure le système de places est modifiable, comprenons ici, par quels moyens l'usitaire peut se reconnaître dans cet affichage bilingue et symbolique et comment l'affichage peut donc être efficace (crée du lien social, provoque un comportement nouveau, permet de développer le commerce local, etc.)

Nous avons donc un processus fait :

- d'une situation (contextes signifiants) ;
- de transactions (échanges parfois simultanés) ;
- de négociations (ajustement permanent et réciproque entre émetteur et récepteur, même en temps de comportement contestataire) : ces deux phases sont celles où l'argumentation fait œuvre ;
- de résultats (évaluable en termes d'efficacité).

Notons que la situation est composée par l'interaction de différents contextes, agissant les uns sur les autres, et avec lesquels il faut compter pour organiser la mise en œuvre d'un acte de communication. Pour illustrer ce point, je retiendrai le modèle d'Alex Mucchielli :

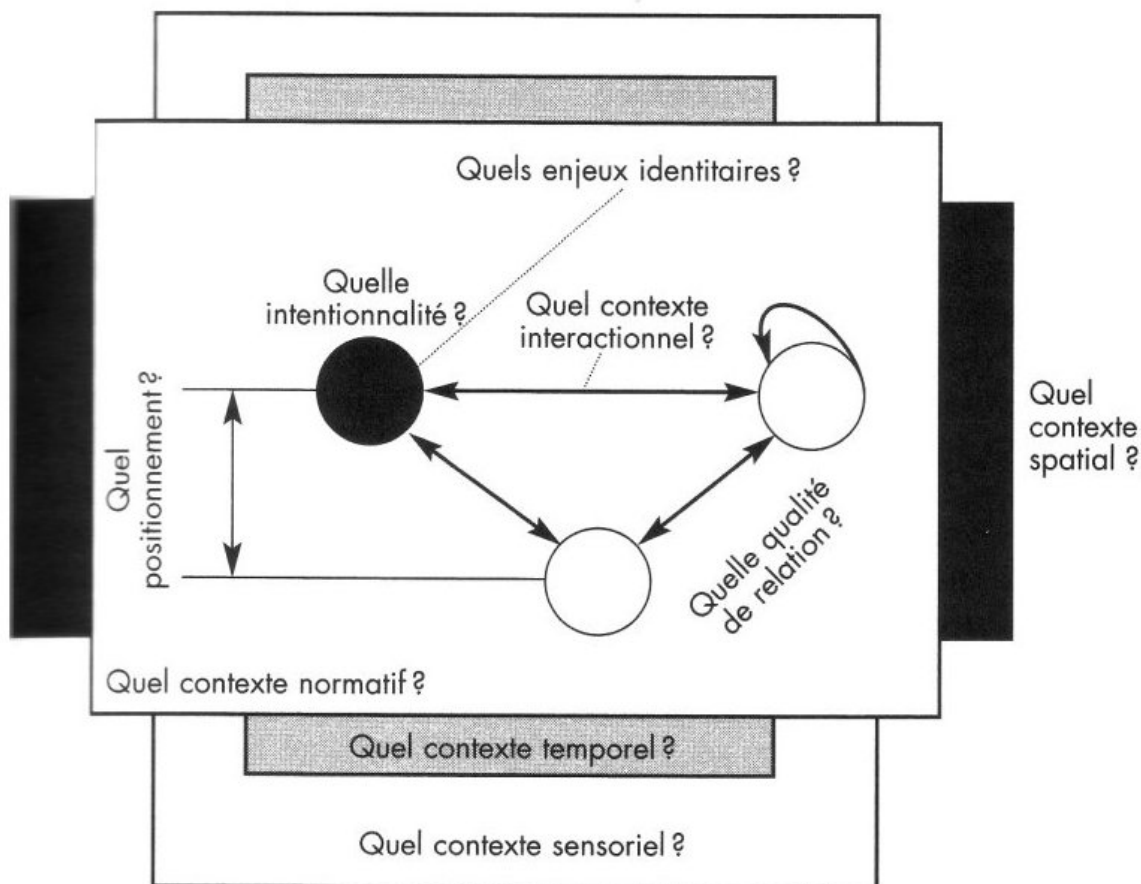


Schéma 2. Le modèle situationnel d'Alex Mucchielli, 1998 ¹⁶²

Ce modèle situationnel est construit selon ce qu'on pourrait nommer la théorie des processus de la communication et propose un cadrage large, des contextes définissant le sens que l'acteur donne à son action. Six classes de contextes : -spatial et physique - temporel - positionnement et structuration des relations - appel ou construction de normes - construction de la qualité de la relation - expression identitaire sont relevés.

Au delà des paramètres de communication évoqués dans la précédente modélisation de Philippe Blanchet, le sens final de la communication en question est une synthèse des différentes significations apparues à travers les mises en contexte. Aussi, le modèle d'Alex Mucchielli vient compléter le modèle de Philippe Blanchet, d'après lesquels on pourrait nommer un tierce modèle de communication : une **circonsphère** exprimant cette co-opération des contextes, essentielle au mouvement de la communication.

En effet, dans le domaine de la communication publique, **le contexte spatial** mais aussi temporel sont essentiels puisque le lieu comme le moment (moment X situé dans un contexte économique et socio-historique) importent à l'efficacité du message. L'endroit où j'affiche une publicité (par exemple) est une condition sine qua non à l'efficacité du

¹⁶² MUCCHIELLI, Alex, 1998, p. 47.

message que j'envoie. Si j'affiche quelque chose dans un endroit sans passage, l'impact est moindre que si j'affiche dans un lieu de passage fréquent. Concernant la signalétique bilingue, le lieu d'implantation du panneau a du sens et quelques exemples peuvent illustrer cela. Mais, même si je cherche à comprendre le fonctionnement d'un modèle global de communication, on ne peut comprendre un événement qu'en l'isolant précisément et donc en procédant à un découpage de la réalité permettant un cadrage pertinent de l'événement source à exploiter. La dimension de l'événement, les acteurs pris dans un modèle de communication permettent d'éclairer les enjeux, eux-mêmes pourtant inhérents à la construction de la communication. C'est pourquoi je prendrai le cas de la ville de Lorient, pour détailler la nécessaire contextualisation d'un plan de communication.

a. Le jalonnement de Lorient, un acte de communication contextualisé

La ville de Lorient, département du Morbihan, développe depuis 1998 une politique d'affichage bilingue, concernant le jalonnement¹⁶³ directionnel ainsi que la signalisation des bâtiments, afin de « contribuer à une plus grande reconnaissance de la langue bretonne et favoriser le développement de sa pratique » (compte-rendu du Conseil Municipal de la ville de Lorient, séance du 01/10/1998, page 2)¹⁶⁴. Afin de définir plus précisément la politique (sur le bilinguisme) à poursuivre et prolonger les deux actions citées précédemment, un groupe de travail sur le bilinguisme a été mis en place en 1998, regroupant différentes personnalités de la communauté lorientaise : cinq élus du conseil municipal et un représentant de la fédération des associations culturelles du pays de Lorient, Emglev Bro an Oriant (connue pour œuvrer pour la défense de la culture et de la langue bretonnes, son utilisation dans la vie publique, son enseignement et sa pérennité dans la société en Bretagne) .

Suite aux propositions de ce groupe de travail, la ville de Lorient s'est engagée à développer le bilinguisme dans sa communication et à proposer aux Agents Municipaux un certain nombre de mesures, par exemple, « une formation en langue bretonne en vue d'améliorer les relations entre l'Administration et les usagers »¹⁶⁵ (compte-rendu du Conseil Municipal de la ville de Lorient, séance du 01/10/1998, page 3).

¹⁶³ Il s'agit de la mise en place d'un ensemble de panneaux de signalisation répondant à un plan, dit « plan de jalonnement », mené par la municipalité. Cela concerne la mise en place d'une signalétique bilingue, aussi bien pour les panneaux d'indications géographiques que l'identification des bâtiments publics, dans leurs dénominations et leurs fonctions. C'est-à-dire que l'affichage est aussi bien générique, comme la signalisation de la mairie, du tribunal, du gymnase, etc., que spécifique en identifiant les services proposés à l'intérieur de chacune de ces structures.

¹⁶⁴ Notons que dès 1985, le conseil municipal de Lorient s'était prononcé en faveur du développement du bilinguisme français-breton.

¹⁶⁵ Cette proposition entre dans le cadre de la Commission Formation des Agents municipaux qui offre déjà d'autres types de formation continue.

La ville de Lorient souhaite dans la globalité de son affichage urbain, aussi bien en ce qui concerne la signalisation routière et « touristique¹⁶⁶ », que les indications sur les bâtiments, faire voir, faire entendre, donc faire admettre, la langue bretonne comme élément essentiel de la vie de la cité. Ainsi, depuis quelques années, de nombreux panneaux bilingues émergent dans le paysage urbain lorientais. La signalétique bilingue est très présente, concentrée surtout dans le périmètre du centre ville attractif, autrement dit, concentrée stratégiquement dans les lieux les plus fréquentés par les automobilistes et par les piétons. Cela concerne les espaces d’affichage environnant les grandes artères du centre ville, les bâtiments du type « Office du tourisme », « Chambre de Commerce et de l’Industrie », « Palais des Congrès », « Mairie », etc., ainsi que la signalisation du stade de football, espace central de la ville¹⁶⁷.

Ce périmètre délimite donc les frontières de la zone nommée « centre ville », espace « propice » à mettre le public au contact du breton et réciproquement, car, en termes de taux de fréquentation, cette zone est une zone de passage. Le jalonnement bilingue correspond à des choix de lieux, stratégiquement déterminés pour que l’affichage bilingue soit reçu favorablement par la population. Le **contexte interactionnel** (le signalement d’un ensemble d’informations par le biais du jalonnement) est ici directement lié au contexte **intentionnel** émanant de l’équipe municipale lorientaise (selon la politique linguistique mise en œuvre) dans le but d’obtenir un contexte **relationnel** favorable (par la réception des usitaires face au jalonnement bilingue). Les panneaux de signalisation doivent permettre d’assurer le rôle que la municipalité donne à cette action culturelle : action symbolique permettant la valorisation du territoire.

La langue en tant que **matière patrimoniale et touristique** s’affiche davantage dans le centre-ville (lieux valorisants et valorisés) que dans les zones périphériques, plus résidentielles ou industrielles. Or le modèle de jalonnement en vigueur depuis l’année 2000 tente de développer en dehors de cet espace un affichage bilingue, puisque la ville de Lorient avait pris à cette époque la décision de mettre en place une signalisation bilingue sur l’ensemble de la ville, au fur et à mesure du renouvellement des panneaux et des nouvelles implantations. Des contacts avaient également été envisagés avec les grandes administrations et les établissements privés pour les inciter à mettre en oeuvre une signalisation bilingue de leurs équipements (signalétique intérieure et extérieure). De la même façon, un des objectifs était de susciter auprès des promoteurs des appellations en breton pour les nouveaux bâtiments résidentiels à construire. La volonté de la ville de Lorient était donc très forte pour installer une signalisation bilingue sur l’ensemble de son territoire.

¹⁶⁶ Cela concerne les panneaux d’information culturelle et touristique de type H30, les panneaux d’animation autoroutière de type H11, 12 et 13, les panneaux d’itinéraires touristiques de type H21, 22, 23 et 24 ainsi que les panneaux de jalonnement des aménagements cyclables de type Dv et les panneaux de jalonnement piétonnier de type Dp.

¹⁶⁷ Cf. DVD, VOIR, Signalisation routière, Signalisation en ville, SRSV46 à SRSV 48 : exemples de l’affichage bilingue à l’extérieur du stade de football de Lorient, département du Morbihan.

Cela pose alors la question du prestige du lieu, en tant que lieu attractif ; du lieu de l'intérêt pour afficher cette langue. Jamais les lieux peu fréquentés par la population ne sont choisis en priorité pour l'affichage bilingue. Les lieux de ville choisis pour cela, relèvent en priorité d'un choix stratégique et ne peuvent se détacher du « traitement de la langue » opéré dans ces mêmes endroits. Cela a été observé dans tous les lieux d'enquête que j'ai pu visiter pendant mes recherches, non seulement à Lorient mais à travers toute la Bretagne.

L'utilisation de la langue bretonne peut être envisagée de deux façons, renvoyant à deux traitements de l'espace, c'est-à-dire du lieu d'affichage : le premier consiste à établir un contexte de type « relation publique » avec les usagers. Considéré dans son entièreté comme objet pratique, se situant dans un lieu de ville, un lieu urbain attractif au sens mentionné précédemment, le panneau est saisi comme un ensemble fixe, astreint aux usages de son support et servant à se repérer, à se guider, à indiquer un ensemble de directions. Le second consiste à établir un contexte de « type relation intime » avec le piéton car le panneau, par son affichage bilingue, prend place dans un plus large espace de signes par lequel le piéton est sollicité dans l'espace urbain. Et le fait de la sollicitation permet de saisir le panneau comme un objet vecteur de sens, de relations, donc de lien social. En parlant d'affichage publicitaire, Marcel Fitoussi précise que la « spécificité du message que véhicule l'affiche est l'alliage d'une image et d'un texte qui tous deux renvoient à une opération symbolique »¹⁶⁸. Or le principe de l'affichage bilingue de la ville de Lorient est précisément celui-là. D'ordinaire, l'indication (l'indication géographique pour le cas évoqué ici même) se distingue du symbole. Le panneau de signalisation, constituant une indication, établit un rapport causal entre l'utilisateur et l'usage effectif de ce support, puisque entraînant une série d'actions allant de l'utilisation de l'indication, en tant qu'information, jusqu'à l'action permettant à l'utilisateur de se rendre dans l'endroit indiqué ; alors que le symbole n'a pas cette fonction. Il est un élément pouvant faire référence à un autre ensemble de signifiants. Il est un signe dans lequel on intègre un ensemble de références (culturelles) construites. Le panneau de signalisation bilingue devient alors plus qu'une simple indication, il est aussi un signe, un symbole, renvoyant à une réalité certes construite, mais aussi à un ensemble d'images mentales que nous formons par notre histoire, nos valeurs, etc. auxquelles nous croyons et adhérons. Et lorsque ces symboles sont utilisés par les « promoteurs de la langue », dans le cadre de la signalétique bilingue observée sur le terrain breton, ceux-ci renvoient aussi bien l'image de ce que veulent dire les initiateurs du message : « Vous êtes en Bretagne, la langue affichée publiquement l'authentifie », qu'à ce qu'il évoque pour le destinataire.

L'affichage bilingue en tant qu'acte de communication trouve sa place par le métissage de la contextualité (normalement cernée en amont par l'émetteur). Il est nécessaire de s'interroger sur le contexte **spatial** : l'affichage bilingue se situe pour l'exemple de Lorient dans l'espace de la ville, sur un territoire culturellement propice à l'affichage. Mais l'affichage se fait aussi dans le contexte de la **disposition spatiale normative** pour ce qui concerne les panneaux de signalisation routière où l'emplacement est aussi

¹⁶⁸ FITOUSSI, Marcel, 1995, p. 113.

choisi en fonction de règles pré-établies : règles de sécurité, règles de circulation, etc. Aussi ce qu’Alex Mucchielli nomme le **contexte normatif** est également à prendre en compte dans ce type de communication, puisqu’il ne serait ni admis, ni lisible de disposer les panneaux de signalisation routière au milieu d’une route par exemple. Il faut qu’il y ait une adéquation entre le message et l’espace dans lequel il est transmis. C’est pour cela qu’en dehors des panneaux de signalisation routière, certaines formes de signalétique sont affichées de manière à se placer dans une relation de proximité avec les usitaires.



Photo 46. Panneau de signalisation français-breton autour du stade de football, centre-ville, Lorient, département du Morbihan



Photo 47. Signalisation bilingue français-breton, périphérie centre-ville, Lorient, département du Morbihan



Photo 48. Signalétique bilingue français-breton, Mairie, centre-ville, Lorient, département du Morbihan

Différents espaces du centre-ville et de la petite périphérie montrent, comme on le voit d'après les exemples ci-avant, différentes formes d'affichage dont le contexte **temporel** est aussi à prendre en compte dans leur positionnement. L'idée de durée dans laquelle s'installe une signalétique dépend du type de forme d'affichage. Les panneaux de signalisation routière, touristique, les odonymes ainsi que les formes d'affichage externe et interne ont sans doute une durée d'implantation supérieure aux logotypes, publicités et enseignes. Mais, que le temps d'affichage soit éphémère ou plus long, il est nécessaire d'évaluer l'impact de la durée, comme tout autre paramètre visant l'efficacité du message émis. Tout d'abord, d'un point de vue technique, tous les panneaux nécessaires à la signalisation routière, touristique, ainsi que les odonymes, nécessitent une réflexion sur la durée, concernant le choix du matériau du panneau édité. Des revêtements plus ou moins résistants seront nécessaires selon le lieu d'implantation du support. Puis, certains éléments temporels sont à prendre en compte et particulièrement l'élément concernant l'évolution dans le temps des espaces où ces supports s'affichent. La mairie de Lorient a, je le rappelle, choisi de fonctionner selon un principe qui engage toute action de renouvellement de panneaux ou toute nouvelle construction ou besoin de jalonnement à la mise en œuvre d'une signalisation bilingue externe et interne quand cela se justifie. Anticiper sur l'évolution de l'espace, donc organiser le contexte temporel permet de contribuer à créer un espace global uniformisé au niveau des formes d'affichage officielles et permet de donner une place reconnue à la langue bretonne dans l'espace public. Cela est un moyen de valoriser le territoire à plus ou moins long terme mais également la langue bretonne. Comme j'ai eu l'occasion de le mentionner précédemment, pour le cas de la politique de communication de Produit en Bretagne, la contextualisation temporelle peut être primordiale dans la mise en place d'actions. En effet, il faut prendre le temps « d'appriivoiser » (on rappelle ici l'importance de prévoir le perçu-vécu, qu'Alex

Mucchielli nomme le contexte **sensoriel**) l'usitaire et développer la campagne d'affichage, selon une durée évaluée en fonction des objectifs souhaités. La textualité urbaine peut être envisagée comme un nœud de transmission de valeurs, d'idées, etc. La signalétique bilingue permet une identification large du territoire, par la transmission de représentations symboliques. Plus l'anticipation de la contextualisation sera effectuée et plus l'adéquation espace/affichage bilingue/usitaires sera efficace ; et cela est un facteur de développement qu'il ne faut pas négliger.

Aussi, c'est dans la combinaison des deux modélisations, celle de Philippe Blanchet (schéma ethno-sociolinguistique), étayée par celle d'Alex Mucchielli (modèle situationnel de la communication) que je serais tentée de proposer un **modèle circonsphérique** qui à partir d'une circonstance, d'un événement, d'une situation représentée comme sphérique (les limites existent mais elles ne sont pas discontinues, elles fonctionnent comme les échanges) fait fonctionner les interactions. Ce modèle démontrerait le mouvement d'un ensemble d'interactions lié à un ensemble complexe de contextes signifiants, sous couvert d'un système en hélice pour indiquer le continuum : le contexte aide à construire le sens de l'échange, et le sens et le contexte se construisent à travers l'échange. La communication est donc un processus de toute façon dynamique, à visée performative.

2. Politique de communication et politique linguistique bretonnes

L'exemple de la mise en place de l'affichage bilingue à Lorient, comme tous les exemples de signalétique bilingue et symbolique relevés jusqu'à présent témoignent du travail de communication effectué par divers émetteurs à travers toute la Bretagne dans le but de valoriser, promouvoir une institution, un espace, un lieu, un produit. Mais si politique de communication il y a, c'est bien en cheville avec une politique linguistique, c'est-à-dire l'association de décisions politiques liées à une question linguistique, donnant à mettre en œuvre, dans l'espace public, un aménagement linguistique visible pour lequel des règles de fonctionnement ont été envisagées au préalable et votées par l'équipe politique en place. Ce que Louis-Jean Calvet définit par :

Nous appellerons *politique linguistique* un ensemble de choix conscients concernant les rapports entre langue(s) et vie sociale, et planification linguistique la mise en pratique concrète d'une politique linguistique, le passage à l'acte en quelque sorte.¹⁶⁹

¹⁶⁹ CALVET, Louis-Jean, 1996 (1), p. 111.

Cette politique linguistique concerne principalement les instances publiques (dans un premier temps les communes, la région et dans un second temps les départements) puis certaines entreprises, qui en dehors des équipes politiques élues, mènent aussi des plans d'aménagement linguistique en faveur des langues régionale de Bretagne (particulièrement le breton). Louis-Jean Calvet rappelle à ce propos :

N'importe quel groupe peut élaborer une politique linguistique : on parle par exemple de « politiques linguistiques familiales »... Mais, dans un domaine aussi important que les rapports entre langue et vie sociale, seul l'État a le pouvoir et les moyens de passer au stade de la planification, de mettre en pratique ses choix politiques.¹⁷⁰

De manière sans doute moins institutionnelle, le concept de glottopolitique va dans le même sens mais assouplit la vision de Louis-Jean Calvet.

Essentiellement, il offre à nos yeux l'avantage de neutraliser, sans s'exprimer à son égard, l'opposition entre langue et parole. Il désigne les diverses approches qu'une société a de l'action sur le langage, qu'elle en soit ou non consciente : aussi bien la langue, quand la société légifère sur les statuts réciproques du français et des langues minoritaires par exemple ; la parole, quand elle réprime tel emploi chez tel ou tel ; le discours, quand l'école fait de la production de tel type de texte matière à

Examen : *Glottopolitique* est nécessaire pour englober tous les faits de langage où l'action de la société revêt la forme du politique. Ces considérations ne prétendent nullement périmiser les termes de « planification linguistique » ou « de politique de la langue ». Mais il faut prendre en compte que toute décision de politique de la langue aura nécessairement, si elle entre en application, des conséquences glottopolitiques ; c'est en particulier ce qu'exprime l'opposition anglo-saxonne entre *language corpus planning* et *language status planning* (Pool 1979).¹⁷¹

Tandis que la politique linguistique serait donc surtout l'œuvre des personnalités politiques même si d'autres groupes peuvent agir sur les langues, j'ajoute qu'un point essentiel de la glottopolitique insiste sur le rôle du « décideur » politique et les mesures d'informations linguistiques qui doivent être mises en place puisque la perception des besoins en matière de langue régionale, la conviction des usagers (ce qui signifie que l'utilisateur doit aussi avoir un rôle dans la mise en place d'action(s) linguistique(s)).

Dans le cas de la Bretagne, la politique linguistique représente l'association de décisions politiques liées à une question linguistique, envisagée par le groupe identifié comme « politique » (et ce à différents niveaux) mais la question des langues régionales

¹⁷⁰ Ib.

¹⁷¹ GUESPIN, L., MARCELLESI, J-B., 1986, p. 6.

est aussi envisagée par le groupe identifié comme « entrepreneurial ». De nombreuses entreprises utilisent la langue bretonne ou des éléments symboliques de la culture bretonne dans leur communication (interne et externe). Les stratégies marketing mises en place sont des formes de politique linguistique planifiée avec une étude de marché, la structuration de moyens humains, financiers, etc.

La politique linguistique est la phase la plus abstraite d'une opération d'aménagement linguistique plus globale puisqu'elle consiste en la formulation d'objectifs après une évaluation de la situation faisant apparaître une demande et surtout des besoins. Cela suppose donc que le contexte soit auparavant établi comme un contexte culturel vécu, ressenti comme favorable. Puis une politique linguistique active suppose un ensemble d'engagements visant à développer avant même les pratiques d'une langue régionale, le statut de cette langue. Ces deux « phases » d'une politique linguistique sont visibles dans les actions des groupes politiques (et entrepreneuriaux) et font partie de plans d'aménagement plus généraux.

Lorsqu'on parle d'aménagement linguistique, on entend le plus souvent le domaine qui étudie la réglementation des langues par des États, des pays, des provinces, des régions ou des organismes officiels. L'aménagement linguistique concerne principalement la réglementation du code linguistique (développement et organisation des ressources internes de la langue, soit la création de nouveaux mots, l'uniformisation, la normalisation, l'établissement d'une norme orthographique ou grammaticale, etc.) et la gestion du statut des langues dans l'espace concerné (lois et politiques linguistiques, notamment la question des langues officielles, le rapport entre ces langues et les langues non officielles, etc.). On peut aussi trouver une série d'actions visant à améliorer soit la communication intra-langues et inter-langues grâce à l'étude comparée des langues en contact, soit à bâtir quasiment de toutes pièces un nouveau système linguistique (ce qui a été le cas de l'Espéranto). Didier de Robillard propose comme définition de l'aménagement linguistique :

Activité scientifique, intégrant souvent des acquis pluridisciplinaires compte tenu de la complexité des réalités abordées, l'aménagement linguistique s'applique à décrire, étudier, évaluer des situations, à proposer des solutions et des moyens concrets pour résoudre des problèmes linguistiques de toute nature. Il se conçoit comme visant délibérément à influencer les comportements linguistiques des locuteurs à l'échelle du groupe quant à l'emploi de (variétés de) langues, ou de formes linguistiques (orthoépiques, graphématiques, orthographiques, morphosyntaxiques, lexicales, etc.).¹⁷²

Il s'agit donc de l'organisation globale de la langue sur un territoire (pays, région, etc.) favorisant la mise en place d'outils servant à répondre aux différents besoins linguistiques d'une population après l'évaluation de la situation problématique, la mise en place d'objectifs planifiés, de stratégies et d'actions concrètes sur la langue, en

¹⁷² DE ROBILLARD, Didier, 1997, pp.38-39.

plus de contribuer à la valorisation de cette ressource qu'est la langue. Planifier l'aménagement linguistique s'insère le plus souvent dans une restructuration plus vaste de la société et bénéficie de l'instance de pouvoir social¹⁷³. La scientificité de la démarche permet de répondre à des objectifs spécifiques concernant l'aménagement du code linguistique et des usages du code. L'aménagement du code linguistique porte sur le développement des ressources internes de la langue. La régulation de langue comme moyen de communication est concrètement envisagée par, par exemple, la mise en place de normes lexicales ou grammaticales (normalisation); le développement de différents outils langagiers comme des grammaires, des banques de données linguistiques, des guides de rédaction, des outils technolinguistiques, cela permettant de répondre aussi au souci d'adaptation d'une langue à l'outil informatique, et par là la mise à disposition d'une banque de données dans la langue concernée, ce qui constitue de plus en plus une problématique d'envergure pour les « petites » langues qui ne sont pas toujours suffisamment accessibles à un nombre de locuteurs plus grand. De plus, la production de dictionnaires (lexicographie) et de lexiques ou de glossaires spécialisés (terminographie) etc., la création de nouveaux mots (néologie) sont aussi des possibilités d'aménagement du code. L'aménagement des usages du code de la langue porte quant à lui sur la gestion de la langue, au moyen notamment de législations et de politiques linguistiques, ainsi que sur la promotion de la langue grâce à l'offre de produits et de services linguistiques. Il est donc question du rapport qu'entretiennent la ou les langues officielles avec les autres langues en présence sur un même territoire. L'aménagement du code est corrélé à l'aménagement de ses usages pour un aménagement linguistique en tant qu'intervention consciente sur une langue par des actions concrètes dans le dessein d'influencer l'orientation linguistique, ou dans l'intention de façonner la langue elle-même, en la standardisant, en la décrivant ou en l'enrichissant lexicalement.

La problématisation aménagiste de la réalité socio-langagière actuelle bretonne reflète une démarche globale, autant politique qu'économique menée à des fins de valorisation du territoire sans qu'il y ait dans un premier dessein d'actions spécifiques pour la langue mais plutôt des actions par la langue. Lors des plans d'aménagement, les discours politiques évoquent à plus long terme, la possibilité d'une croissance des pratiques des langues régionales grâce à une sensibilisation plus forte de la population par ces actions d'affichage. La dimension linguistique n'est donc pas absente des discours politiques et entrepreneuriaux, là est l'originalité de la région Bretagne. Au contraire, elle apparaît dans les discours d'élaboration de stratégie politique, stratégie d'entreprise, stratégie marketing, stratégie de communication et plutôt que d'être de dimension exclusivement linguistique, c'est davantage une dimension socio-langagière qui apparaît.

La mise en œuvre du bilinguisme dans l'espace breton, en tant que réalité « aménagiste », autrement dit aménagée et en aménagement, d'une situation politico-culturelle spécifique émane d'une conceptualisation politique aux motivations et aux enjeux multiples. L'aménagement linguistique de ce territoire correspond à un

¹⁷³ Ib.

ensemble de moyens mis au service de la langue bretonne (et ponctuellement du gallo), visant un développement culturel et économique, ainsi qu'une cohésion sociale, territoriale et une ouverture vers le reste de la société.

Je relèverai quatre niveaux d'aménagement : régional, communal, départemental et entrepreneurial. Plusieurs planifications coexistent dans un même espace régional et il est intéressant d'observer comment chaque instance choisit d'utiliser la langue bretonne. Toutefois, je rappellerai que ces instances, bien que développant isolément des affichages bilingues et symboliques, peuvent se nourrir les unes des autres, et orienter leur signalétique selon ce que l'une ou l'autre des instances a préalablement développé.

2.1 La politique linguistique du Conseil régional de Bretagne depuis 2004

Pour le groupe politique, à l'échelon régional, la politique aménagiste est structurée par un diagnostic de la situation bretonne permettant de poser les fondements démocratiques d'une politique linguistique en faveur de la langue bretonne et de faire des propositions avec des objectifs concrets, en plus d'exprimer un soutien dans divers domaines où la langue bretonne est présente, ce qui constitue là aussi une action en faveur d'une politique linguistique efficace. Ainsi, au niveau régional, et tel que l'indique le compte-rendu de la session de décembre 2004, 7^{ème} réunion du conseil régional de Bretagne (élu en 2004), on constate la disparition progressive de la langue et de la culture bretonnes et des mesures d'urgence sont envisagées pour palier cette situation. Mais le diagnostic est clair : « le pluralisme linguistique de la Bretagne est ancien et constitutif de son identité ». Dans un contexte de mondialisation qui passe souvent par un nivellement des cultures, il est nécessaire de conserver la langue et la culture (y compris le gallo, comme le Président du Conseil régional, Jean-Yves Le Drian, l'a exprimé publiquement). Il a été rappelé combien la connaissance de la langue est une chose et combien la pratique et l'usage au quotidien en est une autre.

Comme je l'ai montré dans la partie 1, combinée à un ensemble d'enquêtes menées sur le terrain breton depuis 2001 (travaux menés par les membres du laboratoire CREDILIF ainsi que mes propres travaux), l'évaluation de la situation montre que le travail à accomplir reste grand pour que « le breton soit vraiment présent dans la vie sociale et dans les médias ».

La volonté des Bretons semble être de conserver un patrimoine dont ils voient qu'il joue sur le plan social un rôle d'intégration, de cohésion et sur le plan économique qu'il correspond à un atout réel en matière de développement et d'emploi. Lors de la session de décembre 2004, 7^{ème} réunion du conseil régional de Bretagne, Jean-Yves Le Drian a également rappelé les obligations incomplètement assumées de la part de l'État sur la question des langues régionales, et particulièrement les langues régionales de

Bretagne. Aussi, il a entendu inscrire son action dans un cadre constitué de trois principes préalables¹⁷⁴ :

- la promotion de la langue bretonne n'est pas dirigée contre la langue française, elle est menée dans le cadre du bilinguisme, ouvrant sur le plurilinguisme. Elle ne menace pas l'unité nationale ;
- la politique en faveur de la langue bretonne repose sur l'encouragement et l'incitation et non sur la contrainte. Personne n'est dans l'obligation d'apprendre la langue bretonne ;
- la langue bretonne appartient à l'ensemble de la population bretonne et non à une poignée de passionnés, quels que soient leurs mérites. Il est importe donc que les pouvoirs publics intègrent sa survie dans leurs politiques.

La politique linguistique de promotion de la langue bretonne repose sur les principes universels de respect de la diversité culturelle et d'égalité de valeur entre toutes les langues du monde, quel que soit le nombre de leurs locuteurs, de tolérance, de respect des différences.¹⁷⁵

De là, en 2004 diverses mesures ont été annoncées :

- la reconnaissance par le Conseil régional de Bretagne de la langue bretonne et du gallo comme langues de la Bretagne aux côtés de la langue française ;
- la poursuite des actions visant au déblocage juridique en faveur de la langue bretonne ;
- des mesures concrètes pour assurer l'enseignement de la langue dans les établissements scolaires, la formation spécifique des personnels en conséquence, des mesures pratiques de soutien aux communes et aux organismes de production d'outils pédagogiques ;
- des mesures pour assurer la transmission familiale ;
- des mesures pour aider les adultes dans l'acquisition ou la consolidation du bilinguisme ;
- des mesures pour la promotion de la langue dans la vie sociale et publique, notamment à travers les médias, la création culturelle, jusqu'à la Collectivité régionale elle-même.

Ce plan évoquait enfin les modalités d'application et l'évaluation de cette politique. Le vote de la politique linguistique par les membres de l'Assemblée régionale constituait la première modalité. Ensuite, l'application devait tenir compte des différences de situation du breton selon les territoires et la demande sociale qui s'y exprime. Un calendrier des applications des mesures devait être établi. Enfin, le Conseil régional s'engageait à rechercher la mobilisation des fonds européens pour le soutien à sa politique linguistique. Une évaluation annuelle de la mise en œuvre de la politique

¹⁷⁴ Conseil régional de Bretagne, Direction de la culture, décembre 2004, p. 3.

¹⁷⁵ *Ib.*

linguistique était indiquée comme confiée à une Commission mixte constituée de représentants élus du Conseil régional et du Conseil culturel de Bretagne, le bilan annuel émis devant être soumis au vote à l'Assemblée régionale.

Après le lancement de ce plan d'aménagement linguistique, le groupe de travail dédié à la politique linguistique bretonne organisé en commission mixte a demandé l'aide de l'Office de la langue bretonne pour la présentation du premier bilan. Ce rapport devait être voté en Commission au Conseil régional au mois de juin 2006. Nous pouvons d'ores et déjà constater que les moyens financiers et humains ont été mis en place. En effet, 3 445 000 euros ont été attribués au programme de promotion de la langue bretonne et de l'expression gallèse (programme régional 721) pour l'année 2005, soit 0.47 % de l'ensemble du budget total de la région initialement prévu. Il est à noter que cette somme a augmenté de 31% par rapport à l'année 2004¹⁷⁶. Mais différents domaines de la politique régionale globale traitent de la langue bretonne, tels que les axes concernant l'enseignement, la formation tout au long de la vie, la culture de manière générale et spécifiquement les questions d'audiovisuel ainsi que la question de la promotion de la région. Aussi, comme l'indique le rapport 2006¹⁷⁷, première évaluation de la politique linguistique bretonne, la langue bretonne est un axe politique transversal. Donc les moyens financiers mis en place pourraient être supérieurs et le sont peut-être déjà dans les faits de manière indirecte pour tout ce qui concerne la langue et la promotion de la région par son moyen.

¹⁷⁶ Selon le budget primitif 2006, les chiffres répartis selon des propositions d'autorisation de programmes (AP : 272 000 euros) et d'engagements (AE : 3 820 000 euros) pour ce qui concerne le domaine de la promotion de la langue bretonne et l'expression gallèse, indiquaient un budget total de 4 092 000 euros.

¹⁷⁷ **Office de la langue bretonne**, 2006, Politique linguistique de la région Bretagne, rapport d'évaluation, document accessible en ligne : http://www.ofis-bzh.org/upload/travail_paragraphe/fichier/181fichier.pdf (page consultée le 09 mai 2007).

Tableau 1 – Évolution des dépenses accomplies par la Région Bretagne pour la politique linguistique de 2002 à 2005 Emdroadur an dispignoù bet graet evit ar politikerezh yezh eus 2002 da 2005 (jedadennoù Rannvro Breizh)

	2002	2003	2004	2005
Office de la Langue Bretonne	548 816 €	595 000 €	595 000 €	595 000 €
<i>Progression annuelle</i>		8,4%	0,0%	0,0%
Edition	334 786,48 €	316 192 €	253 411,77 €	353 755 €
<i>Progression annuelle</i>		-5,6%	-19,9%	39,6%
Théâtre	121 243 €	139 600 €	131 100 €	146 500 €
<i>Progression annuelle</i>		15,1%	-6,1%	11,7%
Enseignement/formation pour les adultes	686 419,95 €	680 260 €	760 144 €	970 216 €
<i>Progression annuelle</i>		-0,9%	11,7%	27,6%
Enseignement bilingue et enseignement du breton	788 255 €	943 400 €	1 062 400 €	1 449 936 €
<i>Progression annuelle</i>		19,7%	12,6%	36,5%
Organisations culturelles, divertissement	258 242 €	266 550 €	256 000 €	301 500 €
<i>Progression annuelle</i>		3,2%	-4,0%	17,8%
Radios	259 149 €	259 000 €	303 261 €	334 054 €
<i>Progression annuelle</i>		-0,1%	17,1%	10,2%
Audiovisuel	266 785 €	401 254 €	552 148,93 €	490 775,04 €
<i>Progression annuelle</i>		50,4%	37,6%	-11,1%
Bilinguisme dans la vie publique	0 €	11 796 €	16 268 €	5 315 €
<i>Progression annuelle</i>			37,9%	-67,3%
Total	3 263 696,43 €	3 613 052 €	3 929 733,70 €	4 647 051,04 €
<i>Progression annuelle</i>		10,7%	8,8%	18,3%

En 2005, la progression est forte pour l'enseignement bilingue et l'édition surtout, elle est également assez importante pour l'enseignement aux adultes et les organisations culturelles (mais les choses peuvent varier d'une année sur l'autre en fonction des projets qui sont proposés). Il faut tout de même signaler qu'il y a une diminution pour ce qui concerne l'audiovisuel.

Figure 18. Office de la langue bretonne, 2006, Politique linguistique de la région Bretagne, rapport d'évaluation, page 5

Il est intéressant d'observer les domaines où les actions en faveur de la langue sont présentes, le bilinguisme dans la vie publique représentant une très faible part de l'ensemble du budget accordé à cette question. Alors que ce point était une action dominante du programme d'aménagement initial, il faut comprendre ce chiffre par la subvention de quatre mairies en 2005 pour l'installation d'une signalisation bilingue, soit Rostrenenn (département des Côtes d'Armor) : 3 086 euros, Saint-Avé (département du Morbihan) : 1 000, Peumerit (département du Finistère) : 669 euros et Milizac (département du Finistère) : 560 euros. De plus, au sein même du Conseil Régional, 6 actions de mise en œuvre du bilinguisme sont à observer, la première étant la création du groupe de travail pour monter le programme d'aménagement linguistique. La création d'un service « langue bretonne » au sein de la direction de la Culture, chargé d'intervenir de façon transversale, afin d'assurer la présence de la langue bretonne et sa promotion dans l'ensemble des politiques menées par la Région (le recrutement d'une personne est en cours), la généralisation progressive de la signalisation bilingue dans les équipements relevant de la région (telle qu'une signalétique bilingue dans les 126 gares TER de la région), le développement du bilinguisme dans les publications de la région et sur le site Internet, la prise en compte

de la langue bretonne dans le plan de formation du personnel du Conseil régional, le renforcement des relations avec les grandes institutions de langues et de cultures bretonnes régionales et la clarification de leurs missions et objectifs à travers des conventions constituent l'ensemble de la mise en œuvre d'actions d'aménagement linguistique au sein de l'institution régionale. Il est indiqué également que le statut de l'Office de la langue bretonne évoluera vers un Établissement public de coopération culturelle (EPCC) en partenariat avec l'État et les 5 départements bretons (les quatre départements de la Bretagne administrative ainsi que la Loire-Atlantique), afin de conforter son rôle d'outil de politique linguistique régionale.¹⁷⁸

Un peu plus spécifiquement, je tiens à signaler que document indique aussi qu'un partenariat sera recherché avec les Universités pour le développement des recherches sociolinguistiques sous forme de bourses doctorales¹⁷⁹. Au delà de la forme de financement proposée, bourses post-doctorales, sous-tendant une non-professionnalisation des chercheurs recrutés pour des études scientifiques spécifiquement sociolinguistiques, le rapport pose la question de l'état de partenariat entre les universités et la région à ce niveau, et montre en réponse que le partenariat est très faible. Ces partenariats sont une avancée très importante et une nécessité pour le développement des équipes de recherche des Universités de Sciences Humaines et Sociales. De mon point de vue de sociolinguiste et chercheuse sur « la matière bretonne », la cité est une ressource et un sujet de recherche. Les travaux sociolinguistiques sont des travaux socialement investis qui permettent de contribuer à répondre à une demande sociale de plus en plus pressante en ce qui concerne la question de la langue et de la culture bretonnes. Pour ce qui est de ma propre problématique de recherche, la demande sociale est :

- quelles places et quelles fonctions donner aux langues régionales de Bretagne (breton et gallo) dans la société actuelle, avec quelles finalités et selon quelles modalités ?
- quelles ressources locales peut-on solliciter pour favoriser le développement local et l'attrait d'un territoire et de ses produits et services sur le plan économique ?

L'ensemble participe à une réflexion sur le lien social de proximité et son rapport aux globalisations. Donc, dans ce cadre, l'importance de la Cité en tant que ressource et sujet de recherche est cruciale. La Cité est une ressource pour la recherche au sens où elle est un moyen, en tant que potentiel, car c'est un espace d'actions, de décisions, un espace de vie où les citoyens évoluent. Puis, la Cité est un sujet de recherche intéressant car cet espace local devient objet d'expérimentation descriptive et constructive car pratiquée dans le cadre d'une science participante, la sociolinguistique. Le partenariat proposé par la région Bretagne est essentiel de ce fait. Il permettra aussi de poursuivre les travaux dans l'interdisciplinarité et ainsi extraire d'une recherche individuelle faisant la réputation erronée des Sciences Humaines et Sociales des chercheurs dans ces

¹⁷⁸ Ibid., p. 48.

¹⁷⁹ Ibid., p. 28.

disciplines. Par ailleurs, il n'y a pas concurrence, ni opposition mais plutôt complémentarité avec les acteurs de la Cité et la coopération est une nécessité. Mais la relation entre le chercheur et la Cité ne doit pas être unidirectionnelle. L'intérêt de ces recherches doit être partagé par la Cité. Car, non seulement la Cité est une ressource, un sujet mais elle est aussi un acteur, un terrain d'investigations, un destinataire. Aussi, il faut prendre en compte deux dimensions ou deux directions, le chercheur est expert de la Cité (les sociolinguistes sont spécialistes des langues à travers les sociétés et des sociétés à travers les langues) mais travaille avant tout pour la Cité et ses citoyens. La Cité est une composante significative de l'exploration et de l'explication. Elle permet une prise en compte de la dimension spatiale de l'action humaine tant au niveau des individus, de leur construction et de leurs identités que des groupes, des organisations, des cultures et des sociétés. Les sociolinguistes peuvent répondre à ces questions. Leurs expertises permettent des préconisations pour les décideurs institutionnels (entre autres) et particulièrement sur la question de la politique linguistique.¹⁸⁰

Outre ce point très particulier, les conclusions du bilan d'évaluation montrent qu'un travail a été fait par la Région mais que quelques domaines demandent à être plus investis, tels que l'accroissement des pouvoirs de la Région en termes de politique linguistique, une communication plus importante des possibilités qu'offre la Région en matière de soutien au développement de la langue bretonne, une stimulation de l'enseignement bilingue, un accroissement des possibilités en termes de formation en breton (cela étant en lien direct avec la création d'emplois dans divers secteurs), une place plus importante faite au breton au sein des médias, une réflexion autour de la promotion et de l'incitation à la langue bretonne. Le gallo n'est pas cité ou très peu dans le bilan de cette politique linguistique. Toutefois, 136 016 euros ont été consacré à « l'expression gallèse » en 2005, soit 8% de plus qu'en 2004. Tel que le rappelle le document d'évaluation de la politique linguistique régionale, établi par l'Office de la langue bretonne, « parmi les aides qui sont attribuées, il est parfois difficile de déterminer si elles relèvent effectivement de la langue ou pas (par exemple des fêtes, salons, des ententes de pays). Il est pour ainsi dire impossible de savoir précisément quelle somme est consacrée à la langue elle-même. On doit donc prendre en compte d'autres modes d'appréciation ¹⁸¹ ». Des données des Recueils des actes administratifs ont pu être recensées pour produire une catégorisation des dépenses effectuées pour la langue bretonne uniquement (les dépenses concernant l'expression gallèse ne sont pas explicitées) : Bilinguisme dans la vie publique¹⁸² (5135 euros en 2005), Audiovisuel (490 775 euros en 2005), Radios (334 054 euros en 2005), Organisations culturelles, divertissement (301 500 euros en 2005), Enseignement bilingue et enseignement du breton (1 449 936 euros en 2005), Enseignement / formation pour les adultes (970 216 euros en 2005), Théâtre (146 500 euros en 2005), Édition (environ 353 755 euros), Office de la langue bretonne (595 000 euros en 2005). Nous n'avons pas à ce jour

¹⁸⁰ Voir plus précisément pour cette question : **LE SQUERE Roseline**, 2004.

¹⁸¹ **Office de la langue bretonne**, 2006 (2), pp.3-4.

¹⁸² Cf. précédemment pour les chiffres, la figure 18, p. 215.

d'informations plus précises sur les dépenses par action spécifique ou par organisme spécifique. Ce n'est que de manière globale que la répartition est visible.

Corollairement à cette politique régionale, il faut aussi envisager les politiques mises en place par les communes. Cela est complémentaire à la politique globale menée par la région. Nous noterons que les crédits (5135 euros en 2006) autorisés par la région ne comprennent pas une aide aux communes dans la mise en œuvre du bilinguisme.

2.2 Les politiques linguistiques communales

De plus en plus les communes développent leurs propres politiques linguistiques, majoritairement actives en ce qui concerne le marquage bilingue sur les territoires communaux (ces communes pouvant recevoir des aides des Conseils généraux auxquels elles « appartiennent »). Panneaux d'entrée de ville, plaques de rues, signalisation interne des bâtiments publics, signalisation sur route (lieux-dits) constituent les sources principales de bilinguisme. Le plus souvent à l'initiative d'une ou plusieurs personnes impliquées dans la vie de la commune, élu(e)(s) au conseil municipal et très favorable à la promotion de la langue bretonne dans la vie de la cité aussi petite ou grande soit elle, l'aménagement linguistique relève d'un programme mis en œuvre par une équipe de travail communale dédiée à cette tâche. L'exemple de la commune de Pluguffan (à moins de 10 km à l'Ouest de Quimper, département du Finistère) montre comment à travers cinq années de réflexion et de travail, la mise en place d'une signalétique bilingue français-breton a pu se faire.



Photo 49. Panneau d'entrée d'agglomération, signalisation français-breton, commune de Pluguffan, département du Finistère, type EB10

Entre 2001 et 2006, différentes actions ont été envisagées pour programmer la mise en place d'une signalétique générale : jalonnement routier, signalétique des bâtiments publics, documents officiels avec entête bilingue, en collaboration constante avec l'Office de la langue bretonne. Le plan d'aménagement se constitue ainsi :

2001	2002	2003	2004	2005	2006
Définition du programme d'aménagement linguistique					
Devis/Pré-étude	Demande de subventions				
	Étude toponymique		Validation des corrections des noms de lieux (délibération) + correction du cadastre		
		Signature du contrat de mission avec Ofis ar brezhoneg			
		Choix du modèle de plaque et de panneau de lieu-dit. Devis plaques de rues et panneaux de lieux-dits.	Commande et pose des plaques de rues. Commande et pose des panneaux de lieux-dits.		
		Relevé des panneaux de lieux-dits existants	Préparation de la correction des panneaux synoptiques	Correction des panneaux synoptiques	
			Étude de l'implantation de la signalétique directionnelle des bâtiments publics. <u>Devis, choix du modèle de panneaux, traduction.</u>	Commande et pose de la signalisation directionnelle des bâtiments publics.	
				Étude de l'implantation de la signalétique de situation des bâtiments publics. Choix du modèle de panneau, <u>traduction</u>	Commande et pose de la signalisation de situation des bâtiments publics
				Préparation de la correction de la signalétique des ZA, du patrimoine et sur RD. <u>Devis, choix des modèles, traduction</u>	Commande et pose de la signalétique directionnelle des ZA, du patrimoine, et sur RD
				Étude de la signalétique intérieure des bâtiments publics. <u>Devis, choix du modèle de panneau, traduction.</u>	Commande et pose de la signalétique intérieure des bâtiments publics

Figure 19. Planning de réalisation du programme d'aménagement linguistique, document fourni par la mairie de Pluguffan

Presque 6 années ont été nécessaires à la mise en place d'une signalétique bilingue au sein de la commune selon des phases très distinctement établies. Nous noterons (phases de couleur bleue) qu'un travail de terrain a été mené tout au long du plan d'aménagement pour constituer la liste exhaustive des lieux-dits, odonymes et autres panneaux de signalisation qui devaient être doublés. Certains panneaux ont quant à eux été « linguistiquement réévalués » par un travail commun avec l'Office de la langue bretonne. Certains panneaux monolingues se sont ainsi vus transformés pour que l'orthographe des toponymes soit plus « exacte et conforme » aux sources disponibles, tel que la photo 51 peut l'évoquer. Jusqu'en 2003, les habitants du lieu-dit déclarent avoir toujours connu leur lieu-dit s'orthographier « Kerinic ».



Photo 50. Odonyme bilingue français-breton, commune de Pluguffan, département du Finistère



Photo 51. Panneau de position destiné à signaler un lieu-dit, sans indication de distance, signalisation monolingue en breton, Pluguffan, commune du Finistère, type D29

Le plan d'aménagement : « politique d'aménagement linguistique ambitieuse pour Pluguffan – Plugüen » a démarré après les élections municipales de 2001 Les principes ou valeurs généraux sur lesquels se définit le fondement de la politique d'aménagement linguistique de la commune sont :

Conformément à ses engagements, la nouvelle municipalité de Pluguffan / Pluguen a décidé d'amorcer la mise en œuvre d'une politique linguistique, qui a pour objectif le soutien, la promotion et le développement de la langue bretonne. Par ailleurs, il lui paraît important de définir les principes ou valeurs qui fondent sa future politique...

2) Sur quels principes reposent nos choix politiques ?

La définition d'une politique linguistique de soutien à la sauvegarde et au développement d'une langue minoritaire ne trouve sa pertinence que si elle est basée sur des valeurs universelles qui traduisent de façon plus large, un attachement à la sauvegarde de l'ensemble des langues du Monde, à des valeurs de tolérance et de respect des différences...

... toutes les langues sont l'expression d'une identité collective et d'une manière distincte de percevoir et de décrire la réalité et de ce fait, elles doivent pouvoir bénéficier des conditions nécessaires pour leur développement dans toutes leurs fonctions.¹⁸³

Il est aussi important de défendre le droit à l'égalité entre les langues, quel que soit le nombre de locuteurs, le statut institutionnel, etc....¹⁸⁴

De même, le droit de pratiquer une langue régionale ou minoritaire, dans la vie privée ou publique constitue un droit imprescriptible conformément aux principes contenus dans le pacte international relatif aux droits civils et politiques des Nations Unies et conformément à la convention des droits de l'homme et des libertés fondamentales du Conseil de l'Europe.¹⁸⁵

Enfin, la mise en œuvre d'une politique linguistique efficace ne peut se faire sans que les institutions politiques, locales, régionales ou étatiques, en soient les acteurs privilégiés. Elles ont donc une responsabilité importante mais pas exclusive dans la sauvegarde et le développement des langues régionales ou minoritaires...

De plus, on ne doit pas réduire la problématique de la sauvegarde de ces langues à une démarche militante (même si elle est essentielle et a permis de nombreuses avancées) mais prendre conscience que la langue bretonne appartient à l'ensemble de la population de Bretagne. La question de sa survie ou de sa mort nous concerne tous aujourd'hui car dans quelques décennies il sera peut-être trop tard.

3) Les lignes directrices de la politique linguistique

À partir du constat établi sur la situation de la langue et en prenant en compte les principes qui guident notre action, l'équipe municipale s'engage à mettre en œuvre, à moyen terme, une politique d'aménagement linguistique ayant pour objectifs la sauvegarde et le développement du breton en tant que langue de communication.

Cette politique linguistique sera axée sur :

¹⁸³ Préambule de la *Déclaration des droits linguistiques*, Barcelone, juin 1996, Titre premier, article 7, paragraphe 1.

¹⁸⁴ Id.

¹⁸⁵ Préambule de la *Charte Européenne des Langues Régionales ou Minoritaires*, Conseil de l'Europe, 1992.

- une action de fond, inscrite dans la durée, que se caractérise par un conventionnement avec l'Office de la langue bretonne et une réflexion permanente sur ce sujet par la mise en place d'un groupe de travail spécifique au sein de l'équipe municipale.
- des actions de promotion du breton auprès des concitoyens pour susciter l'intérêt et inciter à l'apprentissage.
- des mesures à court terme offrant une visibilité à cette politique conformément au programme d'aménagement linguistique proposé par l'Office de la langue bretonne et à la Charte Communale d'action Bretonne établie par l'association des élus An Nerzh Nevez.

Dans un second temps, la municipalité cherchera à étendre sa démarche auprès de la communauté d'agglomération et des autres communes qui la composent.¹⁸⁶

Corollairement au tableau présenté figure 19, on peut définir le programme d'aménagement linguistique à l'échelon communal selon deux grandes phases.

Entre 2001 et 2003, la commune réalise différentes actions : **la phase préparatoire** :

1. L'équipe municipale met sur pied un groupe de travail spécifique chargé de la politique linguistique, sous la forme d'une commission extra-municipale ou d'une commission municipale. Le travail s'est fait ici avec une équipe dont les membres sont issus du conseil municipal de Pluguffan.
2. À partir du document de l'Office de la langue bretonne / Ofis ar brezhoneg « Le Bilinguisme dans votre commune¹⁸⁷ », ce groupe de travail définit les actions concrètes qui constitueront le programme d'aménagement linguistique.
3. Le projet de programme d'aménagement linguistique est présenté dans les commissions municipales compétentes pour accord.
4. Le groupe de travail fait réaliser par les services techniques ou une entreprise privée une pré-étude des travaux afin de déterminer le coût total du programme.

¹⁸⁶ Mairie de Pluguffan, 28 juin 2002, *Une politique d'aménagement linguistique ambitieuse pour Pluguffan-Plugüen, Programme d'aménagement linguistique 2002-2003-2004, Demande de subvention*, délibération du conseil municipal.

¹⁸⁷ **Office de la langue bretonne**, document non daté, *Le bilinguisme dans votre commune*, document accessible en ligne : http://ofis-bzh.org/upload/travail_fichier/fichier/119fichier.pdf (page consultée le 09 mai 2007).

N°	Désignation	Montant H.T.
1-1	Jalonnement directionnel bilingue des bâtiments publics, des activités économiques, et du patrimoine de la commune.	16 021.61
1-2	Signalétique bilingue sur l'ensemble des bâtiments publics.	2 294.87
1-3	Fléchage et repérage intérieur de l'ensemble des bâtiments publics.	2 032.99
1-4	Plaques de noms de rues en breton.	6 725.97
1-5	Signalisation routière directionnelle sur les routes départementales en agglomération.	3 857.04
1-6	Panneaux de jalonnement des lieux-dits	13 777.21
1-7	Pose	2 378.21
	Sous-total H.T.	47 088.40
	Sous-total T.T.C.	56 317.73

5. La pré-étude est présentée dans les commissions municipales compétentes.
6. Le groupe de travail collabore avec les services administratifs de la mairie à la rédaction du dossier de subvention destiné au Conseil Régional et au Conseil Général. Un volet plus politique peut y être inclus pour souligner la volonté municipale de soutenir activement la langue bretonne.
7. Le dossier de subvention est adopté en Conseil Municipal.
8. En fonction du niveau des subventions accordées, le programme d'aménagement linguistique est définitivement validé ou revu.
9. La commune signe avec l'Office de la langue bretonne / Ofis ar brezhoneg un contrat de mission portant sur les travaux de traduction, l'aide technique en matière de bilinguisme, etc. : il s'agit de la signature de la charte *Ya d'ar brezhoneg*¹⁸⁸, permettant un processus de certification entre la commune signataire et l'Office de la langue bretonne. La commune acquiert un label en fonction du degré d'implication qu'elle investit en faveur de la langue bretonne. Différentes possibilités existent pour cela par le biais de trois niveaux de

¹⁸⁸ **Office de la langue bretonne**, document non daté, *Charte Ya d'ar brezhoneg dans les communes*, document accessible en ligne : <http://ofis-bzh.org/upload/travail_fichier/fichier/25fichier.pdf>.

certification. La commune de Pluguffan a signé la charte de niveau 2, impliquant la mise en œuvre de plusieurs actions d'affichage bilingue :

Certification « Ya d'ar Brezhoneg » 02

Ce niveau de certification correspond à la réalisation d'au moins 10 actions parmi les 28 proposées. Les actions N° 1, 2, 3 et 7 sont obligatoires, les 6 autres actions restant au libre choix de la municipalité. Comme pour le niveau 01, la commune signataire déterminera le délai de réalisation (1,2 ou 3 ans) qu'elle envisage pour mener à bien ces actions.

A la date de la signature, la commune est inscrite comme étant en voie de certification « Ya d'ar Brezhoneg » 02. Au terme du délai choisi, le label sera attribué en fonction du degré de réalisation des actions choisies.

Lorsqu'une commune obtiendra ce label, elle sera inscrite sur la liste des communes certifiées « Ya d'ar Brezhoneg » 02. Elle pourra alors choisir de s'inscrire dans un des processus de certification supérieurs.

Si la commune n'a pas réussi à réaliser ces actions dans le délai qu'elle s'était fixée, elle pourra choisir de reprendre le processus de certification en réadaptant le délai. Elle sera alors maintenue sur la liste des communes en voie de certification « Ya d'ar Brezhoneg » 02.

189

Les actions obligatoires sont n° 1 : la mise en place de panneaux bilingues aux entrées et sorties de la commune (police et taille de caractère identiques dans les deux langues), n° 2 : l'édition de cartons d'invitation bilingues pour les manifestations culturelles organisées par la mairie, n° 3 : la mise en place d'un message bilingue sur le répondeur de la mairie, n° 7 : la mise en place de plaques de rue bilingues.

Une seconde série d'action est ensuite envisagée par l'équipe municipale : **la réalisation des travaux :**

10. En fonction de l'échéancier défini par le dossier de subvention, le groupe de travail en collaboration avec les services techniques travaillent sur les aspects techniques (type de solutions techniques retenues, demandes de devis, choix du fournisseur, etc.).

Les choix définitifs sont arrêtés par les commissions compétentes.

11. Le groupe de travail / le service technique demande à l'Office de la langue bretonne de traduire les mentions nécessaires.
12. Le service technique passe commande au fournisseur. Le fournisseur envoie un bon à tirer à l'office pour vérification orthographique. Après accord de l'office, le service technique donne son accord définitif.
13. Livraison et pose.

¹⁸⁹ Ibid., p.4.



Photo 52. Signalisation bilingue français-breton, commune de Pluguffan, département du Finistère

Il aura fallu trois années (2002 à 2004) à l'équipe municipale de Pluguffan pour la mise en place d'un premier aménagement linguistique avant de le poursuivre (comme indiqué dans le tableau précédent, figure 19) par la signalisation routière, la signalisation touristique (ou patrimoniale) et la signalisation interne des bâtiments publics (ces mises en place sont prévues dans le courant de l'année 2006). Il est intéressant d'observer la démarche d'une commune, cela permettant de recenser l'ensemble des motivations, des objectifs et des actions lancés par les acteurs municipaux pour que la langue bretonne soit présente dans l'espace public. Nous retiendrons ici que la démarche s'est accompagnée d'une collaboration avec l'Office de la langue bretonne, concernant le service de traduction et la volonté d'adhésion à « un label » régional (la certification Ya d'ar brezhoneg), ce qui est le cas pour la plupart des communes de Bretagne souhaitant la mise en place d'une signalétique bilingue même minimaliste.

2.2.1 Le phénomène de traduction

Dans l'état actuel du marché, les services de traduction en langues régionales en Bretagne sont fournis essentiellement par l'Office de la langue bretonne (pour le breton) et Bertaëyn Galeizz (pour le gallo). Comme nous avons pu l'observer pour le panneau « Kerinic » devenu « Kerinig » (photo 51), il est intéressant d'envisager les motivations de traduction des panneaux et c'est à partir d'entretiens et d'écrits des deux organismes que je peux proposer une première analyse. Comme le rappelle Michael Cronin:

Gideon Toury found that « the operational choices of translators are dictated by teleological considerations and notably the ideological, cultural and stylistic norms of the target culture ».

Gideon Toury est arrivé à la conclusion que « les choix opérationnels des traducteurs sont dictés par des considérations téléologiques et en particulier par les normes idéologiques, culturelles et stylistiques de la culture cible.¹⁹⁰

C'est l'utilisation du qualificatif « idéologique » qui m'intéresse plus particulièrement ici, puisque je cherche à analyser les motivations sociales des prestataires, et qu'il faudrait une étude de corpus approfondie pour connaître l'influence de « normes » culturelles et stylistiques sur les traductions opérées par ces prestataires. La communication, ici sous la forme de traductions en langues régionales affichées publiquement, vise à souligner la différence du statut de la langue régionale (au sens d'attribut par lequel les donneurs d'ouvrage et les prestataires analysent leur appartenance sociale) avec la langue apposée, en l'occurrence le français. Et si cette différence n'est pas suffisamment apparente aux yeux des prestataires, ils choisissent d'utiliser les outils qui la feront apparaître.

Rappelons les exemples de traduction en gallo de la station Charles de Gaulle du métro rennais que cite la une du *Liaun : le magazine de la langue gallèse* : « Desort (sortie), Bilhèteriy (billetterie [*sic*]) et Terpas la leiyn-làe, vóz devéztz avoir un bilhèt valabl (Au-delà de cette limite, vous devez être en possession d'un titre de transport) »¹⁹¹. On est frappé par la complexité de l'orthographe, qualifiée par Crisstof Simon¹⁹² d'« inter-dialectale et autonome par rapport au français ». Le souci est donc bien la différenciation par rapport au français, quitte ensuite à devoir « informer le public, connaisseur ou non du gallo, sur la prononciation des mots. » (*Ibid.*). En breton et de prime abord, le problème semble moins se poser dans la mesure où il se distingue très nettement du français en raison de son origine différente : il ne s'agit pas d'une langue romane, mais d'une langue celtique. Cependant, on peut comprendre de la même façon le refus de l'emprunt et il est fort probable qu'on trouvera plus facilement par exemple le terme *gennad* proposé par Yann-Baol an Noalleg¹⁹³ pour traduire « secteur » que le terme *sekteur*, estampillé « populaire », que l'on trouve dans le dictionnaire de Francis Favereau¹⁹⁴ (1993). On comprend mieux ce besoin de « différenciation » si l'on considère les réflexions suivantes, émanant d'un professeur des universités intéressé par les langues minoritaires, en particulier les langues romanes, qui remarquait en substance :

¹⁹⁰ Cronin, Michael, 1996, p. 19. La citation a été traduite pour sa version française par Roseline Le Squère et David ar Rouz.

¹⁹¹ Je renvoie également ici aux pages 131 et 133 (photos 28 et 29) pour avoir accès aux clichés pris dans la station du métro rennais ainsi qu'au DVD : VOIR, Signalétique interne, SI79 à SI84.

¹⁹² SIMON, Crisstof, mars-avril 2002, p. 7.

¹⁹³ AN NOALLEG, Yann.-Baol, 1995, Geriadur an armerzh ar c'henwerzh hag an arc'hant e div ezh : galleg, brezhoneg / Dictionnaire de l'économie politique du commerce et des finances en deux langues : français, breton, Preder, Plomelin, p. 217.

¹⁹⁴ FAVEREAU, Francis, 1993, *Dictionnaire du breton contemporain / Geriadur ar brezhoneg a-vremañ*, Skol Vreizh, Morlaix.

Je suis passé dans le métro à Rennes et j'ai vu les panneaux en breton. Eh bien, ils ont quand même du mal à traduire les mots techniques ! J'ai trouvé « Desort » pour « sortie », je me suis dit : « ben, si c'est ça le breton, je le comprends aussi ! » (Entretien mené par David Le Roux en 2003)¹⁹⁵

Il était évidemment dans la station Charles de Gaulle et avait lu les panneaux en gallo. Ces propos montrent bien que, pour être reconnue (autrement dit, pour qu'on lui confère le statut de langue), la langue régionale doit être différente du français, incompréhensible de ceux qui ne sont pas censés la connaître (et la reconnaître), voire de ceux qui la connaissent aussi puisqu'on devrait leur expliquer la prononciation, comme le suggère Crisstof Simon. Les traductions en langues régionales cristallisent ainsi parfois la volonté des prestataires de donner une image de la langue en question qui en fasse le symbole d'une différence d'appartenance sociale que les donneurs d'ouvrage cherchent aussi à mettre en valeur par l'affichage bilingue. La différenciation serait donc le préalable indispensable à une reconnaissance des langues en question.

L'Office de la langue bretonne spécifie dans ses conditions générales de service que ses traducteurs ne réaliseront les travaux de traduction ou de relecture qu'après [s'] être assurés de leur finalité publique et qu'ils contribueront donc bien à la promotion de la langue bretonne (autant au niveau de la signalétique, des supports de communication, des cartes, des sites Internet, des expositions, des catalogues, etc.)¹⁹⁶. La motivation est claire : obtenir une reconnaissance de la langue bretonne. Crisstof Simon écrit également : « Une signalisation dans une langue minoritaire est un outil irremplaçable de diffusion des choix graphiques, quels qu'ils soient, et un vecteur de poids dans la reconnaissance de cette langue »¹⁹⁷. En d'autres termes et toujours en ce qui concerne l'analyse sociolinguistique, il s'agit que les usitaires voient et reconnaissent la langue régionale comme un statut propre à la société bretonne.

Si la volonté de favoriser la réappropriation et l'utilisation de la langue régionale dans le quotidien n'est pas totalement absente de la démarche de l'Office, notamment à travers la carte de Bretagne que ses membres ont édité en breton dont le but est de contribuer à rendre au breton et aux toponymes bretons leur utilité sociale comme

¹⁹⁵ Traducteur indépendant diplômé (spécialiste entre autre des langues régionales de Bretagne), David ar Roux a toujours mené en parallèle des recherches en traductologie. Son travail sur l'autotraduction lui a permis d'obtenir une maîtrise d'anglais et il s'est ensuite intéressé à la traduction en langues régionales pour un DEA en Sciences du langage. La thèse, sur le même sujet, est en projet, avec un projet de financement innovant que vous pourrez découvrir sur le site Internet suivant : www.trohadistro.com. C'est dans ce cadre que David ar Roux mène des enquêtes auprès d'acteurs de la région Bretagne.

Sur la question de la traduction, je renvoie également à un article en ligne : **LE SQUERE, Roseline, AR ROUZ, David**, novembre 2005, « Traduction et affichage public : quel(s) service(s) pour les langues régionales de Bretagne ? », Marges Linguistiques, n° 10, MLMS Editeur, 17 pages.

¹⁹⁶ **Ofis ar brezhoneg / Office de la langue bretonne**, 2003, *Conditions et tarifs 2003 du service traduction*.

¹⁹⁷ **SIMON, Crisstof**, 2002, p. 7.

repères dans l'espace¹⁹⁸, une priorité est cependant clairement définie : le breton doit être reconnu comme langue et, faut-il l'ajouter, à l'égal du français. C'est ce qui justifie la recherche de normes, la volonté de normalisation, présentée comme indispensable pour toute langue « minoritaire ». C. Simon souligne ainsi que c'est « par manque de choix clair des gallésants pour l'écriture de leur langue » que l'Union bretonne pour l'animation des pays ruraux (UBAPAR) « hésite encore à se lancer dans la traduction en gallo »¹⁹⁹. Le raisonnement semble être que, pour être mise sur un pied d'égalité avec la langue dominante, la langue régionale doit reproduire son modèle : orthographe unique, absence de variétés dialectales, etc. C'est en tout cas ce que l'on peut comprendre de la position du directeur de l'Office de la langue bretonne, Olier ar Mogn, qui affirme qu'il y a peut-être dix mots pour dire « biberon » en breton, mais qu'il faudra bien en choisir un seul si l'on veut faire de l'étiquetage en breton dans les grands magasins (entretien mené par David Le Roux, le 12 novembre 2001). (Et c'est ainsi que nous retrouvons aujourd'hui cet affichage spécifique au supermarché Super U de Vern-sur-Seiche, dans le département d'Ille-et-Vilaine. Une signalétique bilingue très présente dans le magasin a été mise en place en mars 2006, et nous pouvons y voir (cf. DVD : Voir, Signalétique interne, SI85 à SI180) le mot « biberon » écrit « pod-bronnek »).

La reconnaissance à égalité avec la langue dominante passe aussi par un certain nombre de précautions pour l'affichage public : « même police d'écriture, même style, même couleur, même taille de caractère ».

La justification en est que dans une société bilingue véritablement démocratique, il est de première importance de toujours présenter les deux langues au même niveau. C'est pourquoi l'on ne peut accepter qu'une d'entre elles, en l'occurrence le breton, soit « enfermée » volontairement dans l'italique, d'autant plus que celui-ci est également employé en français pour des mentions de type subalterne.²⁰⁰

Le même document de communication conseille, en outre, « afin de valoriser la langue du pays et de mettre en avant la langue en difficulté, [...] d'écrire le breton au-dessus ou à la gauche du français ». On pourrait considérer cependant, avec Michael Cronin, que l'opération de traduction en elle-même participe déjà de la reconnaissance de l'égalité de deux langues, dans la mesure où elle met en avant, plus qu'elle ne nie, les différences. C'est ce qui apparaît dans l'exemple pris par Michael Cronin :

¹⁹⁸ « Alors que la langue bretonne trouve peu à peu sa place sur le bord de nos routes et que le nombre de personnes faisant le choix d'utiliser la langue bretonne dans leur vie quotidienne va croissant, il était temps de proposer un tel outil. [...] Il s'agit d'un nouveau pas important pour tous les brittophones qui souhaitent vivre pleinement dans leur langue ». (« Office de la langue bretonne : une carte routière en breton »).

¹⁹⁹ SIMON, Crisstof, 2002, p. 7.

²⁰⁰ Office de la langue bretonne / Ofis ar brezhoneg, document sans date, *Pour une signalétique bilingue de qualité*, Document de communication, 4 pages.

When Hugh O'Neill, the Gaelic Irish leader, went to London to negotiate with Elizabeth I he brought an interpreter, not because he could not speak English (he could) but because the presence of an interpreter implied that both languages, Irish and English, had equal cultural and political status. Lorsque Hugh O'Neill, chef irlandais, est allé à Londres pour négocier avec Elisabeth I, il a emmené un interprète, non parce qu'il ne connaissait pas la langue anglaise (il la connaissait mais parce que la présence d'un interprète impliquait que les deux langues, l'irlandais et l'anglais, avaient un statut culturel et politique équivalent.²⁰¹

Comme le montre l'exemple du panneau *Larmor-Plage / An Arvor* :



Photo 53. Panneau d'entrée d'agglomération, signalisation français-breton, commune de Larmor-Plage, département du Morbihan, type EB10

Il s'agit dans l'opération de traduction en breton de redonner son nom d'origine à un lieu. S'il y a ainsi appropriation linguistique du territoire, c'est en tout état de cause une « réappropriation ». En tout cas en Basse-Bretagne où les lieux portaient à l'origine des noms bretons. L'opération, effectuée par un traducteur, n'aurait donc pas grand-chose à voir avec ce qu'a fait Christophe Colomb à son arrivée à Haïti en lui donnant le nom de *La Española* (« L'Espagnole »), tout en ayant connaissance du nom autochtone, pas plus qu'avec la francisation de ses noms dont la Bretagne garde encore la trace sur des panneaux de lieux-dits affichant « Croissant de... » où *croissant* traduit le breton *kroas-hent*, c'est-à-dire « carrefour », « croisée des chemins »²⁰²²⁰³. On peut tout de même

²⁰¹ CRONIN, Michael, 2000, pp. 146-147.

²⁰² PLONEIS, Jean-Marie, 1996, p. 10.

²⁰³ Il faut rappeler que cela est un problème général de francisation des toponymes. En effet, ce n'est que progressivement que vont être créées des versions françaises pour les toponymes de Bretagne, comme l'explique Philippe Blanchet, 2003, p. 21 :

et ceci notamment à partir du XIX^{ème} siècle, lorsque sont institués les départements, cantons et communes modernes, lorsque sont constitués le cadastre napoléonien et les cartes d'état-major. Des fonctionnaires et des militaires qui souvent ignorent – et parfois méprisent- la langue de la région inventent des formes françaises à partir des noms locaux qui leur répondent en parler local des informateurs qui, pour la plupart, ne comprennent pas les questions qui leur sont posées en français... ! De plus, lorsqu'ils adaptent un mot local qui ne ressemble pas à un mot français (qu'ils ne

être tenté de se demander si la traduction des toponymes de Haute-Bretagne en breton ne relève pas de ce processus. La commission de toponymie de l'Institut culturel de Bretagne, dont l'Office de la langue bretonne a ensuite pris en charge la mission, s'en défend ainsi :

Pour cette partie de la Bretagne où la langue bretonne n'était plus pratiquée les siècles derniers, nous avons choisi les noms les plus importants : certains avaient des formes bretonnes traditionnelles bien connues des bretonnants ; d'autres ont été retrouvés dans les anciens textes... Pour le reste, un travail important a été fourni par un groupe de chercheurs animé par Philippe Lanoë : une proposition de forme normalisée a été faite en suivant les lois de la phonétique bretonne, afin d'arriver à la forme qu'aurait eue ce nom si la langue bretonne avait continué à être parlée dans cette partie de notre pays. Il est peut-être utile de rappeler qu'une part très importante des noms de lieux de Haute-Bretagne est d'origine bretonne, et que, quand ils ne sont pas d'origine bretonne, ils sont souvent d'origine celtique plus ancienne²⁰⁴.

On remarque dans ce texte que les sources restent très vagues (« bien connues des bretonnants », « les anciens textes »), ce qui est d'ailleurs valable pour les toponymes bas-bretons. Pour la carte routière entièrement en breton éditée par l'Office de la langue bretonne en 2003, la plupart des toponymes haut-bretons ont été traduits, mais on n'a pas davantage d'informations sur les sources utilisées pour le faire. En parallèle, la branche « Observatoire » de l'Office, avec des données chiffrées et en particulier les résultats d'une question posée à l'occasion du recensement effectué par l'INSEE en 1999, faisait observer en 2003, par la voix du directeur, Olier ar Mogn, que le pourcentage de bretonnants était de 20 % en Finistère, de 15 % en Côtes-d'Armor, de 11 % en Morbihan, de 2 % en Ille-et-Vilaine et de 0,7 % en Loire-Atlantique²⁰⁵. La conclusion tirée de ces résultats était qu'on assistait à un « lissage » du nombre de

peuvent donc ni traduire ni même remplacer par un mot proche), il leur faut transcrire des prononciations qu'ils reconnaissent mal et que l'orthographe française ne permet guère de noter. De là découlent plusieurs conséquences importantes, positives ou négatives, que l'on rencontre à des degrés divers dans toutes les régions de France, et à une fréquence très élevée dans les zones aux spécificités linguistique et culturelle fortes, comme en Bretagne, en Gascogne ou en Provence. Elles concernent encore les noms de lieux actuels puisque, malgré les travaux récents et plus rigoureux de l'Institut Géographique National (IGN) ; beaucoup d'entre eux ont été conservés tels quels ou à peine retouchés dans leur orthographe. Il y en a par milliers, au point qu'il suffit de déplier n'importe quelle carte de n'importe quel coin de Provence (ou d'ailleurs) pour en trouver.

²⁰⁴ **KERVELLA, D.**, 1993, « Une toponymie adéquate pour la Bretagne », in : *Ar Greizenn-enklask war an Anvioù-lec'h / La Commission de Toponymie. Lec'hanvadur Breizh. Répertoire bilingue des noms de lieux de Bretagne*, Rennes : Skol-Uhel ar Vro / Institut Culturel de Bretagne, pp. 24-25.

On retrouve l'argument de l'origine celte des toponymes haut-bretons dans les explications de Marc Cochard, employé de l'Office de la langue bretonne chargé d'élaborer la carte de Bretagne entièrement en breton (Latimier, M., février 2004 « Mont en hent », in : *Bremañ*, n° 268, p. 10).

²⁰⁵ Résultats donnés également dans l'article de **LATIMIER, M.**, mars 2003, « Sifroù evit ar brezhoneg », in : *Bremañ*, n° 257, pp. 8-9.

bretonnants sur l'ensemble de la Bretagne²⁰⁶. On peut alors se demander si la traduction en breton en Haute-Bretagne ne participe pas d'un processus visant à faire du breton la langue de toute la Bretagne, ce qui correspond aussi, nous l'avons vu, à une demande de certains donneurs d'ouvrage de cette partie de la Bretagne, encore que les motivations ne soient sans doute pas les mêmes puisqu'il s'agit alors de marquer l'appartenance du territoire, ce qui suscite encore des oppositions.

2.2.2 La recherche de valorisation

Mais, que les communes utilisent le service de l'Office de la langue bretonne ou pas (elles peuvent faire appel à l'agence de développement de l'Office qui se charge de la traduction des noms sans pour autant signer la charte ni demander la certification), il est intéressant de comprendre les motivations des équipes municipales. C'est la notion de valorisation : valorisation de la commune, de la langue bretonne, de l'identité régionale, du patrimoine historique qui est cœur des motivations. La valorisation peut être décrite comme l'exploitation des supports culturels (dont les langues régionales font partie) et des résultats des travaux de réflexion, d'enquêtes menées sur le territoire pour connaître les retombées (produits et procédures culturels, actions, etc.) dans le but d'en optimiser la valeur et les retombées dans des contextes existants ou nouveaux (groupes cibles : usagers locaux permanents, usagers résidents non-permanents, usagers de passage, etc., entreprises, acteurs des secteurs économiques, culturels, etc.). Pour être efficace, ce processus de valorisation par l'affichage bilingue doit, en plus d'être cohérent avec une politique territoriale globale communale ou autre :

- être axé sur les besoins de l'utilisateur final / du groupe cible (identifié comme tel), dès le début de la mise en place de l'affichage bilingue ;
- permettre de diffuser (transmettre) les produits et résultats (innovants parfois) en matière de culture bretonne (l'affichage bilingue transmet plusieurs messages, tel que celui lié à la culture bretonne de manière large);
- les sélectionner et analyser leur capacité de transfert et de réponse aux nouveaux besoins identifiés (tels que l'apprentissage de la langue bretonne, la participation aux activités culturelles régionales, locales, la consommation de produits locaux et régionaux, etc.) ;
- être adapté aux nouveaux contextes visés (par exemple le tourisme durable) ;
- comporter des phases pilote et d'expérimentation (ce que bien souvent les communes ne font pas. L'affichage unique des panneaux bilingues d'entrée et de sortie de ville sont une première étape qui permet de tester les réactions des usagers, l'adhésion potentielle à une démarche d'affichage bilingue plus élargie, les retombées, etc.);
- aboutir à une intégration totale dans le (nouveau) contexte concerné.

²⁰⁶ AR MOGN, Olier, communication aux « Assises des libertés bretonnes », organisée par l'association Bertaeyn d'Astoerr à Rennes le 15 mars 2003.

Les compétences des communes / villes (identiques quelle que soit leur taille) sont diverses. Les compétences « traditionnelles » relevant de l'autorité de la commune sont les fonctions d'état civil, les fonctions électorales, l'action sociale, l'enseignement, l'entretien de la voirie communale, l'aménagement, la protection de l'ordre public. Elles sont donc liées à la fonction globale du maire de la commune, représentant de l'État. Puis d'autres compétences, dites décentralisées, relèvent des équipes municipales élues : l'urbanisme (élaboration et approbation des plans locaux d'urbanisme mais aussi et surtout l'élaboration d'un schéma de cohérence territoriale, appelé schéma directeur avant la loi du 13 décembre 2000²⁰⁷, permettant de favoriser le développement durable dans la commune, et ce dans divers secteurs). L'enseignement ; le domaine de l'action économique ; les actions dans le domaine de la création, de l'aménagement, de l'exploitation des ports de plaisance, l'aménagement, l'entretien et la gestion des aérodromes civils ; le logement (programme local de l'habitat) ; la santé (politique de vaccination, etc.) ; l'action sociale (par les Centres Communaux d'Action Sociale – CCAS-) ; la culture (mise en place de services : bibliothèques, musées, financement de l'enseignement artistique initial, etc.). Cet ensemble de domaines où la commune doit intervenir activement doit respecter une cohérence globale, autrement dit doit pouvoir offrir les services nécessaires et suffisants aux usagers, quels qu'ils soient, par le biais d'un développement urbain (entre autre) maîtrisé permettant un équilibre social dont les individus bénéficient.

Choisir une politique linguistique d'affichage public bilingue français – langue régionale pour sa commune est donc une action de valorisation permettant de renforcer cet équilibre, puisqu'en lien avec l'identité vécue, perçue du lieu par et pour ses usagers. Le processus de valorisation peut se jouer à différents niveaux de la mise en place de l'affichage bilingue, dès sa conception (par des enquêtes d'opinion, la diffusion d'intention de projet de la commune : aller au devant des réactions est toujours une manière d'agir au plus juste vis-à-vis des attentes des usagers) jusqu'à sa mise en place (par la publicité qu'on en fait, les usages dérivés : création de logo, politique globale, etc.), tout cela dans le but de parvenir à une intégration totale et durable au sein des pratiques et systèmes sociaux à l'échelon de la commune mais aussi à l'échelon régional puisque l'ensemble des communes agissant ainsi créent une cohérence régionale. Puis nous pourrions même envisager l'échelon national et européen puisque la dissémination de ces pratiques pourrait amener une cohérence à ces deux niveaux par des actions similaires dans d'autres régions de France et d'Europe. La valorisation comprend donc aussi une phase de diffusion très intense des intérêts, des objectifs, des résultats, en termes concrets d'exemple d'affichage mais aussi en termes de retombées (l'impact économique pourrait être mesuré par divers moyens auprès des usagers, par le biais d'enquêtes par exemple).

Nous savons que les retombées économiques sont difficilement mesurables d'un point de vue global (et d'ailleurs l'intérêt ne se trouve sans doute pas là) car divers secteurs

²⁰⁷ Cf. le texte de la Loi n° 2000-1208 du 13 décembre 2000 relative à la solidarité et au renouvellement urbains (1) : <<http://www.legifrance.gouv.fr/WAspad/UnTexteDeJorf?numjo=EQUX9900145L>> (page consultée le 09 mai 2007).

peuvent « profiter » de ces retombées de manière éparse et indirecte. C'est pour cela qu'il n'est jamais (ou très rarement) indiqué explicitement de chiffres liés à la valeur ajoutée qu'apportent l'affichage bilingue, la valorisation de la culture, etc. pour les communes et tout autre institution publique utilisant l'affichage bilingue. Il est à noter, et l'analyse des entretiens dans la partie 3 éclaircira ce point, que l'argument économique est rarement mis en avant comme étant une motivation première des communes à se lancer dans une politique d'aménagement pour l'affichage bilingue. Or dans la continuité des entretiens, le lien avec l'économie (comprendons la valeur ajoutée en termes de bénéfices indirects et directs) est clairement établi.

2.3 La politique de promotion du Comité départemental du tourisme (CDT) du Morbihan

Dans la dynamique de la valeur ajoutée que représente la culture bretonne et spécifiquement la présence de la langue bretonne dans l'espace public, le Comité départemental du tourisme (CDT) indique dans ses documents de communication, tel que celui concernant le 2^{ème} schéma départemental de développement touristique 2006-2010²⁰⁸, publié par le CDT du Morbihan et le Conseil Général du Morbihan, que cinq axes sont définis pour viser un tourisme durable en Bretagne :

- Coordonner le développement touristique ;
- Veiller pour informer ;
- Structurer la mise en valeur des territoires ;
- Accompagner le développement et la modernisation ;
- Promouvoir.

Ce dernier axe indique comme objectif la « promotion des cultures bretonne, celte et galloise » :

²⁰⁸ Comité départemental du tourisme du Morbihan, Conseil Général du Morbihan, 2006.

5-6-1 Promotion des produits culturels régionaux

CONSTAT : Les cultures régionales constituent un **vecteur de notoriété et d'identité** très important et apportent une **réponse à l'attente d'authenticité et de relations sociales** de plus en plus exprimées par les clientèles touristiques.

OBJECTIFS : **Perpétuer** la dimension humaine, vivante et moderne des cultures régionales. **Utiliser** ces cultures **porteuses** d'image comme support de communication.

ACTIONS : Promotion de produits culturels innovants **reflétant** un aspect des cultures régionales, notamment auprès des « nations celtes » : stages linguistiques, séjours culturels, hauts-lieux de l'histoire et de la culture, la Bretagne des peintres, ...Promotion de labels reflétant la culture bretonne. Initiation lexicale aux langues régionales dans la communication du CDT.

...

5-6-2 L'artisanat d'art

CONSTATS : Vigueur de la création artisanale traditionnelle et contemporaine en Bretagne. **Vogue** actuelle de la culture celte dans toutes ses dimensions.

OBJECTIF : Soutenir l'artisanat d'art comme vecteur de promotion touristique.

ACTION : Promotion des manifestations spécifiques.

RECOMMANDATIONS : Organisation d'un concours de création d'objets identitaires. Soutien aux projets de valorisation de l'artisanat d'art : Cour des métiers d'art, villages d'artisans d'art, partenariats sur des actions de promotion du CDT, ...²⁰⁹

²⁰⁹ Ib., p. 74.

Nous noterons que la considération du «vecteur de notoriété, d'identité» (l. 2-3), des cultures « porteuses d'image » (l. 7) en tant que pré-requis à ce schéma de promotion inclut bien la notion sous-jacente de valeur économique. Développer un tourisme durable en Bretagne signifie bien développer économiquement la région par ce biais. À recenser les constats, objectifs et recommandations exprimés dans le cadre de la politique de développement touristique du Morbihan : « réponse à l'attente d'authenticité » (l. 4), « relations sociales » (l. 4), « perpétuer les dimensions... des cultures régionales » (l. 6-7), « Promotion de produits culturels innovants reflétant un aspect des cultures régionales, notamment auprès des « nations celtes » » (l. 9-10) et la déclinaison de ces produits, « Soutenir l'artisanat d'art comme vecteur de promotion touristique » (l. 20-21), nous pouvons observer que le département du Morbihan fonde ses objectifs sur des valeurs propres à « la communauté » territoriale et l'adresse en premier lieu aux potentiels « clients » dont on connaît les similitudes culturelles, permettant d'envisager une proximité à laquelle ces usagers seraient sensibles : les personnes issues des nations celtes, comme précisé l. 10. Il s'agit donc bien d'une politique de promotion basée sur **un tourisme des valeurs**²¹⁰, conception du tourisme territorial reposant sur une offre de valeurs propre à une communauté territoriale, comme c'est ici le cas ne serait-ce que par l'offre de « séjours linguistiques », « d'initiation lexicale » ou par « l'organisation d'un concours de création d'objets identitaires » (l. 22-23). La déclinaison que propose ce document en « constats », « objectifs », « actions » et « recommandations » permet de saisir les questions, les motivations des équipes du CDT pour monter une politique allant vers un tourisme durable.

Premièrement les constats indiquent une question concernant l'identité du département : comment le définir, et qu'a-t-il à offrir à sa clientèle d'utilisateur ? La réponse est : une communauté territoriale au potentiel culturel fort et reconnu. Deuxièmement, la question pourrait être : à qui voulons-nous nous adresser ? Un début de réponse indique en premier lieu que le département s'adresse aux nations celtes. Troisièmement, les objectifs déclinés permettent de connaître les moyens de développement d'un tourisme approprié aux constats émis en réponse aux deux précédentes questions. En dernier lieu, comme l'indique en partie le titre du document publié « *Autrement volontaire pour un tourisme durable* », il s'agit de pouvoir rendre durable les aménagements et faire fructifier le tourisme au sein de cette communauté territoriale. Le positionnement de ce raisonnement est tout à fait similaire à un plan de valorisation mais dans lequel l'aménagement a nécessité un positionnement de l'institution sur sa propre identité. Mettre en place un plan de développement durable a supposé fournir des réponses et donc des réflexions aux questions précédemment évoquées. Mais pour engager cette réflexion, cela suppose que l'entité existe, se soit définie comme un « sujet » à l'identité déterminée et méritant réflexion sur les objets / valeurs (et donc aussi les représentations) émanant de celle-ci.

²¹⁰ Expression que j'emprunte à NIFLE, Roger, 2006, *Le tourisme des valeurs*, regroupement d'articles, Institut d'humanisme méthodologique, Institut Cohérences, Allan, 116 pages. Document accessible en ligne : <http://coherences.com/DIVERS/Tourismedesvaleurs.pdf> (page consultée le 09 mai 2007).

L'identification d'une communauté territoriale, ou en tant que communauté territoriale, est le premier pas. Il revient à désigner un « sujet communautaire » ou à se positionner comme tel. Pour qu'il y ait stratégie, il faut une intention, une volonté pour qu'il y ait intention ou volonté il faut un « sujet », ici collectif.²¹¹

Les équipes du CDT reconnaissent donc le territoire morbihannais comme une communauté territoriale à laquelle se rattache un ensemble de valeurs patrimoniales, culturelles, linguistiques. J'ajouterai que la dynamique morbihannaise est cohérente avec la dynamique régionale. Plusieurs éléments sont exposés comme constitutifs à l'évidence d'une identité singulière concernant le groupe identifié comme *breton* : pour reprendre les exemples cités par le CDT ci-avant : les langues régionales breton et gallo, l'artisanat, les éléments du patrimoine environnemental, etc. J'ai pu montrer jusqu'alors que dans le contexte de recherche qui est le mien, la question de l'identité est récurrente, quel que soit le secteur politique, culturel, économique que l'on observe.

Un lien est à faire entre les différentes échelles politiques que j'ai pu évoquer, au niveau communal, départemental et régional : une cohérence est à remarquer pour ce qui concerne l'aménagement linguistique, les planifications valorisantes des objectifs et actions (concernant autant l'affichage bilingue que des actions de développement plus globales) afférentes à chacune des institutions.

2.4 Les politiques linguistiques ou les politiques de communication des entreprises de Bretagne

Comme l'a montré un précédent exemple, le terme « image » pourrait se substituer dans le contexte qui nous intéresse à celui « d'identité ». Par un jeu de mots, ne pourrions-nous pas poser la question : quelle identité a l'image de la région ?

Ouvrez grand vos yeux et laissez-vous surprendre par cette Bretagne légendaire qui a vaillamment lutté pour conserver intactes la pureté et la force de ses paysages. Avec sa campagne séduisante et ses kilomètres de côtes, tantôt déchiquetées, tantôt souriantes et mélancoliques, ses îles aguicheuses, ses richesses archéologiques, le Sud offre la vision d'une Bretagne à l'état brut. Sauvage, violente et belle, il enthousiasmera indéniablement tous les amoureux de la nature. Le Nord, quant à lui, se découvre sur la pointe des pieds. En Ille-et-Vilaine, point d'enclos paroissiaux, ni calvaires, il faut d'abord admirer les villas de Dinard, l'extraordinaire architecture de Saint-Malo, puis faire une balade sur les côtes armoricaines, goûter à la beauté des plages et des landes sauvages. Et enfin pénétrer dans un autre pays, où même la signalisation routière est bilingue. Quoi qu'il en soit, le routard s'entendra toujours dire ici : « Digemer mad ». Bienvenue !

²¹¹ *Ib.*, p. 43.

Cette description attirante de la région Bretagne par le guide du routard (dont le fondateur est un breton !) converge vers l'idée qu'aujourd'hui (et ce depuis quelques années) la Bretagne fait vendre. Le « Made in Breizh » (« fabriqué en Bretagne ») représente certaines valeurs dont la Bretagne tire profit : authenticité, savoir-faire, ancrage local garanti, attachement au terroir, sérieux. Les entreprises bretonnes ont su aussi mettre en avant ces caractéristiques dans leur politique de communication, dans leur packaging, et se livrent parfois à de véritables politiques linguistiques. Sur ce sujet, deux niveaux de réflexion sont à avoir :

- il y a politique linguistique au sein de l'entreprise lorsqu'on décide, par un plan d'action d'utiliser une langue (ou plusieurs) plutôt que d'autres, et que des aménagements sont faits en ce sens : par exemple lorsqu'on choisit dans une entreprise française, localisée en France, d'adopter une langue autre que le français comme langue de travail, l'activité faisant que les échanges nécessitent l'usage de cette langue ;
- il y a politique linguistique lorsqu'une langue (ou plusieurs) est utilisée comme argument, comme produit dans les politiques de développement des entreprises. Ce sera le cas que je privilégierai.

Dans les entreprises bretonnes, si la langue régionale peut être une langue d'échange entre les personnes, partageant le même espace de travail, elle ne peut pas être une langue de travail de manière générale (l'Office de la langue bretonne démontrerait le contraire en citant son propre cas, puisque la maîtrise de la langue bretonne est une condition de recrutement, le breton est la langue de travail ; l'activité étant bien sur spécifiquement dédiée à la langue bretonne : sa promotion, son avenir) car cela réduirait très fortement voire complètement les possibilités d'échange aux niveaux national, européen et international mais aussi au niveau local et régional, la langue bretonne étant parlée par un nombre restreint de personnes (l'évolution du nombre de locuteurs a été cité précédemment, partie 1). De manière générale, la raison d'être de toute entreprise est le profit. Pour fonctionner, une entreprise doit être prospère.

Que ce soit une petite, une moyenne ou une grosse entreprise, les enjeux ne sont pas les mêmes et les objectifs à atteindre annuellement ne supposent pas les mêmes modes de fonctionnement. Au delà de ces questions économiques, c'est la démarche d'investissements / de motivations vers la thématique régionale qui m'intéresse ici. Logotypes, enseignes, signalétiques interne et externe, lexique sont autant de pratiques linguistiques qui à différentes échelles visent la valorisation des activités des entreprises les utilisant. La « belle image » de la Bretagne est attestée depuis longtemps et l'évolution de la perception de cette région n'a fait que progresser dans le même sens. L'image de la Bretagne est positive et les entrepreneurs n'hésitent pas à s'en servir. En 1999, une étude a été menée par le cabinet Sextant, conseil en communication et développement, à la demande de l'association Produit en Bretagne²¹², pour mesurer la confiance des consommateurs français dans les produits signés « Bretagne », pour suivre de manière diachronique l'évolution de l'image de la région et identifier les éventuels problèmes, pour mesurer l'évolution de la perception de la Bretagne par les

²¹² ASSOCIATION PRODUIT EN BRETAGNE, 1999, *Baromètre d'image de la Bretagne*, Sextant, Rennes, 114 pages. (Etude).

usagers (en Bretagne et en dehors). Un échantillon de 1000 personnes a été interrogé (300 en Bretagne et 700 en dehors – Paris et région parisienne, sans précision), pour une variable d'âge allant de 18 à 74 ans (les tranches d'âge ayant été découpées pour être équivalentes au niveau du nombre d'informateurs). Quelques résultats sont à retenir :

- En dehors de la région, la Bretagne bénéficie d'une image positive pour 85,6% des personnes interrogées hors région et pour 93% des personnes interrogées en Bretagne.
- À la question : « Quand on vous parle de culture bretonne, à quoi pensez-vous ? », les deux principales réponses sont : la musique (pour 30,1% de l'échantillon hors Bretagne et 33,3% de l'échantillon Bretagne, soit 30,8% du total des personnes interrogées) et la langue (pour 24,1% de l'échantillon hors Bretagne et 26% de l'échantillon Bretagne, soit 24,3% du total des personnes interrogées). La langue a même été reconnue comme une expression artistique par 2,1% de l'échantillon dans une question ultérieure.
- Les entreprises bretonnes bénéficient d'une image positive, sont reconnues pour attachées à leur région par 92,6% des personnes interrogées et pour être préoccupées par la qualité de leurs produits par 91,3% de l'échantillon. (Les informateurs avaient à dire si elles étaient d'accord ou non avec l'affirmation proposée).
- La valeur d'image des produits bretons est favorable. 28% de l'échantillon national la reconnaît très positive et 61,8% assez positive. Les résultats sont quasiment équivalents en Bretagne comme en dehors. Aussi, les personnes font généralement confiance aux références régionales, y voyant là des produits authentiques, produit selon un savoir-faire traditionnel de qualité.
- À prix et à qualité reconnus comparables par l'informateur, une forte majorité déclare choisir de préférence le produit d'origine bretonne (pour 55,4% de l'échantillon hors Bretagne et 86,7% de l'échantillon Bretagne, soit 62,5% du total des personnes interrogées).
- À la question « Un label signalant l'origine bretonne des produits vous inciterait-il à en acheter ? », 60% de l'échantillon hors Bretagne et 66,2% de l'échantillon Bretagne, soit 62,3% du total des personnes interrogées déclarent être incités favorablement à l'achat.

Aussi, le climat semble être très favorable aux entreprises désireuses d'apposer un signe régional, qu'il s'agisse d'une image, d'un élément linguistique, etc. Depuis cette étude, peu voire pas de documents de même type ont été produits pour tester l'évolution de cette thématique régionale. Les représentants de l'association Produit en Bretagne ont toutefois déclaré lors de l'assemblée générale du 17 février 2006 à Lorient que l'image de la Bretagne est très positive, même en dehors des « frontières » de la région, que les perspectives vont de manière croissante concernant cette thématique ; et c'est ainsi qu'un plan de communication, utilisant pour la première fois la langue bretonne a été organisé en 2005-2006, et ce pour une période de 5 années. De plus, au mois de mai 2006, 1 900 000 exemplaires de publicité bilingue ont été distribués dans les cinq départements de la Bretagne historique avant la période de la fête de la Saint-Yves. Yves Hélory de Kermartin, prêtre du diocèse de Tréguier, ayant vécu au XIII^{ème} siècle, ayant consacré sa vie à la justice et aux pauvres a été canonisé au XIV^{ème} siècle et est devenu Saint-Yves. Son culte reste important en Bretagne. La fête de la Saint-

Yves est le lieu de fêtes traditionnelles, commençant généralement par un pardon, pour célébrer ce saint patron de toutes les professions de justice et de droit, notamment celle des avocats.



Photo 54. Affiche publicitaire, association Produit en Bretagne, Fest Yves, mai 2006, DVD : Voir, Les étiquettes, La publicité, PB 28 – PB 29



Photo 55. Détail de l’affiche publicitaire, association produit en Bretagne, Fest Yves, mai 2006

<p>GÂTEAU BRETON LE GOTH 1/2 LUNE PRUNEAUX 440 g dont 10 % gratuit Gouezell Vreizh LE GOTH karelek gant prunvez 440 g zo digoust 10 % d'oc'h Pêlec'hioù de l'Ofel, Erges Galarik (29)</p>	<p>4/4 DEMI LUNE LE GOTH NATURE 400 g = 20 % gratuit soit 480 g Gouezell-antonn karelek natur (L. GOTH) 400 g ma 20 % digoust, hevet 480 g Pêlec'hioù de l'Ofel, Erges Galarik (29)</p>	<p>ASSORTIMENT GALETTES ET PALETS COFFRET DIM DAM 325 G Pêlad 325 g dibet galeter ha paletoù DIM DAM kêr Cardiac, Louvêr (22)</p>	<p>12 CRÊPES EVEN 350 G 12 krapadenn Even 350 g Even, Ploazenn (29)</p>
<p>8 CRÊPES SAUVER BRETONNE BEURRÉES SUCRÉES À LA CASSONADE 285 G 8 krapadennenn bleiz-gar Breizh gant anavez ha kassonadur 285 g Even, Ploazenn (29)</p>	<p>+10% GRATUIT CONFITURE ARTISANALE LES 4 SAISONS FRAISE DE PLOUGASTEL 400 g +10 % gratuit, soit 440 g Kofitour artisanal - sivi Plougastel 400 g +10 % digoust, hevet 440 g Confitures Les 4 Saisons, Huelgoat (29)</p>	<p>SACHET CONFISEUR TRESKELS ET HERMINES 200 G Sac'hedij kofiteurezh - Treskelur ha/ha Erminegou 200 g Confiserie Pêlec'h, St Heléan (44)</p>	<p>+10% GRATUIT FARINE DE BLÉ NOIR TREBLEC TRADITION 1 kg + 10 % gratuit, soit 1,1 kg Bleud Gouezell-ek - D'ebec' Hergonnel 1 kg + 10 % digoust, hevet 1,100 g AMO, Maer de Bretagne (35)</p>
<p>CAFÉ MOULU CÔCÉ 100 % ARABICA 250 G - TORRIFIÉ EN BRETAGNE Matin Breton ou Escalé Bretonne Kafe muiet 100 % Arabica - 250 g krazet e Breizh Midi e Breizh pe Du e Breizh Cafés Cœc, Ploazenn (29)</p>	<p>RILLETTES DE MAQUEREAU DE THON BLANC GERMON ET DE SARDINE GROSS ET NATURE** Le lit de 3 x 100g, soit 300 g Pêlec'hioù Breizh, Triou gwezer breizhoù Sardini ar stêr 3 x 100 g, hevet 300 g Gross et Nature, De de Goue (56)</p>	<p>10% GRATUIT SARDINES À L'HUILE D'OLIVE LES MOUETTES D'ARVOR 115 G x 2 DONT 10% GRATUIT, SOIT 230 G DONT 23 G GRATUIT. AU CHOIX : À L'HUILE D'OLIVES OU CITRON/HUILE D'OLIVE. Da zhoù : dre euz olivez pe olivez/olivez olivez Sardin che voad olive 115 g x 2. zo digoust 10 % d'oc'h, hevet 230 g zo digoust 23 g d'oc'h Conserverie Gouezell, Concarneau (29)</p>	

Photo 56. Affiche publicitaire, association Produit en Bretagne, Fest Yves, mai 2006, page intérieure indiquant tous les produits signés par le logo de Produit en Bretagne et pouvant être achetés dans tous les magasins participant à l’événement, DVD : Voir, Les étiquettes, La publicité : PB 32.



Photo 57. Détail de l’affiche publicitaire, association produit en Bretagne, Fest Yves, mai 2006, page intérieure, détail des produits, DVD : Voir, Les étiquettes, La publicité : PB 15

Ces éléments de corpus peuvent être complétés en se reportant au DVD, PB 28 à PB 33 ainsi que pour le détail des produits et la visualisation du détail des étiquettes bilingues : PB 39 (les madeleines Le Glazik), PB 40 (le quatre-quarts Le Glazik), PB 41 (Les yaourts Mamie Nova), PB 48 (le fromage Paysan breton), PB 60 (les biscuits Ré Vad). Nous observerons que toutes les enseignes (13 au total) adhérentes à Produit en Bretagne ont participé à la mise en œuvre de cette publicité. La photo 54 n’indique pas tous les magasins participants. Aucun prix n’apparaît sur le prospectus. Cette opération consiste à passer par une sensibilisation culturelle, la place de la langue bretonne est donc ici très importante, avant d’inciter les personnes à se rendre en magasin pour trouver les produits présents sur l’affiche. La question de la rentabilité ne semble donc pas être le premier objectif du lancement de cette opération (qui doit se poursuivre à Paris et région parisienne), c’est davantage ce que l’association nomme « le pari de la culture ». Comme on peut le voir sur la photo 57, toutes les caractéristiques des produits promotionnés sont bilingues français / breton. La langue bretonne est un argument de vente surtout pour les mots dits populaires, qu’un ensemble conséquent de personnes non-locutrices du breton connaissent, tel que le mot Breizh par exemple. Ici, les mentions en breton semblent s’adresser plutôt aux locuteurs de la langue régionale étant donné le niveau de détail et de complexité du lexique utilisé. Le fait de mentions bilingues permet aux non-locuteurs d’avoir accès à une certaine reconnaissance de mots et peut susciter une curiosité. Cela reste de toute façon et avant tout une démarche commerciale globale, sous couvert de la culture bretonne. En parallèle cela permet de défendre certaines valeurs que les entreprises soutiennent ; la question linguistique étant la principale. Élément fondamental de la culture bretonne, perdurer l’usage de la langue régionale devient une bataille citoyenne pour diverses entreprises qui se servent de leur position et de leur domaine d’activité pour encourager le soutien à la culture bretonne et la pratique de la langue régionale.

Il faut ainsi reconnaître « l'investissement citoyen » (selon l'expression du directeur du magasin Super U, Monsieur Jean-Jacques Troadec²¹³) dont témoigne le Super U de Vern-sur-Seiche, dans le département de l'Ille-et-Vilaine. Comme je l'ai dit aux pages 126 à 130, l'objectif de cette signalétique est de créer un nouveau concept de magasin qui renforce, perdure les valeurs culturelles bretonnes, dont la langue est l'élément mis à l'honneur. De la même manière, « La distillerie des menhirs » située à Plomelin, département du Finistère, dirigée par Guy Le Lay, suit un fonctionnement similaire. La distribution des produits est un moyen (par le packaging) de faire passer un certain nombre de valeurs et la langue bretonne en est l'outil essentiel. La signalétique externe de l'entreprise comme les supports d'emballage des produits fabriqués comportent des mentions bilingues (DVD : Voir : Les étiquettes, La publicité : PB 25).



Photo 58. Enseigne bilingue français-breton, Distillerie des menhirs, Plomelin, Département du Finistère, DVD : Voir, Les enseignes commerciales, EC 14 et EC 15

Sur cette enseigne, les mots traduits en breton expriment la volonté de représentants de l'entreprise de montrer leur ancrage territorial. L'identité et la culture bretonnes sont des facteurs importants et trouvent leur place dans l'activité de cette distillerie. Dans le domaine économique, la définition la plus commune du mot « valeur » oscille entre valeur d'usage ou d'utilité et valeur d'échange ou marchande. À mon sens, lorsque la langue bretonne apparaît dans les supports de communication des entreprises, elle est

²¹³ Un entretien s'est déroulé entre Jean-Jacques Troadec et moi-même le 18 mai 2006 pour les besoins de mes recherches et est disponible en se reportant au DVD : Ecouter, Jean-Jacques Troadec.

alors une bonne illustration des multiples sens que peut avoir la notion de « valeur ». Dans la dynamique d'une organisation sociale et sociétale, les valeurs sont ce qui est posé comme le vrai, le beau et le bien selon des critères personnels et / ou sociaux, et sert de référence, de principe moral aux hommes. La valeur est aussi un indice d'estime, d'intérêt que l'on porte à un bien ou à une personne. Toujours dans un principe subjectif, les valeurs sont unanimement corrélées aux représentations que chaque individu a du Monde qui l'entoure. Aussi, utiliser la langue bretonne comme c'est le cas dans les supports présentés ci-avant renvoie à un système de valeurs préalablement admises par toute la communauté entrepreneuriale et partagée par les usitaires. Étant donné que la langue bretonne apparaît sur des produits de consommation, elle est liée aux valeurs d'authenticité, de savoir-faire, de qualité, de terroir, d'artisanat, etc. À cela s'ajoute un message plus vaste lié aux valeurs de la culture et de l'identité bretonne dans son ensemble, que les usitaires reconnaissent également à travers ces supports puisque la langue bretonne fait référence à un système de valeurs beaucoup plus global.

Lorsqu'il s'agit d'une proposition de services, tel que l'agence culturelle de Bretagne fait à Josselin (département du Morbihan) ou l'entreprise de Mécanographie bigoudène à Pont-l'abbé (département du Finistère), la langue bretonne a deux rôles : elle indique dans le premier cas la possibilité d'un service dans la langue, et pour l'agence culturelle de Bretagne c'est même un service proposé en trois langues, français, breton et gallo :



Photo 59. Affichage sur la vitrine de l'agence culturelle de Bretagne, déclinaison des services en français, DVD : Voir, La signalétique externe, Les bâtiments publics, SEBP 02 et SEBP 03



Photo 60. Affichage sur la vitrine de l'agence culturelle de Bretagne, déclinaison des services en breton (photographie de gauche) et en gallo (photographie de droite), DVD : Voir, La signalétique externe, Les bâtiments publics, SEBP 04 et SEBP 05

Dans le cas de l'entreprise de mécanographie bigoudène, la signalétique externe bilingue, en plus de l'enseigne (en français mais symboliquement logotypée comme bretonne par les dessins qui y apparaissent) rappelle un attachement à la langue et à la volonté de la faire perdurer :



Photo 61. Enseigne de l'entreprise « Mécanographie bigoudène », Pont-l'abbé, département du Finistère, DVD : Voir, Les enseignes commerciales, EC 18



Photo 62. Signalisation externe bilingue français –breton de l’entreprise « Mécanographie bigoudène », Pont-l’abbé, département du Finistère, DVD : Voir, Les enseignes commerciales, EC 19 à EC 21

L’activité de mécanographie apporte des solutions mécaniques ou électromécaniques aux entreprises (par exemple) pour le calcul, le traitement de l’information et la publication d’informations. Les noms des outils commercialisés par l’entreprise de Pont-l’abbé sont traduits en breton et ont un rôle d’information et de transmission culturelle. L’entreprise fait partie des signataires de la charte Ya d’ar brezhoneg. La signalétique bilingue répond donc à une des conditions de la charte mais signifie à plus large plan que l’entreprise souhaite promouvoir la langue bretonne. Signalée dans ce contexte de l’entreprise, cela donne un caractère moderne à la langue puisque le lexique (spécialisé) qui est traduit dans cet espace montre que la langue bretonne non seulement s’adapte mais surtout existe dans tous les domaines de la vie.

La modernité prend également place dans un lexique remanié aux allures bretonnes tel que le montre la politique de communication de l’entreprise « A l’aise Breizh » : DVD : Voir, Les étiquettes, La publicité : PB 01 à PB 05, et Voir, La signalisation touristique, ST 20.



Photo 63. Page du catalogue « A l'aise Breizh », collection 2005

Le nom « la collek Moutiks » reprend deux figures linguistiques, l'une bretonnaisante par la terminaison du mot « collek » avec la lettre « k » et le mot « moutiks » signifiant « mignons » en breton et rappelant l'expression affectueuse « mon mignon, ma mignonne » par laquelle on peut s'adresser à un enfant. Diverses marques linguistiques bretonnes apparaissent dans le catalogue, comme par exemple sur la page de fin :



Photo 64. Détail de la page de fin du catalogue « A l'aise Breizh », remerciements, collection 2005, DVD : Voir, Les étiquettes, La publicité : PB 02

Dans l'expression ré-orthographiée de l'anglais « Thank you very much » (Merci beaucoup) et du breton « Marplij » (s'il vous plaît), la marque linguistique bretonne renforce l'implication culturelle de la marque « A l'aise Breizh ». Leur politique de communication reprend tout une symbolique bretonne, avec le personnage principale (une bigoudène) apposé sur les vêtements et des marques linguistiques orales telles « 1 pekab » apposées également sur des vêtements pour le mot « impeccable » rappelant une marque phonétique bien localisée. Les fantaisies que propose cette marque l'estampille bien comme ancrée dans la culture bretonne et s'adressent à un public

jeune. C'est une manière de réhabiliter une part de la culture, de la rendre moderne, et donc favorable aux yeux d'un public dit « jeune ».

Puis le nom reste aussi l'un des moyens privilégiés pour donner une identité au produit et à l'entreprise. Élément clé de reconnaissance d'une entreprise, la dénomination a un rôle très important et transmet aussi un certain nombre de valeurs. Ainsi lorsque les restaurants choisissent de s'appeler « Au feu de Breizh »²¹⁴, « Pizza Ty Bod »²¹⁵, « Pizza Breizh »²¹⁶, « Le planet Breizh »²¹⁷, etc. ou encore lorsqu'un commerce porte un nom breton tel que « Constructions Ty gwenn »²¹⁸, « Bar Ti Castel »²¹⁹ ou « Le Fournil des menhirs »²²⁰, ils participent à la mise en œuvre d'une certaine politique linguistique puisqu'ils désirent marquer la dénomination de leur activité commerciale par un nom faisant référence à la culture bretonne, à un certain système de valeurs donc. C'est souvent le même type de mots, communément reconnus, qui sont utilisés. Que ces entreprises utilisent de manière combinée une signalétique externe bilingue, une signalétique interne bilingue (par exemple le cas de Sydel exposé p. 139 à 142) et une signalétique bilingues sur les produits commercialisés ou de manière autonome pour chacune des formes d'affichage, elles développent et mettent en œuvre volontairement des politiques linguistiques à visée commerciale. Ces actions agissent de fait sur la langue bretonne plus ou moins directement et à plus ou moins grande échelle. Ces signalétiques participent à la construction d'un espace public bilingue, par de plus en plus de supports et dans de plus en plus de lieux. Nous relèverons donc, d'après ces quelques cas (ce sujet spécifique demanderait à être encore très largement développé) un essor important de la thématique régionale dans les politiques de communication des entreprises de Bretagne.

Il faudra aussi distinguer à travers les actions de ces entreprises l'étendue de distribution des produits fabriqués. Lorsqu'il s'agit d'enseignes à activité sur lieu fixe, tel que les restaurants, cela se destine aux usitaires (permanents ou non) qui se déplacent sur le lieu d'implantation. Lorsqu'il s'agit d'entreprises qui exportent à travers toute la Bretagne et en dehors, les enjeux de la symbolique et de la dénomination bretonnes sont autres. Selon les secteurs professionnels, la reconnaissance de la thématique régionale ne semble pas avoir d'impact spécifique, tel que pour l'entreprise Sydel (informatique et électronique), la commercialisation de produits (la carte ABEM par exemple) portant un nom breton n'a pas d'impact. Dans le secteur de la grande distribution, les produits tel que l'eau Arzhur (DVD : Voir, Les étiquettes, La publicité : PB 08) ou le Breizh cola (PB 10) ne sont pas distribués en dehors des cinq départements de la Bretagne historique. À l'inverse le whisky « Eddu » de l'entreprise « Distillerie des menhirs » est distribué à travers la France et en dehors. Le support d'emballage de ce produit comporte également une mention en anglais. Pour les entreprises qui travaillent à l'international, la thématique régionale ne semble pas porteuse selon les modalités de communication qui ont été exposées

²¹⁴ DVD : Voir, Les enseignes commerciales : EC 09 et EC 10.

²¹⁵ DVD : Voir, Les enseignes commerciales : EC 32.

²¹⁶ DVD : Voir, Les enseignes commerciales : EC 16.

²¹⁷ DVD : Voir, Les enseignes commerciales : EC 33.

²¹⁸ DVD : Voir, Les enseignes commerciales : EC 06 et EC 07.

²¹⁹ DVD : Voir, Les enseignes commerciales : EC 11 et EC 12.

²²⁰ DVD : Voir, Les enseignes commerciales : EC 13.

précédemment. Chaque entreprise adapte sa communication en fonction du public à qui cela s'adresse. Aussi, la langue bretonne (certains éléments symboliques peuvent avoir un impact plus fort en dehors des frontières régionales) ne s'exporte pas autant que les produits sur lesquels elle s'affiche parfois. Elle est réservée dans la plupart des cas à un cadre de politique locale, régionale et nationale dans le sens où Paris, par exemple, est un lieu de distribution propice. La question de la vocation des activités des entreprises des logos, des symboles linguistiques et autres régionaux sera un point à traiter dans une étude future. L'évaluation de l'impact régional aux échelons national et international ainsi que les possibilités d'export de produits marqués régionalement et selon les secteurs, est un point qui mériterait d'être approfondi.

En attendant, l'inscription de mots évocateurs, identifiés comme représentatifs de l'identité bretonne, l'inscription de la langue bretonne dans l'espace public par le biais d'expressions, de noms tel que le nom Bretagne lui-même, ont un rôle non négligeable dans la politique de développement de la région. La dénomination a un rôle essentiel et c'est pour cela qu'à une autre échelle, les communes comme les départements font parfois la démarche de se renommer, étant donné l'impact de développement que cela peut permettre.

2.5 L'influence du toponyme : démarches de changement de noms, l'exemple des départements bretons

Le nom est un élément fondamental de l'identité car il est un élément de reconnaissance essentiel. Il est aussi directement associé à un ensemble de valeurs, de représentations comme j'ai déjà eu l'occasion de le mentionner. Tel qu'indiqué dans le guide du routard (cf. citation précédente p. 237) « ... cette Bretagne légendaire qui a vaillamment lutté pour conserver intactes la pureté et la force de ses paysages... la vision d'une Bretagne à l'état brut », les deux occurrences du mot Bretagne font référence aux représentations présagées des personnes étant dans la possibilité de fréquenter, de passer, de choisir, de venir dans cette « Bretagne », visiter cette image [de la Bretagne].

Nous avons pu observer jusqu'ici l'ensemble des motivations qui encourage l'affichage du nom Bretagne et l'utilisation de ce nom. Une certaine voie plébiscitaire, une certaine valorisation sont recherchées par divers moyens et contribuent à continuer à créer une image valorisante de la région tout entière ; une image qui finit par être consentie par tous puisque regorgeant de représentations que la conscience collective finit par admettre comme vérité. C'est pour cela que se rapprocher de la Bretagne (du système de valeurs qui lui est imparti) devient un objectif pour les institutions dont le nom ne semble pas propice à un développement suffisant et sans cesse croissant.

Le nom marque l'identité, est l'identité de quelqu'un, d'un lieu. En Bretagne deux exemples de toponymes témoignent d'une remise en question identitaire de lieux, par rapport à leur nom :

- 1) 1990 : le nom du département des Côtes du Nord devenant Côtes d'Armor ;
- 2) 2005 : la volonté de changer le nom du département d'Ille-et-Vilaine en Haute-Bretagne.

Sous le « prétexte » de noms peu *enchanteurs* (adjectif cité dans les documents politiques officiels), une volonté de changement de nom et la mise en place d'une procédure dans cet objectif sont nées dans le but d'aller vers une identité davantage valorisante.

L'élément principal de la carte d'identité d'un lieu ou d'une personne est son nom propre, renvoyant à l'idée d'appartenance, une appartenance exclusive, unique à celui, celle ou au lieu portant ce nom. Aussi la différence entre le nom commun et le nom propre serait l'extension, le nom commun s'appliquant (renvoyant) à un plus grand nombre d'objets que le nom propre s'appliquant spécifiquement à une personne (anthroponyme), un lieu (toponyme), à un produit de marque déposée, à un titre d'œuvre, à un nom de périodique, etc. Le nom commun renvoie à un concept, au sens de Saussure, à un signifié tandis que le nom propre, sous sa forme archétypale renvoie à un élément extralinguistique, appelé référent.

Les noms propres n'ont pas de sens, ce sont des marques sans signification ; ils dénotent mais ne connotent pas... Nous utilisons le nom propre pour référer et non pour décrire ; le nom propre ne prédique rien à propos de l'objet, et par conséquent n'a pas de sens.²²¹

En m'appuyant sur les travaux de John R. Searle, Michel Ballard (pour le lien entre nom propre et traduction) et Saul Kripke, je dirais que le postulat consistant à dire que le nom propre n'a, par essence, pas de sens, repose sur une incomplétude puisque le nom propre, bien que désignant de manière stricte une « réalité », véhicule aussi des représentations sémantiques. Dans le cas des toponymes, sujets des politiques linguistiques en faveur du bilinguisme en région Bretagne, ces noms propres sont emplis de sens autres, supplémentaires que la réalité de lieux qu'ils désignent. Les décideurs institutionnels sont les donneurs de sens. Si le nom propre réfère directement au lieu, il n'en demeure pas moins que la connaissance du lieu portant ce nom propre permet de (se) constituer des représentations sémantiques liées au nom lui-même mais aussi à d'autres éléments auxquels il peut renvoyer tels que des personnes, des événements ayant eu lieu dans cet endroit, etc. Ces représentations découlent des toponymes et peuvent être parfois associées dans la mémoire à long terme qui permet de désigner le(s) lieu(x) ou de se représenter le(s) lieu(x) par d'autres caractéristiques que son nom d'origine (puisque cela peut donner lieu à de nouvelles nominations officieuses, que les personnes partagent par leur histoire de vie, etc.).

Puis un toponyme peut aussi être le sujet d'interprétation sémantique. L'interprétation sémantique est directement en lien avec l'image du nom des départements : référent culturel, ajustement culturel. Une image est parfois plus que la chose même dont elle est l'image. Nous fonctionnons selon un système de représentations collectives

²²¹ SEARLE, John, R., p. 216.

auxquelles nous adhérons plus ou moins, et un système de représentations individuelles (forcément corrélatif au collectif) que nous créons, entretenons, etc. Cela rappelle l'idée de la circonsphère composée de deux principaux espaces temps, la micro-sphère qui correspond à l'univers d'un seul individu, composé de ses propres opinions, ses idées, renvoyant spécifiquement à une personne, une chose, un événement (les micro-sphères se rencontrent sans arrêt pour que la communication soit possible, ce sont des sphères en perpétuel mouvement) et la macro-sphère, qui correspond aux temps des représentations collectives, un environnement composé des opinions sur les hommes en général, la catégorie des choses en général, etc., et qui nourrit la composition des micro-sphères individuelles puisque nos propres opinions se construisent aussi en rapport avec les valeurs dites collectives, communes.

Concernant le nom, l'attribution d'un prénom à un nouveau né évoque quelque chose de particulier. On le garde souvent secret jusqu'au dernier moment. Il est choisi par exemple en fonction de référents culturels. Mais phonétiquement, un prénom peut aussi évoquer des choses, permettre des représentations à celui qu'il l'entend, de la même manière qu'à l'évocation d'un toponyme bien localisé (et dont la prononciation renforce cette idée), cela renvoie à de nombreuses significations pour les interactants. Donc il y a du sens, si ce n'est dans le nom même, autour du nom, un ensemble de signifiants fait que le nom a du sens. Aussi le nom propre est un signifiant. Il est une suite phonologique de son constituant un signe entier qui porte différentes significations et identifications. Depuis la création des départements en 1790, moins d'une dizaine ont obtenu le changement de nom, le dernier étant les Côtes d'Armor :

- 1791 le département de *Mayenne-et-Loire* devient le département de *Maine-et-Loire* ;
- 1793 la Gironde devient le *Bec-d'Ambès* (en raison de l'arrestation des Girondins) ;
- 1795 le *Bec-d'Ambès* redevient la Gironde ;
- 1941 la *Charente-Inférieure* devient *Charente-Maritime* ;
- 1955 la *Seine-Inférieure* devient la *Seine-Maritime* ;
- 1957 la *Loire-Inférieure* devient la *Loire-Atlantique* ;
- 1969 les *Basses-Pyrénées* deviennent les *Pyrénées-Atlantiques* ;
- 1970 les *Basses-Alpes* deviennent les *Alpes-de-Haute-Provence* ;
- 1990 les *Côtes-du-Nord* deviennent les *Côtes-d'Armor*.

Depuis une dizaine d'années, plusieurs cas de demandes de changement de nom sont à remarquer autant au niveau régional, départemental que municipal. Les cas du département de l'Ariège (le Conseil Général de l'Ariège a décidé à l'unanimité le 7 janvier 2005 de lancer une campagne de communication et d'entreprendre les démarches auprès du Conseil d'État pour que le Département s'appelle désormais « Ariège-Pyrénées »), du département de la Saône-et-Loire (en 2003, le Président du Conseil Général, René Beaumont lance une campagne de promotion pour le changement de nom du département en « Bourgogne du Sud »), de la région Languedoc-Roussillon (en 2005, le Président du Conseil Régional Georges Frêche lance le projet de changer le nom de la région en « Septimanie »), et la ville de Saint-Nazaire (l'éditorial du bulletin municipal de septembre 2005 indique la volonté du maire Joël-Guy Batteux de changer le nom en « Saint-Nazaire sur mer ») indiquent des

motivations similaires : redonner une autre image au lieu, par la représentation liée aux nouveaux toponymes susceptibles de les désigner. Plus précisément, les cas des départements des Côtes d'Armor et de l'Ille-et-Vilaine seront envisagés pour analyser au plus près les motivations des élus pour lancer une procédure de changement de nom et le retour de la population face à ces demandes.

Méthodologiquement, après avoir trouvé des informations dans les quotidiens régionaux sur la volonté du changement de nom, j'ai effectué un travail de collectage auprès des personnes et instances en charge de ces dossiers. Des contacts ont été pris avec les presses locales dont le *Ouest-France*, puis au Conseil général d'Ille-et-Vilaine et au Conseil régional de Bretagne. En parallèle, j'ai également suivi un contact presse de *La dépêche du Midi* ainsi que des contacts au Conseil général de l'Ariège et au Conseil régional Midi-Pyrénées pour comparer l'évolution des procédures et suivre les résultats d'une enquête menée auprès de la population pour mesurer le degré d'adhésion au changement de nom du département. Un gros travail collectage a été fait par chacune des équipes presses des différentes régions de France concernées sur les précédentes demandes de changement de nom, sur les témoignages de la population.

Aussi, pour la Bretagne, deux exemples sont à noter, les côtes d'Armor (nom actuel transformé) et l'Ille-et-Vilaine ont lancé une demande de changement de nom, pour une identification autre en rapport aux toponymes qui les désignent.

2.5.1 Côtes du Nord – Côtes d'Armor

Dans sa séance du 10 juillet 1959, le Conseil municipal de Saint-Brieuc a émis un vœu tendant à substituer le nom du département de Côtes-d'Armor » au nom de « Côtes-du-Nord ». Ce vœu est le suivant :

- considérant que le nom du département des Côtes-du-Nord est manifestement impropre du point de vue géographique, ce département étant situé à l'Ouest de la France ;
- considérant que cette appellation est incorrecte, le mot « Nord » évoquant le froid, alors que le climat de la Bretagne, essentiellement doux et maritime, n'a rien de commun avec ce qu'il est convenu d'appeler un « climat nordique » ;
- considérant que le nom « Côtes-du-Nord » constitue ainsi pour le département un élément nettement défavorable du point de vue touristique qui contrarie injustement les efforts de propagande des Syndicats d'initiative ;
- considérant que le tourisme représente immédiatement après l'Agriculture, la principale ressource du département, et que le préjudice qui lui est causé, spécialement auprès des étrangers, est considérable ;
- considérant que plusieurs autres départements qui estimaient souvent avec moins de raisons que nous le nom de leur département leur causait un certain préjudice, en ont obtenu ces dernières années la modification (Charente-Maritime, Seine-Maritime, Loire-Atlantique).

Demande avec insistance :

- Que le nom du département des Côtes-du-Nord soit modifié ;
- Que le nom adopté soit « Côtes-d'Armor ».

Cette dénomination ne paraissait pas devoir soulever d'objections dans les autres départements bretons dont les noms répondent à des appellations logiques. Par ailleurs, « Côtes d'Armor » semblait se justifier du point de vue historique et géographique, le mot « Armor » y conservant la double signification de pays de la Mer et d'Armorique, nom ancien de la péninsule bretonne. Enfin, le nom de « Côtes d'Armor » permettait de ne pas modifier le numéro minéralogique du département et ne comporterait de ce fait aucune difficulté administrative.

À la date du 6 novembre 1959, 251 communes ont demandé par délibérations adressées au préfet des Côtes-du-Nord, René Bougrat, la substitution de nom « Côtes-d'Armor » au nom Côtes-du-Nord », pour désigner leur département. Cette demande de changement de nom a abouti en 1960 à la création d'une commission d'étude chargée d'examiner la question. En juillet 1962, Le Ministère de l'Intérieur sollicite l'avis des autres départements bretons. Le Morbihan et l'Ille-et-Vilaine n'émettent aucune objection, contrairement au Finistère (au motif que le terme « Armor » signifiant « côtes » en breton) qui n'envisage pas la possibilité de n'attribuer cette appellation qu'à un seul département breton. En 1978, le dossier est relancé par un vœu de l'assemblée générale des Offices de tourisme et syndicats d'initiative. En 1988, le conseil général des Côtes-du-Nord, présidé par Charles Josselin, décide de formuler une nouvelle demande officielle et confirme le souhait de l'appellation Côtes d'Armor. En 1989, la Commission nationale consultative (commission de révision des noms du ministère de l'Intérieur), compétente pour tout changement de nom, émet un avis favorable, sous réserve de l'accord des trois autres Conseils Généraux de Bretagne, ainsi que du Conseil Régional. En janvier 1990, année du bicentenaire de la création du département), sur proposition de Charles Josselin, un avis favorable est donné par le Conseil d'état et le par le décret du 4 mars 1990, le département des Côtes-du-Nord est devenu le département des Côtes-d'Armor. Aussi il aura fallu un peu plus de trente ans pour que la demande de changement de nom aboutisse et que le département puisse profiter d'une dénomination plus appropriée au développement du tourisme par exemple. Toutes les représentations liées à un toponyme sont à prendre en compte car elles constituent des facteurs de développement, des possibilités sur lesquelles les communes, le comité départemental du tourisme et toutes les autres institutions et établissements peuvent baser leur politique de communication.

2.5.2 Ille-et-Vilaine – Haute-Bretagne ?

C'est ainsi que le département de l'Ille-et-Vilaine a souhaité en 2005 lancer un projet consistant à renommer le département pour se rapprocher de la Bretagne. De la même façon que le Comité départemental du tourisme (CDT) a transformé son logo et son

appellation en « Haute-Bretagne Ille-et-Vilaine »²²², le Conseil Général (dont le CDT est une émanation) était également soucieux d'améliorer l'image du département, et de servir les intérêts de son territoire en servant ceux de ses acteurs économiques. Une équipe départementale a donc décidé d'entreprendre en 2005 une consultation de la population départementale et une concertation avec les institutions concernées afin d'aboutir à une procédure de changement du nom.

L'Ille-et-Vilaine est un département qui semble avoir un problème de reconnaissance, de notoriété, surtout en ce qui concerne le côté culturel. Après avoir évoqué la domination du breton dans la partie 1, la problématique du changement de nom de ce département semble directement liée au fait que l'Ille-et-Vilaine ne semble pas reconnue suffisamment comme faisant partie de la Bretagne. Tel que je l'ai exposé précédemment, les sondages commandés par le CDT pour connaître les représentations de la population face au département indiquaient que l'Ille-et-Vilaine n'était jamais cité comme un département appartenant à région Bretagne. Depuis le changement de nom du CDT et la diffusion de son logo, les représentations se sont avérées beaucoup plus positives, le département devenant de plus en plus reconnu comme représentant la Bretagne. Aussi, le souhait de changer le nom du département en « Haute-Bretagne » semble d'une part soulever ce problème d'identité et de reconnaissance et d'autre part être tout à fait cohérent avec la politique de communication et de développement menée par les acteurs du tourisme depuis quelques années. L'attrait touristique connaissant une certaine revalorisation, il était important de poursuivre cela sur un terrain économique plus vaste en faisant profiter tous les acteurs professionnels des bénéfices de l'appellation Haute-Bretagne.

Mais débaptiser un département n'est pas chose commode. Rappelons qu'il a fallu trente ans avant que les Côtes du Nord deviennent les Côtes d'Armor. Lors de sa session du 18 février 2005, le Conseil Général d'Ille-et-Vilaine adopte un vœu demandant que le département soit rebaptisé « Haute-Bretagne » dans le souci des élus de Bretagne d'affirmer leur appartenance à la Bretagne et dans le souci de transformer la mauvaise image que véhiculerait le terme « Vilaine ».

Le nom de l'Ille-et-Vilaine, peu élégant, inapte à définir la situation géographique et l'identité bretonne de notre territoire, est généralement considéré comme un handicap par l'ensemble des acteurs économiques du département confrontés à la nécessité de développer des échanges nationaux ou internationaux.²²³

Un premier problème a tout de suite été avancé : l'impossibilité de conserver la numérotation actuelle 35 du fait du changement de place dans l'ordre alphabétique. Mais neuf départements ont une numérotation qui ne correspond pas à leur place dans l'ordre alphabétique, à travers la France. Cette question mise de côté, une enquête a été lancée début juin 2005 par le Conseil général auprès de la population de l'Ille-et-Vilaine par le biais d'un questionnaire s'intitulant « Quelle identité pour le département ? ».

²²² Cf. p. 180.

²²³ Conseil Général d'Ille-et-Vilaine, Session du 18 février 2005, Rapport de séance.

Deux possibilités de réponse étaient données : renvoyer le questionnaire (distribué sous forme de supplément au magazine départemental *Nous Vous Ille*) par courrier postal, ou par courrier électronique en téléchargeant l'enquête sur le site www.ille-et-vilaine.fr.

Un mot du Président du Conseil général, Jean-Louis Tourenne, accompagnait les 17 questions principales :

... La question est plus large que la seule adoption d'un nouveau nom. Ce qui est en jeu pour nous, élus du Conseil général, à travers cette proposition, c'est la volonté de manifester l'unité des habitants d'Ille-et-Vilaine, leur attachement à un territoire et à une communauté de destin. C'est la possibilité de faire émerger les liens forts qui unissent l'Ille-et-Vilaine à notre région et à sa double culture, d'origine gallèse et bretonne. C'est l'affirmation de notre ancrage dans une histoire commune en sorte que ces racines revendiquées constituent le socle solide sur lequel nous arrimons nos projets...

Le questionnaire était composé de diverses thématiques dont témoignent les documents suivants :

[Le document est exceptionnellement situé après la légende]

Figure 20. Le questionnaire du Conseil général d'Ille-et-Vilaine, « Quelle identité pour le département ? », juin 2005

Une nouvelle identité pour l'Ille-et-Vilaine ?

Rappelons d'abord que le débat qui se poursuit ici a été initié par une résolution adoptée à l'unanimité moins une abstention par l'Assemblée départementale lors de la session budgétaire de décembre dernier. Elle donnait mandat à son Président de lancer une consultation auprès des habitants d'Ille-et-Vilaine.

Pour des sujets qui touchent aussi profondément à l'identité, il a paru tout à fait indispensable que chacun puisse donner son avis. C'est l'objectif du questionnaire ci-après que vous êtes invités à retourner, nombreux, au Conseil Général.

La question est plus large que la seule adoption d'un nouveau nom. Ce qui est en jeu pour nous, élus du Conseil général, à travers cette proposition, c'est la volonté de manifester l'unité des habitants d'Ille-et-Vilaine, leur attachement à un territoire et à une communauté de destin. C'est la possibilité de faire émerger les liens forts qui unissent l'Ille-et-Vilaine à notre région et à sa double culture, d'origine galloise et bretonne. C'est l'affirmation de notre ancrage dans une histoire commune en sorte que ces racines revendiquées constituent le socle solide sur lequel nous arrimons nos projets.

Vos réponses, que je souhaite nombreuses et précises, constitueront des éléments précieux pour éclairer vos élus au moment où ils seront amenés à se prononcer.

Notre département est doté d'une forte personnalité. Ses attraits et ses atouts sont nombreux. Je suis sûr que cette consultation nous permettra de trouver les meilleures solutions pour manifester son union et son dynamisme, pour poursuivre notre chemin vers un territoire au développement harmonieux et solidaire.

Jean-Louis TOURENNE
Président du Conseil Général

1 Parmi les façons suivantes de se définir, quelles sont, pour vous, les trois plus importantes :

1. je suis européen,
2. je suis français,
3. je suis breton,
4. je suis d'Ille-et-Vilaine,
5. je suis de ma commune.

Inscrivez les 3 numéros qui vous définissent le mieux dans les 3 cases ci-dessous :

- ce qui vous définit le mieux en premier :
- ce qui vous définit le mieux en second :
- ce qui vous définit le mieux en troisième :

2 Vous personnellement, avez-vous un attachement très fort, assez fort, assez peu fort, pas fort du tout à :

- | | très fort | assez fort | assez peu fort | pas fort du tout |
|---------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| • la Bretagne | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| • l'Ille-et-Vilaine | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| • votre commune | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Sur chaque ligne, cochez la case qui correspond le mieux à votre opinion.

3 Parmi les raisons d'attachement à l'Ille-et-Vilaine, quelles sont les trois qui, pour vous, jouent le plus :

1. être né dans le département,
2. y avoir de la famille et des amis,
3. les relations entre les gens,
4. le patrimoine naturel (campagne, forêts, littoral, paysages), la qualité de vie,
5. la présence de villes dans lesquelles on trouve toutes les ressources nécessaires,
6. les conditions d'accès à l'emploi,
7. la position géographique,
8. le fait que c'est un département breton.

Inscrivez les 3 numéros des raisons d'attachement à l'Ille-et-Vilaine qui jouent le plus pour vous dans les 3 cases ci-dessous :

- votre première raison d'attachement :
- votre deuxième raison d'attachement :
- votre troisième raison d'attachement :

4 A votre avis, les gens qui n'habitent pas la Bretagne savent-ils que l'Ille-et-Vilaine est un département breton ?

1. oui
2. non
3. vous n'avez pas d'avis sur la question

Cochez une seule case, correspondant le mieux à votre opinion.

5 Pour vous, le fait que les gens qui n'habitent pas le département sachent que l'Ille-et-Vilaine est un département breton, c'est une chose :

1. importante
2. sans importance
3. vous n'avez pas d'avis sur la question

Cochez une seule case, correspondant le mieux à votre opinion.

6 Selon vous, les gens qui n'habitent pas notre département :

1. ont une bonne image de l'Ille-et-Vilaine
2. ont une mauvaise image de l'Ille-et-Vilaine
3. n'ont pas vraiment d'image de l'Ille-et-Vilaine

Cochez une seule case, correspondant le mieux à votre opinion.

7 Le fait que le département s'appelle l'Ille-et-Vilaine donne à votre avis

1. une bonne image du département
2. une mauvaise image du département
3. n'a pas d'influence sur l'image du département

Cochez une seule case, correspondant le mieux à votre opinion.

8 De façon plus précise, pensez-vous que le nom "Ille-et-Vilaine" peut être dévalorisant pour les habitants du département

1. oui certainement
2. oui peut-être
3. non sans doute pas
4. non certainement pas
5. vous n'avez pas d'avis sur la question

Cochez une seule case, correspondant le mieux à votre opinion.

9 Pensez-vous que le nom "Ille-et-Vilaine" peut avoir un impact négatif sur l'attractivité touristique et économique de notre département

1. oui certainement
2. oui peut-être
3. non sans doute pas
4. non certainement pas
5. vous n'avez pas d'avis sur la question

Cochez une seule case, correspondant le mieux à votre opinion.

10 Choisir un nouveau nom pour l'Ille-et-Vilaine est une idée à laquelle vous êtes personnellement :

1. très favorable
2. plutôt favorable
3. plutôt opposé
4. très opposé
5. vous n'avez pas d'avis sur la question

Cochez une seule case, correspondant le mieux à votre opinion.

11 Adopter le nom de Haute-Bretagne pour l'Ille-et-Vilaine est selon vous :

1. une très bonne proposition
2. une assez bonne proposition
3. une assez mauvaise proposition
4. une très mauvaise proposition
5. vous n'avez pas d'avis sur la question

Cochez une seule case, correspondant le mieux à votre opinion.

12 Parmi les arguments suivants, concernant le nom "Haute-Bretagne", quels sont les deux auxquels vous êtes le plus sensible ?

1. Haute-Bretagne est un nom facile à retenir
2. Haute-Bretagne évoque la Bretagne
3. Haute-Bretagne est valorisant pour le département et les habitants
4. Haute-Bretagne favorisera le développement économique et touristique
5. Haute-Bretagne permet de donner un nom aux habitants du département

Inscrivez les 2 numéros correspondant aux 2 arguments auxquels vous êtes le plus sensible :

- argument auquel vous êtes le plus sensible en premier :
- argument auquel vous êtes le plus sensible en second :

13 Parmi les reproches suivants faits au nom "Haute-Bretagne", quels sont les deux auxquels vous êtes le plus sensible ?

1. Haute-Bretagne est un nom qui appartient à l'histoire
2. Haute-Bretagne est un nom qui fait référence à un territoire plus vaste que l'Ille-et-Vilaine
3. Haute-Bretagne est un nom qui risque d'introduire une confusion entre la région et le département
4. Haute-Bretagne est un nom dévalorisant pour les autres départements bretons et leurs habitants, car il suppose l'existence d'une Basse-Bretagne et de Bas-Bretons

Inscrivez les 2 numéros correspondant aux 2 reproches auxquels vous êtes le plus sensible :

- reproche auquel vous êtes le plus sensible en premier :
- reproche auquel vous êtes le plus sensible en second :

14 Si vous avez un ou plusieurs autres noms à proposer pour le département, pouvez-vous les indiquer ci-dessous :

.....
.....
.....
.....

Inscrivez en LETTRES CAPITALES le (ou les) nom(s) que vous avez à proposer pour le département.

15 Si l'on retenait le nom qui a votre préférence, comment à votre avis pourraient s'appeler les habitants du département ?

.....
.....
.....

Inscrivez en LETTRES CAPITALES le nom qui pourrait être donné aux habitants si l'on retenait le nom qui a votre préférence pour le département.

16 Si le département gardait le nom d'Ille-et-Vilaine, comment à votre avis pourraient s'appeler les habitants du département ?

.....

Inscrivez en LETTRES CAPITALES le nom qui pourrait être donné aux habitants si l'on gardait le nom d'Ille-et-Vilaine pour le département.

17 Plus généralement, l'adoption d'un nouveau nom pour le département, est une question :

1. importante, qui mérite d'être posée
2. secondaire, car il y a d'autres priorités
3. inutile à poser
4. vous n'avez pas d'avis sur la question

Cochez une seule case, correspondant le mieux à votre opinion.

S1 • Quel est votre âge ?

Inscrivez le nombre correspondant à votre âge.

S2 • Vous êtes : Un homme Une femme

Cochez une seule case correspondant à votre sexe.

S3 • Dans quelle commune habitez-vous ?

Inscrivez en LETTRES CAPITALES le nom de la commune où vous habitez.

S4 • Etes-vous né(e) dans le département d'Ille-et-Vilaine ?

Oui Non

Cochez une seule case correspondant à votre situation.

S5 • Vous habitez dans le département d'Ille-et-Vilaine ...

Depuis moins de 5 ans

Depuis 5 à 10 ans

Depuis plus de 10 ans

Cochez une seule case correspondant à votre situation.

S6 • Votre résidence principale se situe...

En Ille-et-Vilaine

Dans un autre département

Cochez une seule case correspondant à votre situation.

À partir de cette question, vos réponses sont facultatives mais permettront certains croisements statistiques intéressants pour l'analyse du résultat de ce questionnaire.

S7 • Vous habitez : Seul En famille

Cochez une seule case correspondant à votre situation.

S8 • Actuellement exercez-vous une activité ?

Oui Non

Cochez une seule case correspondant à votre situation.

S9 • Si oui, quelle est votre activité ?

Inscrivez en LETTRES CAPITALES l'intitulé de votre profession ou de votre activité.

S10 • Si non, dans quelle situation êtes-vous (au chômage, parent au foyer, étudiant(e)...) ?

Inscrivez en LETTRES CAPITALES la situation dans laquelle vous vous trouvez.

S11 • Si vous êtes en couple, votre conjoint exerce-t-il une activité ?

Oui Non

Cochez une seule case correspondant à la situation de votre conjoint.

S12 • Vous avez répondu à ce questionnaire :

Seul En famille

Cochez une seule case correspondant à la manière dont vous avez répondu au questionnaire.

Le questionnaire commence par un questionnement sur le sentiment d'appartenance des informateurs et l'attachement porté au département. Il est intéressant d'observer ensuite que le questionnaire interroge en premier lieu les représentations que la population départementale pense percevoir des personnes vivant en dehors de la Bretagne avant d'interroger directement les leurs. Nous noterons que le positionnement des questions et leur libellé contribuent à renforcer les représentations négatives que le Conseil général soulève à propos du département. En effet, les questions sont posées de telle sorte :

Question 8 : ... pensez-vous que le nom Ille-et-Vilaine peut être dévalorisant pour les habitants du département ?

Question 9 : Pensez-vous que le nom « Ille-et-Vilaine » peut avoir un impact négatif sur l'attractivité touristique et économique de notre département ?

Ce ne sont pas des questions ouvertes car l'informateur doit choisir entre plusieurs réponses, ne peut pas s'exprimer personnellement et est amené à réfléchir par la négative (par les côtés négatifs que pourraient avoir la désignation du département) après avoir répondu à des questions concernant les représentations extérieures que les informateurs savent nécessairement moins valorisantes puisqu'il est clairement entendu que le département d'Ille-et-Vilaine n'est pas celui qui représente le plus la Bretagne, comme l'ont fait comprendre les nombreux articles de presse parus tout au long de plusieurs semaines avant et pendant la diffusion de l'enquête. À la suite, des questions concernant l'adoption du nom « Haute-Bretagne » sont émises avant de laisser place aux propositions personnelles des informateurs sur d'autres possibilités de noms et d'appellation pour les habitants du département.

8094 réponses (7429 par courrier postal et 665 par Internet) ont été renvoyées avant le mois de septembre, date du dépouillement. Les résultats ont été annoncés au mois d'octobre 2005. Les réponses évoquent un attachement fort à la région (87 % des informateurs) et au département (67% des informateurs). Être né dans le département est la raison la plus citée pour expliquer son attachement à l'Ille-et-Vilaine (66% des informateurs). Le fait d'avoir « des relations entre les gens » et « d'y avoir de la famille et des amis » arrivent en deuxième et troisième positions (respectivement 58% et 41% des informateurs).

Concernant l'image du département, les informateurs déclarent pour 57% d'entre eux qu'il s'agit d'une bonne image contre 39% qui estiment que les personnes extérieures à la région n'ont pas vraiment d'image de l'Ille-et-Vilaine. 2% évoquent une mauvaise image. Le nom Ille-et-Vilaine ne semble pas avoir d'influence sur l'image du département pour une majorité, 69% des déclarants. 84% rejettent même l'idée que ce nom puisse être dévalorisant pour ses habitants. À la question n°9, 83% des informateurs estiment également que le nom actuel du département n'a pas d'impact négatif sur l'attractivité touristique et économique. Ainsi, la question n° 17 concernant l'intérêt du changement de nom voit 44% des informateurs la déclarer « secondaire » et 39% « inutile à poser ». Une faible proportion, 14%, l'estime « importante ».

En conclusion, 74% des personnes qui ont répondu à l'enquête sont opposées à l'idée de changer le nom du département. Dans le détail : 53% y sont très opposés, contre 19% favorables et 8% très favorables. À la question n° 11, 92% des informateurs défavorables au changement de nom déclarent que l'adoption du nom Haute-Bretagne est une mauvaise proposition alors que 74% des personnes favorables au changement déclarent qu'il s'agit d'une bonne proposition. Visiblement, différents facteurs sont à prendre en compte. Tout d'abord les informateurs semblent attachés au nom du département (et particulièrement à son numéro). Puis la question du changement de nom passent après de nombreux témoignages revendiquant le besoin de traiter des questions autrement fondamentales (selon les propos exprimés) : l'emploi, l'égalité des chances, le développement des territoires, la solidarité. Puis, lors l'émission « La carte au trésor » présentée par Sylvain Augier sur France 3, qui s'est déroulée au printemps 2005 en Ille-et-Vilaine, le nouveau logo « Haute-Bretagne » du Comité départemental du tourisme a été découvert sur les hélicoptères utilisés pour l'émission. Émission très

suiwie par les téléspectateurs, elle a permis de dévoiler publiquement pour la première fois l'appellation choisie par le comité des offices du tourisme du département pour nommer le secteur géographique qu'ils promotionnent par leurs actions. Ce nom a été choisi en interne par l'ensemble des offices de tourisme du département pour représenter ce secteur, nom étant beaucoup plus « vendeur » que celui d'Ille-et-Vilaine. Cette émission de télévision a été retransmise pendant la période où l'enquête pour le changement de nom du département était en train de se faire. À la suite de l'émission, le conseil général d'Ille-et-Vilaine a dû faire face à de nombreuses réclamations puisque la population a imaginé que le département avait choisi de changer le nom du département au pied levé, pour l'occasion peut-être, sans tenir compte officiellement de l'avis de la population et avant le terme de l'enquête. L'amalgame créé par cette situation a fait ressortir que les habitants d'Ille-et-Vilaine n'étaient pas prêts au changement de nom du département et cela a peut-être eu un impact sur un ensemble de réponses au questionnaire.

Suite à cette procédure, l'équipe du Conseil général a annoncé lors de sa session du 29 septembre 2005 qu'au vu des résultats, pour une grande partie défavorables à un changement de nom du département, le projet était abandonné. Le risque de confusion entre la région et le département et la représentation d'un territoire plus vaste que le département d'Ille-et-Vilaine, dégagés par le nom de Haute-Bretagne, ont été cités (question n° 13) comme les principaux reproches faits à l'appellation proposée. Le Conseil général se laisse croire que la proposition faite à la population est arrivée trop brutalement, sans qu'une certaine pédagogie ait eu le temps de se faire. Une enquête parallèle, menée par l'IFOP, à la demande du Ouest-France, dans le courant du mois de mars 2005 avait également démontré les mêmes tendances puisque, sur les 600 personnes interrogées (pas de précision méthodologique), 88% des informateurs déclaraient aimer le nom d'Ille-et-Vilaine. Une majorité de ces informateurs se situaient dans la région de Redon (65%) contre 32% de rennais. Au niveau des catégories socioprofessionnelles, les seules informations que j'ai pu obtenir indiquaient que 59% des personnes favorables au nom Ille-et-Vilaine font partie du secteur agricole, contre 26% de la catégorie cadres supérieurs et professions libérales. Aussi, une forte majorité d'informateurs péri-urbains et ruraux sont attachés au nom « Ille-et-Vilaine », tandis que les résultats sont plus faibles dans la zone urbaine de Rennes. Le Conseil général a indiqué qu'un travail reste maintenant à faire pour que la « marque Ille-et-Vilaine » permette de vendre les territoires départementaux en tant que destination touristique.

Aussi, la volonté de développer le secteur touristique semble être prédominante dans le lancement de procédures de changement de nom. À l'instar de la Bretagne, d'autres départements ont lancé des propositions de changement de nom dans le courant de l'année 2005. La Saône-et-Loire voudrait s'appeler « Bourgogne du sud » et une procédure a été lancée. Le président du Conseil Général, René Beaumont porte cette idée en trouvant que c'est rendre hommage à la région que de vouloir se rebaptiser « Bourgogne du sud ». La notoriété est selon lui un vecteur incontournable de l'attrait touristique, donc du développement économique²²⁴. Le nom « Bourgogne du sud »

²²⁴ Différentes brèves de journaux en font état :

http://www.lejsl.com/dossiers/bourgognesud/20030619.JSL_D5265.html?1015

http://www.lejsl.com/dossiers/bourgognesud/20030630.JSL_D5303.html?1015

semble avoir la même notoriété et la même utilisation que le nom « Haute-Bretagne », un nom institutionnellement admis pour le tourisme et non pour la désignation administrative. Le projet de ce département semble avoir échoué.

Puis, en janvier 2005, le Conseil Général de l'Ariège a décidé à l'unanimité de lancer une campagne de communication et d'entreprendre les démarches auprès du Conseil d'État pour que le département s'appelle désormais « Ariège-Pyrénées ». Le changement est destiné à mieux faire connaître l'appartenance du département à la chaîne pyrénéenne et mieux utiliser sa notoriété. Le Conseil général a consulté tout au long de l'année les chambres consulaires, les communes, a demandé l'avis des départements limitrophes et devait faire réaliser un sondage auprès des Ariégeois sur le sujet. En parallèle, et envisagé comme un premier baromètre, le quotidien *La dépêche du Midi* a lancé la publication d'une enquête le 07 janvier 2005 alors que les conseillers généraux adoptaient le principe du projet. *La dépêche du Midi* invitait les lecteurs à découper et à renvoyer un bon posant quatre questions :

- Souhaitez-vous que le département change de nom ?
- Si oui, quel nom préférez-vous ? Ariège-Pyrénées, Ariège-en-Pyrénées ou Pyrénées-Ariégeoises ?
- L'Ariège est-il votre département de résidence ?
- Vous êtes un homme ? Une femme ? Votre âge ? Votre commune de résidence ?

Le 15 mars 2005, le quotidien faisait savoir au Conseil général que 1686 avaient été obtenues. Seuls 343 bulletins émettaient un avis négatif. Aussi, presque 80% des informateurs étaient favorables à un changement de nom dont 82% favorables au nom « Ariège-Pyrénées » (soit 1111 voix). Le 16 novembre 2005, Daniel Angleade du Conseil général de l'Ariège m'indiquait que la délibération incombait aux communes et que suite à ces résultats, le Conseil Général espérait pouvoir déposer une demande officielle de changement de nom auprès du Ministère.

Les procédures sont toujours extrêmement longues. La première étape est le passage devant la commission de révision des noms du ministère de l'Intérieur. Sa jurisprudence très restrictive s'est forgée avec les communes, nombreuses à vouloir modifier leur nom. Au terme de la procédure l'approbation du Conseil d'État est nécessaire, Conseil qui devient de plus en plus pointilleux sur les motivations de changement de nom. Généralement, les deux critères acceptés sont le retour à l'orthographe historique d'origine et le changement de nom en cas d'homonymie. Mais les motivations d'ordre culturel ou économique, comme cela a été le cas pour l'Ille-et-Vilaine et l'Ariège sont le plus souvent éconduites. Les lois du marketing territorial et la bataille culture / économie ne sont pas des motifs justifiés et justifiables pour le Ministère. Aussi, pour le cas de l'Ariège il faudra attendre quelques années pour avoir un premier verdict.

<http://www.philippe-folliot.com/actu/?2005/09/09/314-amenagement-du-territoire-changer-de-nom-pour-changer-le-fond>.

3. Conclusions

En conclusion, la désignation, le fait de nommer semblent avoir une très grande influence sur le devenir des marques et lieux signalés. Créer un espace public dans lequel la langue régionale tient une place visuelle, symbolique, informative prépondérante semble être la volonté d'un très grand nombre d'acteurs bretons, tout secteur et toute institution confondus. Développer une culture commune, développer l'appétence, la sensibilité, l'esprit de communauté au service de la construction identitaire de la région et de sa valorisation (de la même manière que cela sert à la valorisation d'un produit, d'une institution, d'une entreprise, etc.) est un point commun à toutes les formes d'affichage bilingue et symbolique que j'ai pu exposer dans cette partie.

La distinction que nous pourrions faire entre les catégories d'affichage concerne leurs fonctions intrinsèques. L'affichage publicitaire se doit d'être créatif. Il use d'images, de slogans visant nécessairement à « toucher » les usitaires. Or la signalisation routière et les odonymes ne répondent pas ou en tout cas beaucoup moins à cette stratégie. La signalisation touristique comme certaines formes de signalétiques interne et externe cherchent aussi à avoir un certain impact sur l'utilisateur, permettant de développer certains comportements, certains besoins, etc. Les enseignes, les logotypes doivent aussi, pour une part de leur fonction, attirer les usagers. De manière globale, la communication se doit d'être efficace et pour cela, l'utilisation de couleurs, des formes spécifiques peuvent retenir l'attention de l'usitaire.

Pour une même forme, la relation entre l'affichage et l'utilisateur sera différente en fonction des contextes d'affichage. L'expression symbolique visuelle a du sens dans la représentation d'une identité, dans sa construction, sa réception, etc. Aussi, c'est un ensemble de paramètres, langue, police d'écriture, couleurs, emplacement au sein d'une politique globale (à différentes échelles) qui contribueront à ce que la mise en mots (par le biais d'un affichage bilingue et symbolique) de l'espace soit efficace. La communication par divers supports, diverses techniques est utilisée comme un moyen pour construire une culture, une identité, pour construire un état d'esprit commun.

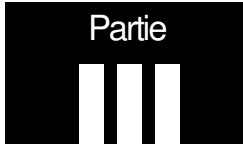
Nous avons également noté que pour promouvoir la région, l'inscription de l'affichage bilingue et symbolique dans l'espace public doit se faire dans la durée. Cela est une nécessité pour le développement territorial par ce moyen là, cela participe également à la perdurance d'une part de la culture, de la langue. Tout est une question de régulation entre les habitudes, les systèmes de croyance et d'adhésion pour créer un environnement cohérent au service de la langue régionale. La signalétique est donc un bon outil pour faire passer un ensemble de messages et son inscription dans les théories de la communication et les principes de rhétorique indiquent quels rôles et quelles fonctions elle peut avoir à ce sujet.

Un dernier point n'a pas été spécifiquement développé mais pourtant très fortement suggéré. La figure de la répétition semble être un phénomène qui permet de créer l'habitude. En effet, si toutes ces formes d'affichage recensées contribuent à valoriser, promouvoir un territoire beaucoup plus large que ceux où elles s'affichent, s'il s'agit de

mettre en place un moyen de sauvegarder les langues régionales de Bretagne, et particulièrement le breton, alors la multiplication des affichages (le fait de voir dans de nombreux contextes) bilingues et symboliques est un élément très fort qui renforce cette idée. Nous avons observé que bien souvent les systèmes de valeurs, de représentations, liés à la langue bretonne et aux autres symboles culturels régionaux sont les mêmes, et ce quelque soit le contexte dans lequel ils sont utilisés. Aussi, la répétition porte sur le fait de voir la langue bretonne inscrite dans l'espace public, par des moyens d'affichage divers. Ce ne sont donc pas des réitérations identiques sur le point de vue de la forme mais sur le fond, cela entraîne une sorte de dimension modale du discours affiché : l'énonciateur (l'entreprise, l'institution, etc.) entretient une relation culturelle, de valeurs, de représentations avec sa propre énonciation et pousse l'usitaire à l'adopter favorablement. Mais faire adhérer aux valeurs liées à l'affichage bilingue par un système provoquant l'habitude et surtout sa reconnaissance par les usitaires peut aussi renvoyer à l'idée que l'utilité d'un bien décroît avec son abondance. Aussi, nous sommes dans un contexte qui semble être favorable à une large déclinaison de supports d'affichage bilingue et symbolique mais quelques résistances persistent au sein des usitaires.

La complémentarité des fonctions de développement économique et de développement sociolinguistique (de ces affichages / marquages) est essentielle à retenir dans cette situation bretonne puisque selon les exemples explicités ici, c'est bien selon ce fonctionnement que le contexte favorable à l'affichage bilingue se développe.

Puis, mon approche de la ville, du territoire n'a pas été envisagée dans un premier temps comme un objet scientifique mais bien comme un espace de mise en œuvre d'un autre objet scientifique : l'affichage dans ses formes, ses usages, ses fonctions et ses motivations. Si on considère d'un point de vue large l'espace créatif dans lequel l'affichage bilingue se trouve, c'est surtout la création d'un modèle culturel (symbolique ?) que j'interroge par le biais d'un aménagement linguistique planifié, répondant donc à des stratégies de mises en œuvre tel que j'ai pu le montrer. Pour explorer dans le détail les motivations des donneurs d'ouvrage, plusieurs enquêtes ont été réalisées et la partie 3 en montre les résultats.



Méthode et Analyse

Le contexte sociolinguistique de la Bretagne ainsi que l'état des lieux de la présence des langues régionales dans l'espace public en Bretagne par le biais d'un relevé de différentes formes d'affichage, des motivations liées à cette présence et des fonctions que semblent avoir ces langues ont montré qu'elles (et particulièrement le breton) n'ont plus comme fonction principale d'échanger entre individus en breton ou en gallo mais elles servent à communiquer de manière plus globale vers des publics de tous les horizons, locuteurs, non-locuteurs, sensibilisés à la culture régionale ou pas. Elles permettent également de renforcer et de créer du lien social, de la proximité. Elles ont un ensemble de fonctions symboliques et font communiquer les personnes entre elles sans que celles-ci soient locutrices des langues régionales. Elles mettent en mots les espaces urbains et ruraux et créent la cohérence de l'espace régional.

C'est par le champ de la sociolinguistique (et parfois plus précisément à la sociolinguistique urbaine) que j'ai mené mes recherches pour observer et analyser les langues régionales comme une activité sociale, économique localisée en région Bretagne. Apporter des réponses sur le fonctionnement social des langues régionales de Bretagne prises dans le contexte de l'affichage bilingue et symbolique permet aussi de proposer une vue d'ensemble sur le fonctionnement culturel et social de la région. Au regard de ce panorama de l'affichage bilingue et symbolique breton, par ses formes, ses usages et ses fonctions, il est aussi nécessaire de s'interroger sur les réactions des usitaires face à ces multiples panneaux pour saisir l'adéquation ou la non-adéquation qui existent entre les attentes sociales voire parfois la demande sociale et les réponses qu'on y apporte. C'est pour cela que j'ai choisi d'interroger un panel de décideurs institutionnels, personnalités du monde politique, du monde économique, du monde culturel à l'initiative ou liées à la mise en oeuvre d'affichage bilingue ainsi qu'un panel de représentants de la population bretonne, par le biais d'entretiens et d'enquêtes. Chercher comment se construit la mise en cohérence de l'espace commun est un des enjeux de cette analyse, auquel je souhaite répondre par la mise en oeuvre d'une méthode et d'une analyse de données selon une méthodologie spécifique, s'inscrivant dans la continuité d'une réflexion générale sur l'affichage bilingue en Bretagne.

C'est pour saisir le contexte proximal dans lequel nous pourrions nous trouver, c'est-à-dire pour tenter d'évaluer la distance qui existe entre le niveau de développement actuel des langues régionales de Bretagne, tel que j'ai pu le déterminer au travers des deux parties précédentes et le niveau de développement potentiel tel que je pourrai le déterminer à travers les propos des informateurs rencontrés et des résultats des enquêtes que j'ai menées, que ce travail de recherche et d'analyse s'est effectué. Un ensemble de représentants, décideurs, des milieux politique, économique et culturel bretons a ainsi été interrogé pour répondre à cette problématique. Leurs propos seront analysés corrélativement aux réponses obtenues aux deux enquêtes présentées ci-après.

Mon approche a nécessairement été interdisciplinaire, mêlant un travail de recherche accompagné par des géographes, des économistes et des sociopolitologues. Au départ, mon objet n'a pas été spécifiquement un objet de l'urbanité. Ce ne sont pas la ville et sa mise en mots que j'ai observées en priorité. C'est d'abord le marquage communal (les

toponymes), les noms bretons utilisés quotidiennement (les micro-toponymes) puis le marquage culturel (la symbolique bretonne de plus en plus présente), la signalétique bilingue (de plus en plus présente), etc. qui m'ont amenée à interroger les personnes concernées par la mise en place de cet affichage et c'est ainsi que je me suis tournée vers l'objet urbain, favorable à ce type de pratiques d'affichage, émanant de politiques de marketing territorial, visant une valorisation du territoire.

Les représentations sociolinguistiques, les procédures de mise en oeuvre de l'affichage bilingue et les fonctions des langues régionales ont été le point commun entre tous les corpus choisis pour cette recherche. C'est pour cela que les marqueurs des fonctions symbolique, communicative, de proximité, etc. seront particulièrement analysés. Méthodiquement, dans toute recherche un système d'interprétation des données recensées est une combinaison de savoirs formels, informels, culturels sur les gens, les situations. Le métissage de représentations, de sensations, d'habitudes, d'intuitions est un ensemble de ressources nécessaires pour donner un sens aux phrases, aux événements et aux actions. Pour éviter les écueils d'une interprétation trop subjective et les manques scientifiques qui conduiraient à une analyse trop superficielle, je détaillerai le contenu de la méthode utilisée selon des principes sociolinguistiques définis. L'analyse d'échanges langagiers ne se résume pas à comprendre la « circulation de l'information » : elle inclut la part de l'interprétation du chercheur dans la construction de la signification, selon une problématique méthodologique.

Je distingue méthode et méthodologie selon la description d'Edgar Morin :

Les méthodologies sont des guides *a priori* qui programment les recherches, alors que la méthode qui se dégage de notre cheminement sera une aide à la stratégie (laquelle comprendra, certes, des segments programmés, c'est-à-dire « méthodologiques », mais comportera nécessairement de la découverte et de l'innovation). Le but de la méthode, ici, est d'aider à penser par soi-même pour répondre au défi de la complexité des problèmes.²²⁵

Aussi, la méthode globale que je propose s'est construite au fur et à mesure pour me permettre de traiter la problématique de la manière la plus pertinente possible. Elle comporte divers apports méthodologiques concernant l'analyse de contenu et l'analyse de discours qui seront exposés ci-après.

²²⁵ MORIN, Edgar, 1986, vol. 3, p. 27.

1. L'élaboration du corpus et les outils

Suite à la recherche menée en Provence en 1998-2000 et au colloque international tenu à Avignon en mai 2000²²⁶, le programme de recherche *Cultures régionales et développement économique*, dirigé par Jean-Robert Alcaras et Philippe Blanchet, s'est orienté vers le thème *Identités, cultures régionales et développement économique*, avec une volonté de développer une démarche comparative au niveau de plusieurs régions de France et d'Europe à spécificités culturelles marquées. Ce travail collectif, désormais coordonné par Philippe Blanchet (sociolinguiste, Rennes 2) et René Kahn (économiste, Strasbourg III) entre chercheurs de disciplines et de terrains différents a suscité l'élaboration d'une méthodologie commune et d'outils d'analyse conceptuelle originaux, au croisement des apports de chaque discipline et de chaque terrain.

Les thématiques de recherche que nous privilégions sont transversales et se déclinent selon les problématiques suivantes :

- Image régionale : utilisation chez les producteurs, les consommateurs, les décideurs et autres acteurs du développement économique (marketing territorial) ;
- Influences de la culture régionale sur le fonctionnement des entreprises (régionales et extérieures) ;
- Modalités culturelles et économiques de l'intégration des régions dans la construction européenne.

Cette recherche *Identités, cultures régionales et développement économique* a (puisque le programme de travail est toujours en cours) pour ambition de contribuer à une étude globale et renouvelée des relations complexes entre ces trois points en réunissant notamment des chercheurs de diverses spécialités en sciences humaines et sociales. Il s'agit donc de confronter et d'articuler des points de vue scientifiques issus de disciplines différentes (économie, sociologie, anthropologie, sociolinguistique, etc.) autour de ces objets différents et pourtant liés sur le terrain. Il s'agit aussi de mettre en relief et de dynamiser ce lien profond, qui unit ces trois pôles entre eux et à l'ensemble de la vie dans nos sociétés d'aujourd'hui, en travaillant en étroite collaboration avec les acteurs de terrain et donc en comparant des terrains à la fois à travers leurs similarités (forte présence d'identités culturelles régionales, dynamisme économique) et leurs spécificités (situations géo-économiques différentes). C'est ainsi que ma recherche (projet TIBED) s'est inscrite dans ce programme de recherche plus global, permettant de conduire une étude détaillée sur le terrain breton, selon la problématique exprimée en introduction, et que la problématique de l'enquête rappelle ci-après.

²²⁶ ALCARAS, Jean-Robert, BLANCHET, Philippe, JOUBERT, Jérôme, 2000, 330 pages.

L'interdisciplinarité dans laquelle j'ai travaillé depuis le début de mes recherches a permis d'ouvrir mon raisonnement à des problématiques plus vastes, c'est-à-dire concernant des terrains de réflexion plus étendus. Toutefois, si cela est une manière très intéressante de conduire une recherche, c'est aussi nécessairement compliqué de manier des concepts provenant de disciplines diverses, surtout lorsqu'ils se multiplient. Il est difficile pour un chercheur, dans ce cas, de maîtriser précisément (dans le détail) le contenu de l'ensemble de ces concepts. Et pourtant, de façon empirique, l'apport des chercheurs et des concepts issus de disciplines différentes, sur une problématique commune permet d'enrichir très nettement la conduite de recherches. Dans le programme *Identités, cultures régionales et développement économique*, les rencontres entre spécialistes de différents champs ont supposé de longues discussions sur la manière de saisir les concepts fondamentaux de territoire, culture, identité, patrimoine. Considérer la vision de l'autre, le sens donné aux concepts par d'autres est devenu une façon de travailler en commun pour mener ce projet dans une interdisciplinarité performante. J'ai tenté de me nourrir de cette démarche tout au long de mes recherches.

De plus, pour mener cette étude, j'aurai suivi la méthode dite du « sablier » :

Dans notre domaine, on aura toujours avantage à procéder de cette façon « intégrée », qui se vérifie par le fait que, sur un cas donné, on travaille toujours d'abord par observation participante, puis ensuite seulement par enquêtes semi-directives et directives ouvrant sur des échantillons plus larges (accompagnées d'investigations documentaires sur le contexte global, historique, culturel, etc.) et des traitements plus statistiques-analytiques, avant d'en tirer une synthèse interprétative ou de projeter une transférabilité.²²⁷

Une recherche se mûrit et se construit par différents moyens que sont principalement « la prise d'indices multiples en contexte complexe par observation participante »²²⁸ et les rencontres avec les acteurs clé ou représentatifs du contexte complexe. Aussi, c'est en élaborant un certain nombre de réseaux, en participant à diverses activités puis en questionnant ces réseaux que l'élaboration de la problématique de recherche s'est faite. Quelle(s) place(s) ont les langues régionales en Bretagne aujourd'hui ? Cette question induit également une réflexion sur les rôles et les fonctions puis les perspectives d'avenir de ces langues ainsi que sur les enjeux de la mise en œuvre discursive des espaces observés et de l'espace régional tout entier. Une investigation sur le contexte sociolinguistique, sur le contexte global dont les parties 1 et 2 de cette étude rendent compte s'est faite préalablement (et je l'ai approfondie pour certains points tout au long de la recherche) et j'ai ensuite réalisé une série d'enquêtes. C'est le passage du global à l'analytique qui sera exposé dans cette partie avant d'en venir à une synthèse interprétative menée selon une méthodologie ci-après expliquée. L'observation participante (de manière large) ne supposait aucunement un protocole d'enquête prémédité mais permettait de saisir en contexte suffisamment d'informations pour

²²⁷ BLANCHET, Philippe, 2000, p. 40.

²²⁸ *Ib.*, p. 41.

orienter et valider la problématique de recherche. C'était une manière de m'intégrer à différents réseaux, d'avoir un meilleur accès aux informations. Puis il est aussi plus efficace de traiter un sujet et d'enquêter en étant avisé sur ce qu'il se passe en son cœur mais en restant suffisamment extérieur pour conserver une certaine objectivité.

1.1 L'élaboration du corpus

J'ai constitué un corpus ternaire, composé de trois trames d'enquêtes différentes (sur la forme) adaptées à trois groupes cibles :

1.1.1 Le groupe restreint

Le **groupe restreint** est constitué de représentants politiques, économiques et culturels. La méthode d'enquête choisie pour ce groupe a été l'entretien semi-directif. Il s'est agi de me nourrir des points de vue des personnes *en position de décideurs* représentant le contexte politique, économique et culturel breton actuel pour cerner de la manière la plus complète et affinée possible le rôle de l'affichage bilingue aujourd'hui en région Bretagne car il porte en lui des enjeux significatifs. Les trois types de discours qui m'intéressent le sont à plusieurs titres. Tout d'abord le discours des politiques est incontournable car ce sont les décideurs institutionnels qui ont le « pouvoir » de mettre en place des politiques de « sauvegarde » du patrimoine linguistique, qui organisent les campagnes de promotion de la région, etc. Et quelles que soient leurs actions dans ce domaine, leurs discours transmettent aussi des informations sur les enjeux et les possibilités de gestion des langues régionales de Bretagne dans l'avenir.

Le choix des personnalités politiques a donc été effectué au départ de manière stratégique et non pas par rapport à des motivations politiques personnelles. Nous savons pertinemment que les réseaux sont importants pour s'entretenir avec les personnes concernées. Il me fallait donc obtenir une « personne accroche » qui allait faire fonctionner le réseau et me permettre d'atteindre plus facilement les autres personnes représentant la vie politique bretonne. Cela a été un succès puisque je suis parvenue à effectuer des entretiens avec des décideurs clé, dont la liste figure ci-après (cf. la présentation des informateurs pp. 270-272).

Étant donné que mes recherches ont démarré au sein d'un programme plus vaste associant d'autres chercheurs, c'est avec la collaboration d'Emmanuelle Callac (ethnologue) et Sandrine Stervinou (économiste) que j'ai rencontré les personnes liées au monde économique et nous avons dans ce cadre d'abord ciblé les entreprises adhérentes à Produit en Bretagne puis des concurrents directs refusant d'adhérer à cette marque ombrelle. Je rappelle que le cadre initial du projet de recherche global mentionné précédemment visait a priori particulièrement les entreprises adhérentes à Produit en Bretagne. Notre champ d'informations a ensuite été élargi aux enquêtes que j'ai menées ultérieurement. C'est dans le cadre d'un attachement à la région et d'une

identité bretonne affichées que ces entreprises ont été choisies. La collaboration avec les collègues telle que Sandrine Stervinou a été très utile au début de ce projet, étant donné ses connaissances du secteur économique breton et ses réseaux établis depuis des projets menés antérieurement. De plus, j'ai utilisé des sites Internet, moteurs de recherches liés au portail breton (secteurs de l'entreprise mais aussi du tourisme et plus largement de la culture) pour repérer les listes d'entreprises affichant dans leur dénomination une éventuelle identité bretonne. Cela n'a pas été la formule la plus pertinente, puisque là encore, l'effet de réseau a été le plus important et a permis dès le début (les entretiens effectués avec la collaboration d'E. Callac et S. Stervinou) de nous positionner auprès de différents interlocuteurs. Certains ont refusé (principalement les non-adhérents à Produit en Bretagne) de nous rencontrer et de témoigner sur leurs pratiques d'affichage bilingue et / ou d'affichage symbolique (par le biais de représentations culturelles) breton. Cela est sans doute venu de la présentation que nous avons pu faire de notre projet et des liens pré-existants avec des concurrents.

Enfin pour les entretiens avec les personnes liées au monde la culture, des membres de l'Office de la langue bretonne et une personne du domaine de l'animation culturelle ont été rencontrées. Ces deux domaines d'intervention et de promotion de la langue bretonne (tel qu'ils ont pu se déclarer, pour les personnes de l'Office) m'ont permis de compléter les propos des personnalités appartenant aussi aux mondes culturel et économique (tels que les adjoints à la culture et les personnes travaillant dans le monde de l'édition bretonne).

a. La liste des informateurs

Pour que les entretiens se déroulent de la manière la plus fluide possible, pour un meilleur suivi et rendu des informations et pour permettre des analyses de données, j'ai souhaité enregistrer les échanges. Au fur et à mesure de mon investigation, un certain nombre d'acteurs n'a pas souhaité que les propos soient enregistrés, et cela pour diverses raisons. Le discours leur semblait plus libre sans le matériel d'enregistrement. La crainte de ne pas savoir ce qui allait être fait des propos ou la peur de ne pas savoir comment s'exprimer ou des problèmes de confidentialité ont été autant de raisons qui ont poussé les informateurs à ne pas vouloir être enregistrés. Deux listes d'informateurs sont recensées ci-après, selon la condition principale du déroulement de l'entretien : avec ou sans enregistrement. Dans le souci de respecter la décision de chacun, je liste indistinctement les personnes avec qui les entretiens se sont déroulés sans enregistrement sans donner davantage de détails sur les raisons du refus.

Les entretiens non-enregistrés:

- Yves Le Moullec, directeur de l'UCLAB, Landerneau (29), 08 novembre 2002 (entretien non enregistré)
- Philippe Jack, directeur adjoint de l'Ofis ar Brezhoneg, Carhaix (29), 21 février 2003 (entretien non enregistré), deuxième entretien par téléphone lors du

remplacement de Gwendoline Allaire (seule personne embauchée pour la question du breton vannetais), Ofis ar brezhoneg, Ploemeur(56), 28 juin 2006

- L'entretien à la mairie de Noyal-sous-Bazouges (35) a été remplacé par une rencontre avec la population pour discuter de l'intérêt d'une signalisation bilingue gallo-français, matérialisée par deux panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération, 07 juin 2003
- Jean-Yves Le Drian, ancien maire de Lorient, ancien député PS du Morbihan (56) et secrétaire d'État, et depuis 2004 président du Conseil régional de Bretagne (Rennes, 35), 16 juin 2003 (entretien non enregistré)
- Patrick Daniel, maire-adjoint à la culture, Lorient (56), 15 octobre 2004 (entretien non enregistré)
- Gérard Huet, maire de Loudéac (22), 19 novembre 2004 (entretien téléphonique)
- Jean-Marc Perron, entreprise Sydel, Lorient (56), novembre 2003, juin 2005 (entretiens non enregistrés, 1^{er}: visite de l'entreprise, 2^e: entretien téléphonique)

Des notes ont été prises au fur et à mesure des échanges et des synthèses ont été rédigées à la suite des entretiens. Les propos tenus dans ce cadre seront exploités en complément de ceux qui ont été enregistrés.

Les entretiens enregistrés:

Les enregistrements sont disponibles dans leur intégralité sur le support numérique qui accompagne ce manuscrit, sauf celui correspondant à l'entretien effectué avec Pierrick Nevannen qui ne m'a pas autorisé à utiliser la bande sonore. Les deux entretiens auxquels Emmanuelle Callac et Sandrine Stervinou ont participé indiquent qui des enquêtrices pose les questions au fur et à mesure de l'entretien.

- Pierre-Louis Bescond, directeur des éditions Coop Breizh, Spézet (29), 08 novembre 2002
- Patrick Christien, directeur de l'agence Crédit Mutuel de Bretagne, Ploemeur (56), 12 novembre 2002
- Michel Long, directeur de l'entreprise Brialys (35), Bréal-sous-Vitré (35), 14 novembre 2002
- Edmond Hervé, maire de Rennes (35), Rennes, 30 juillet 2003

Monsieur Hervé n'a pas souhaité que la version enregistrée soit utilisée sur le support numérique. La version dactylographiée de l'entretien utilisée pour cette analyse émane, à la demande de l'informateur, d'un travail de retranscription (élaboré par un membre de son cabinet de mairie) que Monsieur Hervé a revu, corrigé et amendé pour permettre la diffusion d'un ensemble d'informations sous une forme qui lui semblait plus adéquate. Une transcription de l'entretien initial avait également été faite par mes soins. La version proposée par Monsieur Hervé a été utilisée pour l'analyse puisque hormis la révision d'un style moins oralisé et l'ajout de données informatives, l'ensemble du contenu ne semblait pas éloigné des échanges initiaux.

- Loïc Le Meur, maire de Ploemeur (56), Ploemeur, 22 septembre 2003

- François Mersch, adjoint délégué à la culture et à la communication à la mairie de Ploemeur, Ploemeur (56), 22 septembre 2003
- Joseph Roze, maire de Cesson-Sévigné (35), Cesson-Sévigné, 1^{er} octobre 2003
- Martial Gabillard, adjoint à la culture à la mairie de Rennes, Rennes (35), 28 octobre 2003
- Jean-Claude Tanguy, adjoint à la culture à la mairie de Concarneau, Concarneau (29), 21 mai 2004
- Jean-Louis Tourenne, Président du Conseil général d'Ille-et-Vilaine, Rennes (35), 6 juillet 2004
- Bernard Poignant, ancien maire de Quimper (29), député européen, Quimper, 24 septembre 2004
- Serge Morin, adjoint à la voirie à la mairie de Lorient, Lorient (56), 15 octobre 2004
- Pierrick Nevannen, maire de Pont-Scorff (56) et Vice-Président du Conseil Général du Morbihan, Pont-Scorff, 23 décembre 2004

Monsieur Nevannen n'a pas souhaité, par la suite (c'est-à-dire en 2006), que j'utilise le contenu de l'entretien effectué en 2004. Aussi, ce n'est qu'à titre illustratif et pour compléter un panorama breton (que la position politique de Monsieur Nevannen vient alimenter), que je ferai référence aux propos que nous avons pu échanger.

- Yannick Menguy, conseiller municipal, Pluguffan (29), 31 octobre 2005
- Romuald Renaud, adjoint de direction aux services techniques de la mairie de Pornic, Pornic (44), 13 janvier 2006
- Édith Rivoal, radiologue, service d'imagerie médicale, hôpital de Quimper (29), 16 mai 2006
- Jean-Jacques Troadec, directeur de l'Hyper-U, Vern-sur-Seiche (35), 18 mai 2006
- Gwénaél Debray, agent SNCF, membre du Festival Interceltique de Lorient, en charge de la promotion de la langue bretonne, Quimper (29), 10 juillet 2006

b. Les caractéristiques de l'enquête

Les entretiens semi-directifs : les trames d'entretien

Dans l'inscription au projet global précédemment évoqué, un protocole d'enquête a été monté et nous a servi à Emmanuelle Callac, Sandrine Stervinou et moi-même, à réaliser un premier travail d'enquête. Quatre entretiens ont été réalisés spécifiquement dans ce cadre : Monsieur Le Moullec, Monsieur Bescond, Monsieur Christien et Monsieur Long. Le questionnaire que nous avons créé est le suivant :

GRILLE D'ENQUÊTE Adhérents à Produit En Bretagne (PEB)

1- La démarche d'adhésion à PEB

- Comment avez-vous eu connaissance de l'existence de l'association ?
- Qu'est-ce qui vous a donné envie d'y adhérer ?
- Quel avis aviez-vous sur l'association et sa démarche avant d'y adhérer ?

2- L'interviewé et sa « bretonnité »

- Relativement à l'identité bretonne : à travers votre participation à PEB avez-vous l'impression de défendre quelque chose ? De revendiquer quelque chose ? Pouvez-vous préciser ?
- Avez-vous le sentiment qu'il est important de revendiquer vos origines/ votre appartenance à la culture bretonnes ? Si oui, pourquoi ? Si non, pourquoi ?
- En quoi, comment votre position de chef d'entreprise (ou de dirigeant) peut-elle (être utilisée pour défendre vos idées politico-culturelles ou au contraire est-ce plus difficile ?) favoriser/ou non la défense d'idées et de positions politico-culturels ?
- Avez-vous l'impression d'être plus libre par rapport à votre « bretonnité » ou au contraire freiné ? Avez-vous l'impression, que le fait d'être membre de PEB participe de l'expression de votre identité bretonne ? Pouvez-vous préciser comment ?

3- Perception de l'évolution

- Avez-vous l'impression que c'est plus facile aujourd'hui « d'être breton » ? À votre avis, qu'est-ce qui a changé depuis 40 ans dans la façon de se sentir breton ?
- Être une entreprise bretonne est-ce aujourd'hui un atout économique ? Si oui, pourquoi ? Si non, pourquoi ?
- Y a-t-il intérêt à revendiquer l'origine régionale de l'entreprise ? Pourquoi ?
- Qu'en pensent vos employés ?

4- Pratiques managériales et culture bretonne

- Avez-vous l'impression que votre entreprise fonctionne de façon différente d'autres entreprises de même activité et de même taille situées dans d'autres régions ?
- Comment caractériseriez-vous les relations hiérarchiques au sein de votre entreprise ?
- Comment se règlent les conflits ?

- Quelle est la présence syndicale ?
- Vos employés sont-ils attachés à l'entreprise ? Si oui, pourquoi, selon vous ?
- Comment caractériseriez-vous la culture de votre entreprise ?

5- Lien au territoire

- Quel est l'attachement de l'entreprise au territoire d'implantation ?
- Quelle est votre implication (et celle des autres dirigeants de l'entreprise) au sein de ce territoire ?
- Quel rôle social et économique pensez-vous que l'entreprise joue sur ce territoire ?
- Si vous deviez délocaliser votre activité ? Quels seraient selon vous les effets bénéfiques et les effets négatifs sur l'entreprise ?
- La coopération inter-entreprise, est-ce une réalité pour vous ? Si oui, comment se manifeste-t-elle ?
- Participez-vous à d'autres réseaux régionaux en dehors de PEB ?
- Et l'entreprise ?
- En dehors de l'entreprise, avez-vous d'autres engagements : politiques ? Culturels ? Associatifs ?
- Pensez-vous que le fait de s'impliquer dans la vie de sa région, à quel que niveau que ce soit, est un phénomène de mode ? Si oui, depuis quand ressentez-vous cela ? Y trouvez-vous des raisons ?

6- Image véhiculée de la région

- Quelle image de la région pensez-vous que PEB véhicule ?
- Votre entreprise est porteuse de quelle image, selon vous ?
- Avez-vous une publicité pour vos produits qui induit ou transmet une image particulière de la Bretagne ?
- Que voulez-vous montrer ? Percevez-vous ou utilisez-vous des stéréotypes représentant la région ? Si oui, lesquels ?
- Que percevez-vous chez le consommateur pour utiliser cette image et la langue ? Est-ce selon vous une réponse à une réelle demande sociale ?
- Vous-même, en dehors de la région, quel message essayez-vous de faire passer auprès de vos interlocuteurs « hommes d'affaires » ?
- Quelle image avez-vous vous-même de la région ?

7- La culture, la langue ?

- La langue bretonne est-elle pratiquée dans votre entreprise ? Si oui, par qui ? Et précisez les moments, les endroits privilégiés pour utiliser le breton.
- Y a-t-il une impression d'identité bretonne parmi le personnel de l'entreprise et quel est le lien entre travail et identité ?
- Vous-même la pratiquez-vous ? Si oui, l'avez-vous appris seul ou est-ce une langue maternelle ? Donc précisez le contexte linguistique.
- Comment vous positionnez-vous par rapport à la langue bretonne ?
- Est-ce que l'entreprise soutient certaines initiatives culturelles locales ? Régionales ? Si oui, lesquelles ? De quelle façon ? Si non, pourquoi ?

- Avez-vous l'impression que PEB représente, par exemple, un soutien à la langue bretonne ?
- En quelques mots, ça représente quoi pour vous, aujourd'hui « la culture bretonne » ?

Ce questionnaire a été validé par l'ensemble du groupe de recherche. Il a été organisé en différentes thématiques correspondant à notre questionnement général.

2ème questionnaire, TIBED

Après les quatre premiers entretiens, effectués avec la collaboration d'autres chercheurs, j'ai effectué d'autres entretiens avec le questionnaire suivant :

1. Présentation du projet de recherche TIBED
2. Rappel des fonctions de la personne rencontrée : depuis quand êtes-vous à ce poste?
3. L'affichage bilingue est présent dans votre commune, dans votre entreprise (la déclinaison des supports, les exemples sont d'abord relevés par l'enquêteur). Comment s'est-il mis en place? (On peut insister sur la déclinaison des actions en faveur de l'affichage bilingue si on juge que les procédures ne sont pas suffisamment claires).
4. Quel(s) rôle(s) / quelle(s) fonction(s) a la signalétique bilingue dans votre commune, votre entreprise, etc. ? De manière générale?
5. Comment avez-vous choisi la typographie de la langue? Et l'orthographe ? (Possibilité d'expliquer ce qu'est la typographie par les expressions police d'écriture, forme graphique, forme d'écriture)
6. Quelles sont ou quelles ont été les motivations qui ont mené à la mise en place d'un affichage bilingue ?
7. Quels sont / quels peuvent être les enjeux d'une telle démarche? (Si la réponse est plutôt floue, ajouter: quels sont les enjeux à court, moyen et long terme?)
8. Répondez-vous à une demande sociale?
9. Quel(s) type(s) de réaction(s) avez-vous constaté par rapport à l'affichage bilingue / à la présence d'éléments symboliques / après la mise en place de la signalétique, de l'affichage (ces deux mots peuvent être utilisés pour une signification similaire, mais en fonction du contexte de l'interaction, l'un ou l'autre pourra être employé) ? (On peut reformuler par : comment la population a-t-elle réagi ? Avez-vous eu des échos des réactions de la population ?)
10. Quelle place a la langue régionale (voire la culture régionale) dans la vie de la commune, de la cité, de l'entreprise, etc. ?
11. Y a-t-il un lien entre la culture bretonne (l'usage que vous en faites, par le biais d'éléments symboliques, de la signalétique, etc.) et le développement économique de votre structure, entreprise, ville, etc. (Possibilité de reformulation: quelles retombées l'affichage / la signalétique bilingue peut entraîner ?)
12. Parle t-on breton dans votre structure? Quels services, quels échanges existent en breton?
13. Et vous-même? Parlez-vous breton ? (Quelles étaient les pratiques familiales à ce sujet ?)
14. (En fonction des interlocuteurs) : et le gallo? Que pensez-vous de l'affichage du gallo dans la station de métro à Rennes? Que pensez-vous de l'affichage en breton dans la commune de Cesson-Sévigné?

Les conditions générales de déroulement des entretiens semi-directifs

Comme j'ai déjà eu l'occasion de l'évoquer, ce ne sont pas les personnes mais les structures / les instances que j'ai voulu solliciter par l'intermédiaire des personnes les plus susceptibles de rendre compte des motivations et des procédures qui ont permis de mettre en œuvre différentes formes d'affichage bilingue et symbolique. C'est donc en dehors de toute considération politique personnelle que les personnes ont été interrogées. Jean-Yves Le Drian a été le premier témoin du monde politique que j'ai pu rencontrer et cela a permis par la suite d'obtenir plus facilement certains rendez-vous. Concernant les entreprises ou l'hôpital de Quimper, c'est par rapport à leurs actions d'affichage qu'elles ont été contactées. Et enfin, concernant le monde de la culture, étant donné la présence de l'Office de la langue bretonne dans ce domaine de la promotion de la langue bretonne et de la valorisation de sa place au sein de l'espace public, il était intéressant de rencontrer l'un des principaux représentants de cette structure. Hormis Monsieur Gwénaél Debray, interviewé le 10 juillet 2006, d'autres personnes ont été plus informellement rencontrées, telles que les personnes évoluant dans l'univers culturel gallo (l'association des enseignants de gallo, l'association Lez Petits Petaus, l'association Bertaeyn Galeizz), dans l'univers culturel breton (je me suis associée au groupe de recherche Arbre – Ateliers de Recherches BREtonnes²²⁹, travail collaboratif avec différents acteurs). Cela m'a permis de cerner la place des langues régionales en Bretagne, à travers les discours entendus dans ces univers par le moyen d'une forme d'observation participante. La fréquentation assidue de ce terrain, les rencontres avec des personnes dont les connaissances et les compétences (ils peuvent être considérés comme des informateurs) permettaient d'éclairer la connaissance générale du terrain, participent à construire une étude, à répondre à une problématique et à en saisir les enjeux.

Au niveau des conditions du déroulement des entretiens, le temps n'était pas imposé. Il s'est limité en fonction des disponibilités des personnes. Aussi, a-t-il fallu composer avec des temps d'enquête disparates. Il était pourtant nécessaire que l'ensemble des questions soit évoqué pour qu'il puisse y avoir des points comparables entre les entretiens et que l'ensemble de la trame soit respecté. Le questionnaire n'a pas été donné au préalable à l'informateur. Un « dossier » résumant mon projet de recherche a par contre été envoyé aux informateurs pour justifier de la demande d'un entretien. À chaque fois que ce dossier a été envoyé, je me suis aperçue que les informateurs n'en avaient que très peu pris connaissance voire pas du tout. J'ai ainsi présenté brièvement mes recherches au début de chaque entretien. Aussi, le fait d'avoir fait parvenir des informations aux enquêtés ne semble pas avoir eu d'influence inattendue, de conséquences sur la conduite de l'entretien. Les questionnaires présentés ci-avant constituaient des trames permettant de guider les entretiens, de les orienter sur des thématiques d'échanges évaluées au préalable comme répondant à la problématique à laquelle je souhaitais répondre. Je n'ai pas suivi de manière linéaire et continue la composition de cette trame. Par exemple, les deux questions 12 et 13 de l'entretien

²²⁹ Pour de plus amples informations sur les activités de ce groupe de recherche, consulter : <http://www.bretagne-recherche.net/membres.php>.

TIBED font partie des points que les informateurs ont le plus souvent devancés, sans que j'aie besoin de poser la question. Les informateurs ont plusieurs fois mêlé leur expérience personnelle et professionnelle. Il n'y avait pas d'ordre à suivre ni de chronologie dans le déroulement des questions.

Les entretiens se sont déroulés sur une période globale de 3 ans et huit mois. C'est tout d'abord d'un point de vue circonstanciel que la période d'entretiens s'est prolongée pendant tout le temps de la recherche. De nouvelles formes de signalétique, la connaissance de nouvelles procédures de mises en œuvre d'affichage bilingue dans les communes, les rencontres, les nouvelles publicités, etc. ont fait qu'il était pertinent d'interroger les personnes au fur et à mesure que mes recherches se poursuivaient. D'un point de vue méthodologique, ce qui est encore plus significatif est que pendant cette période, les discours entendus en 2002 sont similaires à ceux entendus en 2006. Les enjeux relevés, les motivations et les objectifs d'affichage, tout secteur confondu, rejoignent les mêmes idées. Un plan de communication dure entre 3 et 5 ans. Ma période de recherche sur le terrain aura duré un temps suffisant pour me rendre compte de l'évolution des discours mais surtout de l'évolution des objectifs et des enjeux à plus grande échelle. Par exemple, les rencontres auprès des membres de Produit en Bretagne depuis 2002 ont permis d'observer comment l'utilisation de la symbolique bretonne s'est tournée très récemment vers la langue régionale et suppose des aménagements de communication, qu'il était vraiment intéressant de saisir dans un contexte général. Depuis la rencontre avec Monsieur Le Drian le 16 juin 2003, il a changé de fonction et a été élu Président de la région Bretagne. L'évolution des propos à travers ces années témoigne d'un investissement de plus en plus important de la part des pouvoirs régionaux pour promouvoir la langue bretonne. C'est pour moi un point d'observation et de comparaison très utile. Côté secteur culturel, le fait d'avoir interrogé Gwénaél Debray au mois de juillet 2006 permettait de comprendre l'évolution, les tendances (depuis la période du début de ma recherche où j'avais informellement rencontré des représentants de l'organisation du Festival interceltique) concernant l'usage de la langue bretonne au sein des espaces du Festival interceltique de Lorient. Ces quelques exemples montrent donc quel intérêt a pu avoir le contexte temporel dans la constitution du corpus final et comment cela a pu avoir un impact sur l'analyse générale du sujet que j'ai traité.

En plus de ces entretiens, pour mettre en comparaison la demande sociale et l'offre proposée par les décideurs locaux et régionaux, et envisager ainsi une étude globale sur le marquage du territoire breton, j'ai choisi d'interroger un groupe plus large, nommé le groupe général.

1.1.2 Le groupe général

Le groupe général est composé de **deux sous-groupes de population cible**, un groupe ciblé sur le caractère situationnel et géographique (groupe A) et un groupe ciblé sur le caractère de l'âge (groupe B).

a. Le groupe A

Le département du Morbihan est « le retardataire » breton en matière de bilinguisme et d'affichage bilingue, par rapport aux autres départements de la Bretagne administrative. Ainsi, de nombreuses procédures ont été lancées dans les communes morbihannaises, ainsi qu'auprès du Conseil Général (élu en mars 2004), depuis plusieurs années mais depuis quelques mois surtout. La demande sociale liée à l'affichage public du breton semble exister, et cela pour toutes les raisons évoquées précédemment : le rétablissement de l'histoire, le retour aux racines, l'image positive de la culture bretonne, etc. La partie 2 consacrée aux usages, fonctions et motivations de l'affichage bilingue le démontre. Pour vérifier cela, il était d'intéressant d'interroger la population à propos de la présence de l'affichage bilingue dans un lieu déterminé. J'ai choisi d'approfondir le cas de la ville de Lorient pour plusieurs raisons. Tout d'abord je suis originaire de cette ville, je suis née à Lorient et ai vécu à Ploemeur (commune avoisinante) une grande partie de ma vie. L'affichage bilingue est beaucoup plus présent à Lorient qu'à Ploemeur. Les entretiens semi-directifs effectués auprès des représentants politiques de Ploemeur et de Lorient entre 2003 et 2004 m'ont indiqué qu'une politique linguistique était engagée dans la ville de Lorient, beaucoup moins à Ploemeur. De plus, mon réseau me permettait de pouvoir publier une enquête dans le Ouest-France, grand quotidien régional, distribué sur le Pays de Lorient. Cela aurait été plus complexe de demander à le publier ailleurs en Bretagne. Aussi, toutes ces conditions réunies, il me semblait opportun d'interroger la population par ce biais, en sachant que l'orientation des questions et les possibilités de diffusion du Ouest-France allaient permettre que les avis des informateurs sur la signalétique bilingue dépassent le cadre lorientais. Cela s'est largement vérifié par les retours d'enquêtes.

La méthode

Je suis partie du constat suivant : imposer une langue régionale en l'affichant par le biais de la signalisation routière ou d'autres formes de signalétique ne signifie que peu de choses si la population n'est pas sensibilisée à une question culturelle plus vaste. En effet, penser que le breton retrouvera les faveurs de la population en étant sensibilisée à cette langue de manière visuelle, et ce de manière importante parfois, est un pari risqué. Peut-on penser qu'il s'agit là d'une méthodologie organisant la réhabilitation de

la langue par l'unique processus de diffusion visuelle et graphique de celle-ci ? Le premier outil de mesure et d'analyse de l'impact de cet affichage, et ce par une approche quantitative et qualitative des effets de sens, a donc été envisagée par le biais d'une enquête sous la forme d'un questionnaire, diffusé dans 7 cantons de l'Arrondissement de Lorient, cela représentant 35 000 tirages de l'édition du Ouest-France du 17 novembre 2004²³⁰. De plus, le journal Ouest-France est consultable par Internet selon différentes modalités d'abonnement et les pages dédiées à certaines villes peuvent être consultées gratuitement le jour même sur le site Internet du Ouest-France. Après des recherches auprès de la direction du service multimédia du Ouest-France, les chiffres d'abonnés au journal dans sa version Internet n'ont pu m'être transmis pour des raisons de confidentialité. Aussi, il n'est pas possible de connaître le nombre de personnes qui ont eu accès au questionnaire par ce moyen de diffusion. Concernant les personnes se situant en dehors de la zone géographique de distribution du journal dans son format papier, il est aussi utile de savoir que chaque abonné peut demander à recevoir l'édition du pays de Lorient et ce à n'importe quelle adresse à travers le monde. Aussi, en fonction du taux de réponse et de la méthode de réponse (détaillés ci après) nous retiendrons simplement que les modes de diffusion du journal ont pu être une manière d'obtenir des informateurs en dehors du périmètre du pays de Lorient, objet premier de l'enquête et que les taux de réponses restent malgré tout dans le périmètre initialement prévu : Lorient : 15 % des réponses, Ploemeur : 11% des personnes, Larmor-Plage : 5% des réponses, soit plus d'un tiers des réponses, à qui nous pouvons ajouter les 19 informateurs des communes faisant partie de l'arrondissement de Lorient. Donc environ la moitié des informateurs sont de Lorient et des alentours.

Ce type d'enquête, proposée à grande échelle, suppose plusieurs préalables qui ont été négociés avec l'équipe de rédaction du site de Lorient tels que le jour de parution, le type d'édition (négociation sur la possibilité d'édition sur plusieurs cantons) donc le nombre de tirages, le processus de passation de l'enquête ainsi que la forme rédigée.

²³⁰ Le département du Morbihan compte trois arrondissements : l'arrondissement de Vannes, de Pontivy et de Lorient. Les sept cantons, appartenant à l'arrondissement de Lorient que l'édition Ouest-France de Lorient couvre, représentent 24 communes.

- Le canton de Plouay comprend 6 communes : Plouay, Bubry, Calan, Inguiniel, Lanvaudan, Quistinic.
- Le canton d'Hennebont comprend 4 communes : Hennebont, Brandérion, Inzinzac-Lochrist et Languidic.
- Le canton de Lanester ne comprend qu'une seule commune : Lanester.
- Le canton de Lorient ne comprend qu'une seule commune : Lorient.
- Le canton de Ploemeur comprend deux communes : Ploemeur et Larmor-Plage.
- Le canton de l'île de Groix ne comprend qu'une seule commune : Groix.
- Le canton de Port-Louis comprend 9 communes : Port-Louis, Gâvres, Kervignac, Locmiquélic, Merlevenez, Nostang, Plouhinec, Riantec et Sainte-Hélène.

En dehors de la commune de Lorient où l'affichage bilingue est important, les communes dont il est question ici connaissent un affichage bilingue lié aux panneaux d'entrée et de sortie d'agglomération, mais pas d'affichage aussi développé que sur la ville de Lorient. Les personnes donnant comme lieu de résidence l'une des villes appartenant à ces cantons, Lorient exclus, représentent 35 informateurs. 19 informateurs indiquent Lorient comme lieu de résidence et donc 73 informateurs vivent en dehors de la zone de diffusion. Ainsi les personnes au contact permanent avec ces formes d'affichage bilingue ne sont pas celles qui ont majoritairement répondu à l'enquête.

L'enquête est parue un mercredi. Selon les statistiques de l'équipe de rédaction de ce journal, l'idéal de parution est le samedi, jour où les ventes sont les plus fortes. Or la différence de vente entre le plus faible et le plus fort taux de vente est de 2%. Ainsi, les ventes du mercredi (taux de vente le plus faible) sont de 2% inférieures à celle du samedi (taux de vente le plus fort). Ce pourcentage n'a pu avoir d'incidence sur le nombre de personnes susceptibles de répondre à l'enquête puisque le total des ventes pour l'édition du 17 novembre 2004 avoisinait les 35 000 exemplaires. L'argument qui consiste à penser que les lecteurs prennent moins le temps de détailler leur journal un jour de semaine plutôt que le week-end est également invalidé par le fait que la présentation de l'enquête était suffisamment visible pour qu'une lecture rapide et superficielle du journal permette de la voir.

Le journal dans lequel est parue cette enquête a été édité à 35 000 exemplaires environ ; le nombre de tirages est proportionnel aux statistiques habituelles des ventes, avec une marge de + ou - 10%.

Concernant le processus de passation de l'enquête, deux rendez-vous en présentiel ont été pris avec l'équipe de rédaction et des contacts suivis ont eu lieu pendant tout le temps de la mise en place de l'enquête et du suivi des réponses. Il aurait été souhaitable que les lecteurs soient prévenus en amont de la parution effective de l'enquête. Une première approche de l'enquête à venir aurait suscité l'attente, l'intérêt et le sérieux de cette recherche, puisque cela aurait du être l'occasion de découvrir dans quel cadre s'inscrivait ce travail. Cela aurait permis de renseigner la population sur les modalités de cette enquête, la problématique, le type de questions, les objectifs. Or pour des raisons pratiques, la présentation du sujet ainsi que l'enquête (rédigée tel le compte-rendu d'une interview de journaliste, avec les subjectivités que cela représente) sont parues dans le même article, représentant le quart d'une page de journal, soit quasiment un format A4. Ce détail est important car le nombre d'informateurs potentiels reposait aussi sur la lisibilité et l'attractivité de cette enquête. Si elles n'étaient pas suffisantes, je prenais le risque qu'un nombre encore plus important de lecteurs n'y prenne pas attention. Il n'était pas question d'imaginer que le nombre aurait forcément fait la « force » de cette enquête (et le nombre total d'informateurs en est la première preuve). Mais il était plutôt envisagé de transmettre un certain nombre d'informations à la population, pour l'inciter à réfléchir à la présence de la signalétique bilingue, pour laquelle l'équipe municipale de la ville de Lorient n'a pas sollicité ses concitoyens.

Une enquête sur la signalisation français-breton et l'affichage

Le bilinguisme public : bien ou mal

Des plaques de rue, des noms de villes, parfois des affiches... Le breton apparaît dans les lieux publics, plus ou moins timidement. Une étudiante en sociolinguistique lui consacre son doctorat. Et sollicite le concours des lecteurs d'Ouest-France.

Roseline Le Squère est Plœmeuroise. Elle a consacré son mémoire de maîtrise à la toponymie de Plœmeur. Actuellement, elle prépare un doctorat de socio-linguistique. Thème : « **Toponymie, identités culturelles bretonnes et développement économique. Analyse sociolinguistique des marquages du territoire** ». Roseline a choisi deux micro-régions, l'une bretonnante, l'autre gallo : le pays de Lorient et le pays de Rennes. Elle fait l'analyse comparative entre la volonté politique d'afficher une appartenance régionale et les réalités vécues sur le terrain. « Je

tente d'analyser les motivations, usages et perceptions de la langue bretonne aujourd'hui, explique Roseline. L'objectif est d'en tirer des préconisations pour les décideurs, avec des modèles de bon usage. » Il peut s'agir de courriers-types, d'étiquettes de produits alimentaires, de signalétique urbaine etc. « **Je suis sûre que certains produits bretons renforceront leur attractivité avec un packaging bilingue. La forte imprégnation culturelle est un atout de vente.** »

En septembre 2005 à Moncton (Canada) se tiendra un colloque international de socio-linguistique et de toponymie urbaine. Roseline Le Squère y interviendra sur « **affichage et traitement des langues régionales en Bretagne** ». L'enquête proposée ci-dessous lui permettra de mieux cerner l'état de l'opinion sur le bilinguisme tel qu'il s'affiche. A vous de répondre.



Roseline Le Squère prépare une thèse de doctorat sur le bilinguisme tel qu'il s'affiche.

Le questionnaire de l'enquête

Vous êtes : un homme/une femme

Année de naissance :

Profession :

Commune de résidence :

Depuis quand habitez-vous la région ?

Êtes-vous attaché à la culture bretonne ?

Parlez-vous breton ? Choisissez l'expression qui vous correspond : Pas du tout/Quelques mots/Un peu/Moyennement/Assez bien/Bien/Très bien

Comprenez-vous le breton ? Même choix, de Pas du tout à Très bien

Le breton s'affiche autour de vous. Où ?

Que pensez-vous de cet affichage ? Notez de 1 à 10, de très insuffisant à trop important, suffisant représentant la note 5.

Cet affichage vous semble-t-il adapté ? Notez de 1 à 10, de très mal adapté à très bien adapté.

Selon vous, que peut apporter un affichage bilingue français-breton ? Réponse sur papier libre.

Renvoyez ce questionnaire à l'adresse suivante :
Roseline Le Squère, Équipe CREDILIF, Université Rennes 2,
Place du Recteur Henri-Le Moal, CS 24 307,
35043 Rennes Cedex.

Vous pouvez aussi le télécharger à l'adresse suivante
www.uhb.fr/alc/erellif/credilif/

Figure 21. Enquête parue dans le Ouest-France, édition du 17 novembre 2004

Nous remarquerons que dans la façon dont est construit ce document, autant le surtitre « Une enquête sur la signalisation français-breton et l'affichage » indique assez explicitement l'objet de l'enquête, autant le titre « Le bilinguisme public : bien ou mal » peut influencer directement les informateurs en présentant le sujet sans demi-mesure : le bilinguisme ne peut être que bien ou mal. Ces deux adjectifs apportent une représentation bien restrictive du questionnaire. J'indique que je n'ai pas été contactée avant la parution de l'enquête et que j'ai découvert en même temps que les lecteurs la forme finale sous laquelle elle était, avec l'article de présentation, exposée. Plusieurs expressions au sein de l'article depuis le chapeau jusque dans le contenu des deux

paragraphe sont utilisées de telle sorte que l'informateur peut être orienté dans ses réponses, par le ressenti qu'il a pu en avoir à les lire :

- « Le breton apparaît... plus ou moins **timidement** », (cf. chapeau)
- « L'objectif est... avec des **modèles de bon usage** » (cf. deuxième colonne, l. 6)
- « **Je suis sure... renforceraient** leur **attractivité** avec un **packaging** bilingue » (cf. deuxième colonne, l. 9 à 12)
- « La forte imprégnation culturelle est un **atout de vente** » (cf. deuxième colonne, l. 12 à 14)

L'article est composé d'expressions et de citations qui me sont attribuées, provenant de ce que le journaliste a retenu des échanges que nous avons eu préalablement. Toutefois, titrer et rédiger un article de journal, c'est choisir de mettre en avant certaines caractéristiques du sujet traité. Ce sont ces caractéristiques (même si je peux utiliser moi-même des termes tel que « packaging » pour parler d'une activité de « mise en forme d'une étiquette ») qui ont pu influencer les informateurs. Les « modèles de bon usage » soulevés par le journaliste dans la citation qu'il m'approprie peut suggérer que je me place en tant que spécialiste détenant une certaine vérité sur la manière d'utiliser une langue pour la création de documents de communication, cités juste après. Or il n'était pas question pour moi de suggérer de telles choses, qui ne ressemblent en rien à mes ambitions. Un modèle de « bon » usage est contraire à la perspective sociolinguiste que je peux avoir et je suis donc à l'inverse attentive à la réalité polymorphe qui peut se mettre en œuvre. Toutes les variétés et variabilités sont possibles.

De manière générale, je ne peux pas mesurer le degré d'influence que cet article a pu avoir sur les informateurs et je ne pense pas qu'il soit de toute façon bien flagrant et donc bien important. Toutefois, je retiendrai quelques déclarations passionnées, la plus virulente ayant été :

« Vous voulez cerner l'état de l'opinion sur le bilinguisme (français-breton) avec un vocabulaire comme « PACKAGING » ? Le Recteur Le Moal (que j'ai connu) en rougirait de honte et moi j'ai beaucoup de pitié ». ²³¹

Beaucoup d'autres ont été très encourageantes et ont été le lieu de réactions très développées et extrêmement sympathiques par une très grande majorité d'informateurs. Aussi je retiendrai que le sujet d'enquête et par extension « la langue bretonne » reste un sujet pour lequel les personnes restent très sensibles. C'est une part de leur identité pour laquelle ils ont beaucoup de choses à dire.

Pour cette enquête des limites temporelles ont été fixées. Cela signifie qu'une date limite de renvoi était proposée et a été mentionnée lors du rappel de la parution de l'enquête et de la possibilité d'y répondre, 7 jours après la parution initiale. Les informateurs ont eu un mois pour répondre à cette enquête. Cette date a été respectée

²³¹ Cette réponse m'a été envoyée sous format papier, de manière anonyme. Le nom du Recteur Le Moal fait référence à l'adresse de l'Université Rennes 2 à laquelle devait m'être retournée la réponse.

dans la majorité des cas. Les réponses reçues ultérieurement ont été malgré tout considérées dans l'échantillon d'enquête puisque le nombre total de réponses était peu important.



Figure 22. Rappel de l'enquête parue dans le Ouest-France, édition du 24 novembre 2004

À propos de la forme du questionnaire, elle n'a pas été retenue par l'équipe de rédaction sous sa forme originelle. Par exemple, les questions proposées sous la forme permettant une réponse par échelle évaluative :

« Êtes-vous attaché à la culture bretonne ?
Pas du tout beaucoup »

ont été reportées sous la forme :

« Êtes-vous attaché à la culture bretonne ? », proposée sous la forme d'une question ouverte, n'incitant plus d'élément quantitatif.

Cette formulation et une présentation quantitative proposées conjointement aurait permis une lisibilité des réponses beaucoup plus explicite, un résultat immédiat donc.

Par ailleurs, les questions du type permettaient une interrogation en nombre et en qualité avec une facilité de réponse pour l'informateur :

« Que pensez-vous de cet affichage ? Le trouvez-vous :
insuffisant suffisant ?
inadapté adapté ? »

La forme retenue a été :

« Que pensez-vous de cet affichage ? Notez de 1 à 10, de très insuffisant à trop important, suffisant représentant la note 5.
Cet affichage vous semble t-il adapté ? Notez de 1 à 10, de très mal adapté à très bien adapté ? »

La qualité de la formulation n'est somme toute pas à débattre mais suppose que la manière de répondre à cette question soit envisagée dans un premier temps comme un biais non négligeable, car donner une note appelle souvent à un jugement plus dévaluatif que le système permettant de cocher une case sans qu'aucune unité de valeur chiffrée n'apparaisse.

De plus, la forme initiale proposait un ensemble de questions fermées et une question finale ouverte, demandant davantage d'implication de la part de l'informateur :

« Selon vous, que peut apporter un affichage bilingue français-breton ? »

Libellée de la sorte, il aurait été souhaitable d'inscrire très clairement que la réponse souhaitée devait être rédigée sur papier libre, pour profiter d'un espace de réaction libre, suffisant, permettant de recevoir l'expression détaillée des sentiments des informateurs sur cette question. Le développement de leurs perceptions aurait clairement permis de situer les enjeux essentiels de cet affichage pour l'ensemble des personnes ayant répondu à l'enquête.

Or pour des raisons pratiques à nouveau, la forme retenue et publiée a été :

« Selon vous, que peut apporter un affichage bilingue français-breton ? Réponse sur papier libre ».

Au delà de l'inquiétude que les informateurs peuvent ressentir face à ce type de question qui demande de la rédaction, repérée bien souvent dans les enquêtes, nous pensons que la formulation proposée et la mise en page de l'enquête a aussi été un fait qui a pu brider la réflexion des informateurs entraînant, pour 70 d'entre eux, des réactions très brèves, permettant difficilement de traiter de manière approfondie leurs avis sur ce sujet.

Toutefois trois manières de répondre à cette enquête étaient possibles :

- découper l'enquête et la poster à l'adresse indiquée sur le questionnaire ;
- télécharger l'enquête par Internet et poster le fichier papier imprimé et dûment complété ;
- télécharger l'enquête par Internet et la renvoyer par courriel.

Ces variables ont permis aux informateurs une liberté dans l'usage du support, et n'ont gêné en rien le dépouillement de l'enquête et le traitement des données.

À propos du taux de réponses :

- 40 questionnaires ont été renvoyés par courriel (codés M1 à M40) ;
- 35 questionnaires ont été renvoyés sous le format téléchargeable par Internet et rédigés de façon manuscrite et non pas de façon dactylographiée comme les précédents 35 questionnaires reçus (codés TM1 à TM 35) ;

- 60 questionnaires ont été renvoyés sous le format publié par le journal ou format manuscrit exclusif (codés E1 à E60) ;

Parmi ces réponses, n'ont pu être traités :

- 5 questionnaires illisibles reçus par courriel ;
- 3 questionnaires ont été reçus manuscritement (ne correspondant pas aux formats de réponses, ce sont des courriers - plutôt violents - d'avis général sur la thématique) ;
- Soit au total 135 réponses dont 127 traitables.

Dans toute enquête sociolinguistique sollicitant des informateurs, la question du nombre de personnes à interroger est récurrente. Dans de nombreux cas le chercheur choisit son échantillon d'après des variables préétablies telles que l'âge, le sexe, le secteur géographique, la catégorie socioprofessionnelle, etc. Pour ce cas précis, la méthode de diffusion de l'enquête utilisée laissant non plus le choix au chercheur mais aux informateurs eux-mêmes, la question de l'échantillon était risquée. D'un point de vue statistique, la population à l'étude était une population dite « infinie », c'est-à-dire une population importante, impossible à chiffrer précisément. Ainsi, la marge d'erreur acceptable pour cette recherche, et permettant de déterminer le nombre de répondants nécessaires pour que l'enquête et l'étude quantitative soient valides, était-elle extrêmement difficile à obtenir.

De plus, l'expérience, le processus de diffusion de l'enquête ainsi que la particularité du sujet de recherche permettaient d'imaginer un taux de refus très important, ce qui s'est vérifié à la clôture de l'enquête. Il est de toute façon difficile de calculer, même a posteriori, le nombre d'informateurs idéalement représentatif pour ce type d'enquête, car le petit nombre final (par rapport aux 35 000 tirages édités) est une information très importante en elle-même.

En effet, l'homogénéité des observations faites par les informateurs est un critère de validation suffisant pour cette enquête. Les seules variations importantes observées, toute variable confondue (autrement dit, le sexe, l'âge, la région d'origine et la ville de résidence), étaient le sentiment d'appartenance à l'identité bretonne et leurs représentations que je nommerai sociolinguistiques (représentations sur les langues régionales de Bretagne). Les informateurs utilisant un discours mesuré, c'est-à-dire, n'exprimant ni une forte appartenance ni l'inexistence de celle-ci représentent 12% des informateurs, soit 16 personnes. Ce qui signifie qu'un large ensemble des informateurs s'est positionné clairement sur son appartenance à l'identité bretonne et a validé les pratiques d'affichage bilingue à Lorient ou l'inverse²³².

²³² Il faut également rester conscient que les personnes répondant à ce type de sujet sont souvent des personnes faisant partie de réseaux favorables à la question culturelle bretonne. Certaines réponses, reçues de manière groupée ne constituent pas pour autant des réponses à considérer comme une seule et même réponse pour un ensemble d'individus partageant de fait des idées similaires (ou en tout cas rapprochées) sur la question. Il s'agit bien de personnes singulières ayant répondu en leur nom propre et pouvant être considérées comme des informateurs à part entière.

Le questionnaire téléchargeable²³³

Vous êtes : H / F

Année de naissance :

Profession :

Lieu de résidence : commune :

1. Depuis quand habitez-vous la région ?
2. Êtes-vous attaché à la culture bretonne ?
3. Parlez-vous breton ? Cochez la case qui vous correspond

Ex : Je suis un locuteur débutant du breton, je choisis de cocher la 2^e case

Pas du tout x Très bien

Pas du tout Très bien

4. Comprenez-vous le breton ?

Pas du tout Très bien

5. Le breton s'affiche autour de vous. Où ?

6. Que pensez-vous de cet affichage ?

Ex : je le trouve suffisant, je choisis de cocher la 4^e case

Il est insuffisant important x Il est trop

Il est insuffisant important Il est trop

Il est mal adapté adapté Il est bien

7. Selon vous, que peut apporter un affichage bilingue français-breton ?

Pour renvoyer ce questionnaire :

Vous pouvez le renvoyer à l'adresse suivante :

²³³ L'enquête était téléchargeable sur le site du laboratoire de recherche CREDILIF, Université Rennes 2 : <<http://www.uhb.fr/alc/erellif/credilif/>>.

Roseline Le Squère
Équipe CREDILIF
Université Rennes 2
Place du Recteur Henri Le Moal
CS 24307
35043 Rennes Cedex

Vous pouvez le télécharger à l'adresse suivante www.uhb.fr/alc/erellif/credilif/

Pour tout renseignement ou remarque, vous pouvez contacter :
roseline.lesquere@uhb.fr

b. Le groupe B

En ce qui concerne la variable de l'âge, j'ai préféré privilégier une population jeune, mon travail principal étant de comprendre les fonctions de l'affichage public des langues régionales en général, les perceptions des jeunes générations me semblaient être particulièrement intéressantes dans un contexte où l'usage des langues régionales au quotidien reste en marge des pratiques habituelles pour bon nombre de personnes. Il semblait au fur et à mesure de mes premières recherches que la demande sociale créée autour des langues régionales venait plutôt des jeunes générations (à partir des 18-25 ans) et non pas des personnes âgées. La proportion des informateurs jeunes (moins de 30 ans) ayant répondu à l'enquête proposée au groupe A a été faible : 10 sur 125, soit 8%. Aussi, il était intéressant de détailler cette question en interrogeant spécifiquement un échantillon de population correspondant à ce critère d'âge.

Groupe B - Age	Non indiqué	Femme	Homme	Total
18 ans		11	30	41
19 ans		12	21	33
20 ans		10	17	27
21 ans		2	5	7
22 ans		1		1
28 ans		1		1
31 ans		1		1
Non indiqué	1			1
Totaux	1	39	73	112

Enseignant à l'Université Rennes 2 jusqu'en 2005, il était simple pour moi de contacter un grand nombre de personnes correspondant à ce critère. Dans le cadre d'un cours de linguistique (cours de DEUG 1 / IUT 1^{ère} année), j'ai ainsi présenté mes recherches et proposer que ceux qui le désiraient remplissent un questionnaire, sur l'heure suivant le cours. Ce public est intéressant car l'Université de Rennes 2 brasse une population venant de toute la Bretagne et la proposition de l'enquête sur les sites de Rennes 2 et l'IUT de Rennes 1 permettaient un équilibre Hommes-Femmes entre les informateurs, l'Université Rennes 2, section Lettres, ayant un public très largement féminin et l'IUT ayant un public très largement masculin. L'enquête comportait un questionnement davantage ciblé sur leur lieu de résidence (nommé comme tel, sans précision autre). Partagés bien souvent entre un lieu de résidence pour le temps d'études et le lieu de résidence familiale, j'ai proposé des questions spécifiques sur l'affichage dans la ville de Rennes, pour être sûre que le feed-back soit positif pour moi, c'est-à-dire que les questions liées à l'interrogation sur la présence d'un affichage dans un lieu ne soient pas au centre du doute dans lequel peut être la population étudiante; à savoir :

« vivre » sur le lieu de leur étude ne semblent pas être une expression faisant toujours sens : ils *habitent* à Rennes mais *vivent* chez leurs parents (donc le plus souvent dans

une autre commune), ce qui peut donner une compréhension ambiguë de mes questions et donc des réponses non utilisables.

Le questionnaire

Sexe Age Profession Ville de résidence

1. Où habitez-vous : en ville, à la campagne, etc. ? Précisez s'il s'agit d'une rue, d'un lieu-dit, etc. (Si vous êtes étudiant, précisez l'endroit où vous vivez avec votre famille ainsi que l'endroit où vous vivez « seul »)

2. Y a-t-il un affichage du nom de la rue ou du lieu-dit en langue régionale ? Précisez en quelle langue.

3. D'où êtes-vous originaire?

4. Êtes-vous attaché à la culture bretonne ?

Pourquoi ?

5. Parlez-vous une langue régionale de Bretagne ? Si oui laquelle ?

6. Comment qualifiez-vous vos pratiques : habituelles, occasionnelles, rares ?

7. La langue bretonne est-elle présente dans votre environnement (l'espace qui vous entoure)?

Si votre réponse est *oui*, répondez aux questions 9 à 10, sinon reportez-vous aux questions 11 et 12 :

8. Dans quels endroits la voyez-vous ?

9. Que pensez-vous de cet affichage ?

10. Le trouvez-vous suffisant, trop important ? Souhaitez-vous qu'il soit alors plus important ou moins important ?

Si votre réponse est *non* :

11. Souhaiteriez-vous voir un affichage en langue régionale ?

12. Pourquoi ?

Questions sur *la ville de Rennes* :

13. Savez-vous s'il existe des panneaux bilingues dans la ville de Rennes ? Précisez dans quel(s) endroit(s), (rue, etc.). Quelle(s) langue(s) y apparaissent ?
14. Pensez-vous qu'il faudrait un affichage bilingue dans toute la ville ? Pourquoi ?
15. Est-ce que l'affichage bilingue devrait se faire en breton, en patois ou dans une autre langue ?
16. Sur quels types de supports l'affichage bilingue apparaît-il le plus souvent ? (Panneaux publicitaires, panneaux de signalisation, enseignes de magasins, etc.)

En conclusion, la méthode d'enquête en sablier consiste à aller du global à l'analytique par le moyen d'enquêtes semi-directives (les entretiens) et directives (plus ou moins directives selon les questions : les questionnaires). J'ai choisi d'associer différents modèles d'enquête pour tenter d'obtenir un échantillon de population large et « suffisamment représentatif » de catégories d'âge diverses, de provenances variées (zones bretonnantes et non-bretonnantes), etc. Les personnes interrogées forment des micro-échantillons pour lesquels certains paramètres seront à prendre en compte pour l'analyse. Le groupe B par exemple a été interrogé dans un contexte où ma position d'enseignante a pu avoir un impact sur les réponses. Si à l'université, les relations enseignants-étudiants peuvent rester très distantes, voire presque anonymes, à l'IUT, l'enseignant suit de près les étudiants tout au long de l'année. Les modalités de cours et d'évaluation font qu'il y a une « vie de classe » où l'enseignant et les étudiants se connaissent. Aussi, la volonté de donner de « bonnes réponses » a pu faire que certaines réponses ont été volontairement exagérées ou alors certains informateurs ont peut-être été tentés de répondre « oui » quand leur réalité aurait dû les faire répondre « non ». À l'inverse interroger les gens par écrit peut parfois rendre plus simple l'obtention des réponses, car si à l'oral il peut être souvent plus aisé de parler des autres que de parler de soi, l'écrit peut être une manière de parler plus librement de ses propres pratiques. Surtout que pas une fois l'identité des informateurs n'a été demandée (simplement une identification par sexe). Lorsque ceux-ci m'ont transmis leur nom, c'était souvent accompagné de leur adresse et procédait d'un acte volontaire marquant leur intérêt pour les questions auxquelles ils ont répondu. Tous ces biais considérés, la méthode consistant à croiser différentes enquêtes permet aussi d'atténuer fortement l'ensemble de ces paramètres, puisque l'ensemble de ces questionnaires a été créé au fur et à mesure de mes observations de terrain et qu'il s'agissait surtout par ce moyen, de contre-vérifier par des échantillons plus larges de personnes les propos échangés lors des entretiens semi-directifs ainsi que les indices observés sur le terrain, qui, validés par les résultats d'enquête, deviennent de réels indicateurs sur la problématique posée.

Les entretiens semi-directifs tiendront une place primordiale au cœur de l'analyse. L'ensemble des résultats obtenus d'après les réponses aux questionnaires permettra un état des lieux complémentaire aux situations d'entretiens. La méthode globale utilisée pour cette recherche a permis d'obtenir un nombre d'informations suffisant pour avoir une bonne compréhension du contexte étudié ; et proposer plusieurs questionnaires offre la possibilité de pouvoir faire des comparaisons entre des catégories de personnes provenant de terrains différents (mais comparables) et de saisir aussi de façon plus affinée le contexte en étude. Je suis consciente d'avoir amalgamé différentes variables, tel que cela a été montré précédemment mais la méthode a été balisée de telle sorte que cela enrichisse la recherche. Enfin, les supports photographiques regroupant l'ensemble des formes d'affichage bilingue recensées à travers la Bretagne formeront un exemplier complémentaire aux discours émis lors des entretiens semi-directifs et pourront être indiqués en accompagnement du contenu des résultats des enquêtes au moment de l'analyse.

1.2 Le support numérique

Rédiger un manuscrit de thèse en ayant à y inscrire un nombre limité de corpus donne généralement l'impression d'un sacrifice au détriment des éléments que l'on juge importants et qui permettraient de compléter les travaux. Bien que l'exhaustivité ne puisse être atteinte (et ce n'est certainement pas l'objectif le plus important d'une recherche en sociolinguistique), la volonté de délivrer un corpus représentatif m'a amenée à élaborer un support numérique permettant ainsi d'y inscrire une forte proportion du corpus recueilli. Concernant les photographies, l'échantillon proposé est large (plus ou moins selon les catégories) pour permettre un repérage de terrain important mais aussi pour que ce travail donne suite à d'autres études pour lesquelles ce corpus sera très utile.

La création d'un tel support est aussi le pari de l'originalité et de l'innovation. La possibilité d'écouter l'intégralité des entretiens semi-directifs rend possible l'accès à un support où d'autres alternatives d'analyses sont possibles puisque les fichiers originaux sont disponibles. Conjointement, et pour des raisons méthodologiques, j'ai retranscrit la quasi totalité des entretiens. Étant donné les codes de transcription, ces fichiers de texte ne sont pas des fichiers qu'on lit mais qu'on consulte à bon escient sur un point que l'on souhaite exploiter ou mettre en avant. Ici, j'ai choisi certaines séquences plutôt que d'autres pour mettre en avant certains critères d'analyse. Ces séquences ont été transcrites selon une convention qui est justifiée ci-après. Enfin, ce support laisse un témoignage vivant d'échanges sur les questions de l'affichage bilingue et symbolique en Bretagne et sur les liens entre culture régionale et développement économique. À mon sens, ce principe est très intéressant. Chacun des informateurs a donné son autorisation permettant d'inscrire leurs propos sur ce type de support. Les autorisations signées peuvent être consultées en annexe pages 452 à 471. Les photographies sont, elles aussi, soumises à certains droits, et l'autorisation de Mikael Bodloré-Penlaez concernant les photos issues de : www.geobreizh.com, est également consultable en annexe page 452.

1.2.1 La propriété intellectuelle

Fournir un corpus sous une forme plus ouverte de propriété intellectuelle que le régime par défaut permet de rendre disponibles des documents sans que cela porte préjudice à qui que ce soit. Les informateurs comme les photographes ont l'assurance que leur travail et leur propos soient utilisés dans de bonnes conditions et avec un suivi qui les protège. J'ai choisi d'utiliser un contrat de propriété intellectuelle « libre » (plus ouvert). À la différence d'autres formalités de dépôt, le « Libre » est avant tout une *attitude* concernant les problèmes de propriété intellectuelle et en particulier ceux qui concernent la diffusion d'une création intellectuelle. On peut définir le « Libre » par le *principe de libre reproduction, diffusion et éventuellement modification d'une réalisation*

intellectuelle, par opposition à une logique de Copyright qui restreint fortement la diffusion et la reproduction d'une création et en interdit la modification²³⁴.

Cela ne suppose pas pour autant que tout soit permis et l'ensemble de la création ne se situe pas en dehors du droit. L'auteur d'une oeuvre ne renonce pas à sa qualité d'auteur et à ses droits moraux (qui sont inaliénables) mais associe à sa création un mode de diffusion ouvert. Le format « Libre » n'est qu'une des formes possibles d'expression des droits patrimoniaux associés à une création intellectuelle. En pratique, les créations libres sont donc soumises à une *licence* qui définit précisément les droits et devoirs de celui qui utilise, reproduit ou modifie la création originale. C'est ainsi que le support numérique TIBED est mis à disposition sous contrat Creative Commons : Paternité – Partage des conditions initiales à l'identique 2.0 France²³⁵.

L'utilisateur est libre :

- de reproduire, distribuer et communiquer cette création au public ;
- de modifier cette création ;
- d'utiliser cette création à des fins commerciales.

Selon les conditions suivantes :



Paternité. L'utilisateur doit citer le nom de l'auteur original.



Partage des Conditions Initiales à l'Identique. Si l'utilisateur modifie, transforme ou adapte cette création, il n'a le droit de distribuer la création qui en résulte que sous un contrat identique à celui-ci.

- À chaque réutilisation ou distribution, l'utilisateur doit faire apparaître clairement aux autres les conditions contractuelles de mise à disposition de cette création.
- Chacune de ces conditions peut être levée si l'utilisateur obtient l'autorisation du titulaire des droits, c'est-à-dire, comme indiqué sur la page d'avertissements du DVD : Roseline Le Squère 2006.

Ce qui précède n'affecte en rien les droits en tant qu'utilisateur courant (exceptions au droit d'auteur : copies réservées à l'usage privé du copiste, courtes citations, parodie, etc.).

²³⁴ Sur le sujet, on peut se reporter à : <<http://guilde.jeunes-chercheurs.org/Reflexions/Libre/>>, page consultée le 09 mai 2007.

²³⁵ La version intégrale du contrat est disponible à l'adresse suivante : <<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/2.0/fr/legalcode>>.

La mise à disposition d'une création intellectuelle sous contrat « Libre » est d'abord et avant tout un appel à collaboration, à participation. En permettant la libre reproduction et la modification d'une œuvre nouvelle, on appelle ceux et celles qui l'utilisent à l'améliorer. C'est en cela que le « Libre » diffère du modèle économique traditionnel client/fournisseur où celui qui utilise ne participe pas à la création ou à la production. Dans le domaine du « Libre », celui qui utilise est invité à participer à la production et cela rejoint l'idée évoquée précédemment : cette formule est utile pour que cette recherche évolue et se poursuive. Cela permet une accélération de la diffusion de l'œuvre et aussi son amélioration, ce qui n'aurait pas été possible par le simple fait de la transcription des entretiens par exemple. Enfin, par sa capacité à donner un cadre et à promouvoir les valeurs de partage et de coopération entre individus, le « Libre » s'oppose à une tendance marchande extrême qui voudrait tout transformer en objet monnayable. Ici il s'agit surtout de stimuler et d'inciter aux échanges informationnels intra et intercommunautaires. C'est un concept qui joue un rôle fondamental dans le processus créatif. Il est plus avantageux pour tous de faire circuler librement les idées, les corpus, comme c'est le cas ici plutôt que de limiter cette circulation. À nouveau, cela permet des possibilités beaucoup plus intéressantes de partage des recherches.

Ce contrat s'applique donc à l'ensemble du support numérique, les photographies et les entretiens étant les deux types de documents principaux requérant une mise en forme des droits d'exploitation. En dehors des clichés que j'ai pris, toutes les photographies étaient exploitables (soit grâce à une autorisation écrite de la personne détentrice des droits sur les photographies, soit grâce à une autorisation orale des personnes dont l'autorité était compétente dans les lieux où ces clichés ont été pris, tels que l'hôpital de Cornouaille, le Super U de Vern-sur-Seiche, l'entreprise Sydel, les hypermarchés Carrefour de Lorient et Géant de Quimper, les commerces et les restaurants, les bâtiments publics). Pour les entretiens, l'accord d'enregistrement avait préalablement été demandé aux informateurs avant même de commencer notre entrevue. C'est par la suite (une fois le besoin de créer un support numérique venu) que je leur ai renvoyé un courrier avec une demande d'autorisation d'exploitation de la ressource sonore, en expliquant le cadre de recherche, etc.

1.3 La convention de transcription²³⁶

En plus du support numérique, dans le cadre de l'opération de transcription du corpus, j'ai choisi de manière générale de transcrire une partie des entretiens en sélectionnant certains passages pour une analyse de discours et une analyse de contenu affinées. Comme je l'ai déjà dit, la totalité des fichiers sonores n'a pas été transcrite mais est disponible sur le support accompagnant le manuscrit de thèse. Au sein du manuscrit un renvoi vers les séquences sonores correspondantes est disponible.

²³⁶ Je remercie Annick Koselko de l'Université Marc Bloch à Strasbourg, qui a fourni un modèle de transcription, que j'ai pu adapter aux transcriptions d'entretiens que j'ai effectuées.

En ce qui concerne les documents transcrits, les entretiens semi-directifs menés dans le cadre de cette recherche ainsi que les autres documents sonores (telle que la conférence de Produit en Bretagne, concernant leur politique de communication), ont été transcrits de la même façon. Cette transcription ne respecte pas les règles de ponctuation écrite et, de ce fait, n'y figurent ni points, ni virgules, ni majuscules sauf pour les noms propres : prénoms, patronymes, toponymes, etc. où elles ont été respectées. L'accent a surtout été mis sur la ponctuation orale à savoir les pauses, la prosodie, l'intonation, le rythme et le débit.

Trois écoutes ont été nécessaires pour produire les transcriptions. Une première transcription dite au kilomètre a été effectuée en indiquant les pauses franches, les hésitations (du type « euh ») même répétées. Une deuxième écoute des fichiers sonores a permis d'annoter tous les marqueurs : intonation, prosodie, insistance, rythme, intensité, pause, rupture, répétition moins évidentes ou plus rapides, contractions, allongements vocaliques et marquage des non-mots. Une troisième lecture a permis de réviser la transcription pour produire une transcription finale correspondant au plus juste à l'interaction.

Des marques temporelles peuvent apparaître dans les fichiers transcrits. Ce sont des repères me permettant de me situer de manière plus efficace par rapport à la globalité de l'enregistrement.

Le marquage des différents interlocuteurs :

Étant donné qu'avant chaque enregistrement, l'avis des informateurs a été demandé, lorsque les informateurs ont autorisé l'enregistrement et son utilisation, ils sont nommés en présentation de la transcription de l'entretien et les initiales de chaque intervenant sont indiquées avant chaque intervention pour distinguer les échanges.

Le marquage de la difficulté d'écoute :

X syllabe incompréhensible

XX lexème incompréhensible

XXX passage incompréhensible

(...) J'utilise ce signe pour marquer la distance avec ce que je crois avoir entendu.

Le marquage du chevauchement des propos :

On souligne les séquences qui se chevauchent.

Par exemple :

EC: hum hum la culture euh : dans l': fin fond du: ((légers rires))

PLB: voilà voilà XXX

Le marquage de la rupture :

/ rupture syntaxique

Exemple : ah ouais <?> / mais que:

- amorce d'un mot

Exemple : <→> et l'at- l'attachement au territoire

Le marquage de la répétition :

[=] marque la répétition d'une syllabe, d'un mot, d'une partie d'un énoncé ou d'un énoncé. Ce signe est placé entre les éléments répétés.

Le marquage de la contraction :

['] marque la contraction

Exemples : tu as vu → t'as vu, de la → d' la, je ne sais pas → j' sais pas, le côté → l' côté, que là → qu' là, venir → v'nir, peut être → peut' êt', etc.

La contraction j'sais pas peut être transcrite « ch'ai pas » lorsque cela est très net dans la prononciation de l'informateur.

Le marquage de l'allongement vocalique :

[:] est positionné après la syllabe allongée, après l'allongement vocalique.

Exemples : Bonjour: Euh:

Le marquage des « non-mots » :

((RIRES)) réactions telles que les rires, l'éternuement, le toussotement

{S} souffle

{I} inspiration profonde

{...} : selon le type de non-mots.

Exemple : {ttt} exprime l'onomatopée entendue

Le marquage de l'intonation, de la prosodie :

<!> attitude discursive marquant l'exclamation

<?> attitude discursive marquant l'interrogation

<↑> intonation montante

<↓> intonation descendante

Le signe est placé après la séquence.

Le marquage de l'insistance :

La syllabe sur laquelle porte l'accent est notée en majuscules.

Exemple : INcroyable

Le marquage du rythme :

<→> rythme rapide

<<-> rythme lent

Le signe est placé avant la séquence rapide ou lente.

Le marquage de l'intensité de la voix :

< forte intensité de la voix

> faible intensité de la voix

Le signe est placé avant la séquence faible ou forte.

Le marquage de la pause :

* pause courte (environ 1 seconde)

** pause moyenne (environ 2 secondes)

*** pause longue (environ 3 secondes)

temps interruption très longue, indication de la durée de la pause

2. La méthodologie d'analyse des données

Une des phases des méthodes d'enquêtes sociolinguistiques significatives en termes qualitatifs consiste à s'interroger sur le point de saturation. Après avoir déterminé un ensemble de valeurs pragmatiques des variables sémantiques repérées pendant les entretiens semi-directifs et dépendantes du contexte d'énonciation, on peut observer sur les entretiens qui suivront cette mise au point méthodologique, le fait de variables nouvelles ou différentes. Si de ce point de vue les réponses des échantillons d'informateurs interrogés se rejoignent sans apporter d'éléments fondamentalement nouveaux, différents, nous pouvons penser que l'échantillon retenu apporte une preuve de sa représentativité. Nous sommes alors au point de saturation qui indique que la phase d'enquête peut s'achever et la phase analytique peut commencer. Aussi, pour ma recherche le point de saturation ayant été atteint, deux types d'analyses vont être conjointement utilisés : l'analyse de contenu et l'analyse de discours par entrée lexicale qui permettra d'affiner la précédente. Cela rendra possible la proposition de conclusions, tirées d'indices suffisamment précis et globaux, sur les représentations de la langue régionale (particulièrement le breton), par le biais des pratiques d'affichage de la langue et d'éléments symboliques dits « représentatifs » de l'identité bretonne.

2.1 De l'analyse de contenu à la synthèse interprétative

L'analyse de contenu est une technique qui permet d'établir une interprétation des résultats des enquêtes effectuées pour une recherche selon un principe méthodologique qui consiste à avoir une vision globalisante du contexte de recherche (sphère dans laquelle plusieurs types de contextes coexistent, cf. l'idée du modèle

situationnel de Muchielli et du modèle circonsphérique, p. 202 et 377) dans lequel on se trouve. Philippe Blanchet nomme cette méthode « synthèse interprétative » :

Par synthèse, j'entends « saisie globale des paramètres en jeu » dans une perspective systémique complexe [...] Il s'agit [...] de conserver la perspective d'un tout, de toujours revenir à la complexité du contexte des données dans lequel le travail de recherche est mené.²³⁷

L'analyse de contenu doit intégrer différents paramètres dont la part de subjectivité du sujet interprétant fait partie. En effet, dans le domaine de l'interprétation, il faut assumer le fait que chaque chercheur analyse ses données selon ses propres systèmes de références et l'objectivité totale ne peut donc pas exister. Cette forme d'analyse de contenu suit malgré tout une méthodologie qui consiste en premier lieu, dans le cadre de ma recherche, à un balayage de l'ensemble des entretiens qui a été fait avec un repérage des grandes thématiques, que l'on peut retrouver comme communes chez les informateurs, corrélés aux réponses statistiques des informateurs du groupe général. Cette pré-analyse est similaire à la pré-analyse mise en oeuvre pour l'analyse de discours, permettant de catégoriser, deuxième étape de l'analyse, les éléments du corpus par thématiques afin d'aboutir à des catégories pertinentes.

Ensuite, le contenu des entretiens a été découpé, ce qui correspond au chapitrage effectué pour la mise en forme du support numérique. Les grandes thématiques apparaissent clairement dans le contenu de chacun de ces entretiens à l'exemple de la liste exposée ci-après (cf. le détail des entretiens, pp. 303 à 314). Aussi après une première étape de lecture intuitive, où l'on s'approprie le corpus et dans laquelle les premières pistes d'analyse émergent, une seconde étape de délimitation du corpus s'établit. Le découpage des entretiens permet de mettre en lumière une première fois les récurrences, ou les énoncés récursifs (c'est-à-dire se répétant par l'application des mêmes questions ou des mêmes thématiques d'échange) et à l'inverse les énoncés variants. C'est à ce moment-là que l'on tient également compte des caractéristiques propres aux informateurs. Cela permet aussi une catégorisation par milieu professionnel par exemple, et ensuite des comparaisons selon ces milieux.

La problématique (générale et sous-problématiques) posée en amont constitue une ligne de conduite de la réflexion interprétative qui ne doit malgré tout pas être fermée. D'autres éléments peuvent apparaître dans les propos des informateurs, enrichissant et développant la problématique initiale et peuvent permettre des conclusions plus affinées.

L'analyse de contenu peut aussi comporter des éléments quantitatifs mais qui ne font que renforcer l'analyse globale. Aussi cette synthèse interprétative permettra l'examen général, aussi quantitatif (ce qui apporte des éléments d'analyses complémentaires) du contenu des entretiens, mais également de l'ensemble des enquêtes effectuées auprès du groupe général, constitué de sous-groupes : la population interrogée par le biais de l'enquête éditée dans le Ouest-France et le groupe des étudiants. Elle permettra de tirer

²³⁷ BLANCHET, Philippe, 2000, p. 57.

des interprétations générales du contexte d'affichage bilingue des langues régionales en Bretagne et des éléments symboliques culturels bretons dans l'espace public par le biais des éléments constitutifs des enquêtes remplies par écrit par les deux sous-groupes du groupe général d'informateurs et des éléments exprimés à l'oral par le groupe restreint interrogé par un dispositif d'entretiens semi-directifs.

2.2 Méthodologie de l'analyse de discours

Certains théoriciens défendent l'analyse de discours comme un positionnement théorique se plaçant à l'encontre de l'analyse de contenu, partant du principe que le sens des échanges serait transparent, immédiat et repérable par leurs simples affirmations, par le simple fait de dire. Or l'analyse de contenu ne propose pas une interprétation faite sur une consultation superficielle des énoncés mais dévoile une interprétation opérée d'après plusieurs lectures des énoncés complexes selon une méthode argumentée et explicitée, d'un point de vue globalisant, ce que ne propose pas forcément, à tort, l'analyse de discours. L'association des deux méthodes permet de saisir en contexte(s) les énonciations des informateurs fonctionnant selon une certaine mécanique, ou ce que Dominique Maingueneau nomme « la mise en exercice du système »²³⁸ (que l'analyse de discours met en lumière) pour en tirer des informations interprétatives (ce que l'analyse de contenu permet).

Refuser d'abandonner l'énonciation à l'activité purement individuelle et de la rejeter hors de l'analyse rigoureuse du langage, c'est donc poser que lorsque le système abstrait qu'est la langue se trouve mis en exercice dans le discours, un ensemble de mécanismes spécifiques intervient [...]. Ainsi, quand on emploie le terme *discours* dans le cadre des théories de l'énonciation, ce n'est pas pour renvoyer à une unité de dimension supérieure à la phrase, ni pour considérer les énoncés d'un point de vue de leurs conditions de production socio-historiques, mais c'est pour rapporter l'énoncé à l'acte d'énonciation qui le supporte.²³⁹

À mon sens, l'énoncé ne peut être détaché du contexte dans lequel il est émis. C'est pour cela que pour ce qui concerne cette recherche, le discours représente l'ensemble des énoncés situés échangés dans le cadre des entretiens semi-directifs effectués à ma demande auprès d'acteurs politiques, économiques et culturels bretons, et en fonction (en poste), dans les institutions pour lesquelles l'intérêt de l'entretien était aussi important. C'est dans cette combinatoire que je prendrai en compte de manière générale que ce que je nomme « discours » est un ensemble d'énoncés situés produits à partir d'une position sociale (voire idéologique, en ce qui concerne les personnalités politiques par exemple), professionnelle, qui peut tendre à orienter parfois le contenu de l'entretien. Nous serons d'accord pour dire que le discours n'est pas transparent et

²³⁸ MAINGUENEAU, Dominique, 1999, p. 10.

²³⁹ *Ib.*

qu'il possède des règles de fonctionnement²⁴⁰ mais selon une recherche sociolinguistique et donc une analyse procédant des mêmes fondements, le discours ne peut être détaché de l'environnement dans lequel il est émis. Aussi est-ce selon une méthode couplée, intuitive et rigoureuse, propre aux deux types méthodologiques que cette analyse sera menée. Christian Baylon²⁴¹ envisage l'utilisation du substantif « énoncés » dans la définition du mot « discours », comme une conception *très lâche* de l'objet discursif. Par mes justifications précédentes, je rejoindrai la « définition » de Louis Guespin²⁴² : « l'énoncé, c'est la suite des phrases émises entre deux blancs sémantiques, deux arrêtes de la communication, le discours c'est l'énoncé considéré du point de vue du mécanisme discursif qui le conditionne » pour la compléter de : le discours, c'est l'énoncé situé / contextualisé considéré du point de vue des habitudes discursives et des mécanismes discursifs qui le conditionnent. Cette « mécanique » quoique participant d'un processus complexe et donc à distinguer d'un ensemble de règles pré-établies qui consisteraient à être respectées à chaque interaction rend possible le champ de la description puisque le discours forme un tout accessible à une représentation structurelle qu'enrichit l'analyse de contenu.

L'analyse des discours sera ainsi envisagée comme l'analyse d'une conduite communicative (selon le modèle circonsphérique défini dans la partie précédente p. 377) par rapport à un sujet donné, conduite emprise d'une combinatoire culturelle (l'identité de la personne, son vécu, sa position sociale, professionnelle, le rapport à l'enquêteur, etc.) et sociale (la position professionnelle de certains informateurs pouvant les entraîner à produire une sorte de discours social, c'est-à-dire un discours que les informateurs peuvent imaginer par exemple comme représentatif de la pensée collective, cela représentant aussi un élément constitutif de l'identité des personnes). Et je mènerai cette étude par différents repères (des éléments fondamentaux de ce que constituera cette analyse de discours), des entrées lexicales correspondant à un listage des traits de représentations des langues régionales de Bretagne, combinées à d'autres indices linguistiques qui seront justifiés au fur et à mesure de l'analyse. C'est toujours en relation avec et en complément de l'analyse globale de contenu que je mènerai l'analyse de discours.

Les entrées lexicales par lesquelles j'ai choisi d'approfondir l'examen des données discursives correspondent à différents types d'occurrences signifiantes dans la construction des discours des informateurs. Selon l'expression de Jean-Baptiste Marcellesi, ce sont des *mots d'accès* au discours, au métadiscours. La structuration discursive établie par ces éléments forme un métadiscours étudié d'après différentes unités du discours, par exemple l'alternance des pronoms personnels, l'usage des locutions de gradation, etc.

²⁴⁰Ib., 1991, p. 14.

²⁴¹ BAYLON, Christian, 1996, p. 235.

²⁴² GUESPIN, Louis, 1971, p. 10.

2.3 Le détail des entretiens²⁴³

1. Monsieur Pierre-Louis Bescond, directeur des éditions Coop Breizh, Spézet (29), 08 novembre 2002:

L'entretien s'est déroulé entre Emmanuelle Callac, Sandrine Stervinou, Roseline Le Squère et Monsieur Bescond. J'indique entre parenthèses le nom de la personne qui pose la première question et cela pour chaque séquence.

Temps total d'entretien: 47.01

- 1) Histoire de Coop Breizh et présentation de l'activité **00.00**
- 2) La relation à Produit En Bretagne (PEB) : raisons de l'adhésion, image de l'association, idée de création d'un label spécifique pour les produits culturels, rapports à l'identité **3.00**
- 3) L'apport de Produit en Bretagne à Coop Breizh, les opérations commerciales **4.43** (Question posée par Sandrine Stervinou)
- 4) La démarche d'adhésion à Produit en Bretagne **8.33** (Question posée par Emmanuelle Callac)
- 5) La participation à Produit en Bretagne **9.12** (Question posée par Emmanuelle Callac)
- 6) Le prix Coop Breizh, manifestation culturelle, un prix commun avec Produit en Bretagne **11.39**
- 7) Les lecteurs Coop Breizh, idée de création d'un comptoir commun aux éditeurs **13.33** (Question posée par Roseline Le Squère)
- 8) L'attachement au territoire, la localisation à Spézet **15.34** (Question posée par Sandrine Stervinou)
- 9) Le parcours professionnel de Monsieur Bescond et des éléments de parcours personnel **16.55** (Question posée par Emmanuelle Callac)
- 10) L'identité et l'image de Coop Breizh (identité des personnels, Coop Breizh : spécificités d'une entreprise bretonne ?) **19.08** (Discours d'Emmanuelle Callac suivie d'une question de Sandrine Stervinou)
- 11) L'image / le nom de Coop Breizh : un atout ? **22.34** (Question posée par Roseline Le Squère)
- 12) Les stratégies marketing **23.30** (Question posée par Emmanuelle Callac)
- 13) La participation à d'autres réseaux bretons **26.06** (Question posée par Emmanuelle Callac)
- 14) La culture d'entreprise chez Coop Breizh **28.28** (Question posée par Roseline Le Squère)
- 15) La philosophie de Coop Breizh, exemples d'ouvrages **30.21** (Question posée par Sandrine Stervinou)
- 16) La production éditoriale dans les régions de France **31.37** (Question posée par Sandrine Stervinou)

²⁴³ Cela correspond au chapitrage de chacun des entretiens accessibles sur le support numérique, auquel je vous renvoie.

- 17) Le fonctionnement de la coopérative **33.29** (Question posée par Emmanuelle Callac)
- 18) L'image du nom « Spézet » **34.47** (Question posée par Roseline Le Squère)
- 19) La culture régionale: un phénomène de mode ? Les perspectives de Monsieur Bescond et les évolutions **37.54** (Question posée par Roseline Le Squère)
- 20) La localisation de Coop Breizh **40.55** (Question posée par Sandrine Stervinou)
- 21) La politique éditoriale **42.02** (Question posée par Emmanuelle Callac)
- 22) Une question de curiosité **42.54** (Question posée par Sandrine Stervinou)
- 23) La publicité **45.53** (Question posée par Roseline Le Squère)

2. Monsieur Patrick Christien, directeur de l'agence Crédit Mutuel de Bretagne (CMB), Ploemeur (56), 12 novembre 2002:

Des coupures sont à noter au fur et à mesure de l'entretien dues au changement de cassettes.

Temps total d'entretien: 43.14

- 1) Les parcours personnel et professionnel de Monsieur Christien **00.00**
- 2) La Politique d'entreprise / la culture d'entreprise du CMB **6.45**
- 3) L'identité / l'attachement à la région **12.00**
- 4) Présentation du CMB (structure de l'organisme bancaire, attachement régional) **14.30**
- 5) Le financement des projets qui touchent la thématique de la région / l'activité régionale (association, activités culturelles) **20.15**
- 6) La démarche d'adhésion à PEB, quelles représentations sur PEB ? **22.15**
- 7) Le rapport entre CMB et PEB, entre le CMB et la Bretagne **24.30**
- 8) Le développement du CMB en dehors de la Bretagne **26.30**
- 9) La défense de l'identité bretonne et l'appartenance à l'identité bretonne **28.20** (langue bretonne **30.00**, CMB et la langue bretonne **31.00**)
- 10) Un fonctionnement spécifique au CMB ? Caractéristiques régionales, image, valeurs **31.30**
- 11) Qui parle breton au CMB de Ploemeur ? Valeurs régionales **41.00**

3. Michel Long, directeur de l'entreprise Brialys, Breal-sous-Vitré (35), 14 novembre 2002:

L'entretien s'est déroulé entre Sandrine Stervinou, Roseline Le Squère et Monsieur Long. J'indique entre parenthèses le nom de la personne qui pose la première question et cela pour chaque séquence. C'est Sandrine Stervinou que nous entendons en premier lieu pour expliquer la démarche d'entretien et les types de questionnement qui nous ont poussé à venir rencontrer Monsieur Long.

Des coupures sont à noter au fur et à mesure de l'entretien dues au changement de cassettes.

Temps total d'entretien: 1.09.50

- 1) La rencontre avec l'association PEB, les liens avec PEB, des comparaisons **00.22** (Question posée par Sandrine Stervinou)
- 2) La localisation de Brialys, un regard géographique **7.19**
- 3) Les motivations d'adhésion à PEB: motivation essentiellement commerciale **11.27** (motivation identitaire : **13.37**; motivations réseaux : **14.31**) (Question posée par Roseline Le Squère)
- 4) La création d'une marque **17.22**
- 5) La défense d'une identité à travers l'adhésion PEB ? **19.26** (Question posée par Roseline Le Squère)
- 6) Où sont vendus les produits Brialys ? **21.31** (Question posée par Roseline Le Squère)
- 7) L'export et la mention PEB **23.51** (Question posée par Roseline Le Squère)
- 8) La problématique de Brialys : PEB, un outil de développement **27.48**
- 9) Pour qui travaille Brialys ? **28.52** (Question posée par Sandrine Stervinou)
- 10) Liens entre PEB et consommateurs **30.04** (Question posée par Roseline Le Squère)
- 11) Action de mise en place du stickage PEB sur les produits **30.15**
- 12) Culture et économie **32.01**
- 13) Liens entre PEB et consommateurs **32.56** (Question posée par Roseline Le Squère)
- 14) L'exemple de la Vendée **35.11**
- 15) L'identité régionale de Brialys ? **38.55**
- 16) L'attachement au territoire d'implantation de Brialys, frontière et territoire **41.15**
- 17) PEB et l'image de la Bretagne **45.09** (Question posée par Roseline Le Squère)
- 18) PEB et la langue bretonne ? **46.59** (Question posée par Roseline Le Squère)
- 19) Bretagne économique et Bretagne culturelle ? **49.35** (Question posée par Roseline Le Squère)
- 20) La participation du Conseil Régional dans la promotion du savoir-faire breton, les chambres de commerce **52.53** (Question posée par Sandrine Stervinou)
- 21) La marque PEB **56.57** (Question posée par Sandrine Stervinou)
- 22) Toponymes et représentations **1.01.36** (Question posée par Roseline Le Squère)

4. Loïc Le Meur, maire de Ploemeur (56), et François Mersch, adjoint délégué à La culture et à la communication, Ploemeur (56), 22 septembre 2003

L'entretien devait initialement se passer entre Monsieur Loïc Le Meur et Roseline Le Squère. C'est à l'initiative de Monsieur Le Meur que Monsieur Mersch s'est joint à nous. Aussi, les questions sont majoritairement adressées à Monsieur Le Meur.

L'entretien a débuté par la présentation des travaux de recherche de Roseline Le Squère. Loïc Le Meur rappelle, dans les deux premières minutes de l'entretien, la rencontre avec Philippe Blanchet, sociolinguiste, lors d'une conférence l'été précédent (2003). Cette rencontre a été un facteur de réflexion sur la question de l'identité régionale.

L'intervention de la secrétaire de Monsieur Le Meur est à noter : 11.20

Temps total d'entretien : 29.32

- 1) La politique linguistique à Ploemeur **2.00**
- 2) La signalétique bilingue à Ploemeur **5.10** (Première question adressée à Loïc Le Meur, la seconde question est adressée à François Mersch).
- 3) La symbolique de la signalétique bilingue **8.45**
- 4) Le débat autour de la signalétique / toponymie bilingue au sein du conseil municipal? **10.20**
- 5) L'orthographe de la forme bretonne de Ploemeur **16.35**
- 6) La distinction entre Basse et Haute-Bretagne par la population **19.00**
- 7) La place accordée aux langues régionales **20.00**
- 8) Les motivations économiques de l'affichage bilingue **24.15**
- 9) Les conclusions générales **28.31**

5. Joseph Roze, maire de Cesson-Sévigné, Cesson-Sévigné (35), 1^{er} octobre 2003

L'entretien a débuté sur la présentation des mes travaux de recherche. L'accent a été mis dès le départ sur la thématique de l'affichage bilingue et sa présence sur la commune de Cesson-Sévigné.

Des coupures sont à noter au fur et à mesure de l'entretien dues au changement de cassettes.

L'intervention du directeur général du cabinet du maire de Cesson-Sévigné est à noter : 2.06 à 5.28

Temps total d'entretien : 31.35

- 1) Un rappel de la signalétique existante et la démarche de mise en place de l'affichage bilingue **0.00**
- 2) Un élément du parcours professionnel de Monsieur Roze **6.17**
- 3) La position géographique et la symbolique de la signalisation **6.25**
- 4) Les motivations de l'affichage bilingue **7.35**
- 5) La place de la langue régionale dans la vie de la commune **8.14**
- 6) La présentation de travaux de recherche de Roseline Le Squère à la demande de Monsieur Roze **8.56**
- 7) La toponymie de Cesson-Sévigné **10.35**
- 8) Le rôle de la toponymie **13.35**
- 9) Maire de Haute-Bretagne ou de Bretagne ? Rapports à l'identité et rôle de la « dénomination » **16.48**
- 10) Le gallo dans la station de métro à Rennes **21.25**
- 11) L'identité à Cesson-Sévigné **23.15**
- 12) Les motivations et les significations de la signalétique bilingue **26.45**
- 13) La « définition » de l'identité de la commune et de ses habitants **27.59**

6. Martial Gabillard, adjoint à la culture à la mairie de Rennes, Rennes (35), 28 octobre 2003

L'intervention de la secrétaire de Monsieur Gabillard est à noter : 55.50

Temps total d'entretien : 1.08.01

- 1) Le parcours de Monsieur Gabillard : Rôle de Monsieur Gabillard à la mairie de Rennes **0.00**
- 2) La présentation des recherches de Roseline Le Squère **3.25**
- 3) Les actions de la mairie de Rennes pour la mise en place d'un groupe de travail visant une réflexion sur l'identité bretonne et son développement **4.00**
- 4) La présentation de la position de la mairie de Rennes sur l'affichage bilingue (Actions de mise en place de l'affichage bilingue) **9.00**
- 5) Les motivations **13.45**
- 6) La problématique autour du gallo (Mise en place de la signalétique du VAL, représentations sur la langue, perspectives) **20.35**
- 7) Des propositions de soutien au gallo **22.36**
- 8) Le gallo et le bilinguisme (mise en place de la signalétique du VAL, projets, bilan) **26.25**
- 9) La question de l'orthographe **29.15**
- 10) Les réactions de la population et les perspectives (langue et écriture de la langue) **29.59**
- 11) L'exemple de la causerie à Noyal-sous-Bazouges et les comparaisons avec l'action de la mairie de Rennes **34.10**
- 12) Un exemple d'ouvrage en gallo **38.53**
- 13) Que représente l'affichage bilingue ? **40.25**
- 14) L'identité, élément central dans la vie de la région **43.26**
- 15) Politique linguistique et développement économique (Liens entre culture et économie) **49.55**
- 16) Point de vue personnel de Monsieur Gabillard sur l'action de politique linguistique à Rennes **58.27**
- 17) La symbolique de l'action d'affichage bilingue (Reconnaissance de la bretonnitude, évolution de cette question) **59.47**

7. Jean-Claude Tanguy, adjoint à la culture à la mairie de Concarneau, Concarneau (29), 21 mai 2004

Temps total d'entretien : 30.22

- 1) La présentation des recherches de Roseline Le Squère **0.00**
- 2) Le rôle du breton dans la commune de Concarneau (fonctionnement de la commune, structure du territoire communal, spécificité de la commune du grand Concarneau (regroupé à l'après guerre), place de la langue régionale dans la commune) **00.45**

- 3) La signalétique bilingue (Politique linguistique de la ville, réflexion sur la signalétique de la ville dans sa globalité) **7.30**
- 4) La demande sociale en rapport avec un affichage bilingue et rôle de la langue régionale **12.16**
- 5) Langue bretonne, langue commerciale ? **17.15**
- 6) Un exemple personnel éléments d'identité : de Paris à Concarneau, expérience personnelle et professionnelle **24.30**
- 7) Les conclusions **28.30**

8. Jean-Louis Tourenne, Président du Conseil général d'Ille-et-Vilaine, Rennes (35), 6 juillet 2004

Des coupures sont à noter au fur et à mesure de l'entretien dues au changement de cassettes.

Temps total d'entretien : 45.26

- 1) Culture régionale et développement économique **0.00**
- 2) Le tourisme et l'Ille-et-Vilaine **0.50**
- 3) Quelle différence avec les autres départements bretons ? **2.55**
- 4) Le cas de la Haute-Bretagne **3.10**
- 5) La politique linguistique du Conseil général d'Ille-et-Vilaine **4.24**
- 6) La culture et le développement économique **5.20**
- 7) Y a-t-il une politique linguistique bien définie au sein du département d'Ille-et-Vilaine ? **9.46**
- 8) Les actions de promotion et de développement des langues régionales **12.38**
- 9) Le parcours personnel et professionnel de Monsieur Tourenne **16.15**
- 10) La position de Monsieur Tourenne sur les langues régionales de Bretagne **18.20**
- 11) La position de Monsieur Tourenne sur l'affichage bilingue **24.15**
- 12) La position de Monsieur Tourenne sur l'affichage français-gallo dans le VAL **25.10**
- 13) L'affichage bilingue français-gallo dans la commune de La Mézière **29.27**
- 14) Langue régionale, produit commercial ? **32.05**
- 15) Les liens entre la culture régionale et le développement économique **37.56**
- 16) Rôle de la culture bretonne dans le département d'Ille-et-Vilaine **42.57**

9. Bernard Poignant, ancien maire de Quimper (29), député européen, Quimper, 24 septembre 2004

On entend la voix de la secrétaire en arrière-plan. Cela est dû à la configuration des locaux (il n'y a pas de séparation fermée entre les bureaux).

Temps total d'entretien : 40.00

- 1) La position de Monsieur Poignant sur l'affichage bilingue et les pratiques d'affichage (la question du sens, de la compréhension de la langue) **0.00**

- 2) Le rapport Poignant, un avis pessimiste pour l'avenir de la langue bretonne **6.46**
- 3) Le rôle de la langue bretonne aujourd'hui **8.19**
- 4) La place des langues régionales aujourd'hui **8.56**
- 5) L'identité, élément central dans la vie de la région (la place des identités locales) **9.35**
- 6) La place des langues régionales au niveau européen **15.45**
- 7) À un niveau plus local, à Quimper, y a-t-il une politique linguistique ? Les motivations pour la mise en place de l'affichage bilingue **17.04**
- 8) La demande sociale existe-t-elle ? **21.21**
- 9) Est-ce que l'usage de la langue bretonne crée du lien social ? **22.28**
- 10) L'avenir de la langue régionale assumé par l'enseignement ? **27.00**
- 11) L'avenir de la langue peut-il se trouver ailleurs, dans l'usage d'une langue produit ? **27.36**
- 12) La valorisation de la Bretagne **30.40**
- 13) Les fonctions de la langue régionale aujourd'hui ? **32.42**
- 14) La position de Monsieur Poignant sur les actions de signalétique bilingue en Ille-et-Vilaine **35.45**
- 15) Identité, humanité, multi-appartenance **37.45**

10. Serge Morin, adjoint à la voirie à la mairie de Lorient, Lorient (56), 15 octobre 2004

L'intervention de la secrétaire de Monsieur Morin est à noter : 1.09 à 1.28, 2.13 à 2.30

Temps total d'entretien : 29.01

- 1) L'origine de la signalisation bilingue à Lorient **0.00**
- 2) La mise en place de la signalisation bilingue, règles définies **3.02**
- 3) Les actions du groupe de travail sur le bilinguisme à Lorient **5.25**
- 4) Quel intérêt y a-t-il à développer une politique linguistique ? **8.10**
- 5) Le processus de mise en place d'un panneau bilingue **10.22**
- 6) La réception de la population lorientaise **14.27**
- 7) La police d'écriture ? Procédures **16.08**
- 8) Le travail de l'équipe liée à la signalisation **20.25**
- 9) Les éléments du parcours professionnel de Monsieur Morin et l'évolution de la signalétique bilingue à Lorient **21.56**
- 10) Est-ce que la signalétique bilingue peut créer du lien social ? **24.10**

11. Yannick Menguy, Conseiller municipal à la mairie de Pluguffan, Pluguffan (29), 31 octobre 2005

Le début de l'entretien présenté ici correspond à une discussion introductive entre Yannick Menguy et Roseline Le Squère. Les 20 premières minutes d'entretien ont été coupées car il s'agissait de la présentation de quelques documents non nommés sur la bande sonore. Ces documents correspondent à différentes recherches que Y. Menguy a effectuées pour se renseigner sur les pratiques de politique linguistique établies

ailleurs, par exemple au Pays de Galles. Il a également réalisé plusieurs recherches statistiques sur l'évolution du taux de pratiques linguistiques etc. Les recherches sur le gallois ont montré qu'il s'agit de la langue celtique la plus en position de « relèvement ». Il a aussi considéré les cas du gaélique, du cornique (« en meilleure situation que le breton ») et de l'écossais. De plus, les effets des politiques linguistiques sur l'enseignement sont un sujet que Y. Menguy a longuement étudié dans le cadre de la mise en oeuvre d'une politique linguistique à Pluguffan.

Certains passages ont été coupés dans cet entretien, à la demande de l'interviewé, car correspondant à des passages confidentiels concernant des projets à l'état d'ébauche.

Des coupures sont à noter au fur et à mesure de l'entretien dues au changement de cassettes.

Repère : au moment de la question concernant l'âge de l'informateur 1.14.30, l'âge qu'il évoque est son année de naissance (69 pour 1969).

Temps total d'entretien : 1.18.50

- 1) La politique linguistique en Bretagne **0.00**
- 2) La réflexion des membres de la commune de Pluguffan pour la mise en place d'une politique linguistique **1.34**
- 3) La présentation de la commune (constitution de l'équipe municipale, élections) **2.00**
- 4) Mise en place d'une réflexion sur la langue bretonne **4.50**
- 5) La politique linguistique de Pluguffan (étapes, actions spécifiques) **8.42**
- 6) Le coût des panneaux **12.27**
- 7) Le cadre de travail - rattachement de l'action aux valeurs universelles - **13.14**
- 8) Les principes **17.02**
- 9) Le texte de programme de politique linguistique de la région Bretagne **17.40**
- 10) Les fonctions de l'aménagement linguistique **19.32**
- 11) La ligne directrice, le contenu de la politique linguistique de Pluguffan **21.07**
- 12) Les mesures à court terme **22.09**
- 13) Les objectifs du travail de recherche de Roseline Le Squère, perspectives d'évolution des actions de bilinguisme des départements bretons **23.26**
- 14) L'aménagement linguistique de Pluguffan, (fonctionnement des recherches toponymiques, exemples d'actions) **26.07**
- 15) La collaboration avec l'Office de la langue bretonne **32.10**
- 16) L'utilisation la micro-toponymie et la création des panneaux (un programme d'aide pour la signalétique bilingue) **36.14**
- 17) Conclusions des actions de la mairie de Pluguffan **42.41**
- 18) Depuis la demande de devis jusqu'à la mise en place d'un panneau : rappel du fonctionnement de l'aménagement linguistique **44.21**
- 19) La réaction de la population **1.06.03**
- 20) Les éléments de parcours personnel et professionnel de Monsieur Menguy **1.13.58**
- 21) Les liens entre culture bretonne et économie **1.14.33**

12. Romuald Renaud, Adjoint de direction aux services techniques de la mairie de Pornic, Pornic (44), 13 janvier 2006

Temps total d'entretien : 1.58.23

- 1) La justification de la place de la langue bretonne à Pornic **0.00**
- 2) La place du bilinguisme, le parcours personnel de Monsieur Renaud, exemples symboliques (le guide du Conseil général, le Festival Anne de Bretagne) **1.15**
- 3) Le breton à Pornic **6.30**
- 4) Le parcours professionnel de Monsieur Renaud **7.40**
- 5) Les éléments de parcours personnel, regard sur la présence de la thématique bretonne dans la vie sociale **9.30**
- 6) La mise en place d'actions bilingues à l'initiative de Monsieur Renaud : une stèle avec un affichage bilingue **15.30**
- 7) La mise en place d'un drapeau à trame historique **22.15**
- 8) Le parallèle avec la trame architecturale **24.47**
- 9) La mise en place d'un drapeau **27.40**
- 10) Culture et économie **36.38**
- 11) « L'attentat de Pornic » **38.45**
- 12) La mise en place d'un autocollant **46.05**
- 13) L'appellation « Pays de Retz » **51.37**
- 14) Les producteurs, hôtels et restaurants du Pays de Retz **56.29**
- 15) Le sens du drapeau du Pays de Retz aujourd'hui ? **59.50**
- 16) Le pays de Retz a un lien avec la Bretagne ou est la Bretagne ? **1.00.29**
- 17) Les projets d'affichage bilingue, liens entre culture et économie **1.04.56**
- 18) Les lieux de pavoiement **1.06.49**
- 19) La réussite du bilinguisme au Pays de Retz : les acteurs économiques **1.10.20**
- 20) Les acteurs politiques du Pays de Retz **1.16.25**
- 21) Le travail avec l'Office de la langue bretonne **1.18.20**
- 22) La mise en place des panneaux bilingues **1.23.40**
- 23) Le festival Anne de Bretagne : le test pour les panneaux bilingues **1.28.32**
- 24) La signature de la charte « Ya d'ar Brezhoneg » **1.32.02**
- 25) Les panneaux d'entrée de ville **1.34.00**
- 26) Future action culturelle **1.40.04**
- 27) Bretagne ou liens avec la Bretagne ? **1.41.37**
- 28) L'évolution de la place de l'identité bretonne et du bilinguisme à Pornic **1.43.15**
- 29) Parlez-vous breton ? **1.48.46**
- 30) Retour sur les réactions après la mise en place des panneaux bilingues d'entrée de ville **1.50.23**
- 31) La typographie de « Pornic » en breton ? **1.51.45**
- 32) L'activité touristique du Pays de Retz **1.53.44**
- 33) Le résumé de la situation à Pornic **1.55.25**

13. Édith Rivoal, Radiologue, service d'imagerie médicale, Hôpital de Quimper (29), 16 mai 2006

Temps total d'entretien : 19.24

- 1) La présentation des recherches de Roseline Le Squère **0.00**
- 2) La présentation du Docteur Édith Rivoal **0.40**
- 3) De la naissance à la mise en place de l'affichage bilingue à l'hôpital de Cornouaille **1.04**
- 4) Une démarche culturelle **3.38**
- 5) L'impact sur les patients **3.48**
- 6) Le personnel et l'environnement bilingue **4.42**
- 7) Les représentations et la présence du breton **6.10**
- 8) Des éléments d'identité : le Docteur Édith Rivoal et sa famille (apprentissage et transmission de la langue) **6.35**
- 9) La mise en place de la signalétique bilingue (dates, description des panneaux) **8.15**
- 10) Les fonctions des panneaux bilingues **9.23**
- 11) La signalétique à travers l'hôpital **10.24**
- 12) Le texte des panneaux **11.15**
- 13) Des éléments logistiques (coûts des panneaux) **11.38**
- 14) Le fonctionnement linguistique du scanner **12.11**
- 15) Bilinguisme et développement économique **12.47**
- 16) Un service public qui communique en breton ? **14.01**
- 17) Les usages et les fonctions des panneaux bilingues ? **15.16**
- 18) Les motivations pour la mise en place d'un affichage bilingue ? (16.08 entretien interrompu par une personne du service) **15.59**
- 19) Les conclusions (réactions des personnes) **16.51**
- 20) La langue bretonne : mission du service public ? (formations des personnels) **18.08**

14. Jean-Jacques Troadec, directeur de l'Hyper-U, Vern-sur-Seiche (35), 18 mai 2006

Temps total d'entretien : 22.32

- 1) L'idée de la signalétique bilingue dans le Super U **0.00**
- 2) Le parcours professionnel de Monsieur Troadec **0.24**
- 3) Le fonctionnement de la structure System U **1.18**
- 4) L'entreprise citoyenne de Monsieur Troadec **1.47**
- 5) Les motivations pour la mise en place du bilinguisme au sein du Super U, éléments de parcours personnel (Culture et économie 6.25-6.46) **3.18**
- 6) La collaboration avec l'Office de la langue bretonne **7.51**
- 7) La création du lexique, liens aux usagers **9.20**
- 8) La situation géographique : impact, réactions **11.56**
- 9) Le bilan de la mise en place d'un magasin présentant une signalétique bilingue **13.36**

- 10) L'impact de la signalétique sur l'activité du magasin **14.33**
- 11) La recherche de proximité **17.11**
- 12) Les produits régionaux, les produits ethniques **19.17**
- 13) L'adhésion à Produit en Bretagne **20.42**
- 14) La langue bretonne et le personnel du Super U **21.14**

15. Gwénaél Debray, Agent SNCF et Responsable des animations culturelles au Festival Interceltique de Lorient (FIL), Quimper (29), 10 juillet 2006

Jean-Pierre Pichard est cité plusieurs fois pendant l'entretien, il est le directeur du Festival Interceltique de Lorient (FIL).

Temps total d'entretien : 1.02.37

- 1) Les fonctions de Monsieur Debray au sein du FIL **0.00**
- 2) Le partenariat avec l'Office de la langue bretonne **1.15**
- 3) La mise en place de la signalétique bilingue sur le site du FIL (les formes de signalétique) **3.20** (4.45-4.47, il faut entendre: « Radio Bro Gwened », il s'agit d'une radio associative du Morbihan)
- 4) L'organisation de l'équipe chargée de la signalétique bilingue au FIL **6.10**
- 5) Les constatations de Monsieur Debray sur les attentes du milieu culturel et linguistique breton **6.50**
- 6) Les réactions des visiteurs du FIL **9.10**
- 7) La demande sociale et le rapport à la langue bretonne **9.59**
- 8) Les propositions de Monsieur Debray pour agir pour la langue bretonne **11.25**
- 9) Le ressenti de Monsieur Debray sur la langue bretonne, le milieu culturel breton **13.17**
- 10) La signalétique bilingue sur le site du FIL et l'orthographe **14.51**
- 11) La demande sociale à propos d'une signalétique plus générale **16.01**
- 12) Les liens entre la politique linguistique régionale et la volonté de bilinguisme au sein du FIL **17.09**
- 13) Les rôles et les fonctions de la signalétique bilingue **19.21**
- 14) Les liens entre le projet de signalétique bilingue au FIL et l'environnement linguistique bilingue présent à Lorient **21.19**
- 15) Les actions de bilinguisme mises en place en 2006 dans le cadre du FIL **23.21**
- 16) Le parcours personnel et professionnel (au sein du FIL) de Monsieur Debray **26.23** (26.58 : l'entretien est interrompu par une conversation téléphonique)
- 17) Monsieur Debray et le rapport à la langue bretonne (liens personnels, familiaux) **30.56**
- 18) Les motivations à la mise en oeuvre d'un affichage bilingue au FIL **33.34**
- 19) Les motivations économiques **35.14**
- 20) La recherche d'une certaine proximité par le biais de l'affichage bilingue, le lien social **36.49**
- 21) La demande des visiteurs du FIL sur la signification du lexique breton affiché publiquement **38.56**
- 22) La naissance de la volonté de la mise en place d'une signalétique bilingue au FIL **39.42**

- 23) Les variétés de la langue bretonne : un choix pour la signalétique bilingue **40.31**
- 24) Une réflexion naissante à la création d'une politique linguistique : quelle priorité pour la langue bretonne **43.05**
- 25) Les acteurs de la langue bretonne **47.02**
- 26) Le breton, une langue-produit : les liens entre culture et économie au sein du FIL **48.00**
- 27) Le FIL, un outil citoyen, en faveur de la langue bretonne ? **51.23**
- 28) Les fonctions de la langue bretonne **54.08**
- 29) Les enjeux de l'affichage bilingue **57.15**
- 30) Les perspectives d'avenir de la langue bretonne **58.05**
- 31) Une signalétique bilingue à la gare SNCF de Quimper ? **1.00.37**

3. L'analyse

Dans cette dernière étape que constitue l'analyse des données recueillies pendant toute la durée de ma recherche (et je rappelle que même si la phase d'analyse s'achève, une recherche n'est bien souvent jamais épuisée), il est important de revenir vers la problématique de départ qui consiste à déterminer la place, le rôle qu'occupe l'affichage bilingue en Bretagne aujourd'hui, en comprenant les processus de mise en place de ces affichages, les motivations des émetteurs, puis les raisons de la multiplicité de l'affichage bilingue.

Tout au long de la deuxième partie de ce travail, la question des processus a été envisagée d'un point de vue catégoriel tout d'abord, puis de l'usage et enfin d'un point de vue fonctionnel pour permettre un panorama de la signalétique bilingue en Bretagne. Pour saisir les motivations des émetteurs de cet affichage et pour affiner la question des processus, la mise en place d'entretiens semi-directifs et d'enquêtes auprès d'un certain nombre d'informateurs me permet de proposer une synthèse des données recueillies. C'est en deux étapes que cette analyse sera présentée : la première visant le discours des informateurs du groupe restreint et la seconde venant compléter la première par l'étude des données recueillies par le groupe général. L'une et l'autre de ces étapes d'analyse sont à mon sens nécessaires à la compréhension globale de ce que l'on pourrait nommer une dynamique sociale, c'est-à-dire une action engagée et motivée par un groupe social dont une partie de ses membres, soit le groupe dit général, dans le cas de cette étude, en est l'usitaire, et peut donc avoir à son tour la possibilité d'une action sur la continuité de cette dynamique²⁴⁴. Il est important de comprendre les motivations des émetteurs mais il est essentiel également de s'interroger et d'obtenir des réponses sur le perçu / reçu du message émis. Cela permet, dans un modèle circonsphérique, comme j'ai pu l'indiquer précédemment, de ne pas omettre une partie des acteurs qui contribuent à la construction de l'interaction, comprenons à l'échange qui a lieu entre l'émetteur, le message affiché et le récepteur

²⁴⁴ Je rappelle que les membres du groupe restreint sont eux aussi usitaires : usagers / destinataires de leur propre production de marquage bilingue. Mais, ils sont interrogés avant tout en tant qu'émetteur du marquage.

mais aussi entre le récepteur et l'émetteur qui peuvent alors construire un message plus adéquat aux attentes des uns et des autres.

Aussi, c'est en positionnant ma recherche dans ce principe de l'interaction et de la dynamique sociale, qu'il est maintenant pertinent de traiter la « matière discursive ».

3.1 Le panorama de la mise en mots

3.1.1 Les caractéristiques des informateurs du groupe restreint

Les 25 informateurs (groupe restreint) rencontrés dans le cadre des entretiens semi-directifs (dont 18 d'entre eux ont été enregistrés) peuvent se définir selon les catégories suivantes :

(*) Nous retiendrons que le représentant de l'Office de la langue bretonne est classé dans deux catégories puisqu'il s'agit d'un organisme semi public (financé en grande partie par la région et les départements bretons).

Description des informateurs selon le domaine d'activité professionnelle représenté lors des entretiens semi-directifs : PI = Politique et Institutions, E= Entreprises, CAS = culturel, associatif et services, O = Originaire, L = Locuteur,

	Date de l'entretien	NOM	Fonction	Secteur géographique	PI	E	CAS	O	L
1.	08/11/02	Yves Le Moullec	Directeur de l'UCLAB	Landerneau (29)		✓		✓	✓
2.	21/02/03 et 28/06/06	Philippe Jack	Directeur adjoint de l'Ofis ar Brezhoneg *	Carhaix (29) Ploemeur (56)	✓		✓	✓	✓
3.	07/06/03	rencontre avec la population		Noyal-sous-Bazouges (35)			✓		
4.	16/06/03	Jean-Yves Le Drian	Ancien maire de Lorient, ancien député du Morbihan (56) et secrétaire d'état, et depuis 2004 Président du Conseil régional de Bretagne	Région Bretagne, Lorient (56)	✓			✓	✓
5.	15/10/04	Patrick Daniel	Adjoint à la culture	Lorient (56)	✓			✓	
6.	19/11/04	Gérard Huet	Maire	Loudéac (22)	✓			✓	✓
7.	novembre 2003 et juin	Jean-Marc Perron	Responsable de service, entreprise	Lorient (56)		✓		✓	

	2005		Sydel						
8.	08/11/02	Pierre-Louis Bescond	Directeur des éditions Coop Breizh	Spézet (29)		✓			
9.	12/11/02	Patrick Christien	Directeur d'agence Crédit Mutuel de Bretagne	Ploemeur (56)		✓		✓	✓
10	14/11/02	Michel Long	Directeur de l'entreprise Brialys	Bréal-sous-Vitré (35)		✓			
11	30/07/03	Edmond Hervé	Maire	Rennes (35)	✓			✓	✓
12	22/09/03	Loïc Le Meur	Maire	Ploemeur (56)	✓			✓	✓
13	22/09/03	François Mersch	Adjoint délégué à la culture et à la communication	Ploemeur (56)	✓				
14	01/10/03	Joseph Roze	Maire	Cesson-Sévigné (35)	✓				✓
15	28/10/03	Martial Gabillard	Adjoint à la culture	Rennes (35)	✓			✓	
16	21/05/04	Jean-Claude Tanguy	Adjoint à la culture	Concarneau (29)	✓				
17	06/07/04	Jean-Louis Tourenne	Président du Conseil général d'Ille-et-Vilaine	Rennes (35) Département d'Ille-et-Vilaine (35)	✓			✓	✓
18	24/09/04	Bernard Poignant	Ancien maire et député européen	Quimper (29) Région Bretagne	✓			✓	✓
19	15/10/04	Serge Morin	Adjoint à la voirie	Lorient (56)	✓			✓	
20	23/12/04	Pierrick Nevannen	Maire et Vice-Président du Conseil Général du Morbihan	Pont-Scorff (56) Département du Morbihan (56)	✓			✓	
21	31/10/05	Yannick Menguy	Conseiller municipal	Pluguffan (29)	✓			✓	✓
22	13/01/06	Romuald Renaud	Adjoint de direction aux services techniques de la mairie de Pornic	Pornic (44)	✓			✓	
23	16/05/06	Édith Rivoal	Radiologue, service d'imagerie médicale, Hôpital de Quimper (29)	Quimper (29)			✓		✓
24	18/05/06	Jean-Jacques Troadec	Directeur de Hyper-U	Vern-sur-Seiche (35)		✓		✓	✓
25	10/07/06	Gwénaél Debray	Agent SNCF, membre du Festival Interceltique de Lorient, en charge de la promotion de la langue bretonne	Quimper (29) Lorient (56)			✓	✓	✓
		25 informateurs			16	6	4	13	14

Chaque informateur est classé selon la catégorie d'activité professionnelle qu'il représentait lors de l'entretien :

- 16 représentants du domaine politique et institutionnel, dont 13 originaires de la région Bretagne. 9 d'entre eux ont une sensibilité à la langue régionale : 4 s'expriment par rapport à leur connaissance ou la sensibilité qu'ils ont par rapport au breton et 5 s'expriment par rapport à leur connaissance ou la sensibilité qu'ils ont par rapport au gallo. Sur ces 5 derniers, seul 1, Monsieur Le Meur, est maire d'une commune située sur une aire géographique bretonnante et non gallésante.
- 6 représentants du domaine entrepreneurial dont 4 originaires de la région Bretagne. 3 d'entre eux ont une sensibilité à la langue bretonne.
- 4 représentants du domaine culturel, associatif et services dont 2 originaires de la région Bretagne. La population de Noyal-sous-Bazouges entre dans cette catégorie. Philippe Jack (Office de la langue bretonne) est comptabilisé deux fois, comme représentant de la sphère politique et la sphère culturelle. 3 d'entre eux ont une sensibilité à la langue bretonne, et la population de Noyal a été interrogée par rapport au gallo.

J'utilise l'expression « sensibilité à la langue régionale » pour exprimer la compétence qu'ont les informateurs des langues régionales, breton et gallo, et qu'ils ne manifestent pas toujours clairement dans leur propos. 7 des 25 informateurs indiquent précisément qu'ils sont locuteurs, plus ou moins actifs du breton²⁴⁵ et 5 pour le gallo. Tous les informateurs vivent en Bretagne et expriment un attachement à la région.

3.1.2 Le positionnement de l'identité complexe

Les informateurs sont les décideurs, responsables ou directeurs des structures dans lesquelles les entretiens se sont déroulés. Ils occupent une place clé dans les choix de positionnement à propos de leur marketing, de leur politique de communication, donc des outils permettant la mise en oeuvre d'un affichage bilingue, de la mise en avant de l'appartenance à la Bretagne de la structure dans laquelle ils exercent. L'identité professionnelle des personnes rencontrées, et que nous ne pourrions pas omettre dans la signification de l'interaction d'une part mais de l'action concrète d'autre part²⁴⁶, se place dans un mouvement au sein duquel cet acteur met en oeuvre des stratégies, des actions vis-à-vis de l'évolution de la structure. Alors, se positionnant tantôt par rapport à l'appartenance au groupe, tantôt sur des formes de différenciation ou plutôt de singularisation, tantôt par rapport aux spécificités de son contexte professionnel, nous nous apercevons à travers les discours que l'informateur vit et agit selon une identité plurielle et composite. Cette notion est essentielle pour garder l'idée d'une identité dynamique qui se nourrit sans cesse d'une multiplicité de constituants pour obtenir des propriétés humaines particulières. C'est-à-dire que l'individu, et je me concentrerai

²⁴⁵ J'ai par exemple considéré comme locuteurs les informateurs m'indiquant des exemples en langue régionale puisque j'ai pu considérer que l'objectif de cet échange en gallo ou en breton témoignait de la volonté de me montrer un certain état de connaissance de la langue en question.

²⁴⁶ Par sa position de décideur, l'informateur interagit en fonction de lui-même – par rapport à ses connaissances, ses valeurs, ses convictions – mais aussi en fonction des objectifs de la structure pour laquelle il agit.

sur les informateurs, agit et / ou interagit selon son identité complexe (multiple et composite) qu'il participe à construire en proposant, fabriquant, ajustant des actions. Celles-ci interviennent dans un ensemble constitué du contexte professionnel (réclamant parfois la mise en place de certaines actions) mais aussi constitué d'un perçu / vécu plus vaste qui entraîne l'informateur à construire un espace / un monde cohérent et à lui donner du sens au quotidien, toujours en relation avec son identité complexe.

a. La complexité des informateurs : vers un comportement syntone

La personne interrogée, au vu de sa position professionnelle et de sa position d'informateur se trouve alors dans une double position interlocutoire. D'un côté, elle accorde ses énoncés (situés donc) avec le discours, l'idéologie de l'institution pour laquelle elle travaille et les productions discursives de celle-ci et les siennes propres, ce qui la rapproche d'un état de syntonie : concept psychologique indiquant que les sentiments ou les tendances sont en accord avec l'entourage et avec lequel existe une unité, une harmonie intrapsychique. Bien que rencontrée principalement dans le domaine de la psychiatrie, (la notion a été émise par Eugen Bleuler, psychiatre suisse – 1857-1939), je retiendrai la syntonie comme étant une « fusion harmonieuse (c'est-à-dire conforme au moment, aux usages locaux, à la situation, etc.) du sujet dans l'ambiance » ou « l'aptitude à se mettre à l'unisson de l'entourage dans lequel on vit »²⁴⁷. C'est en lien avec la question de l'identité que je m'autorise à rapprocher ce concept du contexte de communication (les entretiens semi-directifs) et d'analyse de cette communication dans lequel les informateurs et moi-même nous situons. Un même individu fait cohabiter dans sa propre personne différentes identités : professionnelle, personnelle, etc. mais les unes et les autres ne peuvent fonctionner de manière séparée et exclusive. Aussi, il est intéressant de comprendre comment au travers des discours, l'informateur se trouve dans une position syntone, autrement dit dans l'articulation d'un comportement double mêlant son environnement personnel à son environnement professionnel.

Ce constat est à faire à ce moment de l'analyse car l'informateur ne semble pas toujours être en harmonie avec le discours plus global de l'institution qu'il représente (et fatalement de la société, des usitaires pour lesquels l'institution en question travaille).

Or syntonie et dysharmonie procèdent du même creuset. Autrement dit, la production syntone et la production dysharmonique ne s'effectuent pas successivement, à la suite l'une de l'autre, mais elles se réalisent simultanément, elles se sémantisent sur une matérialité verbale unique. De plus, c'est la syntonie qui est sur le devant de la scène interlocutoire.²⁴⁸

²⁴⁷ LE SENNE, René, 1963, p. 44.

²⁴⁸ GHIGLIONE, Rodolphe et al. (coll.), 1980, p. 148.

Par conséquent, l'informateur et l'enquêteur interagissent simultanément selon le processus d'une conversation « banale » à laquelle s'ajoutent des paramètres d'enquêtes clairement établis (c'est-à-dire que s'instaure un certain type de relation entre l'informateur et l'enquêteur). Mais l'informateur doublement positionné, fait à travers son discours des « aller-retour » entre des anecdotes personnelles et des éléments relevant du contexte professionnel (de l'activité en elle-même).

L'enquêteur (moi-même) introduit le lien entre la culture régionale et le développement économique (explicité parfois comme un processus de valorisation) comme le prédicat de la situation de communication mais aussi comme le prédicat ou le lien qui peut exister de manière latente ou non-dite (et qui se manifeste pourtant de temps à autre) entre l'informateur et son contexte professionnel ciblé : la mise en place d'actions d'affichage bilingue et symbolique. Il est essentiel de noter que d'emblée la notion de culture régionale renvoie à la question de l'identité bretonne. L'identité est nécessairement évoquée à travers une expression telle que « la culture régionale ». Aussi, si l'informateur est plus ou moins lié à la culture régionale et à l'identité bretonne, un transfert vers sa propre histoire est envisageable. L'enquêteur peut lui aussi y introduire sa propre conception, d'où l'idée de bien préciser qu'en tant qu'enquêteur, je me positionne comme un sujet interprétant pour rendre compte de cette analyse mais je n'impose pas. Je propose une lecture tirée d'indices clés.

Concernant le discours de l'informateur, nous assistons à une confrontation dans sa propre énonciation qui montre des aller-retour entre son identité propre (composée de diverses identités) et l'identité spécifique professionnelle, dont il ne peut se détacher, dans laquelle il est directement impliqué. Cette auto-interaction peut se décrire selon le modèle suivant, emprunté pour partie (mais largement remodelé) à Rodolphe Ghiglione (qui le définit dans d'autres circonstances d'interaction²⁴⁹).

Le préalable :

La description du modèle se fait en termes de contenu et d'objectifs, selon le contexte des entretiens semi-directifs qui ont été effectués avec les informateurs.

Soit P^o la problématique selon laquelle « culture régionale (dont : identité) et développement économique » est le prédicat de l'objet de l'entretien semi-directif. C'est ce que je nommerai la Problématique objective. P^o correspond au sujet général de l'entretien, d'après un contexte d'affichage bilingue et symbolique repéré au préalable.

Soit P^r la même problématique selon laquelle « culture régionale (dont : identité) et développement économique » qualifie une relation (R) : il existe un lien entre les deux éléments du prédicat, induisant un positionnement de **l'informateur (I)** dans ses phases de réponse. Ce qui permet de poser, pour la Problématique de relation :

$$P^r = P^o + R$$

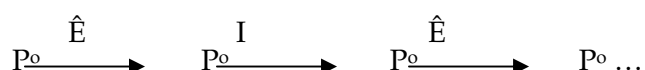
²⁴⁹Ibid., pp.144-149.

La description :

Pr est l'objectif principal de l'entretien : comprendre la relation (R) et le fonctionnement qui unit les deux éléments du prédicat, d'après les réponses de l'informateur aux questions posées par l'enquêteur (Ê).

Pr est aussi l'espace situationnel dans lequel l'informateur (I) va se trouver confronté à son identité complexe. Pr est donc un espace de confrontation et / ou de complémentarité illustré par les anecdotes personnelles et les éléments professionnels que (I) évoque. Nous pourrions même indiquer qu'il peut s'agir d'un espace propre à la réflexivité, autrement dit le reflet de soi dans l'action.

Dans la suite d'échanges verbaux qu'est le contenu de l'entretien semi-directif, entre (I) et (Ê), on pourra probablement percevoir une suite d'accords dans le sens où les deux acteurs partagent P^o, soit le prédicat général. À cette phase, on ne sait pas si (I) envisage Pr et quel sera son positionnement.



L'enquêteur (Ê) assimile P^o et Pr. Il faut rappeler que son questionnement tend à orienter Pr pour comprendre au regard de l'informateur quelle relation existe entre les deux éléments de P^o et comment elle fonctionne. C'est là que, d'un point de vue de méthode, nous ne pouvons oublier que le positionnement du chercheur est une variable dont il faut tenir compte. Le questionnement, émis par Ê peut être symbolisé par :

Pr(Ê)

Pr pourra être posée directement en fonction de la manière dont se déroule l'entretien. L'enquêteur doit comprendre le raisonnement de développement d'affichage bilingue et symbolique qu'il questionne au cours de l'entretien avec l'informateur et les liens de cause à effet autant du point de vue de la sphère privée que de la sphère professionnelle de l'informateur. Aussi, le questionnement direct sur les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique peut apparaître à divers moments dans le cours des entretiens. Mais des éléments de réponses sont le plus souvent apportés au fur et à mesure sans que Pr soit explicitement formulée. Cela est un indice important car il témoigne de la relation induite entre les deux éléments de P^o, intégrée par I avant même l'entretien.

Pr se distingue ainsi de P^o car la relation qualifiée par Pr induit une position/un avis/un ressenti de l'informateur sur le sujet.

C'est dans cette continuité du questionnement : Ê interroge sur un sujet qu'il oriente : Pr, puisqu'il cherche à obtenir un positionnement sur un sujet dont il évoque de manière induite la relation entre les deux éléments (culture régionale et développement économique).

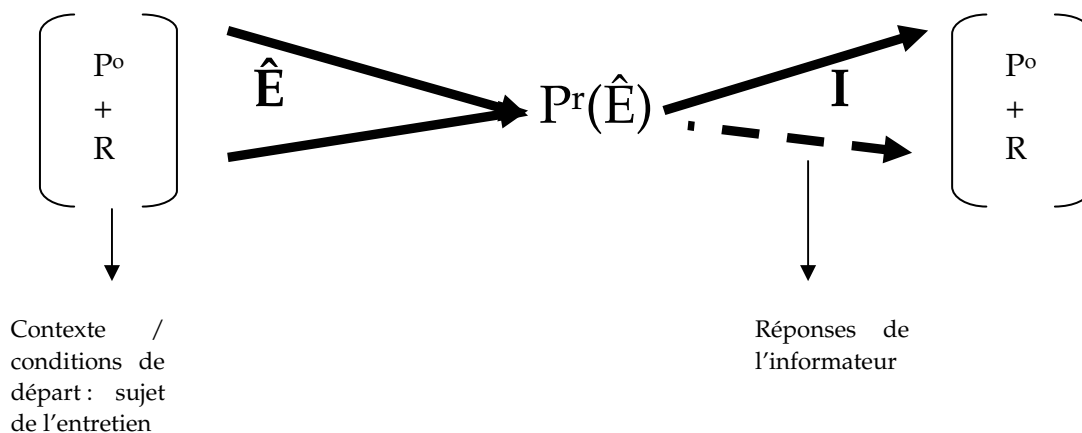


Schéma 3. Le positionnement de l'identité complexe

Concernant (I) :

Le trait plein indique que la perception est explicite : la réponse de I est faite selon ce qu'il interprète de la question, selon la réponse qu'il souhaite donner, selon le nombre d'informations qu'il souhaite transmettre, etc.

Les traits pointillés indiquent que la perception est implicite : ils témoignent des aller-retour entre les anecdotes personnelles et professionnelles. Cela met en lumière un contexte de réponse, plutôt implicite, dans le sens où l'informateur ne rapporte ni forcément ni directement à lui-même, à son histoire ou à son environnement, l'initiative d'affichage bilingue et symbolique mais établit malgré tout des passerelles qui permettent de le comprendre. Que ce soit explicite ou implicite, le retour au moi montre le comportement syntone : l'informateur est interrogé dans son contexte professionnel, qu'il renvoie lui-même à son contexte personnel – la sphère privée – qu'il soit à l'initiative de l'affichage bilingue et symbolique.

Aussi, l'informateur répond à Ê : questionnement constitué d'une problématique générale, dite objective : $P^o + R$. Du point de vue de l'informateur, nous pouvons rapprocher ses réponses professionnelles de P^o , car cela traduit le détachement, donc la réponse à une problématique objective, sans implication personnelle, mais certaines réponses se rapprochent de R : la relation entre deux éléments dont lui-même fait partie. Il est impliqué dans R.

Aussi, selon les conditions initiales de questionnement : au travers d'une problématique objective, contextualisée donnant ainsi Pr , l'informateur les réexploite par des arguments au sein desquels un comportement syntone transparait : c'est-à-dire un équilibre que l'informateur crée entre sa position professionnelle et l'identité qu'il

s'est créée par là (composée de ce qu'il a vécu, ressenti, etc.) et son environnement personnel, privé (composé de ce qu'il a vécu, ressenti, etc.).²⁵⁰

Ce cadre posé, je proposerai d'illustrer la spécificité dans laquelle nous nous trouvons par différents points discursifs permettant de revenir sur ce lien entre rôle professionnel (le discours de l'institution que l'informateur reproduit de par son rôle) et parcours personnel par l'analyse des interactions en contexte. L'interlocution montre un aller-retour régulier entre des identités par le rappel d'anecdotes, la place du moi, etc. Avant d'en venir aux motivations d'affichage bilingue, symbolique qui ont été exprimées par les informateurs, leur positionnement identitaire est un fil conducteur dans les discours qu'il est important de considérer. En effet, ce positionnement peut aussi constituer une source d'attrait / d'intérêt (et / ou l'expliquer) pour une action d'affichage dans le contexte professionnel.

3.1.3 « Je », « moi » et action symbolique

J'indique, qu'après avoir nommé une première fois l'informateur et retranscrit son nom en toutes lettres, ce sont les initiales correspondantes qui seront utilisées.

À plusieurs moments de l'interaction nous pourrions observer que les informateurs argumentent, justifient les propos tenus à l'enquêteur par des anecdotes, des exemples pris dans leurs expériences personnelles. Ainsi, lorsque Pierre-Louis Bescond, directeur de Coop Breizh est interrogé pour connaître l'attachement que les membres de l'entreprise ont au territoire d'implantation de celle-ci²⁵¹, il met tout d'abord en confrontation la ville de Spézet (qui n'est d'ailleurs jamais nommée, sauf par les deux déictiques « là » et « ici ») et la ville de référence la plus proche, Carhaix, par une suite de marqueurs :

SS: <→> et l'at- l'attachement au territoire 'fin XXX

...

PLB: euh ce s'rait **quand même** mieux si on était à Carhaix voilà <!> pa'ce que **là par exemple** euh: internet nous **ici** on a pas l'ADSL <↑>

EC: ah oui <!>

PLB: et y a très peu d' chance qu'on l'ait à XXX

EC: ouais ouais d'accord ouais

PLB: **bon voilà un un exemple** euh: **deuxièmement** le le: réseau routier euh: nous on **rajoute quand même** des kilomètres hein pour les gens de Carhaix **quand même** relativ- 'fin surtout si la 2 fois 2 voies voit le jour 'fin si ça se termine un jour <?>

EC: hum hum

PLB: je pense que:

SS: en 2030 ((légers rires))

²⁵⁰ L'observation de ce phénomène m'amène également à retenir des éléments de méthode: le positionnement du chercheur n'est jamais neutre, depuis la création de la trame d'entretien jusqu'à l'analyse des réponses.

²⁵¹ L'entreprise Coop Breizh est située sur la commune de Spézet à 20 km de Carhaix (département du Finistère) et 40 km de Callac (département des Côtes-d'Armor).

PLB: elle arrivera <↑> = elle arrivera <↑> mais bon quand je sais pas <↑>
 donc Carhaix et **en plus** Carhaix **grâce** sans doute **aux** vieilles charrues <↑>
 Carhaix maintenant c'est connu <→> c'est-à-dire que on sait où c'est quoi
 EC: hum hum
 PLB: y a 20 ans c'est pas sur <↓> XX quand j'ai commencé à travailler au
 télégramme y a: 25 ans Carhaix ch' savais pas où c'était <↓> * à mon avis j'
 connais le Poher je dis oui mais je n' savais pas du tout où c'était²⁵²

L'usage des locutions de gradation marque de manière amplifiée la confrontation entre les deux lieux :

- « quand même » : cette locution adverbiale, associée au verbe « rajouter » à une occasion, se répète dans l'énoncé et cela marque un renchérissement, une gradation qui amplifie l'argument ;
- « en plus » : cette locution adverbiale marque une intensité, renforce l'idée qu'exprime la locution « quand même » ;
- « grâce aux » : cette locution prépositive double l'effet de gradation de la locution « en plus ».

Une série d'arguments tels que les phénomènes de minoration de la commune (**pas l'ADSL, un réseau routier défavorable, ville pas connue**) et un exemple personnel (« quand j'ai commencé à travailler au télégramme y a: 25 ans ») viennent renforcer par le biais de l'expérience professionnelle l'idée que Carhaix a pris un essor que Spézet ne connaît pas. Nous avons donc ici la description d'une image plutôt négative du lieu où se situe l'entreprise.

Mais, dans la continuité de l'échange, en reciblant la question sur le lieu par le toponyme Spézet, nous noterons la confrontation entre le discours de l'homme d'entreprise et l'homme dans son ressenti personnel, marquée par la locution conjonctive « alors que » à la fin de l'extrait.

RLS: et euh pour poser une question qui m'est un p'tit peu plus spécifique
 euh < quand tout à l'heure vous disiez que: justement donc le nom même de
 coop breizh plus l'adresse transportent tout un tas de chose et justement ce
 nom Spézet euh: * selon vous qu'est-ce que ça dégage chez quelqu'un qui
 n'est pas forcément breton par exemple et qu'est-ce que ça transporterait
 PB: chez = chez quelqu'un qui n'est pas breton j' pense que ça transporte
 rien du tout pa'ce que = pa'ce que c'est pas connu <↑>
 RLS: dans dans la prononciation même du mot <↑> est-ce qu'il y'a 'fin est-
 ce que ça dégage une image particulière ou est-ce que ça transporte des
 symboles en fait <↓> c'est surtout ça
 PLB: j' crois qu' j'ai du mal à répondre à ça **moi je**: <↓> * 'fin c' que c' que
moi j' peux vous dire que **je** RESsentais avant de travailler ici hein pa'ce
 qu'aujourd'hui **mon** regard il est un peu: voilé quoi
 RLS: ouais ouais
 PLB: euh : **moi j'** trouvais qu' ça avait beaucoup de euh: poésie > d'être
 installés à Spézet < j' trouvais qu' c'était euh qu' ça avait d' la gueule et

²⁵² Cf. DVD, Ecouter, Pierre-Louis Bescond, chapitre 8 ou Entretien intégral : 15.34.

c'était beaucoup mieux que d'être à NANtes ou alors ou: dans une grande ville même si euh: pourtant on s'rait mieux si on était installés qu'qu'part par là pa'ce qu'on pourrait rayonner dans tous les sens avec nos camions mais bon déjà là j'emploie un langage qui cesse complètement d'être poétique **alors que:** c' que **moi j'** ressentais vu de l'extérieur c'est qu' c'était un truc ça avait beaucoup de CHIC de * 'fin ça avait d' la gueule²⁵³

Cette locution marque la simultanéité entre un argument d'ordre professionnel, doublement montré par le passage du « je » au « on » : « *on s'rait mieux si on était installés qu'qu'part par là pa'ce qu'on pourrait rayonner dans tous les sens avec nos camions* » et un argument d'ordre personnel « *c' que moi j' ressentais vu de l'extérieur c'est qu' c'était un truc ça avait beaucoup de CHIC de * 'fin ça avait d' la gueule* ». Ce n'est pas PLB qui a choisi d'installer l'entreprise dans ce lieu. Mais, par sa position professionnelle c'est lui (entre autres) qui a le rôle de valoriser l'image de son entreprise et contribuer à faire prospérer l'activité. Donc il doit assumer le territoire sur lequel l'entreprise est implantée et intégrer cette donnée spatiale à l'organisation de son activité, principalement pour « le rayonnement » dont il parle dans cet extrait. Ce qu'il faut noter à travers ce discours, c'est le sentiment que PLB exprime : Spézet est plus appropriée que Nantes : « *c'était beaucoup mieux que d'être à NANtes ou alors ou: dans une grande ville* » par l'image qu'il en a. Son ressenti, ses représentations montrent comment l'informateur assume le lieu et l'identité du lieu dans lequel son activité se trouve.

EC: hum hum la culture euh : dans l': fin fond du: ((légers rires))

PLB: voilà voilà XXX

EC hum hum on peut faire d' la culture là où y a que d' l'agriculture par exemple

PLB: ((respiration, il acquiesce))

Deux des enquêtrices insistent sur cette représentation pour approfondir le propos de PLB et permettent de montrer comment l'informateur exprime, par un sentiment personnel (un ressenti) la manière dont il assume la localisation de son entreprise. On oscille entre deux pôles :

- le pôle négatif : professionnellement cette localisation pose un certain nombre de problèmes, de carences ;
- le pôle positif : l'argumentation issue du ressenti personnel vient revaloriser l'image exprimée juste avant (cf. pôle négatif) par PLB et permet de valoriser l'activité et le lieu où l'entreprise se situe.

Cela renforce le concept de syntonie. Et d'ailleurs en interrogeant spécifiquement l'informateur sur le toponyme, la présence du « je » est remarquable dans sa réponse ainsi que l'orientation thématique (le ressenti, le vécu) qu'il lui donne. 15 marques du possessif par « je » ou « j' », « moi », « mon » sont à noter. Le « moi » précède

²⁵³ Cf. DVD, Ecouter, Pierre-Louis Bescond, chapitre 18 ou Entretien intégral : 35.40.

systématiquement le « je » lorsque l'informateur est dans le champ du ressenti alors que ce n'est pas le cas dans les autres moments où le « je » est présent.

Devant les verbes « penser », « croire », « avoir », « employer », le « je » est utilisé sans insistance. Devant les verbes « pouvoir dire », « ressentir », « trouver » sauf dans la répétition de ce dernier verbe où le pronom n'est pas redoublé, le « moi » antéposé au « je » marque une forte implication personnelle dans l'argument et renvoie à deux aspects sémantiques par l'association verbale : l'aspect émotionnel précédant l'aspect rationnel. En effet, PBL montre une forme d'équilibre entre une énonciation renvoyant au professionnel et une énonciation renvoyant au personnel :

- Premier temps d'énonciation : « euh : **moi j'** trouvais qu' ça avait beaucoup de euh: poésie > d'être installés à Spézet < **j'** trouvais qu' c'était euh qu' ça avait d' la gueule » : champ personnel ;
- Deuxième temps d'énonciation : « et c'était beaucoup mieux que d'être à NANtes ou alors ou: dans une grande ville même si euh: pourtant on s'rait mieux si on était installés qu'qu'part par là pa'ce qu'on pourrait rayonner dans tous les sens avec nos camions mais bon déjà là **j'**emploie un langage qui cesse complètement d'être poétique » : champ professionnel;
- Troisième temps d'énonciation : « **alors que:** c' que **moi j'** ressentais vu de l'extérieur c'est qu' c'était un truc ça avait beaucoup de CHIC de * 'fin ça avait d' la gueule » : champ personnel.

Les temps 1 et 2 animent l'ensemble du propos qui se veut rationnel, concret et pratique pour ce qui concerne le champ professionnel et qui se veut émotionnel pour ce qui concerne le champ personnel, exprimé par un ressenti. Bien que marqués comme des temps d'énonciation différents, ils forment toutefois un ensemble complexe et marque un équilibre que parce qu'ils font partie d'une énonciation en continu. Mais il est intéressant de retenir le processus d'équilibre que l'informateur fait fonctionner. Les deux champs personnel et professionnel s'alternent et permettent de comprendre comment les informateurs, de manière générale, vont fonctionner par rapport à ces thématiques de questionnement dont sont constitués les entretiens : territoire, sentiment d'appartenance, représentations, langue régionale, etc. De plus, les motivations fonctionnent selon ce même processus. La motivation d'une personne pour ou par quelque chose émane d'un équilibre entre un élément acquis, rationnel et un élément ressenti, émotionnel. S. Delerm, J-P. Helfer et J. Orsini écrivent à ce propos dans *Les bases du marketing* que :

La définition des motivations est parfois controversée, mais on y trouve toujours l'idée selon laquelle une motivation correspond à un état interne de l'individu, qui suscite et oriente sélectivement sa réaction vers des buts spécifiques.²⁵⁴

L'état interne de l'individu évoqué ici rappelle la part d'inaccessibilité face à laquelle l'émetteur d'un message publicitaire (par exemple) se trouve lorsqu'il crée et tente de

²⁵⁴ DELERM, Sophie, HELFER, Jean-Pierre, ORSINI, Jacques, 2002, pp. 52-23.

susciter la motivation d'achat chez le destinataire. On tente, par des représentations connues, imaginées ou supposées d'atteindre le consommateur / l'utilisateur par un certain nombre de stratégies. Dans notre contexte de recherche, il faut tenir compte du fait qu'on ne parle plus d'utilisateur mais d'usitaire à partir du moment où le sujet qu'est l'affichage bilingue et symbolique est un domaine connoté renvoyant aussi à l'univers personnel, identitaire de l'informateur en position de prendre des décisions face à ce sujet. C'est pour cela que la place du « je », du « moi » est tout à fait notable dans bon nombre de cas tout comme les références à la sphère privée de nos informateurs, dans un équilibre professionnel / personnel quasi constant.

Michel Long par exemple témoigne lui aussi de cet équilibre :

① [ML : donc y'avait un=un / une motivation essentiellement commerciale au départ > très clairement <↓>

ML : plus le fait que n'étant pas breton euh >] ② là c'est un p'tit côté** sentimental si on veut **moi** ch'uis pas breton d'origine mais donc étant en Bretagne depuis plus d' 20 ans **je** suis sensible à l'à=à l'identité régionale 'fin cela dit **je** suis savoyard c' qui est aussi une région où l'identité est forte **je** me sens concerné par ça puisque quelque part **je** serai jusqu'à ma mort savoyard mais quand **j'** suis en Bretagne **pour moi** c'est important d'être en Bretagne et de / à la limite d'adhérer finalement

SS : ouais de participer

ML : à=à un certain nombre de valeurs à participer à des trucs bretons et cætera **j'** refuse qu'on me j-j'admets pas qu'on **me** rejette de=d' la Bretagne parce que si la Bretagne y'a=y'a plus de bretons qu'ont foutu l' camp à l'extérieur que de gens qui sont v'nus y dépenser leur énergie **j'** demande autant=autant de respect pour **moi** qui suis v'nu en Bretagne et qui m'y investis vraiment qui y crois qui aide **son** pays et cætera que le breton qui=qui va à Paris et qui r'vient pour sa r'traite quoi XXX quoi

SS : bien sur]

③ [ML : euh et donc y'avait ça aussi qu'était un aspect assez sympa <↑> quoi c'était : / et puis le côté le côté réseau qui est également important à savoir que : : qu'on rencontre c'est un lieu de rencontres de=de gens qui sont dans des métiers connexes ou qui ressemblent avec le même genre de préoccupations stratégiques je disais qu'à l'époque on faisait 15% ou 20% de notre chiffre d'affaires en / par Brialys aujourd'hui on doit faire un demi pourcent]²⁵⁵

L'extrait est nécessairement long pour rendre visible l'ensemble du propos et l'équilibre qui s'y déroule. Plusieurs temps d'énonciation sont à noter :

- Temps d'énonciation 1 : champ professionnel
- Temps d'énonciation 2 : champ personnel
- Temps d'énonciation 3 : champ professionnel

Dans l'énumération des motivations, ML évoque la motivation économique puis la motivation identitaire (temps 1 et 2) et enfin la motivation des réseaux (temps 3). La

²⁵⁵ Cf. DVD, Ecouter, Michel Long, chapitre 3 ou Entretien intégral : 13.32.

motivation identitaire n'est pas du tout explicitée dans le rapport de cause à effet dans l'action professionnelle. Elle renvoie à un argumentaire personnel mais ne conclut pas sur le lien entre ce ressenti et la motivation d'adhésion à Produit en Bretagne. Dans le même champ sémantique, il précisait d'ailleurs précédemment que cela avait été douloureux : *comment s'est passée l'adhésion ça été très douloureux* (06.09). Visiblement, l'expression de la douleur, ressentie dans une action professionnelle, est à mettre en relation avec un environnement émotionnel plutôt issu du champ personnel. En effet, ML nous explique que le positionnement géographique de l'entreprise (à l'extrême est de la Bretagne) ne semblait pas en phase avec les critères de sélection de Produit en Bretagne (cf. 06.09, ou chapitres 1 et 2 de l'entretien). La situation de l'entreprise Brialys ne semblait pas faire suffisamment figure bretonne pour justifier d'une adhésion. La démarche a été longue puisqu'il a fallu plus d'un an avant que Brialys devienne adhérente. Plusieurs fois dans l'entretien, en témoigne l'extrait précédent, ML rappelle qu'il n'admet pas d'être rejeté. Ces deux situations, l'adhésion de son entreprise et son ressenti personnel, sont à mettre en rapport tout au long de l'entretien. La motivation qu'il exprime alors semble se rattacher à un besoin de reconnaissance tout à fait personnel, sous couvert d'un espace professionnel qu'il rappelle juste à la fin de l'extrait (temps 3) provoquant ainsi un équilibre professionnel / personnel dans l'énonciation.

D'ailleurs, le rappel d'une anecdote personnelle (justifiée par les deux premières expressions marquées ci-dessous en caractères gras et les morphèmes argumentatifs « parce que » et « donc ») démontre également ce double positionnement et la volonté de reconnaissance du territoire d'implantation de son entreprise :

ML : **j' me souviens** une fois dans un avion euh en allant de Nantes euh de Lyon à : Brest euh: au dessus des nuages et puis j'étais dans le cockpit **pa'ce j'aime bien ça** > j'ai d'mandé pour voir un peu XXX une sorte de pilotage... en réalité y'a quelque chose de physique derrière vous voyez c' que j' veux dire donc ici **on est en Bretagne on est en Bretagne** je j'en conviens à 10 mètres près **mais on est en Bretagne**²⁵⁶

L'argumentation détaillée de l'anecdote se termine par une répétition marquante. Utilisée en fin de séquence, la répétition monologique vient non seulement clore l'anecdote, mais vient surtout clore l'ensemble de l'argumentation et permet à l'informateur de renforcer son propos. Mêlée à d'autres caractéristiques discursives de la construction de l'anecdote (beaucoup de détails, rapidité du débit de parole pour prouver une sorte de véracité par l'exemple), l'anecdote sert de preuve rationnelle : il démontre par ce qu'il dit être une réalité physique l'assurance d'un fait ressenti, vécu et revendiqué. C'est aussi la représentation de la mise en forme d'une argumentation où la fonction illocutoire tient une place importante.

Puis, on verra apparaître aussi une certaine complexité dans la suite de l'énonciation où ML refuse d'être pris pour un militant de la langue bretonne alors qu'il utilise le même mot, symboliquement aussi fort donc, pour justifier de la volonté de

²⁵⁶ Cf. DVD, Ecouter, Michel Long, chapitre 16 ou Entretien intégral : 41.15.

revendication d'appartenance. Nous pouvons faire le lien avec l'extrait précédent où les mots utilisés : *j' refuse qu'on me j-j'admets pas qu'on me rejette de=d' la Bretagne*, etc. témoignent de l'importance du ressenti et permettent de comprendre l'idée de revendication. En parallèle, il est aussi intéressant de rappeler qu'il voit la défense de la langue bretonne comme étant connotée à un militantisme négatif. Nous pourrions donc dire que la revendication, la défense de l'identité est très largement exprimée excluant la langue régionale, positionnée comme un élément de militantisme néfaste.

La représentation que les informateurs ont des langues régionales de Bretagne, liée à leurs histoires de vies, favorise ou non l'encouragement et la valorisation de la signalétique bilingue et symbolique ainsi que la manière de procéder et les types d'action à mettre en place. Bernard Poignant, ancien maire de Quimper et aujourd'hui député européen, a par exemple choisi de ne pas changer les panneaux des odonymes (cf. 17.03 ou chapitre 7 de l'entretien) tout en restant attentif aux *pressions de certains milieux associatifs*, c'est-à-dire tout en conservant une *certaine politique de panneaux bilingues ... pour éviter de rentrer dans des violences euh des destructions de biens publics qui n'en finissent pas*. Pour lui la langue est un outil qui doit permettre de rassembler, de communiquer. Les possibilités de communication lui apparaissant comme réduite avec le breton, BP exprime plusieurs fois que la langue bretonne ne peut pas être un facteur de lien social.

BP : non j' pense que le lien social euh : vous savez le lien social il se construit avec plein d' choses hein <↑> euh : ils s' construit par le travail il s' construit par la famille euh=euh il s' construit euh=euh par l'école hein euh il s' construit ben dans son quartier et **c'est pas LA langue en tant que telle** qui euh qui=qui / le lien social est d'abord la langue que l'on parle entre nous hein 'fin si j' peux pas vous comprendre et si vous pouvez pas m' comprendre on va pouvoir se sourire et on s'en tiendra là quoi ceux qui : euh : / **mais ça crée pas un lien social euh NON** <↑> **ça j'y crois pas** <↑> **non=non**²⁵⁷

Pour témoigner de la complexité dans laquelle les informateurs peuvent se trouver lorsqu'ils sont confrontés à la fois à une réflexivité dans leurs actions professionnelles et dans leur histoire personnelle, je retiendrai la suite de l'énonciation correspondant à la séquence sur le lien social :

RLS : donc selon vous ça s'adresse plus dans un cadre personnel intime d'attachement d'identité d' ressentiment

BP : très voilà oui bien sur oui oui c'est alors y'a des groupes quoi vous savez euh y'a des groupes qui s' retrouvent entre eux et qui parlent le breton entre eux et donc c'est que voilà c'est mais c'est des petits groupes **moi je-je résonne par rapport aux millions d' gens de : ceux-là sont pas des / ça m'est arrivé d'en entendre un p'tit peu mais c'est pas beaucoup quoi alors ça me fait même tout drôle c'est curieux parce que quand j'entends un=un groupe parler breton entre lui entre eux plutôt je me sens exclus MOI je me sens exclus pourtant je suis de Bretagne et français <→> etc.**

²⁵⁷ Cf. DVD, Ecouter, Bernard Poignant, chapitre 9 ou Entretien intégral : 22.27.

RLS : vous êtes né en Bretagne < ? >

BP : ah oui depuis : oui oui mes parents grands-parents mes beaux-parents leurs parents arrière-grands-parents 'fin c'est : ma mère parlait c'était sa langue maternelle hein euh là c'est la langue maternelle de ma fem- de la : de la mère de ma femme aussi c'est pareil sa grand-mère 'fin tout ça c'est ouais parler breton 'fin moi j' parle pas mais eux parlaient breton <↑> hein

Pour éclaircir la réponse de BP, je renvoie à l'informateur ce que je peux déduire, comprendre de ses propos. Il atteste que la langue bretonne fait partie du domaine de l'intime, du ressenti. L'ambiguïté qui est exprimée dans les propos de BP, mise en évidence par les énoncés en caractères gras dans l'extrait ci-dessus, nous montre qu'il construit un argumentaire en lien avec son action professionnelle : *moi je-je résonne par rapport aux millions d' gens*. On peut penser qu'il souhaite montrer qu'il généralise le contexte, qu'il ne le réduit pas à la seule « communauté quimpéroise ». La rupture dans son discours, *ceux-là sont pas des / ça m'est arrivé*, est intéressante dans le sens où elle permet à BP de rapporter son argumentation à son univers personnel, privé, jusqu'à l'expression d'un détail appartenant au champ de l'intime (renforcé par la répétition du verbe et la présence du « moi » antéposé au « je ») : *je me sens exclus MOI je me sens exclus*. La confrontation des domaines professionnel et personnel se matérialise sur cette thématique de la présence de la langue bretonne dans l'espace publique. BP affirme et répète que la langue bretonne n'est pas un facteur de lien social (énonciation faisant partie du champ professionnel) et il renforce son propos en indiquant qu'il se sent exclu (et le répète également) lorsqu'il entend des groupes de personnes parler breton autour de lui (énonciation faisant partie du champ personnel) et le surenchérit par l'adverbe de liaison « pourtant ». BP renforce son appréhension de la langue régionale comme appartenant au domaine de la perception. Nous noterons que lorsqu'il dit « *je suis de Bretagne et français* », il ne place pas les deux expressions de l'identité sur la même échelle sémantique. Il se définit comme étant de Bretagne et non breton et il se définit comme étant français et non de France. Aussi, dans le premier cas, il se définit par une appartenance à un lieu, pour lequel il contribue au développement, et dans le second cas, il se définit par un adjectif indiquant qu'il appartient à la communauté identifiée comme « française ». Il remet d'ailleurs en question la signification de « breton » à divers moments de l'entretien.

BP : moi je me souviens un jour euh j-j-j'avais dit ((légers rires)) j'avais dit à quelqu'un <↑> euh toujours pareil des mouvements euh **breizhou** <↑> euh mais tu m' dis **c'est quoi être breton** ben j-j' lui posais une colle j' dis ben euh ben j' sais pas moi mon père et ma mère c-c'est des bretons ben oui tu vas r'garder le statut des juifs autour d' quarante tu vas voir c'est l' critère <↓> reprends le <↑> fais attention à ça euh c'est y'a pas besoin d'avoir un papa et une maman on vit ici point on se sent breton mais on peut=on peut être noir on peut être arabe hein et=et on arrive VITE <↑> à c' côté ethnique très vite²⁵⁸

²⁵⁸ Cf. DVD, Ecouter, Bernard Poignant, chapitre 15 ou Entretien intégral : 38.45.

L'utilisation du mot « breizhou » marque la représentation que BP a du milieu qu'il qualifie par cet adjectif minorisant. Il peut montrer par cet adjectif une sorte de prudence ou en tout une marque de distanciation forte. Dans la représentation que BP a du fait d'être breton, il indique que « l'identité ne rassemble pas », qu'il faut être plus large, « plus humaniste » et ce n'est pas parce que ses propres parents sont bretons qu'on l'est forcément (la comparaison forte avec les juifs en témoigne). Toutefois dans l'extrait précédent celui-ci, c'est bien ainsi que lui-même justifie le fait d'être breton, par le fait qu'il est issu d'une famille née en Bretagne. Aussi ce qu'on ressent est souvent bien plus fort que ce qu'on peut penser. On oscille entre une remarque issue du domaine personnel : je ressens, c'est lié aux miens et je l'affirme ; et une remarque liée à une réflexion politique et professionnelle où le message est plutôt « attention, soyons prudent dans la définition, la prise en compte et le respect des identités ».

La locution adverbiale « etc. » se place habituellement au terme d'une énumération, quand le locuteur ne peut pas ou ne souhaite pas la prolonger. Ici, dans la phrase « *je suis de Bretagne et français <—> etc.* », son emploi a tendance à minorer l'expression de l'identité dont témoigne BP. Pour chaque informateur issu du domaine politique, nous ne pouvons pas dire que nous sommes dans le champ du discours politique. L'utilisation du « je » marque la singularité des propos tenus, et ce dans de nombreux cas. Nous nous situons dans un contexte balisé par le cadre d'un entretien semi-directif où l'informateur, quel que ce soit son rôle professionnel, échange sur un sujet où les convictions politiques, sociales, culturelles peuvent apparaître, mais dans un registre où la réflexivité tient une place primordiale. Dans la suite de l'énoncé, et pour prolonger l'expression de l'identité de BP : « *je suis de Bretagne et français* », BP répond d'ailleurs à la question par un renvoi à son univers familial, qui apparaît comme une caution à son appartenance à la Bretagne. La langue bretonne joue aussi ce rôle : « *c'est : ma mère parlait c'était sa langue maternelle hein euh là c'est la langue maternelle de ma fem- de la : de la mère de ma femme aussi c'est pareil sa grand-mère 'fin tout ça c'est ouais parler breton 'fin moi j' parle pas mais eux parlaient breton <↑> hein* ». L'énumération des membres de sa famille parlant breton renforce le fait que la langue est aussi une caution au sentiment d'appartenance ou en tout cas à la représentation qu'on en a et qu'on souhaite indiquer. Nous pouvons penser que cette énumération permet à BP de témoigner de l'univers dans lequel il a évolué et de montrer qu'il peut se définir comme y appartenant car il en possède les codes. Les deux interjections « hein » renforcent cela²⁵⁹ puisqu'elles permettent de signifier à l'enquêteur que BP réclame de lui non seulement la compréhension mais aussi l'acquiescement et l'adhésion à son propos. Malgré les réserves, les précautions vis-à-vis de la langue bretonne dont BP parle dans cet entretien, il ne faut pas exclure BP de son appartenance à la Bretagne. La prudence qu'il démontre par rapport aux actions d'affichage bilingue dans la ville de Quimper semble être en accord avec les représentations qu'il a du monde auquel il renvoie la langue bretonne et sa pratique. À mon sens, il manifeste une distanciation vis-à-vis de la langue qui peut expliquer son comportement prudent et réservé autant dans son discours que dans les actions de terrain qu'il a eu à mener à propos de l'affichage bilingue.

RLS : vous n'avez jamais cherché à apprendre < ?>

²⁵⁹ L'intonation utilisée par l'informateur me permet de le remarquer.

BP : si j'ai cherché quand j'avais neuf dix ans ou douze ans là quand on a envie de quand on entend dans la famille parler breton p'is on comprend pas alors on a envie de comprendre <↑> {ppptttt} **t'apprends ton latin ton grec** t'te façon ils parlaient entre eux breton quand ils parlaient histoire de fesses histoires de fric alors **c'est pas compliqué hein des trucs qu'on a pas à entendre alors bon alors c'est comme ça hein**

BP : et puis euh XXX **pour toutes ces familles bretonnes** c'était l-la la langue de la promotion sociale et tout ça faut pas oublier hein euh la langue pour sortir de la misère aussi hein euh pour avoir une chance de trouver du travail passer des concours et caetera. hein **c'était pas vécu comme euh une crise jacobine hein c'est pas comme : / y'a jamais eu d'ailleurs les manifestations en faveur de la langue bretonne sont récentes**²⁶⁰

Nous pouvons remarquer que le breton n'a jamais été transmis à BP. Il raconte brièvement la période où il semble avoir voulu apprendre et surtout comprendre le breton. Le passage au « tu » dans l'énonciation peut montrer une confrontation entre un « tu » générique pouvant signifier : tous les enfants de cet âge là ont envie de comprendre, et la personnalisation qu'il y met en rapportant les sujets de conversation qui avaient lieu au sein de sa famille. La fin de l'énoncé « *alors bon alors c'est comme ça* » peut marquer une certaine résignation. Ensuite, l'adjectif indéfini « *toutes ces familles bretonnes* » marque la distanciation que BP opère entre les familles bretonnantes et lui-même. Nous pouvons penser que ce passage de l'anecdote concernant sa vie privée à l'expression d'un indéfini révèle qu'il ne se représente pas appartenir à un univers bretonnant ou qu'il souhaite s'en éloigner. Il termine cette séquence en revenant à un argument politique, cautionnant son argumentation mais renforçant la distance qu'il met entre sa réflexion professionnelle sur le sujet de la langue et son domaine privé. Plusieurs fois durant l'entretien, BP indique que l'affichage bilingue est, selon lui, mal fait et qu'on ne respecte pas un bilinguisme de sens, auquel il semble être attaché.

- ce qui intéresse les gens c'est le sens c'est pas la transposition jacobine en Bretagne de l'académie française (01.06)
- pour moi c'est=c'est un bil- un bilinguisme d'orthographe et non pas un bilinguisme de sens (03.23)
- donc c'est=c'est aussi jacobinisé si vous voulez hein et c'est dommage qu'ils ne veulent PAS utiliser le SENS des choses (04.32)
- faire le bilinguisme en osant mett'e le sens (05.45)

Nous pouvons mettre en parallèle ces arguments concernant la volonté d'avoir accès au sens et donc à la compréhension en français des noms de lieux, et la résignation et le sentiment d'exclusion dont BP parle plus tard dans l'entretien, que j'ai pu évoquer précédemment. À mon sens, nous ne pouvons pas détacher ce qui concerne son histoire de vie et les convictions professionnelles dont il témoigne.

Loïc Le Meur, maire de Ploemeur, exprime très clairement lui aussi son fonctionnement face au sujet de l'affichage bilingue :

²⁶⁰ Cf. DVD, Ecouter, Bernard Poignant, chapitre 9 ou Entretien intégral : 24.40.

LLM : y'a des moments où on **perçoit** des choses moi j' travaille beaucoup plus dans **l'impulsion je ressens** des choses et puis j' me dis bon on y va alors je teste un tout p'tit peu <↑> et puis quand **je sens** que ça peut marcher après j'essais de remporter en interne ou ailleurs l'adhésion des autres et **là je sens** quelque chose **je crois** qu'on n'est pas bon sur ce point là²⁶¹

Suite au constat d'une forte augmentation de population venant s'installer dans la commune de Ploemeur sans en être originaire, LLM souhaite les aider à *se REdonner une identité qu'ils ont perdu*. Cela passe par l'identité du territoire sur lequel ces personnes s'installent. L'objectif est alors de pouvoir *recomposer du lien social*. LLM insiste en disant qu'il s'agit de *montrer qu'effectivement on a une identité on a une culture on a quelque chose qui n'est pas lié qu'à la langue hein mais à tout' notre méthode de vie*, et cela aussi bien aux résidents qu'aux visiteurs. Nous retiendrons le champ sémantique de ressenti fortement exprimé par notre informateur : « percevoir », « travailler dans l'impulsion », « ressentir des choses », « sentir », « croire ». Il est en position de décideur et il fonctionne selon certaines impulsions, sensations et croyances. LLM a ainsi fortement travaillé pour qu'un bagad se crée à Ploemeur. LLM exprime là aussi très clairement que ses croyances, voire ses valeurs, sont liées à la personne qu'il dit être :

- ① [LLM : oh c'est lié à mes racines ça, c'est le fait que **moi** aussi **ch'** suis intégré ici et que **mon** adolescence c'était les fest-noz donc euh **je** colle complètement à ça **je** sais danser euh le vannetais et **j'** suis incapable ou un petit peu de montagnes noires mais les autres maintenant dans le mélange non donc **pour moi** y avait c'te idée je reste moi euh **on n'est que le résultat de son histoire** hein bon] ② [y'a ça y'a le fait que Ploemeur a besoin d'affirmer ses racines de créer du lien social comme **j'** le disais donc du lien culturel avec des gens qui viennent d'horizons différents donc il faut renforcer tout ça] ③ [on a renforcé de la même façon toutes les fêtes de quartiers on a acheté du matériel pour vous voyez les fêtes de lotissements par exemple qui se font bon arrivés maintenant on est capable ils font une fête d'envoyer le conteneur avec les bancs le barnum dedans de les aider à la limite à monter ça mais tout simplement pour que les gens se rencontrent se=se=se / tissent des liens entre eux donc il faut animer TOUT c' qui peut renfoncer les liens c'est important donc c'est une façon aussi par la toponymie par des tas de choses de renforcer les liens]²⁶²

Ici, nous nous trouvons à nouveau dans la recherche d'un équilibre :

- Temps 1 d'énonciation : champ personnel
- Temps 2 d'énonciation : champ professionnel
- Temps 3 d'énonciation : champ professionnel

²⁶¹ Cf. DVD, Ecouter, Loïc Le Meur et François Mersch, chapitre 1 ou Entretien intégral : 03.45.

²⁶² Cf. DVD, Ecouter, Loïc Le Meur et François Mersch, chapitre 7 ou Entretien intégral : 21.00.

Après avoir utilisé fortement le « je », « moi » et « mon » et le champ du ressenti (temps 1), l'informateur évoque un argument professionnel (temps 2) qu'il va renforcer par un exemple très précis d'action mise au point pour favoriser la création du lien social. L'expression *on n'est que le résultat de son histoire* synthétise très bien le contexte du double positionnement dans lequel se trouve LLM ainsi que les autres informateurs. Le vécu des informateurs semble être une donnée essentielle dans leur prise de décision, ou tout du moins dans la volonté d'action qu'ils peuvent avoir.

Jean-Claude Tanguy, adjoint au maire à Concarneau, est ainsi plutôt prudent sur la thématique de l'affichage bilingue et a choisi en premier lieu de dire que la stratégie de Concarneau n'était pas l'affichage bilingue²⁶³ puisque la langue bretonne n'y était pas pratiquée :

JCT : je pense que la spécificité là c'est que le on=on allie à la fois le maritime ça c'est Concarneau même avec finalement un port dans la ville ou euh la ville dans le port comme on veut hein et que d'autre part on a l'aspect rural qu'était euh l'aspect euh justement des paysans et d' l'agriculture et des fermes et tout ça donc avec un endroit où on parlait pas le=le breton hein en tout cas **c'est comme ça qu' ça été ressenti** hein Concarneau même avec son aspect maritime marin et des gens qui voyagent beaucoup et l-l=la=la langue c'était le français et puis euh ben l- l'environn'ment euh qui est un environn'ment breton où euh et où on a parlé euh on parlait breton hein j' pense que la réalité la réalité elle : elle est là quoi hein²⁶⁴

Au delà des représentations sur la langue bretonne de l'informateur : le breton était environnant à la ville, au port mais pas dans la ville ; nous retiendrons l'expression : *c'est comme ça qu' ça été ressenti*. Par sa position politique, JCT est le représentant d'un avis plus large : celui des décideurs, des membres élus de la mairie, et non pas de la population. Cet élément est important car il témoigne d'une quasi généralité. La population n'est que très rarement interrogée sur ces questions d'affichage bilingue, même lorsqu'il s'agit de transformer les noms de lieux. Par exemple, la commune de Pluguffan a proposé *un cahier de doléances* suite à l'explication de la démarche et aux propositions de modifications des noms de lieux (cf. 57.23 ou chapitre 18 de l'entretien). Mais au préalable de la démarche, la population n'a pas été consultée. Aussi, la décision de mise en place d'un affichage bilingue, que ce soit au sein des institutions publiques ou des entreprises, incombe toujours à un petit groupe de personnes, si ce n'est à une seule personne. Le lien à l'environnement personnel, privé est d'autant plus important dans la volonté (l'ensemble des motivations) de cette ou ces personnes.

JCT : dans l'esprit des concarnois d' façon générale y'a une espèce de=de d'a priori de dire à Concarneau on parle le français quoi on parle pas <↑> on est pas dans la Bretagne bretonnante moi j' vois j' suis originaire de Plougastel-

²⁶³ Entre le moment où s'est déroulé l'entretien et aujourd'hui, les panneaux d'entrée de ville bilingues ont d'ailleurs été retirés. Ils ne font apparaître aujourd'hui que la forme française.

²⁶⁴ Cf. DVD, Ecouter, Jean-Claude Tanguy, chapitre 2 ou Entretien intégral : 00.45.

Daoulas <↑> hein qui est donc à côté de Brest <↑> là et pour moi Plougastel-Daoulas <↑> c'était le breton quoi j' veux dire on allait à=à : l'église y'avait euh c'était en coiffe c'était en costume breton c'était en langue bretonne on chantait toute la toutes les messes c'était vraiment on=on chantait en breton c'était c'était que'que chose de **d'intériorisé** quoi hein on s' posait même pas la question euh la réalité que j-j'ai **perçue** puisque moi j' suis là d'puis 30 ans euh j' suis v'nu m'installer c'est un choix <↑> j' suis pas originaire : j' suis pas d'Concarneau même j' suis pas né natif comme on dit donc j' crois qu' c'est la=la=la **perception** était complè'tement différente 4.02 alors euh de là découle un certain nombre de choses un certain nombre de=de réflexes par rapport à la langue bretonne par rapport à son affichage quoi hein²⁶⁵

JCT nous explique que la Bretagne bretonnante n'était pas, pour lui, à Concarneau mais à Plougastel-Daoulas, lieu davantage rural (cf. extrait suivant : *je retrouvais la=la la campagne avec des gens qui parlaient breton qu'étaient en sabots*). Des signes de cette « bretonnité » étaient visibles : les chants en breton, les coiffes, les costumes. Pourtant, JCT insiste sur le fait que l'esprit et la culture bretonnes étaient **intériorisés** (bien que matérialisés par des signes extérieurs qu'il a lui-même constaté et conservé comme représentatifs). D'où une représentation complexe pour JCT, l'identité bretonne se vit, se perçoit, se ressent plus qu'elle ne s'exprime par des signes visibles et matériels. Il parle d'ailleurs deux fois de « perception » sur laquelle il fonde l'explication qu'il fait de la réalité qu'il contribue à entretenir à Concarneau pour l'affichage bilingue : *de là découle un certain nombre de choses un certain nombre de=de réflexes par rapport à la langue bretonne par rapport à son affichage quoi hein*. Il justifie la réalité perçue et vécue à Concarneau par ses origines bretonnes, mais venant d'un autre lieu. Paradoxalement, il exprimera un peu plus loin dans l'entretien : *d'emblée et j' me suis r'trouvé un peu d'ailleurs en parce que les gens sont souvent de quelque part quoi hein c't-à-dire qu'y avait ceux qu'étaient d' Concarneau puis nous on était pas considéré d' Concarneau or euh moi j' trouve qu'à partir du moment où on a fait le choix d'aller habiter quelque part et qu' c'est un choix motivé et qu'on a l' choix de s'investir et de FAIRE partie de c'est p't-êt' plus fort que d'êt' né quelque part <√> ça j' crois que ça peut au moins être aussi fort en tout cas* (cf. extrait suivant). Il indiquera aussi un peu plus tard dans l'entretien qu'il s'est toujours senti breton, par le souvenir d'une anecdote personnelle, et dans la confrontation de sa propre identité face à une personne défendant plus explicitement le fait d'être breton (cf. extrait suivant).

Dans l'explicitation d'une anecdote personnelle et liée à l'adolescence de JCT, un certain nombre de messages permettent de comprendre et de renforcer l'identité ressentie. L'équilibre entre les deux « univers » personnel et professionnel est visible chez JCT, par le rappel de ce souvenir d'adolescence, qui va le ramener vers l'explication de sa position d' élu à la mairie de Concarneau :

Temps d'énonciation 1 : champ personnel

[JCT : et notamment=et notamment on mettait sa=sa euh sa : nationalité puisqu'on était à Paris et qu'y avait un peu d' tout euh et lui il mettait nationalité bretonne et **moi** ç- et=et alors pour **moi** il était parisien parce qu'il était parisien quoi hein et **moi** j'étais breton → → mais j' veux dire

²⁶⁵ Cf. DVD, Ecouter, Jean-Claude Tanguy, chapitre 2 ou Entretien intégral : 03.03.

j'avais pas besoin d' le de l'affirmer haut et clair pour **moi j'étais breton** quoi
→ → j' veux dire c'était comme si j' veux dire euh j'étais blanc j'étais breton
→ → c'tait une évidence]

La répétition monologique *j'étais breton* (le « moi » antéposé au « je » à deux reprises renforce cela) permet de montrer l'importance du ressenti de JCT. Fonctionnant comme une épiphore, la répétition indique trois périodes dans le temps d'énonciation, marquées par les doubles flèches dans l'extrait. L'expression répétée arrive toujours en fin de période marquant une amplification du propos au fur et à mesure du temps d'énonciation. L'expression « c'tait une évidence » ponctue d'ailleurs l'intensification de l'idée exprimée.

Temps d'énonciation 2 : champ personnel et professionnel

et euh **c'est pour ça qu' j' vous raconte parce que c'est=c'est on est dans l' sujet**

La rupture que l'informateur fait dans l'explication de son souvenir indique l'importance du ressenti dans « le sujet » dont nous sommes en train de parler pendant l'entretien. JCT vient de parler de la démarche de fonctionnement d'un festival culturel et traditionnel à Concarneau. Un « paradoxe » est d'ailleurs notable à ce moment là puisque JCT n'imagine pas de lien entre la culture régionale bretonne et le développement économique. Il n'imagine pas « l'idée commerciale » qu'il peut y avoir dans la culture bretonne et pourtant il démontre que « la fête des filets bleus » ne peut pas fonctionner autrement (*mais euh il faut pas euh cracher dans la soupe* : 21.18). Je propose ensuite à JCT de revenir sur le rôle qu'il a dans la commune de Concarneau et les circonstances qui l'ont amené à ce poste. En me rappelant qu'il est médecin, et qu'il a fait ses études à Paris, le souvenir lui est revenu. Le souvenir est d'autant plus marquant que la personne dont il parle est devenue depuis une figure célèbre de la culture bretonne : Alan Stivell. Il est intéressant d'observer le feed-back de l'informateur sur le sujet sur lequel on est train d'échanger. Nous parlons d'affichage bilingue, de démarche de développement de la commune par la culture bretonne. L'identité perçue, vécue est pour lui un élément fort du sujet qui nous relie ce jour-là alors qu'aucune question ne lui est directement posée sur la manière dont il se définit, sur son sentiment d'appartenance ou sur le lien que cela peut avoir avec son action professionnelle.

Temps d'énonciation 3 : champ personnel

quoi et donc euh : c'était=c'était bizarre pour là j' découvrais que'que chose parce que ce besoin d'identification alors que **moi je** ressentais pas du tout et que j'étais j' veux dire : et que j' venais ici en vacances <↑> que je retrouvais la=la la campagne avec des gens qui parlaient breton qu'étaient en sabots qu'étaient euh et voilà donc euh **c'était pour moi c'était ça y'avait rien à démontrer quoi c'était la=c'était la réalité**

JCT indique sa découverte du besoin de revendication chez l'autre comme quelque chose de « bizarre ». « L'évidence » exprimée dans le temps 1 est redoublée à la fin de cette période discursive puisque JCT n'attendait pas de signes matériels / visibles pour ressentir la culture bretonne. C'était déjà une réalité ressentie. Cette période ponctue l'anecdote personnelle avant de revenir à l'objet même de la question posée.

Temps d'énonciation 4 : champ personnel

et donc euh j'ai fait toutes mes études à Paris puis j'ai pas voulu m'installer à Paris donc **je** euh **j'** suis v'nu euh en Bretagne <↑> on s'est installé d'ailleurs à deux **j'** veux dire avec un=un associé un copain <↑> et euh on voulait ça=ça été **un choix** de qualité de vie de c'était **un choix** vraiment de **j'** dirais d-de lieu donc de la Bretagne <↑> de la mer <↑> euh et donc euh et puis aussi **un choix** pour **moi** d'emblée et **j'** me suis r'trouvé un peu d'ailleurs en parce que les gens sont souvent de quelque part quoi hein c't-à-dire qu'y avait ceux qu'étaient d' Concarneau puis nous on était pas considéré d' Concarneau or euh **moi j'** trouve qu'à partir du moment où on a fait le **choix** d'aller habiter quelque part et qu' c'est un **choix** motivé et qu'on a l' **choix** de s'investir et de FAIRE partie de c'est p't-êt' plus fort que d'êt' né quelque part <↓> ça **j'** crois que ça peut au moins être aussi fort en tout cas hein et que i' faut pas c'est pas parce qu'on est né quelque part qu'il faut exclure quoi donc euh **moi** c'tait un **choix** c'tait fort

Le temps 4 correspond à l'explicitation du choix du lieu de vie. Là aussi le principe de la répétition vient renforcer le propos. L'insistance anaphorique du « choix » : répété 6 fois, est amplifiée dans le discours par sa position conclusive en fin de temps d'énonciation. Associé au champ de ressenti : « un choix fort », cela marque également l'importance que JCT accorde au lieu où il s'est installé.

Temps d'énonciation 5 : champ personnel et champ professionnel

et **j'** me suis investi d'emblée dans la vie euh **j'** dirais dans la vie locale <↑> hein j'étais en tant que président de la société nautique parce que **j'** naviguais beaucoup euh voilà c'était une des motivations d'ailleurs de de m-d'installation à Concarneau y avait un port dans la ville et tout ça et puis aussi où **j'**avais vu la le dynamisme que ça représentait <↑> euh donc **j'** me suis investi voilà et puis d' fil en aiguille on s' retrouve à un moment euh à être sollicité hein **moi** on m'a sollicité **j'** veux dire j'ai pas de j'ai pas d' position euh **j'** fais pas partie d'un PARTi ou d'un hein **j'** suis plutôt là au titre de la société civile²⁶⁶

Ce dernier temps marque les actions qui expliquent comment il a évolué dans la vie locale et la manière dont il a été amené à se rapprocher de la vie politique. Le fait qu'il indique être là au titre de la société civile peut constituer un indice de fonctionnement politique, il n'est pas engagé dans des idées de partis mais peut s'engager au titre d'affinités plus personnelles et politiques. Aussi, nous pourrions observer une gradation dans la réponse de l'informateur, marquée par 5 temps d'énonciation qui permettent d'explicitier des points forts du vécu de JCT : l'identité / le ressenti, le choix du lieu de vie, les actions effectuées. Cela marque une nouvelle fois l'impact que l'histoire d'une personne peut avoir dans la volonté qu'il affiche sur certains types d'actions identitaires en particulier. D'ailleurs, JCT a bien indiqué dans ce temps d'entretien qu'il en découlait un certain nombre de **réflexes** par rapport à la langue bretonne. Les acquis des décideurs de l'affichage bilingue et symbolique contribuent donc au développement d'actions dans ce domaine.

Jean-Louis Tourenne, président du conseil général d'Ille-et-Vilaine, utilise lui aussi très fortement le champ lexical du ressenti, du sentiment, de l'émotion à travers l'entretien

²⁶⁶ Cf. DVD, Ecouter, Jean-Claude Tanguy, chapitre 6 ou Entretien intégral : 23.27.

pour exprimer l'intérêt qu'il y a à valoriser la culture régionale. Qu'il soit présenté par la négative ou non, le rapport à la culture et au sentiment d'appartenance est mentionné par un grand nombre d'arguments relevant du champ du ressenti²⁶⁷ :

- *atmosphère particulière*
- *cette chaleur qui peut exister dans les relations qu'on tisse avec les autres*
- *partager / faire partager aux autres* (l'idée de partage apparaît 6 fois dans l'extrait)
- *relation*
- *vivre dans l'empathie*
- *les modes de relation entre les gens / avoir euh des échanges extrêmement (mieux)*

Le contexte décrit ci-avant par la négative est précisé par la suite par un enchaînement d'observables que relève l'informateur :

JLT : ça=ça tient parfois quand on regarde ça tient parfois à peu d' choses hein dans les distinctions qu'on peut faire euh à la façon dont ils s'embrassent quand ils sortent de l'église à la façon dont ils se saluent à la relation qui se noue à l'espèce de complicité qu'il y a qui est qui n'est nulle part ailleurs pareil²⁶⁸

Ce domaine de la sensation est relevé plusieurs fois par JLT, comme un préalable à l'action à mener. Par exemple :

JLT : on peut être parfaitement se sentir euh : gallo même si on parle pas l' gallo c'est euh c'est des attaches des racines que l'on sent euh la Bretagne comme l'Alsace euh ont été deux=deux régions qui ont voté MASSivement pour Maastricht c'est dire que cet-cette sensation de :=de solidité euh dans euh dans sa personnalité dans son identité permet de se tourner beaucoup plus facilement vers les autres²⁶⁹

L'exemple politique est une caution à l'argumentaire de JLT et au renforcement du poids, de l'impact que peut avoir la reconnaissance et la perception d'une identité qui rassemble. Développer la culture régionale est une manière de développer le lien social qui va, selon l'informateur, nourrir l'ensemble des individus cohabitant dans un même espace :

JLT : la commune va vraiment dev'nir le lieu où vous allez vous ressourcer où vous allez vous épanouir où vous allez nouer euh avec les autres des relations qui sont euh des relations extrêm'ment riches²⁷⁰

²⁶⁷ Cf. DVD, Ecouter, Jean-Louis Tourenne, chapitre 6 ou Entretien intégral : 05.43.

²⁶⁸ Idem.

²⁶⁹ Cf. DVD, Ecouter, Jean-Louis Tourenne, chapitre 14 ou Entretien intégral : 34.35.

²⁷⁰ Cf. DVD, Ecouter, Jean-Louis Tourenne, chapitre 6 ou Entretien intégral : 05.43.

La prise en charge du développement culturel de la commune de La Mézière relève d'un important objectif existentiel pour JLT. Notons qu'il est natif de cette commune, qu'il y a toujours été attaché et qu'il a évolué dans sa position politique par rapport à cette commune. Élu conseiller général d'Ille-et-Vilaine en 1973 alors qu'il n'avait que 29 ans, il a également été maire de La Mézière entre 1983 et 2004. Président de la communauté de commune à la même époque, il est aujourd'hui président du Conseil général d'Ille-et-Vilaine. Tout au long de l'entretien, il n'exprime pas directement que le choix de développer la culture locale et régionale est un choix personnel relevant d'un vécu et d'une perception de son identité, de sa commune, et de sa manière d'envisager la cohérence de l'espace qu'il contribue à développer. Toutefois, lorsqu'il dit que ce sont *des attaches des racines que l'on sent*, nous pourrions mettre en parallèle les éléments biographiques qu'il nous fournit et le positionnement / le fonctionnement politique qu'il exprime. Quand je lui demande de me décrire son parcours personnel, il commence par dire :

JLT : AH ((rires)) euh ben j' suis un enfant du gallo hein je suis=je suis né à La Mézière et j'y vis toujours et euh j'y suis né à une époque où le gallo était couramment pratiqué²⁷¹

C'est par la langue qu'il définit en premier lieu son parcours personnel avant de donner des informations sur sa carrière (instituteur, puis professeur de mathématiques puis principal de collège, en parallèle d'une carrière politique qui deviendra son activité principale une fois en pré-retraite). Aussi, nous pourrions faire le lien entre le vécu de l'informateur et la place qu'il accorde au ressenti, à la perception des valeurs et la philosophie dans laquelle il se situe en tant que décideur politique. Nous pourrions parler de transmission : un fil conducteur issu de sa propre histoire permet de comprendre l'importance donnée aux valeurs locales et régionales. JLT précisera aussi que le gallo peut être un vecteur de communication qui permet de transmettre et partager un certain nombre de valeurs. Le raisonnement de JLT montre qu'il souhaite non seulement développer le sentiment d'appartenance mais aussi faire adopter la culture de « son » territoire, rappelé par l'expression « épouser la culture » :

JLT : c'est pourquoi je crois absolument indispensable non moins pour des raisons économiques même si c'est pas indifférent euh moins pour des raisons économiques que pour des raisons vraiment existentielles euh de développer le SENTiment d'appartenance ou le sentiment d'épouser comme on dit pour son mari et bien il faut **épouser aussi une culture** la culture des autres ça n'empêche que euh on puisse avoir sa personnalité et enrichir peut-être la culture locale de ses apports personnels mais il faut qu'au bout d'un certain temps le brassage soit tel que et ben on ait des références communes qu'on ait des valeurs communes²⁷²

²⁷¹ Cf. DVD, Ecouter, Jean-Louis Tourenne, chapitre 9 ou Entretien intégral : 16.15.

²⁷² Cf. DVD, Ecouter, Jean-Louis Tourenne, chapitre 6 ou Entretien intégral : 05.43.

Plutôt que de parler d'adoption, nous pourrions même penser que JLT souhaite une adaptation à la culture locale, permettant de créer un certain nombre de valeurs communes au sein des individus partageant / cohabitant dans cet espace. Le rôle professionnel est alors souvent indissociable des incidences plus personnelles, liées aux parcours des informateurs, à ce qu'ils définissent comme étant leur(s) identité(s). Aussi, il est intéressant de saisir cette part « d'identité individuelle » pour ces décideurs, dans les ordonnances prises en faveur du bilinguisme.

C'est aussi le cas de Jean-Jacques Troadec, directeur actuel du Super U de Vern-sur-Seiche :

JJT : ((rires)) parce que j' crois qu' c'est primordial euh faire l' métier que j'- que j'aimais comme j'aime ce métier là et euh : par la même occasion faire passer aussi mes idées à travers que ce soit le mode d'aménagement de mes équipes ou des messages à faire passer à travers l'entreprise quoi * j'ai une = j'ai une / on parle souvent de comment de phénomène d'entreprise citoyenne²⁷³

Il exprime très bien comment selon sa seule volonté, envisagée depuis presque le début de sa carrière professionnelle, la place du bilinguisme, comme référent identitaire majeur, est primordiale dans son activité professionnelle. Elle est transmise au public par le biais de son affichage. Cela donne une valeur ajoutée à son magasin mais reflète aussi sa personnalité. Cela est perçu dans l'entretien par :

JJT : alors ça c'est une des raisons l-l-l- l'aut' raison pour le bilinguisme c'est que euh : comment euh je suis né à Carhaix

RLS : hum hum

JJT : alors pour certains c'est une tare ((rires)) donc je viens du centre Bretagne et euh donc je suis fier d' ma région je suis d' la génération des gens qui euh à qui on a tout fait pour décourager de parler breton ** je suis en plein dans cette génération là ²⁷⁴

Après avoir expliqué les motivations économiques qui l'ont poussé à créer son activité, JJT précise que ses origines sont une des motivations pour mettre en valeur la culture régionale par l'élément symbolique le plus fort : la langue. Être né à Carhaix, dans un environnement bretonnant, faire partie d'une famille où son frère, maire de Carhaix, a dynamisé la commune par le Festival des vieilles charrues mais aussi par une forte implantation de la langue bretonne : marquages, possibilités d'enseignements, etc., sont autant de raisons qui ont poussé JJT à créer une entreprise citoyenne. Cela est visible à deux niveaux : la volonté de mener sa vie comme il l'entend et pour cela faire passer ses idées, et enfin répondre à des principes d'activité participative à la vie locale :

²⁷³ Cf. DVD, Ecouter, Jean-Jacques Troadec, chapitre 4 ou Entretien intégral : 01.55.

²⁷⁴ Cf. DVD, Ecouter, Jean-Jacques Troadec, chapitre 5 ou Entretien intégral : 03.16.

JJT : et je voulais travailler dans un système comme ça pourquoi <↑> pour pouvoir euh premièrement **maîtriser ma vie <↑> ou du moins essayer d' la maîtriser** ... parce que j' crois qu' c'est primordial euh faire l' métier que j'- que j'aimais comme j'aime ce métier là et euh : par la même occasion **faire passer aussi mes idées à travers que ce soit le mode d'aménagement de mes équipes ou des messages à faire passer à travers l'entreprise** quoi * j'ai une = j'ai une / on parle souvent de comment de phénomène d'**entreprise citoyenne**²⁷⁵

JJT : c't-à-dire qu'elle est là pour faire du résultat et pour se développer <↑>
* mais elle est là aussi pour participer à une vie locale associative tenir compte aussi de : quand on parle de développement durable etc. c'est que : euh : le 30 mai on va ouvrir un petit magasin hein j'expliquais ça à XX tout à l'heure à Nouvoitou qui est une commune à côté ... où on SAIT / c'est pour rendre service à la population / on sait on va perdre de l'argent²⁷⁶

Sans oublier les objectifs économiques d'une activité comme la sienne, puisque cela reste de toute façon l'essentiel à partir du moment où l'entreprise ne pourra fonctionner qu'en maintenant, au minimum, un certain nombre d'objectifs financiers, JJT montre à travers tout l'entretien que son histoire de vie ne peut se détacher des principes fondamentaux qui l'animent pour mener son équipe et faire fonctionner le développement de son entreprise. La culture bretonne, et particulièrement la langue bretonne, est un objectif que JJT s'était fixé, en lien avec son univers privé.

JJT : alors l-l-l- / mais mon engag'ment date de : {toux} / j'avais pris un engag'ment c'était en l'an 2000 * ... et : j'avais dit à Lena quand j'avais signé lorsque je créerai mon nouveau point d' vente * je je f'rai tout pour promouvoir la langue quoi <↓>²⁷⁷

La langue est aussi une source de développement pour l'entreprise puisqu'elle permet de transmettre un certain nombre de valeurs aux consommateurs. Elle est une potentielle source de développement, un « plus » pour l'activité. L'identité que JJT s'est construit et ce qu'il en perçoit aujourd'hui sont un fil conducteur dans sa démarche professionnelle. Cela témoigne à nouveau du comportement syntone que l'on trouve chez les informateurs. L'identité de l'informateur et la perception qu'il en a forment un régulateur qui permet de prendre un certain nombre de décisions, avec plus ou moins de facilité et de motivation, face à l'affichage de la langue et de tout autre symbole breton. L'image et le message que peuvent renvoyer ces symboles sont autant de rappels au vécu des informateurs.

Je rappellerai que les informateurs ne se trouvent pas chacun dans la même possibilité de développement de bilinguisme, de signalétique symbolique. En effet, Jean-Jacques Troadec, en tant que directeur d'une entreprise indépendante, bien qu'appartenant à

²⁷⁵ Cf. DVD, Ecouter, Jean-Jacques Troadec, chapitre 4 ou Entretien intégral : 01.47.

²⁷⁶ Idem.

²⁷⁷ Cf. DVD, Ecouter, Jean-Jacques Troadec, chapitre 5 ou Entretien intégral : 07.02.

un groupe, peut décider de ce qu'il souhaite appliquer. Cela est également le cas pour Pierre-Louis Bescond, Michel Long, Loïc Le Meur, Joseph Roze, Jean-Louis Tourenne, Bernard Poignant. Patrick Christien en tant que directeur d'agence du Crédit Mutuel de Bretagne répond à une politique globale, de groupe, mais peut décider de valoriser l'identité bretonne par un relais de valeurs auprès des sociétaires de cette banque et lors de la prospection que l'agence peut faire pour chercher de nouveaux clients. D'autres personnalités, bien que décideurs dans leurs fonctions, doivent répondre à une autorité décisionnelle supérieure comme c'est le cas pour Martial Gabillard, Jean-Claude Tanguy, Serge Morin, Yannick Menguy, Romuald Renaud, Édith Rivoal et Gwénaél Debray. Bien qu'étant initiateurs des dynamiques de développement culturel et forces de propositions pour des actions ciblées, bien qu'étant libres de ce qu'ils font dans leurs activités respectives, ils doivent parfois défendre leurs projets, ce qui peut témoigner doublement de la volonté de ces personnes pour mener leurs actions. Dans chacun des témoignages, quel qu'il soit, il est intéressant de constater le lien avec l'identité dite plus personnelle, c'est-à-dire le parallèle avec les acquis culturels et sociaux, issus de l'environnement personnel et intime des informateurs. Le vécu, ce que l'informateur en retire et la perception qu'il a aujourd'hui des valeurs qui s'y rattachent, sont des sources de motivation et d'action pour l'affichage. Ceci est illustré par les propos d'Édith Rivoal.

Interrogée sur la manière dont l'affichage bilingue s'est mis en place dans le service de radiologie à Quimper, ER a repris de manière détaillée le cheminement qui a été suivi. Nous noterons que la première indication qu'elle donne est :

ER : alors bon en fait moi euh : euh j' m'appelle Rivoal mais c'est mon mari qui s'appelle Rivoal **moi je n' suis pas née en Bretagne je suis d'venue bretonne par euh p- euh par mon mariage** quoi si l'on veut et donc euh ben : j-j'ai pas passé mon enfance <↑> en Bretagne non plus²⁷⁸

D'emblée nous pouvons voir que la volonté d'affichage est liée à un vécu, une histoire personnelle et une identité qui en découle. Une suite d'évènements (la prise de conscience, l'envie de connaissance, l'inscription aux cours de breton, les échanges en breton entre collègues, la prise en compte d'un environnement favorable) a fait germer l'idée :

C'est de là qu'est venue l'idée que parler ça suffisait PAS fallait écrire quoi l'écrit ça=ça dure plus longtemps donc j-j' l'ai écrit au directeur de l'hôpital pour lui demander l'autorisation d'envisager une signalétique bilingue comme on était en plein travaux on devait agrandir tout ça fallait tout=tout refaire les panneaux²⁷⁹

²⁷⁸ Cf. DVD, Ecouter, Edith Rivoal, chapitre 3 ou Entretien intégral : 01.00.

²⁷⁹ Idem.

Profitant alors d'un contexte favorable, c'est pourtant bien l'association du personnel et du professionnel qu'il faut ici aussi retenir. Cela est rappelé un peu plus tard au cours de l'entretien par le côté « affectif », personnel, qui est la source de la motivation et que ER exprime comme étant partagé par ses collègues :

RLS : **votre motivation profonde** à VOUS était donc **CA ce=ce côté affectif** dont vous avez parlé

ER : ouais ouais **OUI bien sur oui**

ER : euh : oui c'est une idée qu'=qui vient de moi <↑> mais bon euh après y' a quand même certaines personnes du service comme notre surveillant là André Le Faou là qu'était / qui se sentait bien concerné qui m' sout'nait bien <→> bon parmi (les personnalités) personne n'était hostile y'en a qui soutenait volontiers **y' a des personnes pour des raisons personnelles affectives tout ça qui se sont / qui se sentaient bien euh * / euh qui me sout'naient** bien dans cette démarche là c'était mais au départ c'était mon idée oui ²⁸⁰

Si le côté affectif est exprimé comme un préalable par ER, il peut aussi se construire au fur et à mesure du projet de mise en place d'affichage bilingue. Serge Morin, adjoint à la voirie de la mairie de Lorient n'aurait visiblement pas lancé la démarche d'affichage seul. Bien qu'intégrant un processus déjà en marche et participant à la mise en place de l'affichage bilingue avec une équipe municipale, il témoigne lui aussi de son implication personnelle (du domaine privé) au fur et à mesure que la politique d'affichage bilingue de la ville de Lorient s'est installée. L'informateur exprime clairement que travailler sur le sujet de la mise en place de l'affichage bilingue à Lorient l'a fait réfléchir sur le lien social que cela permet de créer et sur sa propre identité. Le passage du temps d'énonciation 1 au temps d'énonciation 2 marque par le passage à l'exemple issu de sa propre histoire de vie, et donc par l'utilisation du « je », la manière dont le sujet a permis de le faire évoluer dans la perception de identité bretonne. Cela permet aujourd'hui que SM ait une adhésion plus forte au sujet de l'affichage bilingue, qu'il valorise et promotionne.

Temps d'énonciation 1 : champ professionnel

[SM: donc ça fait partie de leur=de leur plus **grande intégration** dans=dans=dans le fonctionnement d'une ville <↓> et on sait bien que le gros problème qu'on a dans les agglomérations aujourd'hui c'est que=c'est que **les gens se sentent euh partie prenante de l'identité que forme la ville** la ville c'est=c'est un lieu où on décide d'habiter ensemble * **si on se sent partie prenante de cette identité là** <↑> ben **on se sent mieux on participe plus on est on se sent plus intégré plus à l'aise** ça fait partie de cette/ et puis pour ceux qui sont de l'extérieur <↑> euh finalement euh ils ont une démarche différente qui consiste à euh apprécier quelque part d'arriver dans un territoire qui a son identité <↓>]

²⁸⁰ Cf. DVD, Ecouter, Edith Rivoal, chapitre 17 ou Entretien intégral : 15.15.

Ce temps d'énonciation est marqué par le début de réponse à une question concernant le lien social que l'affichage bilingue peut permettre de créer et / ou de développer. Le lien social est selon l'informateur *le gros problème qu'on a dans les agglomérations aujourd'hui*. Le champ du ressenti est une fois encore présent dans le discours de SM, comme cela a été le cas pour bon nombre d'informateurs. A priori, il semble difficile de fonder une méthode d'action politique qui souhaite résoudre un *problème* basé sur le ressenti des personnes. *Faire en sorte que les gens se sentent partie prenante de la ville* est pourtant un challenge que plusieurs équipes municipales relèvent en adoptant l'affichage bilingue / symbolique comme mesure concrète. Cela est le cas de la commune de Ploemeur, de La Mézière, comme nous avons pu le constater par les propos de leurs représentants, Loïc Le Meur et Jean-Louis Tourenne, puis de la commune de Pornic et de Lorient. Le temps d'énonciation 1 met en avant deux types de population que SM repère : ceux qui sont originaires du lieu et bretonnants (cf. 24.06 ou chapitre 10 de l'entretien, début de séquence) et ceux qui viennent de l'extérieur. Comme Jean-Louis Tourenne a pu lui aussi l'évoquer, le but est une adaptation et une adoption de la culture locale par l'ensemble des personnes cohabitant dans cet espace. Pour SM, nous pouvons observer une réflexion identique dans le sens où il envisage d'une part les gens qui de fait se sentent intégrés car se reconnaissent dans l'identité affichée par la signalétique bilingue entre autres, et ceux pour qui la démarche va *consister à apprécier* l'identité du territoire sur lequel ils se trouvent. Le passage au « je » au temps d'énonciation 2 peut montrer que SM, venant de « l'extérieur » de ce territoire, a appris à apprécier et à valoriser l'identité du territoire lorientais.

Temps d'énonciation 2 : champ personnel

[<→> **moi j** 'suis pas bretonnant d'origine **j'** suis pas breton d'origine **j'** suis pas né en Bretagne **j'** suis marié à une Bretonne donc **je** suis **j'** me définis toujours **je** suis cousin **je** suis < Breton par alliance puisque **je** me suis marié à une Bretonne <↑> **mais j'**ai été élu au conseil (régionale) **j'** suis du terroir ça fait trente ans qu' **j'** ui él- 'fin vingt-sept ans qu' **j'** ui élu c'est=c'est=c'est énorme<↑> quand même donc euh=euh **j'** me sens vraiment dans la ville etc. <↑> < et quelque part le c- ce sujet là m'a am'né à=à peut-être retrouver une dimension de la ville que **je** n'avais pas c't-à-dire une dimension que la ville elle existe elle a son histoire elle a sa culture elle a /]

Nous noterons dans ce passage l'utilisation importante de la première personne : 17 marqueurs. L'utilisation du « je » dans les différents temps d'entretien que nous avons pu évoquer jusque là sont des moments d'énonciation individuelle, qui au-delà de faire partie d'une réponse accordée à un enquêteur, sont des moments que nous pourrions presque qualifier d'auto réflexifs à partir du moment où ce sont aussi des occasions que les informateurs ont de revenir sur leurs parcours personnels et de rendre compte de la part que ces parcours occupent dans leurs activités professionnelles. L'équilibre énonciatif que j'ai pu indiquer plusieurs fois fonctionne suivant l'alternance de propos concernant le champ professionnel et le champ personnel des individus interrogés. Mais ces temps d'énonciation en continu sont aussi des cadres d'argumentation et qui bien souvent entraînent des propos conclusifs (marqués par les expressions « c'est pourquoi » : JLT, « alors » : JJT, « c'est pour ça que » : SM, « donc » : ML, LLM ; JCT, ER et SM), dont l'expression des ressentis personnels sert de caution, de renfort. Ici, Serge Morin insiste sur l'évolution de son identité qu'il qualifie aujourd'hui de bretonne pour

partie, par l'utilisation du « je » et de la répétition « je suis marié à une bretonne » amplifiée par une relation de cause à effet par la conjonction de subordination « puisque ». De plus, la conjonction de coordination *mais* marque doublement la volonté de légitimer sa position de breton. Il a un lien fort avec la Bretagne de par son mariage « avec une bretonne », mais son élection est une caution à la reconnaissance de son identité.

Temps d'énonciation 3 : champ professionnel et personnel

c'est=c'est pour ça que sa toponymie **pour moi** est importante et que c'est=c'est le maintien de cette tradition là <↑> qui ne veut pas dire du tout fermeture euh=euh non évolution euh ou non modernité <↑> mais qui dit que bah la ville elle a son histoire elle a son existence ... **donc moi j' trouve** 'fin les deux y trouvent quoi les deux parties euh les populations y trouvent quoi **moi j' trouve que c'est = c'est mieux 'fin moi j'ai toujours du plaisir quand je vais euh à l'extérieur XXX ce que j' recherche** c'est toujours euh connaître un peu l'histoire du pays l'histoire de cette civilisation <↑> ou de cette région <↑> ou de c'est ça qui fait euh j' dirais la culture euh la culture euh en général c'est ça qui sans ça y a pas de culture²⁸¹

Dans ce dernier temps d'énonciation, SM conclut son argumentation en revenant à son contexte professionnel. L'expression « pour moi », synonyme de « selon moi » permet d'indiquer l'avis de SM, sans que cela évoque un ressenti personnel. Toutefois, les deux sphères se confondent car il indique à plusieurs reprises qu'il fait partie lui-même de l'espace qu'il contribue à mettre en forme et qu'il a envie d'un certain nombre de choses :

- *donc moi j' trouve 'fin les deux y trouvent*
- *moi j' trouve que c'est = c'est mieux 'fin moi j'ai toujours du plaisir quand je vais euh à l'extérieur XXX ce que j' recherche c'est toujours euh connaître*

Aussi, l'anecdote, l'exemple tiré du champ privé renforce la réponse donnée à l'enquêteur. De manière globale, la répétition importante du « je » dans cet extrait (quand il parle de son identité) marque la volonté de se positionner. Bien que n'étant pas locuteur du breton et restant extérieur à certaines préoccupations linguistiques lorsqu'il s'agit de choisir la forme graphique d'un toponyme, comme il a eu l'occasion de le dire plusieurs fois (cf. 20.25 ou chapitre 8 de l'entretien), SM prend part à l'action, en fonction de la perception qu'il a pu développer sur ce sujet. Il indique d'ailleurs que pour l'ensemble de l'équipe travaillant sur le sujet de l'affichage bilingue, *c'est rentré quelque part quelque part c'est rentré dans les mœurs municipales* (cf. 13.06 ou fin du chapitre 5 de l'entretien). Dans la mise en place de l'action et pour tout décideur on peut donc bien envisager que la part d'identité perçue peut avoir de l'influence dans ce domaine. En fonction de l'identité, du vécu, du ressenti de l'individu, l'adhésion à la valorisation de la langue et de la culture bretonnes, par le moyen de l'affichage (qu'il soit publicitaire, etc. ou du domaine de la signalisation) va pouvoir se faire. Romuald Renaud, adjoint au maire à Pornic et Yannick Menguy, adjoint au maire à Pluguffan sont deux témoins qui, par leur volonté, voire leur ténacité dans la mise en place d'un

²⁸¹ Cf. DVD, Ecouter, Serge Morin, chapitre 10 ou Entretien intégral : 24.06.

affichage bilingue, renforcent mon analyse, qui tend à montrer que la signalétique bilingue émane le plus souvent d'une volonté très marquée d'une seule personne ou d'un tout petit nombre d'individus, qui croient aux valeurs que cette signalétique permet de transmettre.

Que ce soit pour l'un ou pour l'autre, ils nous expliquent précisément les actions qu'ils ont mises en œuvre pour qu'un affichage bilingue existe. Romuald Renaud précise tout au long de l'entretien comment il a agi, quelles actions il a pu mettre en place et avec quelle stratégie.

1. **ma** stratégie pour faire en sorte que d'une façon historique culturelle adaptée on remplace le mot de Bretagne (01.20)
2. voilà c'est comme ça que **je fais** <↓> donc voilà pour le côté le côté bilingue (07.13)
3. l'institut culturel de Bretagne avec lequel **je travaille** entre autre à chaque fois on fait les choses comme ça c'est-à-dire **je leur fais** quelque chose de prémaché (08.28)
4. **je** me suis dit il faut peu de choses mais donc des choses adaptées et porteuses (15.12)
5. donc **j'ai fait faire** une stèle (16.13)
6. **je** m'étais dit alors une stèle que **j'ai fait** alors à l'époque **je travaillais** dans le privé dans l'industrie donc **j'avais fait faire** les plans les moules **je les avais fait faire** par **mes** gars on a coulé on a sablé **je faisais travailler** d'autres entreprises en en signalétique et tout ça **je leur avais dit vous faites ça comme ça** comme ça comme ça bref voilà **je me suis démerdé** tous les soirs **je montais** mes blocs **je collais** donc à la colle X **j'attendais** que ça sèche enfin c'était fait ouais je sais que c'est donc avec le temps après on sourit mais c'est=c'est génial parce que quand=quand tout est en place on s' dit que XX donc on a eu raison euh et donc euh :=euh : ça a fait pas mal de bruit et la plaque qui était dessus **je** me suis dit par sécurité **j'en avais fait faire** 3 parce que **je** me suis dit elles seront pétées et en fait celle qui est en place est en place depuis maintenant presque 7 ans elle a jamais été cassée (17.48 - 18.38)
7. **j'ai pris** cet élément donc ce document **j'ai préparé** mon projet en parallèle qui était un donc un drapeau // ce que **je voulais** c'est surtout **ETRE le premier 'fin pas moi** je m'en fiche j'ai pas de droit là dessus (22.43 - 22.51)
8. **je vais prendre** le petit **je vais le faire** en plus grand **je vais le présenter** aux politiques locaux donc **je vais préparer** un=un :=un : donc un projet <↑> avec un financement un fournisseur (28.22)
9. maintenant c'est **mon** tour **j' vais faire à ma façon** donc **j'ai décidé** d'avoir une aut' forme d'implication et d'implantation à trame historique culturelle bretonne **j'ai fait faire** d'aut' autocollants que j' vais vous montrer là alors même si c'est encore juste un support **mais j' voulais faire quelque chose** (49.36)
10. **j'ai cherché** plusieurs dénominations alors évidemment en fonction du type de support **je** n'aurais jamais mis le même mais sur UN autocollant comme **je** n' voulais pas même si **j' le voulais** initialement prendre Bretagne sud **j'ai pris** sud Bretagne (51.37)
11. et donc cette année pour la première fois **j'ai 'fin j' dis j'ai c'est pas moi mais on a** des donc des hôtels restaurants (57.36)
12. c'est pour ça **QUE tout c' que je fais et c' que j' vais faire encore** puisque **j'ai** d'autres projets en cours de=de finition de * d'étude ** en signalisation de financement également * **je f'rai** en sorte que des projets tels que que **j'ai soumis** à Jean-Pierre Thomin et au président du conseil général par exemple j'

suis sur une stratégie d' panneaux d'entrée <↓> moi j'utiliserai toujours euh
une trame (01.04.50 – 01.05.30)

La présence du « je » lié à un verbe d'action (faire, travailler, préparer, présenter, etc.) est très forte, et ce à travers l'ensemble de l'entretien. Romuald Renaud parle des actions qu'il a mené, et ce dans le détail (cf. citation 6), en insistant sur la stratégie (cf. citation 1) qu'il a adapté à l'environnement politique, social et économique dans lequel il se trouve. Les citations 7 et 11 montrent comment le « je » tient une place qui dépasse le cadre de la mise en place de l'action. Les deux passages « *ETRE le premier 'fin pas moi* » et « *j'ai 'fin j' dis j'ai c'est pas moi* » montrent que les actions entreprises par RR comportent des objectifs desquels il ne peut se détacher personnellement. Aussi, il se reprend à deux reprises en précisant qu'il ne parle pas de lui, tout en ayant utilisé, en premier lieu, un embrayeur qui le laisse croire. Ces deux exemples témoignent que RR ne peut pas se détacher de l'implication qu'il a dans les actions qu'il mène. La *passion* dont il témoigne plusieurs fois peut l'expliquer. Ces actions vont d'ailleurs au-delà de sa mission professionnelle première (cf. 06.26 *c'est vrai que j'ai la chance d'être à un poste qui me permet DE <↑> même si c'est pas ma mission première*) mais l'intérêt qu'il démontre pour ce sujet et l'expertise qu'il peut avoir dans le domaine font que la mission lui est confiée lorsqu'une action a trait avec ce sujet. Il explique qu'il agit à sa façon (cf. citation 9) dans toutes les phases de l'action : du dépôt de projet pour obtenir des subventions à la création de « l'outil » symbolique. RR souhaite faire passer un certain nombre de messages, la reconnaissance du lieu comme appartenant à la Bretagne, la réhabilitation de données historiques, les valeurs qui s'y rattachent.

Yannick Menguy agit aussi selon sa vision des choses. De précédents travaux ont été effectués dans la commune de Pluguffan pour aménager des panneaux de signalisation bilingues. Mais le travail n'a jamais été terminé. YM a repris cette action, accompagné par une équipe municipale. Il utilise d'ailleurs beaucoup le « on » dans les premiers temps de l'entretien. Mais étant donné la description qu'il fournira au fur et à mesure de son discours, nous pourrions dire qu'il s'agit d'un « on » qui interfère avec l'embrayeur personnel « je ». Il se substitue à un « je » qui marquerait peut-être trop l'implication personnelle de l'informateur. Le « on » peut servir à montrer le soutien de l'équipe ou le contexte professionnel dans lequel l'action est menée, c'est-à-dire lié à nouveau à une équipe composée de plusieurs personnes. Le « on » peut également permettre d'affaiblir l'embrayage sur la situation d'énonciation. En effet, nous pouvons penser que si l'informateur utilisait le « nous » plutôt que le « on » dans son discours, la place du « je » serait trop visible. Cet effacement du « je » peut montrer que l'objectif de YM est de transmettre un certain nombre de valeurs, défendre la langue, au-delà de sa propre identité. D'ailleurs, nous avons peu d'informations sur son histoire de vie, nous savons simplement qu'il ne se définit pas comme « historiquement du lieu » (cf. 01.13.56 ou chapitre 20 de l'entretien). Aussi, il semblerait que YM défend des valeurs qui ne sont pas liés spécifiquement au territoire de Pluguffan, au contraire de Romuald Renaud, Michel Long ou de Jean-Louis Tourenne par exemple, qui démontrent un attachement très fort au territoire sur lequel ils se trouvent. Dans le cas de YM, l'attachement est discret. En effet, le « nous » est présent 49 fois dans l'énonciation et est utilisé dans 2 cas.

- Le rappel du passé où YM montre qu'il fait partie de l'équipe depuis un certain temps. Marquer sa présence de cette manière légitime l'action par la connaissance du terrain qu'il peut démontrer : « nous en fait on **jusqu'à maintenant** » / « **avant** nous euh sur Pluguffan » / « le seul élu qui nous **manquait** est passé » / « nous on **était déjà** dans=dans un contexte favorable ». L'utilisation de l'imparfait et les marqueurs temporels indique que YM a une connaissance du contexte culturel de la commune, de l'histoire du lieu.
- L'intégration à la commune et à l'action qui la concerne : « nous sur la commune là on est dans la réflexion » / « parce que nous on travaille avec eux aussi » / « les raisons qui nous poussent à avoir cette politique » / « nous euh un panneau de ville doit coûter » / « ce qu'on appelle nous l'aménagement linguistique c'est quelle est la fonction de l'aménagement linguistique » / « nous on fait le plus facile » / « nous on utilise » / « nous on est allés un peu plus loin ». L'association du « nous » au « on » marque ici largement l'implication du « je ». En effet à deux reprises dans l'entretien, la structure « nous, on » introduit l'expression du « je » (représenté par je, moi et ma) :

- 1) YM : c'est=c'est=c'est la bricole la plus totale <↑> donc c'est pour ça quand **on avait consulté Cozan il nous avait dit** demande 50 ** il se trouve qu'entre le moment où il me dit demande 50 et puis le moment où on envoie le dossier euh sur un débat sur le budget en 2002 j' crois 'fin j' sais plus euh l'assemblée a recadré les choses
RLS : XX (39.00)
YM : voilà et donc **c'était du 20 % 'fin j'ai eu que 20 %**
- 2) (45.29) YM : **nous on a pris** le problème globalement <↓> **c'est-à-dire que pour ma pré-étude moi j' suis allé voir**

On observe ici que la séquence commence avec la représentation d'une action effectuée en équipe : nous, on... et la reprise par le « je » témoigne non seulement du fait que le « nous » est inclusif mais aussi que l'action est menée par YM, lui-même. C'est majoritairement le « on » qui sera utilisé dans l'énonciation : 381 fois pendant l'entretien. Toutefois, plusieurs éléments indiquent la volonté que YM a eu de mettre en place un certain nombre d'actions pour que l'affichage bilingue se mette en place.

1. après **moi** depuis j'ai un peu plus **réfléchi** à la question **moi personnellement comment je vois** une politique linguistique d'abord y a trois domaines (22.06)
2. YM : c'est au bon vouloir alors après c'est pour ça **moi que je m'intéresse** beaucoup à ce qui se passe ailleurs (23.12)
3. YM : les lignes directrices on les a vues <↑> **mon cadre à moi personnel** euh : d'aménagement linguistique euh apprentissage former l'interlocuteur (26.36)
4. YM : transmission <↑> donc ça **c'est ma façon** de voir les choses (26.50)
5. YM: ouais voilà voilà donc voilà là on a fait un travail un peu particulier <↑> c'est-à-dire que quand on a monté ce dossier de subvention euh **moi je savais j'avais fouillé** * un p'tit peu * **je savais** que la région aidait euh donc j'ai **pris contact** directement avec les gens qui étaient au pouvoir à l'époque (37.08)
6. YM : voilà et donc c'était du 20 % 'fin j'ai eu que 20 % enfin pour la pour la région (39.00)

7. **nous** on a pris le problème globalement <↓> c'est-à-dire que pour **ma pré-étude moi j' suis allé** voir la responsable des services techniques **j' lui ai demandé** y'a combien de plaques de rues sur la commune (45.29)
8. YM : donc **j'ai fait** la même chose pour les panneaux de lieux-dits (45.46)
9. donc en fait **moi j'ai / j' m' suis renseigné** avec d'autres communes <↑> (50.23)
10. YM : **c'est moi qui l'ai fait**
 RLS : avec ta voiture tu te promènes sur les routes de la commune et puis tu notes
 YM : voilà **j'avais fait** une fiche **j'avais fait = j'avais fait euh j'avais fait** une carte d'identité pour chaque panneau en notant sur son état de santé j'ai envie d' dire en quel état il est et sa forme (01.03.20 - 01.03.40)
11. YM : voilà t'as 160 panneaux là t'as 30 pages euh au micro là **j'ai fait** un truc avec une p'tite carte d'identité flèche à gauche flèche à droite 'fin sens de la flèche année en gros de l'âge du panneau (01.04.30)

Les phases de description, d'explicitation des actions menées sont reprises par le « je ». Associé à des verbes d'action, le « je » marque l'implication. L'association du « moi » antéposé plusieurs fois au « je » renforce cela. YM se trouve donc dans l'action, sans démontrer d'attachement, de lien vers son histoire personnelle. Il s'oppose pour cela à Romuald Renaud, chez qui le champ du personnel est très fort dans le discours. Sa volonté est marquée par son histoire de vie.

- 1) RR : depuis très longtemps à titre personnel **nous / ma** stratégie pour faire en sorte que d'une façon historique culturelle adaptée **on remplace le mot de Bretagne sans complexe** <↑> * **parce que** je suis né dans le pays de Retz donc à Machecoul place forte de la XXX de Bretagne²⁸²
- 2) RR: donc voilà **ça me permettait ça nous permettait** de NOUS situer en sud Bretagne la Bretagne du soleil aussi euh : sans avoir un risque de nous faire attaquer par les entités morbihannaises au sens large voilà pourquoi²⁸³

Dans le premier extrait, l'alternance des deux embrayeurs « nous » et « ma », soutenue par l'expression « à titre personnel » nous permet de comprendre que le pronom personnel employé par Romuald Renaud est un « nous » inclusif, un « nous » qui signifie « moi, dans l'action pour les autres dont je fais partie ». Les autres représentent la communauté de personnes dans laquelle RR se reconnaît. Cela est également visible dans le deuxième extrait où il passe du moi, représenté par le pronom personnel réfléchi « me », au « nous », dans lequel il s'intègre, pour expliquer comment son action permet aux habitants de Pornic de se rendre compte qu'ils sont en Bretagne. La suite du premier extrait va être la clé qui permettra de saisir le contexte d'action de l'affichage bilingue dans la commune de Pornic. En effet, il n'est lié qu'à la seule volonté de RR, qui par différentes actions, est arrivé à développer ce qu'il souhaitait. L'objet général de l'action est replacer *le mot de Bretagne sans complexe* au sein de

²⁸² Cf. DVD, Ecouter, Romuald Renaud, chapitre 2 ou Entretien intégral : 01.20.

²⁸³ Cf. DVD, Ecouter, Romuald Renaud, chapitre 13 ou Entretien intégral : 53.49.

l'espace public à Pornic par des moyens historico-culturels adaptés. La subordonnée circonstancielle de cause introduite par « parce que » témoigne du rapport entre l'histoire de vie de RR et sa volonté d'agir pour la reconnaissance de Pornic comme ville de Bretagne. Une succession de faits exprimés par RR viennent renforcer cela :

- j'ai toujours eu des attaches familiales amicales et puis quelque part je **j' vais pas vous la jouer hein quelque chose donc d'indéfinissable qui fait que mais** y a bien quelque chose qui nous nous raccroche à un coin euh et voilà
- < et puis **ça m'a pris pleinement** en fait euh j'ai eu la chance d'apprendre donc **mon histoire** très tôt > **parce que mon père et mon grand-père** étaient des passionnés entre autre d'histoire d'héraldie des choses comme ça donc à 7 8 ans j'apprenais la couleur des blasons des familles du coin etc. alors vous savez quand on a 8 ans c'est : / on pense pas à tout ça on est comme des chevaliers on a son truc et on vit dans cet univers
- parce qu'on a toujours un environnement j'allais dire musical <↑> qui est là un environnement culturel un environnement amical tout ça mélangé
- **et tout ça donc mélangé a fait que** <↑>
- donc **ça vous revient un jour en pleine figure** * et alors moi c'était déjà un p'tit peu fou fou passionné d'histoire au sens large
- **mais y a un jour c'est autre chose c'est chez vous** et donc euh je me suis dit mais c'est quand même incroyable un château du duc de Bretagne à Nantes <↑> euh pays d' Retz doyenne donc des (armoiries) d' Bretagne <↑> places fortes sur les marches de la Bretagne etc. je me suis dit mais c'est=c'est inCROYable pourquoi on en parle jamais
- <↓> **ça m'a pris comme ça** <↓> et quand j'ai vu très vite pour la majorité quelle était L'INcompréhension pour ne pas dire le=le côté ANTI viscéral alors moi c'est sûr que **quand on me fait ça** ben je=je vais derrière et je veux savoir²⁸⁴

Un ressenti fort, issu de l'enfance, auquel des rêves et des croyances ont contribué tout au long de sa vie, est l'élément moteur de l'action de Romuald Renaud. Le dernier extrait, dans l'utilisation du pronom personnel réfléchi « me », *quand on me fait ça*, rappelle l'attaque personnelle que RR peut ressentir dans le fait de la négation de l'identité qu'il perçoit et qu'il ressent comme étant la sienne sur le territoire de Pornic. 12 fois RR utilisera l'adverbe « implicitement » ou l'adjectif « implicite » dans son discours. Selon lui, Pornic *CA fait partie implicitement d' la Bretagne* (01.00.33). Nous pouvons faire ici un lien vers le comportement syntone. À la question :

²⁸⁴ Cf. DVD, Ecouter, Romuald Renaud, chapitre 5 ou Entretien intégral : 09.30-15.30.

RLS : parce que c'est rigolo plusieurs fois vous avez utilisé l'adverbe implicitement mais c'est pour ça qu' je vous posais la question tout à l'heure est-ce que c'est un LIEN avec la Bretagne ou est-ce que pour vous C'EST la Bretagne²⁸⁵

RR justifie l'emploi de ce mot par tout d'abord un défaut d'élocution, une certaine timidité qui l'empêcherait de s'engager dans / par les mots, alors qu'il démontre le contraire pendant tout le long de l'entretien et également par ses actions. Dire que Pornic fait partie implicitement de la Bretagne témoigne d'une part, du champ du ressenti dans lequel RR se trouve. D'autre part, RR nous explique à travers l'entretien comment la situation est complexe au sein de la ville et vis-à-vis des acteurs qu'il a rencontré pendant tout le temps de ses démarches. De la stratégie, de la prudence ont été mises en œuvre pour réussir à installer une stèle comportant un affichage bilingue, des panneaux d'entrée de ville, un drapeau et un autocollant. RR rappellera d'ailleurs comment le symbole breton a pu devenir un objet préjudiciable pour la commune :

RR : y a eu un incendie criminel dans=dans une agence immobilière <↑> avec le drapeau qu'avait été fait donc à la BOMbe en disant euh :=euh : nettoignons la côte de :=de j' sais pas quoi

RR : en fait après deux ans mais là je parle le :: les gendarmes ont dit clairement qu'en fait euh la trame c'est qu' y avait certainement quelqu'un dont j' vais pas citer l' NOM qui n'aimait pas l' maire de Pornic qui était représentatif pro breton qu'avait sorti (cet outil) donc quelle meilleure façon de casser sans l' nommer le maire de Pornic qui avait euh une philosophie donc d'urbanisme euh qui (avait) ce drapeau là non mais j' vous dire c'était euh c'était kafkaïen²⁸⁶

C'est que RR a nommé l'épisode de l'attentat. Le drapeau est un symbole, qui dans cette situation, a été utilisé pour marquer un désaccord. RR, encouragé par son environnement professionnel, a malgré tout continué son action. Tout cela démontre la situation difficile que RR a du gérer pour mener son idée à bien. Toutefois, pour éviter de reconnaître et de dire cette difficulté, insister sur le champ du ressenti, faire passer des messages de manière implicite est une façon d'utiliser la prudence pour ne pas que les outils de communication sur la reconnaissance et la valorisation de l'identité bretonne de la ville de Pornic desservent ce qui est souhaité.

RR : c' que je voulais **implicitement** je voulais **déculpabiliser** les collectivités des industriels des associatifs de mettre donc un gwenn ha du (46.04)

RR : donc le : euh :=euh la communauté de communes de Pornic va euh : va sortir un guide ** un guide touristique économique sur le Pays de Retz et notamment nord Pays de Retz Atlantique comme je vous l'ai dit mais y a une trame historique globale du Pays de Retz <↓> et donc on m'a d'mandé d'écrire pour ne pas qu' ce soit édulcoré vous voyez ce que je veux dire

RLS : hum hum

²⁸⁵ Cf. DVD, Ecouter, Romuald Renaud, chapitre 27 ou Entretien intégral : 01.41.37.

²⁸⁶ Cf. DVD, Ecouter, Romuald Renaud, chapitre 11 ou Entretien intégral : 41.29.

RR : qu'il y ait une trame historique bretonne implicite <↓> juste * et implicite <↓> (01.08.28)

Cela permet de nuancer l'action pour qu'elle ne soit pas trop agressive, pour ne pas imposer (ce que RR dit d'ailleurs à 05.20-06.26), mais pour qu'elle soit comprise et acceptée. C'est ce que nous pourrions appeler l'affect syntone. La réaction émotionnelle de RR est en harmonie avec les circonstances. Cela se justifie aussi par le nombre de fois où il parle de « culpabilité » ou de « déculpabilité » tel que cité précédemment : *je voulais déculpabiliser les collectivités des industriels des associatifs de mettre donc un gwenn ha du*. La culpabilité est un sentiment. Cela marque à nouveau le champ dans lequel RR se situe. Il perçoit, se représente une culpabilité à plusieurs niveaux (celle des industriels, des collectivités, celle de la communauté à qui il dit appartenir – donc la sienne-) et agit pour la résorber. C'est un espace d'action où la frontière entre le ressenti et l'action n'existe pas puisque c'est le premier qui entraîne la seconde. Aussi, de manière régulière et répétée, tout au long de l'entretien, il montrera par le « je » que l'action d'affichage émane de son initiative et du « combat » qu'il mène.

Le « je » va indiquer, selon les informateurs, différents types de choses. Il va témoigner de la réflexivité de l'informateur dans l'énonciation, comme c'est le cas dans l'exemple suivant :

PC: le breton est assez comme 'fin ch'ai pas selon les régions <?> mais j' vois nos = nos= nos la région dont je suis <↑> avant que j' dirais un **étranger entre guillemets comme quoi j'ai cette culture là** se fasse accepter c'est long hein c'est très = très = très long²⁸⁷

Patrick Christien, directeur de l'agence CMB de Ploemeur au moment de l'entretien, nomme « étranger » quelqu'un qui n'est pas issu du territoire dont il est lui-même originaire. Cela l'entraîne à immédiatement noter que le fait de considérer comme étranger celui qui vient d'ailleurs le fait appartenir à la communauté bretonne, dont il aurait la culture. Plusieurs fois, nous avons pu noter que l'utilisation du « je » et de l'anecdote issue du champ personnel sont une caution à l'argumentation. Cela renforce le propos et permet à l'informateur de témoigner de la représentation de sa connaissance, de son appartenance, de la vérité que contiennent ses propos. Edmond Hervé, maire de Rennes, utilise régulièrement ce procédé à travers l'entretien.

EH : À la fin de sa vie, j'ai beaucoup échangé avec GLENMOR, lequel disait qu'est Breton celui qui veut être Breton. La connaissance linguistique n'était pas, pour lui, la signature de l'appartenance bretonne.

À sa mort, une interview fut publiée mais pas diffusée par les bretons bretonnants, le mouvement breton. **J'ai ce texte et c'est la raison pour laquelle j'avais tenu à recevoir**, officiellement, GLENMOR, à la Mairie²⁸⁸.

²⁸⁷ Cf. DVD, Ecouter, Patrick Christien, fin du chapitre 1 ou Entretien intégral : 06.03.

²⁸⁸ Cf. Entretien Edmond Hervé, Annexes, p. 493.

Le « je » est aussi une caution à l'argument évoqué. Il permet de renforcer l'énonciation. Rapporté à sa propre expérience personnelle et / ou professionnelle, EH consolide son propos en rappelant qu'il connaît, qu'il possède, qu'il sait. Dans la deuxième séquence de l'extrait, « *J'ai ce texte et c'est la raison pour laquelle j'avais tenu à recevoir* », la coordination que marque le « et » crée une incohérence : ce n'est pas parce que EH possède le texte qu'il a invité Glenmor. D'ailleurs les temps des verbes soulignent bien ce décalage. Dans la version initiale de l'entretien (puisque la transcription présentée ici a été remaniée à la demande de EH), apparaissait l'énonciation suivante :

EH : et euh après sa mort j' crois y'a=y'a un interview qui a été fait alors je sais plus où j-je je l'ai chez moi

L'usage du « je » marque la caution de l'argument. De la même façon, les précisions / ajouts « c'est un ami », « que je connais », etc. ou l'utilisation d'une temporalité spécifique permettent de renforcer l'argumentation, et ce tout au long de l'entretien.

EH : Michel Nicolas **est un ami** et un enseignant de Rennes 2. Il a consacré sa thèse au «mouvement breton».

EH : Vous ne retrouvez pas cela, sauf erreur de ma part, dans le Gallo. Un professeur, décédé aujourd'hui, hélas, **et ami**, originaire des Côtes d'Armor, enseignait à Rennes 2

EH : **Aujourd'hui**, quand j'échange avec Alan STIVEL

EH : si **je dis** à Gilles SERVAT que la Bretagne est une région multilinguistique, il n'y a, **aujourd'hui**, aucune difficulté

La contextualisation de l'argument, dans le présent, rend l'argument plus solide étant donné que EH indique implicitement à l'enquêteur qu'il est dans une situation qu'il peut rendre possible, qu'il est dans un contexte qu'il connaît par les échanges qui lui sont permis.

Sur un sujet comme la mise en place d'un affichage bilingue et symbolique, nous avons pu observer que les argumentations des informateurs passent très souvent par l'argumentation issue de la sphère privée, souvent caution d'un argument plus professionnel et générique. Pris comme des modalités énonciatives, les fonctions de l'anecdote et de l'exemple se confondent. Ils sont tous deux des sortes de mise en scène d'un argument plus général et ils représentent une manière de rapporter le discours de l'institution par exemple à quelque chose de plus personnel, de plus vivant. Ils permettent aussi de rendre personnelles (fait par des personnes) les actions d'affichage bilingue. Nous avons pu observer des cas où l'anecdote s'insère dans l'énonciation comme un fait narratif, de la même manière que l'exemple, qui a comme fonction principale de s'insérer dans une argumentation mais relève ici plutôt du récit. Le récit sert à l'argumentation. L'une comme l'autre des modalités ont une fonction référentielle, ce qui confère au contenu du message transmis par l'anecdote ou

l'exemple, une valeur plus « importante ». Ces deux modalités renvoient alors à un en-dehors du discours plus social et c'est en cela que nous pouvons repérer l'implication personnelle des informateurs dans un contexte professionnel. Il faudra aussi repérer l'exemple et l'anecdote comme le discours du souvenir.

Au travers de ces discours, au fur et à mesure de leur énonciation, l'implication des acteurs régionaux permet de voir l'alternance des faces au sein de la micro-sphère dans laquelle nous nous situons les informateurs et moi-même pendant les temps d'entretien. Nous pouvons, à ce propos, établir un parallèle avec la problématique des faces chez Erving Goffman :

On peut définir le terme de face comme étant la valeur sociale positive qu'une personne revendique effectivement à travers la ligne d'action que les autres supposent qu'elle a adoptée au cours d'un contact particulier... La face est une image de soi déclinée selon certains attributs sociaux approuvés, et néanmoins partageables, puisque, par exemple, on peut donner une bonne image de sa profession ou de sa confession en donnant une bonne image de soi.²⁸⁹

Les deux faces de l'énonciateur régulent, en plus d'autres paramètres, les éléments de l'énonciation dans l'interaction avec l'enquêteur. Sur un sujet comme celui des langues régionales, de l'identité, le questionnement appelle à l'espace privé de l'individu (familièrement nommé le jardin secret, que l'on représente par la face négative). De plus, le questionnement interpelle aussi la face positive qu'est l'ensemble des images valorisantes que les interlocuteurs construisent, ont d'eux-mêmes et qu'ils tentent de faire passer. Nous pouvons remarquer à travers tous les entretiens qu'on ne peut pas traiter la question de la mise en œuvre de l'affichage bilingue et symbolique, sans parler de l'identité des informateurs. Le plus souvent, voire systématiquement, ce sont les informateurs eux-mêmes qui rapportent le questionnement à leur environnement privé, à leur identité. Ils développent les réponses aux questions que je leur pose par des éléments concernant cette sphère privée sans que j'aie eu à intervenir de manière directe. La problématique des faces sera peut-être un peu moins présente ou en tout cas plus discrète chez les entrepreneurs que chez les personnalités politiques. L'enjeu de la figure publique qu'ils représentent les poussent aussi à ménager sans cesse la face positive (l'image publique) et la face négative (leur territoire mais aussi leur indépendance, leur personne indépendamment de la figure publique qu'ils représentent), sans que pourtant, nous ayons à faire à un discours politique dans ce contexte de l'entretien (quoique le discours d'Edmond Hervé, et la demande de révision et reformulation de l'entretien transcrit peut démontrer le contraire). Un certain mouvement s'opère pendant le déroulement des entretiens lorsque les informateurs viennent à parler d'eux. Mettre en avant l'une ou l'autre des faces permet aussi de valoriser la micro-sphère dans laquelle ils se positionnent, étant donné qu'elle représente leurs environnements mais aussi leurs systèmes de représentations, et donc leurs propres personnes. Le mouvement des faces peut aussi servir à protéger ses propos, donc à se protéger soi-même en se positionnant par exemple comme acteur

²⁸⁹ GOFFMAN, Erving, 1974, p. 9.

légitime pour parler de la culture et de la langue bretonne. Nous avons pu le constater plusieurs fois au travers des arguments servant de caution, ou à travers l'usage de formule, comme celles employées par Edmond Hervé.

Quoi qu'il en soit, l'informateur est un acteur social. Le positionnement professionnel de chacune des personnes interrogées a certainement eu en ce sens un rôle dans l'interaction. Enfin, j'ai moi-même sans doute contribué à valoriser l'action d'affichage bilingue et symbolique, ce qui a pu avoir une incidence sur le contenu de l'entretien. Cela a pu permettre de développer le propos des informateurs se sentant concernés par cette valorisation autant que cela a pu freiner le développement des propos des informateurs ne partageant pas ce côté valorisant.

Nous retiendrons que l'affichage bilingue/ la langue régionale renvoie à un sujet qui fait écho à un certain nombre de sentiments et de convictions, tel que le sentiment d'appartenance, impliquant directement la personne interrogée. Cela a besoin d'être justifié dans leurs propos. Donc les informateurs puisent un certain nombre d'éléments dans le champ personnel. En position de décideurs face à l'action d'affichage bilingue et symbolique, ils ont une part d'inaccessibilité, ce qui nous a fait constater le comportement syntone. Toutefois le champ sémantique du ressenti, l'utilisation du « je » et du possessif ainsi que les exemples et anecdotes personnelles qu'ils expriment permettent de rendre davantage lisible cette face plus intime de l'informateur. Mes questions cherchaient à connaître les motivations d'affichage en termes de motivations, de fonctionnement et de moyens. L'équilibre que l'informateur cherche à travers ses réponses est marqué par un certain nombre d'éléments acquis par l'alternance entre le champ professionnel et le champ personnel au sein duquel l'équilibre se fait par ce qui est acquis : retour sur l'enfance, sur le passé, anecdotes précises et explicitées et utilisation du domaine du ressenti. C'est ce qui permet à l'informateur de justifier son sentiment, sa conviction et de ne pas donner l'impression de trop se dévoiler. Cela est à prendre en compte car cela comporte un enjeu : l'affichage bilingue et symbolique semble être déterminé par le sentiment / la représentation que le décideur en a et ce que cela lui renvoie personnellement en termes d'image. Nous pouvons dire qu'une motivation est alors constituée d'une part d'acquis et d'une part de ressenti. Dans la démarche de mise en place d'un affichage bilingue, l'informateur est motivé car il répond à un objectif qu'il se représente comme concret et il va y arriver ou il sait ce qu'il fait (il assume) par ce qu'il connaît déjà de lui en plus des moyens pratiques et fonctionnels qui sont à sa disposition, et par le sentiment qu'il en a, cela faisant référence au domaine des croyances, des valeurs, et peut-être aussi des habitudes (par exemple habitudes de pratiques linguistiques orales et/ou écrites) constituées ou à l'inverse absentes (cela ayant constitué un manque, comme ça a été le cas pour Romuald Renaud) dans l'enfance et que l'individu, par son rôle professionnel peut remettre en avant, peut produire ou reproduire. Interroger un acteur de l'affichage bilingue et symbolique est aussi interroger un individu sur son identité et ses représentations.

3.1.4 Motivation de valeur et motivation participative : représentations sur la langue régionale et l'identité bretonne

À travers cette analyse, nous avons souvent évoqué les représentations des informateurs sur les langues régionales. Elles sont un fil conducteur sur toutes les actions d'affichage bilingue et elles seront évoquées au fur et à mesure de la suite de cette analyse. Toutefois, il est important de s'arrêter précisément sur certains points. Un constat s'impose, quand on parle de la langue régionale, que ce soit le breton ou le gallo, c'est surtout l'identité bretonne que les informateurs évoquent. La langue régionale semble être l'élément le plus représentatif de cette identité. Les représentations peuvent fonctionner comme un processeur, autrement dit comme un organe de commande, comme un élément qui entraîne, encourage à l'exécution d'une action, tel que l'affichage bilingue.

Il apparaît que les représentations du sujet interrogé sont influencées par les représentations collectives. Les informateurs fonctionnent selon un triptyque complexe et que nous explicité comme tel :

- les représentations dites instituées, fondent les systèmes de références des informateurs. Ce sont les représentations (les images) construites dans l'enfance des informateurs, construites dans leurs parcours de vie personnelle et professionnelle et qui se stabilisent et / ou évoluent selon les symboles qui font sens pour eux ;
- les représentations collectives influencent l'informateur. Cela est présent dans de nombreux temps discursifs où l'informateur montre qu'il adhère à des valeurs sociales collectives ;
- les moments où l'informateur peut se distancier des représentations collectives et en créer d'autres, dans la complexité du sens et de la valeur qu'il accorde à une combinaison individuelle et collective. Nous pouvons d'ailleurs penser qu'on ne fait que transformer, adapter et s'approprier une réalité qui a déjà existé et qui a eu un autre sens pour d'autres individus.

Ce triptyque forme un tout donc chaque élément ne peut être indépendant de l'autre. L'informateur fonctionne selon un continuum de représentations, qu'il négocie parfois pour s'en distancier et se créer d'autres images, d'autres modèles de référence, d'autres valeurs. Nous avons pu considérer cet ensemble complexe à travers l'analyse précédente en le décomposant par l'expression du « je » et des temps d'anecdotes renvoyant à la sphère privée des informateurs. Mais nous pouvons également repérer au travers des discours que la motivation d'affichage bilingue est liée à une motivation de valeur, à la volonté de participer, d'adhérer à la construction d'un environnement commun qu'ils souhaitent valoriser.

- côté sentimental, adhérer à un certain nombre de valeurs, participer à des trucs bretons (ML, 13.38)
- nous avons voulu manifester notre appartenance à la Bretagne, oui notre appartenance. Ce n'est pas simplement une appartenance statutaire, mais une appartenance à la Bretagne (EH, p. 489)

- affirmation de l'identité, simple indication qu'on est breton (JR, 26.54)
- approfondir l'identité (MG, 05.10)
- l' rôle de la langue c'est de pas oublier d'où on vient et que ça peut éclairer où on va aussi (JCT, 16.35)
- il faut les convaincre qu'ils sont en Bretagne et leur dire et ben voilà vous y êtes maintenant vous allez connaître le vrai caractère breton et vous allez vivre l'exotisme vous avez franchi la frontière de la Bretagne (JLT, 02.47)
- la culture est un préalable à tout mais c'est aussi euh* une nécessité vitale * euh si vous voulez donner un sens à votre existence (JLT, 05.22)
- à mon avis elles jouent un rôle euh de comment dire elles jouent un rôle de=de quête d'identité ou euh de recherche d'appartenance euh comment XX les identités nationales sont un peu ébranlées hein (BP, 08.18)
- OUI oui oui je pense que ça crée du=du=du ça=ça contribue à c' que les gens d'origine bretonne se sentent plus intégrés dans la ville (SM, 27.40)
- c'est rattacher euh la promotion du bilinguisme et XX la sauvegarde d'une langue minoritaire euh c'est-à-dire rattacher ça donc à des valeurs universelles (YM, 12.29)
- ça été décidé dans l' cadre d'un conseil municipal voté donc à l'unanimité dans l' cadre de la promotion de Pornic structure bretonne (RR, 01.34.00)
- l'aut' raison pour le bilinguisme c'est que euh : comment euh je suis né à Carhaix (JJT, 00.22)
- ça c'est l'une des raisons l'aut'e raison c'est que j'ai=j'ai :=j'ai : j'ai donc des parents euh qui sont issus du milieu rural j'ai euh :: deux frères <↑> dont l'un donc c'est Christian Troadec qui a créé le festival des vieilles charrues (JJT, 03.46)
- on peut dire attendez vous voyez on a not' langue aussi alors on ne la parle peut-êt' pas tous très bien y a plus beaucoup qui la parlent peut-êt' mais on veut la garder et puis vous faire partager en disant voilà chez nous (JJT, 14.28)
- c'est d'identifier euh=euh Lorient par exemple comme une ville appartenant à la Bretagne (GB, 19.40)
- c'est euh affirmer l'identité culturelle bretonne au sein du Festival Interceltique pendant ces 10 jours (GD, 33.34)

Nous pouvons noter dans ces exemples que les marques discursives de la fonction symbolique renvoient à des valeurs et des actions valorisées et valorisantes : l'aspect affectif, l'adhésion et la participation à des valeurs collectives, affirmer et approfondir l'identité bretonne, le sentiment d'appartenance, valoriser la région et son patrimoine. Mais pour indiquer de manière renforcée la complexité dans laquelle se trouvent les informateurs, les marques discursives de la fonction de représentation se trouvent aussi dans un lexique beaucoup plus dévaluateur. Les informateurs adhèrent, participent à la construction d'un environnement commun mais dévoilent aussi des représentations plus dépréciatives.

PLB : 'fin pour moi c'est ça qu' je vois et : les produits culturels ne sont tout à fait des produits alimentaires <↑> et=et **je trouve que ça manque de CHic le : le : le p'tit slogan là** <↓>...

PLB : je ne connais personne qui l'appose sur des XX dans le monde culturel
hein

SS : dans le monde culturel

PLB : mais si j'étais euh **fabricant** de ch'ai pas de **galettes ou=ou j-je l' mettrais**²⁹⁰

PLB : bien sur bien sur <→> non mais c'est pour ça j' veux dire on peut pas faire n'importe quoi <↑> on peut pas faire tout et son contraire mais moi j-je considère que bon coop breizh est en Bretagne j'ai envie dire c'est marqué d'ssus euh **c'est pas pour autant qui faut faire du=du BREIZhou à tout crin** quoi j' crois que c' s'rait **une erreur terrible de=de=de refermer comme ça**

SS : hum

PLB : ça ce sont des **poèmes de Le Gouic on peut pas dire que ce soit de la culture bretonne au sens pur et dur**²⁹¹

PLB : ... pourtant on s'rait mieux si on était installés qu'qu'part par là pa'ce qu'on pourrait rayonner dans tous les sens avec nos camions mais bon déjà là j'emploie un langage qui cesse complètement d'être poétique alors que: c' que moi j' ressentais vu de l'extérieur c'est qu' **c'était un truc ça avait beaucoup de CHIC de * 'fin ça avait d' la gueule**

EC: **hum hum la culture euh : dans l': fin fond du:** ((légers rires))

PLB: voilà voilà XXX

EC hum hum on peut faire d' la culture là où y a que d' l'agriculture par **exemple**

PLB: ((respiration, il acquiesce))²⁹²

Nous pouvons observer dans ces trois extraits les représentations complexes de PLB. Selon lui, marquer par un symbole de l'identité bretonne un produit ou activité est plus approprié pour le domaine de l'agro-alimentaire que le domaine culturel (« ça manque de Chic »). Le fait que l'entreprise est implantée en Bretagne n'est pas renié, au contraire. Toutefois, il ne pas y voir là l'occasion de se diriger vers « du=du BREIZhou à tout crin ». Nous comprendrons ici que la langue bretonne est représentée comme un élément d'enfermement, ce que PLB exprime à la fin de l'extrait : « c' s'rait une erreur terrible de=de=de refermer comme ça ». Il n'utilise pas de verbe réfléchi. Aussi nous pouvons penser qu'il parle de l'activité économique de son entreprise. Toutefois, lorsqu'il évoque les poèmes de Gérard Le Gouic, l'expression qu'il y associe, « on peut pas dire que ce soit de la culture bretonne au sens pur et dur », permet de comprendre que la langue bretonne est synonyme d'une bretonnité « pure et dure ». Gérard Le Gouic écrit en français. Ces poèmes concernent la Bretagne. Il évoque beaucoup la mer, des lieux typiques et caractéristiques de la région mais aussi des sujets plus universels, l'espoir, l'amour, etc. Il faudra retenir que PLB marque de manière implicite la langue bretonne comme un élément dépréciatif dans le contexte culturel qu'il se représente, et dans lequel il agit. La poésie du lieu d'implantation de l'entreprise qu'il évoque dans le troisième extrait met en confrontation la représentation d'une région et la langue

²⁹⁰ Cf. DVD, Ecouter, Pierre-Louis Bescond, chapitre 2 ou Entretien intégral : 03.00.

²⁹¹ Cf. DVD, Ecouter, Pierre-Louis Bescond, chapitre 15 ou Entretien intégral : 30.20.

²⁹² Cf. DVD, Ecouter, Pierre-Louis Bescond, chapitre 18 ou Entretien intégral : 34.47.

régionale qu'on y parle, plutôt envisagée comme un marqueur de ruralité auquel il ne souhaite pas être associé. Toutefois, le nom de son entreprise, bien que breton, comporte une originalité qu'il souhaite conserver (cf. chapitre 11 ou entretien intégral 23.05).

La culture bretonne, évoquée comme un élément représentant la ruralité est évoquée par plusieurs informateurs, comme Jean-Louis Tourenne :

JLT : la culture au quotidien les efforts qui peuvent être accomplis dans= dans chacun des villages sont indispensables pour l'développement économique à long terme pour que euh l'épanouissement de chacun et par conséquent l-la=la=la pleine capacité qu'il peut avoir à produire à prendre des initiatives à inventer ²⁹³

D'emblée la culture bretonne n'est pas liée à la ville mais aux villages. Il y a donc une association à la ruralité, comme Jean-Claude Tanguy l'a lui aussi plusieurs fois répété.

JCT : ... on=on allie à la fois le maritime ça c'est Concarneau même avec finalement un port dans la ville ou euh la ville dans le port comme on veut hein et que **d'autre part on a l'aspect rural** qu'était euh l'aspect euh justement des paysans et d' l'agriculture et des fermes et tout ça²⁹⁴

JCT : ... surtout peut-être faire que justement **on puisse reconnaître la différence** entre euh **le centre de Concarneau avec sa spécificité euh culturelle** <↑> **par rapport au=au par rapport à l'environnement qui est un environnement plus breton bretonnant quoi enfin** <↓>²⁹⁵07.30

La ville est représentée comme un espace francophone et les villages, ou en tout cas, l'en-dehors de la ville, peut être représenté comme un espace où la langue bretonne peut apparaître dans l'espace public. La volonté de la reconnaissance de cette différence spatiale et de possibilité de marquage linguistique est synonyme d'une représentation prudente de l'impact de la langue régionale dans un endroit fréquenté.

Jean-Louis Tourenne montre également très bien cette complexité par tout d'abord une hyper valorisation des langues régionales, en rappelant que « mais=mais les bretons ont conservé la fierté d' leur langue même aux=aux moments les plus difficiles même quand étant enfant et allant à l'école 'fin c'est=c'est i-i' suffit de s' reporter à différents ouvrages là-d'ssus et notamment celui de Pierre-Jakez Hélias hein sur le cheval d'orgueil <↑> {toux} on voit bien que JAmis euh même s'ils ont ressenti une humiliation » (cf. chapitre 10 ou entretien intégral : 19.30-20.37). Il raconte l'histoire de la langue bretonne, en valorisant le comportement des locuteurs, ayant conservé la fierté de leur langue. Il parle même des « lettres de noblesse » que la langue bretonne a

²⁹³ Cf. DVD, Ecouter, Jean-Louis Tourenne, chapitre 1 ou Entretien intégral : 00.12.

²⁹⁴ Cf. DVD, Ecouter, Jean-Claude Tanguy, chapitre 2 ou Entretien intégral : 00.45.

²⁹⁵ Cf. DVD, Ecouter, Jean-Claude Tanguy, chapitre 3 ou Entretien intégral : 07.30.

pu conserver, à l'inverse du gallo qui « lui n'a pas eu cette chance ». Quand l'informateur parle du gallo, c'est toujours pour l'opposer au breton. Il définit le premier comme un patois et reconnaît le second comme une langue, sans représentation péjorative pour le premier, bien au contraire, puisqu'il se définit lui-même comme « un enfant du gallo ».

Toutefois, bien que reconnaissant la langue régionale comme un élément valorisant : « JLT : il y a = il y a une certaine un certain snobisme aujourd'hui à = à réapprendre le breton mais c'est aussi une : une reconquête de ses racines avec LA fierté **d'appartenir à une langue** particulière et par conséquent une civilisation particulière » (cf. chapitre 10 ou entretien intégral : 22.26), il y voit aussi un élément pouvant être représenté comme superficiel. La langue entraîne le sentiment d'appartenance. Mais JLT reste mesuré quant à son impact, par le biais de l'affichage bilingue :

JLT : j-j'avoue qu' j' sais pas euh j' me suis longtemps posé la question euh sur l'affichage bilingue euh * j'ai peur du folklore si vous voulez j'ai peur de de c' qui est superficiel et qui tout compte fait ne euh ne restera en rien euh la noblesse de : de la langue euh c'est juste à titre de rappel bon voilà ça a existé²⁹⁶

JLT : ** j'ai rien contre hein j'ai rien contre je=je pense que j' pense que ça changera pas grand chose > mais euh pourquoi pas < ? > si=si ça peut malgré tout encore une fois XX si ça peut aider à prendre conscience de ses origines de là où on vient euh > oui pourquoi pas²⁹⁷

L'identité bretonne est connotée favorablement dans les représentations des informateurs, elle est un objet de valorisation. Joseph Roze, maire de Cesson-Sévigné (département d'Ille-et-Vilaine) indique que l'affichage français-breton (commune située sur un et territoire gallésant) est là pour des raisons claires : intégrer la commune dans une identité plus reconnue par le biais des macro-toponymes bilingues et par là valoriser la commune. Les actions sont symboliques. La description du processus d'affichage bilingue à Cesson-Sévigné témoigne du fait que, par sa « fonction » de porte de Bretagne et sa topographie (*nœud autoroutier*, cf. 03.05), il était *intéressant* (cf. 03.05), stratégique aussi, d'afficher du breton. Le contenu de l'entretien mené avec Joseph Roze montre comment la langue, objet de valorisation du territoire, peut aussi être un outil d'information identitaire mais surtout un outil d'appropriation, voire même de réappropriation identitaire. En effet, Monsieur Roze précise (cf. 06.25) : *ici... on est bretons, fiers de l'être*. Cet argument justifie la présence de l'affichage bilingue. Toutefois, les motivations profondes exprimées ensuite traduisent toute l'ambiguïté des représentations et du sentiment d'appartenance à l'identité bretonne vécue par l'informateur :

07.57

RLS : vous êtes breton vous-même < ? >

²⁹⁶ Cf. DVD, Ecouter, Jean-Louis Tourenne, chapitre 11 ou Entretien intégral : 24.24.

²⁹⁷ Cf. DVD, Ecouter, Jean-Louis Tourenne, chapitre 13 ou Entretien intégral : 30.13.

JR : moi je suis rennais

RLS : d'accord

JR : je suis rennais mais vous savez euh j'ai des beaux-frères qui sont **d' Trébeurden euh c'est aut'e chose hein ((rires)) c'est autre chose hein ils parlent breton ch' parle pas breton moi**

08.14

RLS : mais dans la vie de votre commune la langue régionale a une importance ou euh 'fin vous vous êtes pour l'affichage bilingue <?> par exemple ou

JR : bah écoutez **j' vais pas vous dire que ça fait partie du folklore** parce que quand on prononce le mot folklore ça a un côté péjoratif mais ... **maintenant aller plus loin** est-ce que je sais pas / ²⁹⁸

JR légitime une partie de la région Bretagne comme étant davantage bretonne par le lien à la langue qu'il connaît de son entourage. Il se définit comme rennais et non comme breton, en confrontant l'ouest (Trébeurden, département des Côtes-d'Armor) et l'est de la Bretagne (Rennes), ce qu'il réitérera avec l'exemple de Brest (département du Finistère) :

JR : ... mais c-c'est=c'est pas la Bretagne c'est pas **MA Bretagne il faut que je retourne hein à Brest pour euh p-pour m'exprimer en tant que breton** et c'est vraiment la sensation que vous avez à à Cesson-Sévigné ça va même TELlement loin=ça va même tellement loin que je connais moi des groupes <↑> dans les=dans les lotissements les affinités euh qui se retrouvent soit après la messe soit euh au café pour prendre un pot c'est tous des bretons de telle région où ils discutent de **leur** région et=et ici ils y habitent bien sur mais euh pour exprimer **leur** euh **leur** euh **leurs** sentiments bretons ou euh ils attendent le moment d'aller chez eux et **ils attendent le moment où ils sont réunis pour euh se manifester en tant que bretons**²⁹⁹

JR : euh je crois que ils sont=ils sont très bretons et ils le disent mais ils vont l'exprimer beaucoup plus en retournant chez eux <↓>=en retournant chez eux <↓> en particulier les étudiants ils l- ils le disent hein euh j'avais connu ça quand j'étais étudiant hein euh les finistériens quand ils étaient à Rennes <↑> ils considéraient que bon ils étaient là comme le f- comme le rennais qu'allait faire ses études à Paris ils disaient bon j' viens faire des études mais j' vais aller chez moi je vais retourner chez moi et là je vais m'exprimer en tant que breton³⁰⁰

L'identité bretonne est ailleurs, à l'ouest de la Bretagne. Les représentations de JR indiquent une opposition, dans le discours, entre le Nord-ouest de la Bretagne et la région de Rennes et ses alentours. (Cela est aussi le cas pour Michel Long : cf. 06.09 « et les Finistériens en Bretagne c'est quand même quelque chose »). Dans l'énonciation de JR, nous comprendrons par les marqueurs discursifs de la possession : « ma », « leur(s) » que l'appropriation de l'identité bretonne est un sentiment nécessaire dans

²⁹⁸ Cf. DVD, Ecouter, Joseph Roze, chapitres 4 et 5 ou Entretien intégral : 07.57-08.54.

²⁹⁹ Cf. DVD, Ecouter, Joseph Roze, chapitre 11 ou Entretien intégral : 24.23.

³⁰⁰ Cf. DVD, Ecouter, Joseph Roze, chapitre 11 ou Entretien intégral : 23.37.

la représentation de JR, pour se dire et s'exprimer comme breton. Il s'exclut de cette identité en se définissant comme « rennais », en indiquant que « c'est aut'e chose hein » quand on est issu de la Bretagne bretonnante, qu'on retourne vers un ailleurs pour s'exprimer en tant que breton, et pour exprimer « des sentiments bretons ». Cet usage de la qualification du sentiment renforce la représentation que JR a de ce qu'il décrit comme breton :

JR : ben oui mais c'est aussi une affirmation j' vous l' disais tout de suite les gens qui sont dans les lotissements ici ils DIsent <↑> je suis breton hein je suis breton et ils affIRment leur=leur identité mais euh ils vont **se comporter en bretons** ils vont **parler en breton** ils vont avoir des=des=**des manières de bretons** ils vont retourner chez eux pour le faire <↓> c'est pas ici qu'ils vont le faire <↓> c'est=c'est alors nous l'indication oui c'est une indication **nous sommes des bretons mais ça ne veut pas dire que ici on va se comporter exactement** euh parce qu'on est à l'entrée hein on est à l'entrée quand même et puis **bon on a une identité qui n'est pas tout à fait euh une identité bretonne telle qu'on la conçoit avec sa langue avec ses coutumes etc.** quoi quand on parle des bretons euh dans le centre de la France euh vers les bigoudènes là haut là c'est ça qu'on pense hein ((rires)) on pense pas à Cesson-Sévigné³⁰¹

JR : ... mais **morphologiquement** on est pas euh très bretons **le breton typé du nord ou du ou morbihannais** 'fin certains morbihannais en tous les cas hein le breton brun euh dans la région de Rennes on a pas cette **typologie du=du breton morphologique** on a pas ça hein quand vous=vous promenez dans le Tregor ou dans le Léon il se trouve que les gens sont beaucoup plus typés euh que dans la région de Rennes³⁰²

C'est toujours dans l'opposition est-ouest que la représentation de l'identité bretonne de JR s'exprime. L'expression « Cette **typologie du=du breton morphologique** » nous indique que la représentation de JR se porte sur une globalité physique, mentale, linguistique, géographique. Il définit l'individu breton comme appartenant à un groupe qui se reconnaît par l'ensemble des caractéristiques qu'il décline tout au long de l'entretien et c'est ainsi qu'il énonce deux idées que nous pourrions qualifier de continuum :

- JR : et ils attendent **le moment où ils sont réunis** pour euh se manifester en tant que bretons (cf. extrait précédent : chapitre 11 ou entretien intégral 24.23)
- JR : ben j'crois que ah oui ben j'irais pas vous dire qu'on est des **bâtards** mais ((rires)) bon ((rires)) on en est pas loin hein parce que c'est vrai qu'on n'a pas une identité très marquée hein en pays de Rennes (cf. chapitre 13 ou entretien intégral 28.07)

La représentation de l'identité vécue sur le territoire de Cesson-Sévigné et du Pays de Rennes est exprimée par JR comme une identité non reconnue. Toutefois, nous

³⁰¹ Cf. DVD, Ecouter, Joseph Roze, chapitre 12 ou Entretien intégral : 26.54.

³⁰² Cf. DVD, Ecouter, Joseph Roze, chapitre 13 ou Entretien intégral : 29.37.

pouvons penser que c'est lui-même qui exclut la possibilité que l'identité bretonne puisse être vécue sur la commune, alors qu'elle est indiquée publiquement par l'affichage, puisqu'il n'envisage pas que l'identité bretonne puisse être vécue individuellement. Il se représente l'identité comme étant vécue sur un temps collectif. Les représentations complexes de JR montrent une exclusion du sentiment d'identité bretonne à Cesson-Sévigné et une valorisation du territoire par un élément fort de cette identité : la langue bretonne, et l'expression de fierté (« ici on est bretons fiers de l'être on l'indique bon mais ça va p't-être pas beaucoup plus loin »). La langue bretonne semble donc être présente de manière superficielle et la possibilité d'afficher du gallo complètement exclue. Selon notre entretien : le gallo ne s'écrit pas (104.27). La forme bretonne « Saozon-Sevigneg » est attestée (06.25). Cesson-Sévigné n'a qu'une connotation de ville bretonne (04.27). L'identité bretonne est indiquée par cet affichage français-breton mais cela ne signifie rien de plus (cf. extraits précédents). Certains habitants de Cesson affirment leur identité mais retournent chez eux (comprendons dans la « vraie » Bretagne) pour la vivre. La langue bretonne est vécue comme un objet de valorisation pour JR, ce qui consiste à en faire un objet social mais surtout un instrument, voire même un produit pour marquer le territoire d'un authentique label. Le gallo est totalement nié, dans le fond comme dans la forme puisque Monsieur Roze s'interroge même sur la possibilité que le gallo soit une variété de breton :

JR : ... mais on n'a jamais parlé breton j'sais pas si le gallo est considéré comme un breton moi j'en sais rien parce que tout ça c'est un peu compliqué hein³⁰³

JR parle le gallo, et nous l'a montré pendant l'entretien. S'interroger sur la possibilité que le gallo puisse être une forme de breton peut être envisagé comme une manière de valoriser ce parler. Mais, la réalisation de l'identité de la commune passera par le breton, qui est une caution identitaire plus intéressante, dans le sens où la langue bretonne est un symbole connu et reconnu. JR nous livre un certain nombre de représentations qu'il évoque comme étant le reflet du vécu de la population vivant dans la commune. Il est difficile de savoir, dans ce cas précis, quel impact le parcours de vie peut avoir sur la construction des représentations. JR parle de son vécu d'étudiant où il se représentait déjà les étudiants finistériens comme devant retourner « chez eux » pour vivre et exprimer leur identité (cf. 23.37). Dans cet exemple, il assimile Rennes à Paris, un lieu de brassage où l'identité régionale n'a pas sa place. Cette représentation de l'ailleurs le conduit à se rapprocher de quelqu'un qui se positionne comme étant extérieur à la région puisque ne peut représenter l'identité bretonne pour JR que « quelque chose de **typique** » (cf. chapitre 13 ou entretien intégral 28.07). Cet adjectif est un marqueur de la dynamique symbolique de JR.

Les représentations sur les langues régionales permettent de comprendre le type d'affichage bilingue et symbolique qui est en place. Vouloir valoriser un produit, un territoire, une identité ne passe pas forcément par la langue et les actions de certains informateurs restent en cela nuancées.

³⁰³ Cf. DVD, Ecouter, Joseph Roze, chapitre 15 ou Entretien intégral : 37.46.

BP : l'identité ça veut dire euh se réunir entre les gens qui sont identiques * moi j' préfère l'humanité pa'ce que ça c'est tout l' monde il vaut mieux r'garder / les gens ils=ils beaucoup ils / c'est vrai que ils cherchent à se différencier et la langue en est un instrument et moi je pense qu'il faut chercher ce qui ressemble c' qui me ressemble dans l'autre pas ce qui me différencie de l'autre³⁰⁴

Bernard Poignant a rappelé que la pression des associations bretonnantes était une des raisons à l'affichage bilingue à Quimper. La crainte de la représentation que renvoie la langue bretonne : une différence, un repli sur une identité spécifique (opposée à l'humanité dans l'extrait précédent) est formulée de différentes manières par plusieurs informateurs. Michel Long exprime clairement que l'utilisation et le débat autour de la langue bretonne peut renvoyer à un « militantisme négatif » (cf. chapitre 5 ou entretien intégral 19.49). Le « rejet » des « revendications bretonnantes » indique une représentation de la langue comme un élément dangereux, un élément excluant qu'il faut manipuler avec prudence.

ML : ... on est très **méfiant** par rapport à tout ce qui est touche à la langue ou les **traits bretonnants militants** 'fin c't-à-dire la langue c'est vrai d'un côté euh on veut **la faire survivre** c'est un / ça fait partie du **patrimoine** mais ça reste quand même un peu trop clos c't-à-dire on est quand même euh c'est=c'est **intéressant** faut pas non plus s' prendre la tête des **dialectes** des langues après le grand débat c' qu'est un dialecte c' qu'est une langue³⁰⁵

La méfiance vécue par ML est exacerbée par le rappel des représentations négatives qu'il peut avoir, manifestées par opposition à la volonté de défendre un patrimoine : « y a beaucoup de dangers », « pour pas qu' ça nous envahisse et qu' ça nous pollue la vie quotidienne », « on a des gens qui sont plutôt bretonnants voire plus c't-à-dire quand je dis plus c'est que après on peut aller jusqu'aux terroristes pour euh : en passant par diwan » (cf. chapitre 19 ou entretien intégral 49.35). La méfiance, ici signifiée, peut exister dans d'autres circonstances et s'exprime le plus souvent par rapport aux milieux militants. L'affichage bilingue est un espace d'expression complexe. Même si tous les informateurs témoignent d'une part de la possibilité de développement de lien social qu'il peut encourager, certains témoignent de la représentation prudente, nuancée qu'ils ont de la langue bretonne et de l'image qu'elle peut renvoyer, du sens qu'elle peut transmettre

Par exemple, Édith Rivoal, défendant l'intérêt de la pratique de la langue bretonne et l'intérêt de sa place dans l'espace public, évoque aussi :

ER : ... j'ai PAS cette :=cette espèce de honte : à parler breton à parler du breton qu'ont les gens du cru à qui on : a fait des=des misères eux-mêmes ou

³⁰⁴ Cf. DVD, Ecouter, Bernard Poignant, chapitre 11 ou Entretien intégral : 25.59.

³⁰⁵ Cf. DVD, Ecouter, Michel Long, chapitre 18 ou Entretien intégral : 46.59.

leur génération précédente ... j'essaie d' temps en temps de faire un p'tit début d' conversation 'fin ça va jamais bien loin et donc euh **on parlait breton déjà tout fort** dans l' service³⁰⁶

L'adverbe de temps « déjà » permet de rappeler que l'action d'affichage bilingue s'est faite dans une continuité. « On parlait breton tout fort » s'oppose à la « honte » dont ER parle précédemment. Ils n'hésitaient pas à faire entendre le breton, de la même manière qu'aujourd'hui, elle et son équipe, le font voir, en l'affichant sur les murs du service de radiologie de l'hôpital de Quimper. Les représentations qu'ER a de la langue bretonne ont encouragé sa volonté à l'afficher. Sa motivation est participative. Elle souhaite pérenniser un patrimoine. C'est une motivation de valeurs (auxquelles elle adhère) mais c'est aussi une motivation linguistique.

3.1.5 Motivation linguistique et cognitive

Nous avons pu relever les motivations linguistiques à l'affichage bilingue, autrement dit visant directement le développement, l'apprentissage, la reconnaissance de la langue, dans quelques cas.

- se démarquer un peu des autres : en proposant la réutilisation des micro-toponymes pour les odonymes d'un nouveau lotissement communal (LLM, 15.32)
- nous avons un certain nombre de bretonnants ou d'origine bretonnante hein qui sont v'nus s'implanter à Rennes ... et il était normal qu'ils puissent aussi retrouver une présence de leur langue dans LEUR capitale voilà (MG, 13.45)
- c'est euh favoriser quand même et entretenir la pratique de la langue à travers tous ces lieux-dits (MG, 40.44)
- quelqu'un qui ne connaît pas quelqu'un qui n' connaît pas du tout le breton euh qui vient travailler ici ou même s'il est d'ici et p'is qu'il ne connaît pas il va être éclairé peut-êt' que ça va lui donner le goût d'aller plus loin (BP, 03.31)
- après y a le débat sur euh sur=sur est-ce que c'est un élément déterminant dans le maintien dans la bataille sur l- le=le=le maintien d' la langue bretonne (SM, 08.05)
- c'est d'envisager le euh la langue comme un outil de communication pour qu'une langue soit vivante il faut qu'elle soit utile donc on est on est plutôt dans ce cadre là quoi (YM, 15.25)
- la politique linguistique est trop est basée sur la pro la proposition et l'incitation et non sur l'obligation (YM, 15.25)
- c'est vrai que c'est autant la signalétique c'est autant la valorisation de=de la langue en tant que pour les gens qui ont une vision dévalorisée de la langue que=que un aspect pratique (YM, 18.21)
- ouais ouais oui d'essayer de=d'essayer de laver la honte qu'on a fait aux générations précédentes <↑> en refaisant vivre cette langue euh devant tout l' monde en public (ER, 15.15)

³⁰⁶ Cf. DVD, Ecouter, Edith Rivoal, chapitre 3 ou Entretien intégral : 01.06.

- si=si on a mis en breton c'est pour sauvegarder la langue bretonne on sait bien qu' c'est une p'tite action (JJT, 09.19)
- la promotion de l'apprentissage de la langue bretonne (GD, 19.40)
- le court terme c'est vraiment de FAIRE démarrer cette charte qu'il y a entre le Festival Interceltique et l'office de la langue bretonne avec euh vraiment en démarrage une amorce et avec des choses simples et efficaces qui peuvent être mises en place rapidement (GD, 21.57)

Le plus souvent, ces motivations linguistiques sont rattachées à une motivation participative plus large : vouloir contribuer au développement, à la pérennisation et à la valorisation d'un patrimoine commun, ce que nous pourrions nommer des motivations cognitives. Les représentations des informateurs sont des moteurs d'actions, qui auront tendance à encourager ou à minimiser les propositions d'affichage bilingue. La langue bretonne n'est d'ailleurs pas l'élément choisi par tous, certains utilisant d'autres caractéristiques représentées comme étant plus « iconographiques ». La motivation cognitive regroupe aussi l'expression de la connaissance et / ou de la reconnaissance de la langue, du patrimoine, de l'Histoire, de la culture (marquée le plus souvent par l'expression de l'appartenance, l'expression de la situation géographique EN Bretagne) et sa réhabilitation.

- souci historique et de connaissance : « La double dénomination est d'abord un souci historique et de connaissance. Souci économique ? Peut-être mais surtout au nom de l'histoire. » (EH, p. 493)
- c'est la reconnaissance d'une histoire, laquelle doit être connue (EH, p. 494)
- une reconnaissance et un enrichissement, surtout pas une exclusion (EH, p.496)
- nous avons voulu marquer notre appartenance, marquer aussi notre sympathie à ces personnes qui sont aussi de langue bretonne et qui, dans leur jeunesse ou par la suite, ont eu à utiliser le Breton pour s'exprimer. Et cette utilisation du Breton, c'est... comment dirais-je,... c'est un gage, c'est une reconnaissance de liberté. (EH, p. 489)
- notre situation en porte de Bretagne (JR, 03.05)
- pour informer enfin pour informer non les gens savent bien mais il faut bien qu'il y ait un moment où ils s' disent bien oui on est en Bretagne quand même vous foncez à 120 ou à 140 sur l'autoroute vous savez pas très bien (JR, 06.25)
- oui reconnaissance de la : langue pratiquée sur le territoire régional dont Rennes est la capitale (MG, 15.10)
- une langue c'est un patrimoine de toute première importance et que un patrimoine comme celui-ci doit être conservé protégé et transmis (MG, 15.10)
- c'est une façon concrète et précise de reconnaître une langue hein et de la faire rentrer dans l'espace public hein euh ça c'est=c'est symboliquement c'est très très important (MG, 40.44)
- c' sont des racines c'est l'histoire c'est tout mais faut respecter j' dirais la=la la réalité des choses quoi (JCT, 11.31)
- vous faites partager aux nouveaux arrivants l'hisTOIRE de la commune qu'ils puissent au bout d'un certain temps se l'approprier (JLT, 05.43)
- c'est juste à titre de rappel bon voilà ça a existé (JLT, 24.34)
- permet de garder un peu l'histoire de Lorient (SM, 06.20)

- faire apparaître quelque part euh : l'histoire euh : du territoire euh même si on est dans une situation un peu paradoxale parce que * probablement que Lorient est une des villes les plus françaises de Bretagne (SM, 08.05)
- c'est un signe à mon avis ben d'ouverture et de mémoire par rapport à : l'histoire de=de not' ville (SM, 08.05)
- ça contribue à ce que les gens qui ne sont pas d'origine bretonne prennent conscience que cette ville a une histoire bretonne (SM, 27.40)
- et ben moi vous savez c'est très simple le sens c'est ça permet de nous situer sans complexe en sud Bretagne extrême (RR, 59.50)
- et bon bien sur ça sert pas aux gens à trouver leur chemin hein c'était juste une démarche culturelle (ER, 01.06)
- bon ben donc c'est=c'est une démarche CULTurelle hein=hein <↑> donc ce / ça rappelle aux gens qu'ils sont pas n'importe où mais qu'ils sont en Bretagne <↑> ça rappelle aux gens que la langue traditionnelle de la Bretagne c'est le breton <↑> euh et c'est une langue qui=qui est signifiante quoi qui peut tout exprimer qui peut exprimer des choses médicales ça j' lai expliqué <↑> et p'is euh=euh y' a un p'tit côté affectif quoi pour les gens qui se sentent concernés ça leur fait chaud au cœur de voir du breton sur le mur <↑> voilà (ER, 15.15)

Indiquer, informer, faire connaître et reconnaître sont des moteurs communs à tous les informateurs qui ont pris le « parti » d'un affichage bilingue. La motivation linguistique apparaît peu en tant que telle. C'est-à-dire que la langue bretonne (principalement sujet ici) en tant que système linguistique est peu évoquée comme élément motivant. Nous rappellerons que peu d'informateurs déclarent être locuteurs d'une langue régionale. La motivation linguistique ne peut alors se détacher de la motivation cognitive qui recense l'expression de la volonté d'agir pour et par la langue régionale, le patrimoine et la culture régionale. Ce repérage est important car il permet de voir que certains préalables sont communs à tous les informateurs.

L'un des points communs que nous pourrions également relever est la volonté de valorisation, que nous avons déjà évoqué plusieurs fois au fur et à mesure de cette analyse.

3.1.6 Une logique de valorisation

a. La motivation économique : un point commun

À l'écoute des informateurs et après recoupement de l'ensemble des informations recueillies, la motivation économique apparaît comme étant un point de départ, une logique incitatrice dans tous les domaines professionnels rencontrés. Elle est soulevée de manière directe et explicite par un grand nombre d'informateurs : 10 sur 15 dans les

entretiens semi-directifs enregistrés, 4 sur 7 dans les entretiens non-enregistrés, en sachant que Patrick Daniel, mairie de Lorient (dpt 56), n'a pas été questionné sur ce point et que cela n'a pas été évoqué avec la population de Noyal-sous-Bazouges. Sous cet intitulé, elle regroupe l'ensemble des éléments qui participent au registre commercial, marketing, économique. Nous pourrions d'abord repérer plusieurs arguments indiquant précisément le sens véhiculé, selon les informateurs, par la symbolique culturelle en donnant la raison de l'usage et l'impact que cela peut avoir sur l'utilisateur / le consommateur :

- un label, une porte d'entrée dans les grandes surfaces (PLB, 03.00, 04.42³⁰⁷)
- une belle carte de visite (PLB, 23.05 ; PC, 23.02)
- une image vendeuse (ML, 11.26)
- un thème fédérateur (ML, 11.26)

Ce que véhicule la Bretagne, en termes d'images et de valeurs associées aux possibilités qu'a une entreprise lorsqu'elle est membre de Produit en Bretagne est un élément de départ à l'utilisation et la diffusion de signaux symboliques le rappelant. L'association Produit en Bretagne donne la possibilité de collaborer avec un groupement d'entreprises par le biais d'une action commune. L'appartenance à un réseau est une motivation relevée par plusieurs informateurs :

- le côté réseau: lieu de rencontres de personnes aux métiers connexes avec le même genre de préoccupations stratégiques (ML, 13.38)
- entre PEB et l'entreprise : des choses à faire ensemble, revendication d'une certaine appartenance, du groupe de famille, etc. (ML, 19.49)
- c'est une façon d'aider Amzer Nevez donc c'est eux la structure c'est eux qui donnent les cours (LLM, 19.56)
- pour des raisons vraiment existentielles euh de développer le SENTIMENT d'appartenance ou le sentiment d'épouser comme on dit pour son mari et bien il faut épouser aussi une culture la culture des autres (JLT, 05.43)
- vous avez une pression <↑> vous avez une demande <↑> vous avez euh : qui émane de : de=de certains milieux associatifs euh qui=qui qui euh qui font comme tout / comme d'autres font pression sur d'autres sujets quoi (BP, 17.03)
- sur le moyen terme c'est effectivement de pouvoir harmoniser tout ça <↑> avec euh avec la mairie de Lorient (GD, 21.57)
- puis à plus long terme mais ça faudra voir avec les (bons) auparavant c'est pourquoi pas aussi bien aller faire bénéficier ces compétences là ailleurs dans d'autres villes v'nir en appui de l'office de la langue bretonne sur d'autres missions (GD, 21.57)

Faire partie d'un réseau est un atout et cela renforce l'action menée. La motivation économique fait partie d'un cadre professionnel élaboré qui sous-tend des enjeux en termes de développement d'activités et de territoire :

³⁰⁷ Les initiales et les indications de temps permettent de faciliter le repérage de la référence à l'entretien. Elles font référence aux noms et prénoms des informateurs et au moment de l'entretien auquel on peut se reporter dans les annexes manuscrites et sonores pour avoir accès à une référence complète et contextualisée.

- motivation essentiellement commerciale (ML, 13.32)
- le côté réseau : lieu de rencontres de personnes aux métiers connexes avec le même genre de préoccupations stratégiques (ML, 13.38)
- faire appréhender ce qu'est ce territoire : y a des effets d'entraînements qu'on cherche à faire (LLM, 24.55)
- ça été décidé dans l' cadre d'un conseil municipal voté donc à l'unanimité dans l' cadre de la promotion de Pornic structure bretonne (RR, 01.34.00)
- pour Pornic et plus largement pour le Pays de Retz c'est de trouver les outils nécessaires et suffisants à la promotion de de l'endroit <↑> (RR, 01.55.23)

Nous retiendrons ici les mots **préoccupations stratégiques, effets d'entraînements et promotion** qui, pour tous les secteurs, publics et privés, indiquent une logique d'action similaire, au niveau de ses enjeux. D'ailleurs qu'ils soient professionnels du monde politique ou du monde entrepreneurial, les informateurs ont conscience de la clé culturelle au service d'une économie sans oublier qu'on peut aussi envisager l'action dans le sens inverse et pourtant pas opposé : l'économique au service du culturel. Avant d'approfondir ce point, deux exemples en témoignent :

- fonction source et ressource de la culture au bénéfice de l'économie (EH, p. 487)
- l' discours était de dire euh ce s'rait quand même sympa qu' l' culturel et l'économique se=se rejoignent quoi (JJT, 03.46)

Pour faire fonctionner ce binôme, un marché, soit une possibilité de mise en place d'une action directe sur le terrain, doit exister et être potentiellement viable. Deux informateurs issus pour l'un du domaine politique et pour l'autre du domaine entrepreneurial rappellent que le tourisme est un marché qui permet d'agir en faveur de la culture régionale :

- ce qu'on attend de ses vacances c'est de ... l'exotisme vous voulez vivre autre chose alors si vous pouvez vivre de l'aventure à bon compte c'est bien quoi (JLT, 01.09)
- c'est pourquoi d'ailleurs le comité du tourisme en Bretagne a dév'loppé euh l'appellation Haute-Bretagne pour l'Ille-et-Vilaine parce que jusqu'à présent quand les gens venaient dans la Bretagne tant qu'ils n'avaient pas franchi les limites de l'Ille-et-Vilaine ils n'étaient pas en Bretagne donc il faut les convaincre qu'ils sont en Bretagne et leur dire et ben voilà vous y êtes maint'nant vous allez connaître le vrai caractère breton et vous allez vivre l'exotisme (JLT, 02.47)

Et pour lancer une activité, il faut être sur un terrain où un marché peut fonctionner et ajouté à une logique d'employabilité, le culturel peut compléter une ressource économique :

- alors comment c' magasin est né ben c'est parce que on crée un supermarché parce que y a un marché (JJT, 00.00)
- et p'is qu'i' faut voilà hein c'est tout p'is l'envie de créer des emplois p'is de faire aussi une entreprise tout ça (JJT, 00.00)

Hormis les motivations exprimées par les informateurs, il ne faudra pas négliger le fait que toute création d'action s'envisage aussi en fonction des motivations connues et / ou souhaitées des usitaires à qui les actions s'adressent. En effet, bien qu'on ne puisse affirmer que les motivations, de manière générale, constituent l'ultime raison d'un achat ou d'un comportement, il n'empêche qu'elles ont un impact en termes de décision finale et qu'elles doivent être considérées avec la mise en place d'une action du type de celle qui ont été indiquées tout au long de cette recherche : la création d'un produit culturel, alimentaire, etc. comportant une symbolique régionale, la mise en place d'un affichage bilingue, etc. Que ressentira l'usitaire ? Qu'est-ce que cela aura comme impact ? Comment l'usitaire réagira-t-il ? Ce sont autant de questions que les informateurs ont dans leurs pratiques professionnelles comme en témoignent les exemples suivants :

- la question c'est toujours ça on prend une décision sur l'emplacement d'une porte l'emplacement d' ceci cela mais est ce que t'as pensé au client * est-ce que l' client va être heureux chez toi ici donc le breton pour vous dire **le breton n'est v'nu n'a=n'a=n'a / le breton c'est une langue ...** (JJT, 09.19)

Si dans ce cas précis, l'informateur n'explique pas clairement à quel moment la décision sur la place et le rôle de la langue bretonne est intervenue dans le processus de création du magasin, en témoigne le [/] qui montre la rupture discursive, l'enchaînement sur l'action linguistique renforce la place qu'il souhaite lui donner. Toutefois, en termes de motivations attendues de l'usitaire, un autre informateur n'hésite pas à rappeler que le processus d'affichage d'une symbolique régionale :

- apporte une assurance illusoire d'ailleurs au consommateur (ML, 11.26)

Après avoir posé ce préalable, nous retiendrons donc que l'ensemble des informateurs se situe dans la reconnaissance et l'expression d'un lien direct entre culture et économie et plus précisément dans la reconnaissance d'un fonctionnement conjoint. Pour comprendre et analyser plus précisément cette motivation, nous retiendrons un point commun entre tous les informateurs : **la valorisation**.

b. Valoriser un produit

Du côté du monde culturel (autant le monde de la création des manifestations culturelles que de l'industrie culturelle), le logo Produit en Bretagne est une « porte d'entrée » dans les grandes surfaces :

SS : et qu'est-ce que ça vous apporte alors de faire partie de produit en Bretagne < ? > 'fin

PLB : moi je pense que c'est / la=la raison principale est que : c'est une **porte d'entrée** dans les grandes surfaces en fait c'est pour moi c'est ça hein

SS : hum hum ok ***308

³⁰⁸ Cf. DVD, Ecouter, Pierre-Louis Bescond, chapitre 3 ou Entretien intégral : 04.42.

Cet argument semble donc être la « raison principale » de la participation de l'entreprise Coop Breizh à l'association Produit en Bretagne étant donné que Monsieur Bescond rappelle aussi :

PLB : ** pa'ce que nous on a pas besoin quand=quand on est euh : ch'ai pas on est fabricant de=de=de=de=de=de=de=de PROduits alimentaires encore une fois c'est PAS du tout évident pour les gens que la=la=la marque unTEL <↑> soit une marque bretonne c'est pas :=c'est pas évident <→> alors que **nous avec le nom qu'on porte et nos produits c'est évident moi j'ai pas besoin de mettre que j' suis breton** hein c'est ou que c' qu'on fabrique concerne la Bretagne et moi j'ai vraiment pas besoin quoi entre le nom l'adresse le catalogue euh si on a pas compris c'est que c'est grave hein faut=faut faire autr' chose quoi³⁰⁹

Monsieur Bescond indique qu'il n'y a pas de besoin de reconnaissance de sa marque. Elle est associée, de par son nom, à un ensemble de valeurs, de représentations liées à la Bretagne. La participation de l'entreprise Coop Breizh à l'association Produit en Bretagne (PEB) concerne la possibilité d'une ouverture, liée directement à un fonctionnement économique dont l'entrepreneur ne peut omettre les possibles (et assurées) retombées. De manière complémentaire, PEB apporte des possibilités tel que le référencement des produits Coop Breizh dans les grandes surfaces par exemple (lieu difficile d'accès en d'autres circonstances, si l'éditeur se présentait seul) et conjointement le champ culturel est un crédit apporté à PEB dans le sens où la culture valorise l'agroalimentaire (majoritairement représenté au sein de l'association). Lorsque les représentants de cette marque ombrelle doivent négocier des manifestations dans les supermarchés, par exemple dans l'organisation d'une semaine dédiée à la Bretagne et à ses produits, la participation d'une entreprise telle que Coop Breizh donne du poids dans la mise en place de ce type d'événement. Le message essentiel de Pierre-Louis Bescond est que la culture est importante, que des liens entre culture et économie existent par le simple fait que la culture ne peut pas fonctionner sans l'économie. La symbolique que Coop Breizh et plus largement le monde du champ culturel apporte donne du crédit à PEB. Il s'agit d'une valorisation de l'ensemble des produits bretons par les représentations sociales que les consommateurs, en premier lieu, ont des produits qu'ils consomment.

Les éléments culturels tels que les livres, les CD, produits essentiellement commercialisés par Coop Breizh, bénéficient de représentations positives de la part des consommateurs, dans le sens où ces produits équivalent à un achat « noble », à la différence d'un produit alimentaire qui paraît plus banal, plus commun (quoique aussi rendu « plus noble », « plus précieux » par l'apposition d'un signal régional, qui permet d'arborer la représentation d'un certain nombre de valeurs, telle que la qualité). Les produits culturels marqués PEB permettent aussi une gestion plus étendue de l'ensemble de la gamme des produits marqués par le logo et œuvrent ainsi pour une vulnérabilité moindre de la « marque » PEB car le consommateur peut trouver dans

³⁰⁹ Cf. DVD, Ecouter, Pierre-Louis Bescond, chapitre 3 ou Entretien intégral : 05.01.

l'ensemble des produits stickés un large choix, qui l'encourage à être fidèle. Cet argument économique vient alors renforcer l'argument plus culturel, dans le sens où le logo PEB valorise le produit en jouant le rôle d'une marque véhiculant toute la symbolique liée à la région Bretagne. Le consommateur n'achète pas qu'un produit. Il achète aussi l'assurance d'une qualité, l'assurance que cela réponde au besoin qu'il s'était fixé initialement.

Sur un produit alimentaire ou culturel, l'achat d'un élément marqué PEB entraîne la représentation selon laquelle le client est sûr de retrouver une part de son identité, d'aider au développement de sa région (même si le produit n'est pas forcément fabriqué en Bretagne, le nom de la marque ombrelle peut le laisser penser et peut ainsi inviter à un achat citoyen), ou cela peut constituer l'achat souvenir lorsque le client pendant et / ou après un séjour en Bretagne souhaite acheter des produits locaux, des produits typiques, etc.

L'image de ces produits stickés est excellente pour la représentation des qualités intrinsèques aux produits, basée sur un système de valeurs que les représentations collectives admettent aux produits dits bretons. Cela est partagé par Michel Long³¹⁰ (qui rappelle en outre l'assurance que cela provoque chez le consommateur et l'illusion que cela peut créer), qui indique aussi que l'image de la Bretagne est bonne et que c'est donc un atout de participer à cette association pour pouvoir marquer les produits.

ML : ben la raison principale c'était euh : ** 'fin y en avait plusieurs mais y en avait une première qu'était commerciale <↑> c''t-à-dire en disant finalement [la Bretagne est connue pour l'agroalimentaire] y a **cette bonne réputation peut-être un peu surfaite parfois mais en tout cas plutôt une bonne réputation la Bretagne a une bonne image** <↑> et donc créer cette associa- 'fin adhérer à cette association en termes d'impacts alors soit au travers de des produits stickés etc. le fait que en gros et=et la=la confusion avec un presque label <↑> XX on a des produits stickés produit en Bretagne euh : **le consommateur il a l'assurance 'fin c'est que quelque chose de complètement il-illusoire d'ailleurs** 'fin < pas complètement illusoire on fait beaucoup d'efforts pour essayer de garantir la qualité euh (de ne pas reléguer) n'importe quel produit dans les entreprises mais bon malgré tout surtout pas dans la mienne euh :

Nous comprendrons ici que l'image, ce que représente la Bretagne, est un atout valorisant pour les produits qui vont être stickés, mais combinée à un système fait de plusieurs symboliques qui s'entremêlent. Suite à l'ensemble des entretiens effectués, le postulat peut alors être (cf. aussi le schéma page 377) :

- du point de vue de l'entrepreneur et dans l'optique de la mise en place d'une signalétique bilingue et / ou symbolique sur un produit visant à être commercialisé - :

³¹⁰ Cf. DVD, Ecouter, Michel Long, chapitre 3 (les trois parties du chapitre 3) ou Entretien intégral : 11.34-12.32.

- L'entrepreneur connaît les représentations générales sur la Bretagne.
- Celles-ci sont reconnues par le collectif : chaque individu (en sa qualité de consommateur ou pas) a ses propres représentations mais adhère aussi à un ensemble de représentations collectives, que l'entrepreneur vise.
- Ce dernier utilise une symbolique pour identifier son produit comme participant à cet ensemble de représentations : le logo Produit en Bretagne, l'hermine, le triskell, la langue bretonne, la bigoudène, etc.
- Le futur consommateur partage donc ce système de représentations et de valeurs.
- Il est à la recherche d'une certaine authenticité des produits qu'il souhaite consommer.
- L'entrepreneur y répond par un ensemble de produits identifiables comme tel.
- Le consommateur a accès à un certain nombre de ces produits (selon les lieux d'achats, les périodes de l'année, ses moyens pécuniaires, etc.), les reconnaît par une symbolique identifiable, perçoit et admet une certaine authenticité ou perçoit et admet un lien direct avec les valeurs principales auxquelles il croit.
- Le consommateur achète, assuré de ce processus.
- Cela contribue à entretenir les représentations collectives, dont se nourrissent et contribuent à construire l'entrepreneur et le consommateur.

Nous sommes donc dans un principe d'échanges permanents, parfois de négociations entre les représentations collectives et individuelles (construites bien souvent sur le modèle du collectif et affinées en fonction de son parcours personnel).

Pour prendre un exemple précis et pour comprendre comment l'affichage bilingue (pas dans ce cas mais j'y reviendrai) et symbolique fonctionne, j'ai retenu le produit suivant :



Photo 65. Café, commercialisé par l'entreprise Coïc.

Ce produit est issu d'une fabrication en Bretagne. L'entreprise est située sur la commune de Plomelin, dans le département du Finistère (cf. localisation sur la carte 1 p. 21). La gamme de cafés est commercialisée dans les collectivités, les entreprises de la région ainsi que dans les super et hypermarchés de la région. L'activité se diversifie par la commercialisation de divers produits (machines de torréfaction pour entreprises et produits adaptés, cafés en sachets, boîtes, etc.).

La commercialisation de ces produits se fait exclusivement en région Bretagne, sauf lorsque l'entreprise participe aux opérations de Produit en Bretagne à l'extérieur. Depuis plus de 30 ans que cette entreprise existe, il n'y a pas eu de tentative de vendre les produits en dehors de la Bretagne. Aujourd'hui il existe encore un potentiel de développement en Bretagne donc l'entreprise ne souhaite pas pour le moment diversifier les points de vente. Les visuels (donc tout ce qui est lié à la mise en place des supports tel que le montre l'image précédente) sont « dégrossis » en interne et le travail est mis en forme et finalisé par une agence de communication. Les produits s'adressent à tous. « Chez Laurent COIC, l'écoute et la disponibilité sont des valeurs fondamentales qui participent également à la démarche de qualité. Attachés à leur région et à son développement, les Cafés Laurent COIC sont adhérents de l'association Produit en Bretagne. Ce label est un gage de qualité et s'attache à défendre l'image de

la Bretagne en France et plus loin. Être membre de cette association c'est participer au développement économique de la Bretagne et à la création d'emplois. »³¹¹

Il est intéressant de voir l'utilisation qui est faite de l'identité bretonne, les associations faites entre la représentation de l'identité bretonne et le produit commercialisé. Avant d'en venir à une analyse plus précise du visuel présenté ci-dessus, je retiendrai que l'entreprise définit sa gamme de produits avec l'expression suivante : « **Forte identité régionale pour ces six variétés 100% pures arabicas** ». Puis spécifiquement pour le produit dont je prends l'exemple, l'entreprise indique : « **GAMME BORD DE MER Laurent COIC crée une nouvelle gamme de cafés pour les amateurs d'évasion qui souhaitent retrouver chaque jour le plaisir inégalé d'une tasse de café en bord de mer.** »

L'association de l'identité régionale bretonne à un produit « pur arabica » renforce la valeur territoriale, régionale que l'entreprise souhaite montrer. Il est bien stipulé sur les produits que l'origine de la matière est outre Bretagne puisque provenant d'Afrique, d'Amérique du sud et d'Asie. Pour autant le parallèle à la Bretagne et l'encouragement faits au consommateur de penser que ce café transmet la Bretagne est bien clair.

De gauche à droite apparaissent sur la photo 65 :

- le drapeau breton ;
- le nom Laurent Coïc ;
- le graphisme (symbolique celtique) à gauche du nom (son positionnement et sa symbolique renforçant le nom qu'il accompagne) ;
- le nom du café : « Matin Breton » ;
- le logo Produit en Bretagne ;
- l'image : les rochers, la mer, une vague venant s'éclater contre les rochers ;
- un rappel : « Tous nos cafés sont torréfiés et conditionnés en Bretagne » ;
- des messages qui s'adressent directement au consommateur : « Retrouvez toute l'intensité et la générosité de la Bretagne dans ce café de caractère, aux arômes puissants » ; « ... pour vous offrir le meilleur de la Bretagne, le meilleur du café ».

Pour matérialiser le processus de création et de transmission des messages symboliques, je proposerai la schématisation suivante :

³¹¹ Ces informations sont issues d'un entretien téléphonique qui s'est déroulé entre Gilles Coïc et Roseline Le Squère le 03 novembre 2006, ainsi que du site Internet : <http://www.cafes-coic.com/> (page consultée le 09 mai 2007).

Selon le produit présenté à la page précédente³¹² :

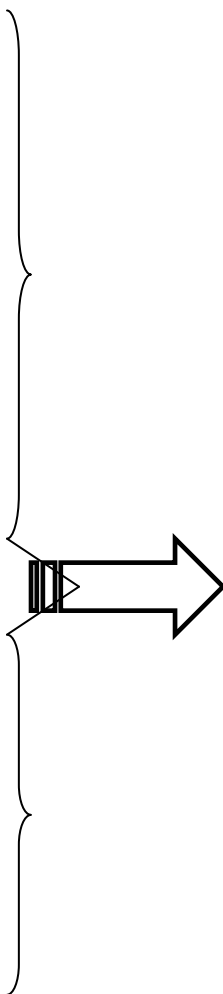


Représentations positives générales:

- La beauté et la diversité des paysages
- Le plaisir, les vacances, la famille, les racines
- Une nature préservée
- La mer
- Une identité, une culture préservée et vivante
- Un environnement protégé
- Etc.

Représentations produits:

- Qualité
- Terroir
- Fabrication naturelle / savoir-faire
- Bon goût
- Produits sains
- Sérieux de fabrication
- Produits authentiques
- Etc.



1. Les représentations sont dites positives puisque dans notre cadre d'observation et d'analyse, on se fonde sur les caractéristiques permettant la valorisation d'un produit.

2. Les représentations collectives sont issues d'un ensemble de croyances, d'acquis et d'habitudes partagés par la collectivité (d'où l'usage qu'en font nos informateurs) et par l'individu singulier qui construit ses représentations propres aussi en fonction des représentations collectives, pour s'en démarquer ou pour les consolider, etc.

3. Lorsque le consommateur achète un produit identifié, marqué symboliquement comme breton, il est complexe de savoir si c'est parce qu'il adhère aux valeurs représentées par le produit, parce qu'il imagine ou reconnaît une qualité de produit, etc.

4. Par contre au regard de ces comportements, il apparaît que quelles que soient les motivations et quelles que soient les croyances partagées, le consommateur admet, reconnaît l'identification du marquage symbolique et agit en fonction de cette **reconnaissance**.

³¹² Les représentations générales ainsi que les représentations produits sont issues de l'étude menée en 1999 par le cabinet Sextant, conseil en communication et développement, à la demande de l'association Produit en Bretagne, pour mesurer la confiance des consommateurs français dans les produits signés « Bretagne », pour suivre de manière diachronique l'évolution de l'image de la région et identifier les éventuels problèmes, pour mesurer l'évolution de la perception de la Bretagne par les usagers (en Bretagne et en dehors) : cf. ASSOCIATION PRODUIT EN BRETAGNE, 1999, p. 11 et p. 72.

Pour un produit du type :



Un ensemble d'étapes constituent le processus de sa création :

Selon une démarche qualité (le plus souvent)

1. Connaissance du marché
2. Définition d'un besoin (que l'entreprise peut aussi créer)
3. Création du produit :
 - en fonction (principalement) du consommateur auquel il s'adresse
 - dans une dynamique de valorisation du produit (à partir du moment où on cherche à le vendre)
4. Technicité et valorisation:
 - les caractéristiques de commercialisation
 - le plan de communication / la publicité
 - outillage autre (dans lequel le logo PEB peut apparaître)
5. Anticipation :
 - rapports aux indicateurs définis au préalable concernant le budget, l'évaluation des risques, les possibilités d'évolution, d'amélioration, etc.

→ Tout au long de ces phases de mise en place d'un produit, la sphère des représentations est présente.

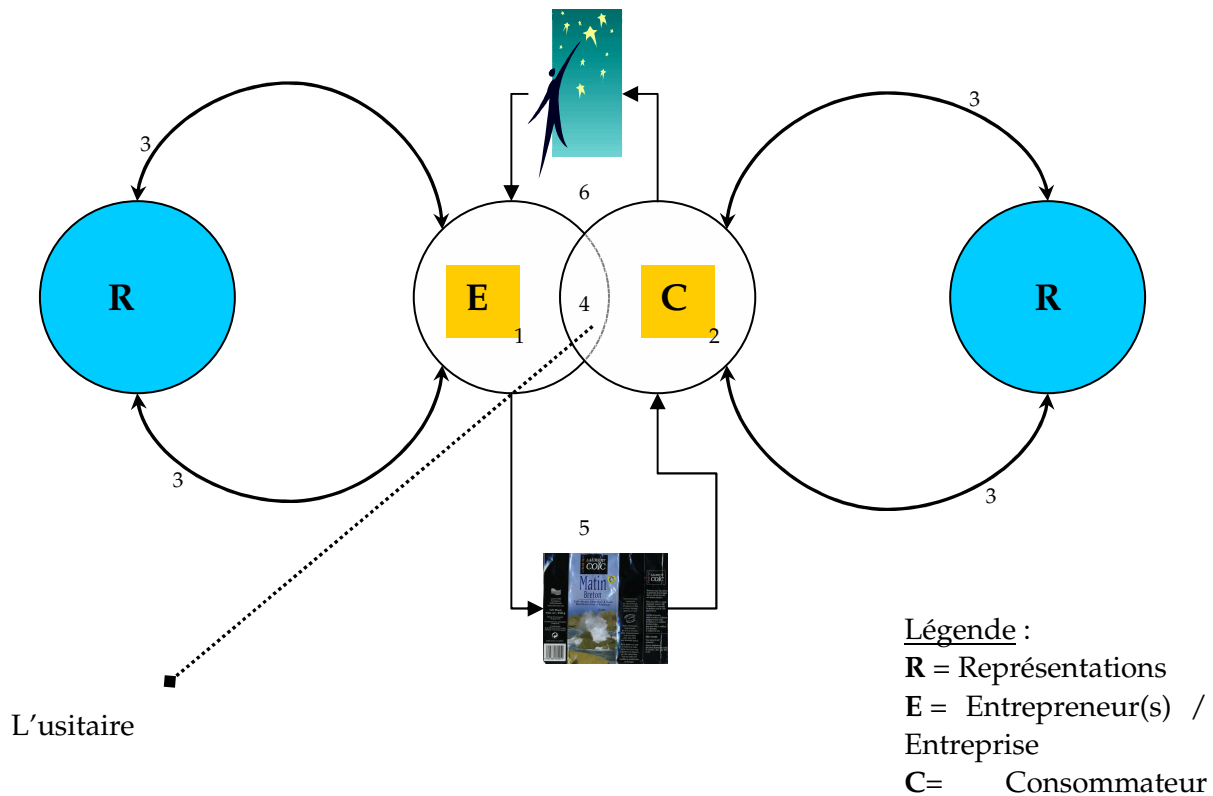


Schéma 4. Le processus de transmission et de reconnaissance de la régionalité

De manière disjointe dans l'espace deux sphères de fonctionnement coexistent : la sphère de l'entreprise **E (1)** où le produit se crée et la sphère du consommateur potentiel **C (2)**. Chacun dans sa sphère fonctionne selon des schèmes de représentations :

- **(1) E** : cette sphère est représentée par une ou plusieurs personnes à l'identité complexe se trouvant dans un processus de proposition / de création visant un développement. L'ensemble **E** possède ses représentations propres dont il se nourrit et possède aussi une connaissance des représentations collectives positives (donc qui attirent, qui fonctionnent) puisqu'il s'agit d'un professionnel pouvant s'aider en plus d'une agence de communication ou autre pour le travail de création et de communication pour un nouveau produit **(3)**. Les représentations propres comme les connaissances sont issues d'une somme d'acquis, de croyances et d'habitudes liées à l'histoire (comprenant l'environnement) personnelle et professionnelle des agissants et au domaine où se « construit » le produit. Tout cela est directement lié à la sphère du consommateur **C**, qui possède lui même un « capital » du genre. **(4)**.
- **(2) C** : le consommateur (pas nécessairement acheteur) possède des représentations sur le produit type par exemple la gamme à laquelle il appartient, l'image qu'il en a, etc. Il possède aussi des représentations sur la

région Bretagne, les symboles auxquels la région renvoie, etc. (3). Il possède donc des représentations propres et a des valeurs, qui « conditionnent » aussi sa pratique de consommation. Il a aussi avoir une certaine connaissance des représentations collectives, comme évoqué précédemment (connaissance des symboles et de la symbolique à laquelle ils renvoient).

Les stéréotypes, les symboles reconnus sont donc une base commune entre les deux sphères. E et C se rejoignent par ce qu'ils ont en commun : la possession de représentations qu'ils continuent d'alimenter l'un et l'autre : (3) et (4). En effet, les représentations que E ou C possèdent sont sans cesse nourries par l'usage qu'ils en font.

E a des représentations qui encouragent les représentations collectives puisqu'il contribue à les construire, les faire évoluer. Lorsque celles-ci rejoignent la sphère collective, elles ont tendance aussi à venir alimenter la sphère individuelle. C'est donc un échange permanent, qui peut s'affronter parfois mais l'aller-retour (en miroir) de l'un à l'autre est permanent. Car si on peut s'assimiler à un collectif on peut aussi s'en détacher, s'en extraire ou s'en distinguer justement parce que le collectif existe. Du côté du créateur émetteur –E- comme du côté du récepteur consommateur –C-, le fonctionnement est identique. Toute identité se négocie avec les exo-groupes qui doivent la reconnaître pour qu'elle existe. Concernant les représentations, le fonctionnement est similaire : on a un perçu de certaines images en fonction de ce qui nous est propre, construit aussi en rapport à un perçu émanant d'un collectif plus vaste qui le fait vivre. Aussi la situation de l'usitaire se définit dans cette part de compromis où l'un et l'autre se rejoignent, E et C dans notre schéma.

Pour compléter la lecture que je ferai de ce processus : E propose un produit cible (5) qui se destine à C. La figure marquée (6) définit symboliquement un comportement dynamique. La pratique de consommation de C se reverse directement vers E en termes de retombées directes (financières par exemple) mais permet aussi des possibilités d'évolution en fonction du nombre d'achats, des remarques de C : donc en fonction du COMPORTEMENT dynamique de C. Dans tout ce processus / ce mouvement, nous sommes donc dans une relation directe entre E et C par rapport à un produit marqué identitairement et dont la symbolique est négociée / reçue / perçue / vécue en permanence par les deux sphères agissantes : E et C.

Nous sommes dans un espace de communication (selon le modèle circonsphérique proposé dans le chapitre 2) fait d'**échanges** et de **négociation(s)**. En effet, l'entreprise propose un produit sur la base d'un repérage de besoin chez un potentiel de consommateurs. C'est d'ailleurs aussi pour cela que l'entreprise Laurent Coïc n'a pas commercialisé ses produits en dehors de la région. Même si gustativement, il n'y avait pas de problème à le faire (le produit est suffisamment élaboré pour justifier d'une qualité gustative certaine), les besoins étaient repérés en Bretagne et suffisants pour développer l'activité. Les produits correspondent à un besoin ciblé. Le consommateur échange, c'est-à-dire répond à l'entreprise par l'achat du produit. L'entreprise échange à son tour : elle écoute le consommateur, elle observe la pratique d'achat et l'évolution du besoin, ce que nous retrouvons dans le point (6) du schéma précédent.

Nous avons affaire à un processus dynamique en continu, que rappellent un certain nombre de nos informateurs. Monsieur Long (directeur de l'entreprise Brialys à l'époque de l'entretien) explique que l'assurance du consommateur, fondée sur un principe de croyances, de valeurs, de reconnaissance, est illusoire. Il rappelle aussi que les entreprises ne peuvent pas sticker n'importe quel produit de basse qualité puisque de fait, si le consommateur est déçu, les représentations qu'il a des produits identifiés comme bretons peuvent tout aussi bien se renverser et desservir l'ensemble de ces produits :

ML : on fait beaucoup d'efforts pour essayer de garantir la qualité euh (de ne pas reléguer) n'importe quel produit dans les entreprises³¹³

Pierre-Louis Bescond renvoie lui aussi cette idée par l'expression « ne pas faire du breizhou à tout crin ». Nous noterons les représentations présentes dans cette idée : selon notre informateur, l'abus, la surreprésentation de la langue et de tout autre symbole breton finit par desservir la signification (et la valeur) de la présence de ces éléments en entretenant l'idée d'une symbolique qu'on impose, en masse, pour qu'elle fonctionne. La réaction de Monsieur Bescond, qui ne semble pas hostile mais réservé / prudent par rapport à l'affichage symbolique, indique que trop de représentation bilingue et symbolique reviendrait à créer du « breizhou » et à enfermer la Bretagne dans ses stéréotypes négatifs :

SS: y'a une spécificité que vous souhaitez quand même garder 'fin < ?>
PLB : bien sur bien sur <→> non mais c'est pour ça j'veux dire **on peut pas faire n'importe quoi** <↑> **on peut pas faire tout et son contraire** mais moi j-je considère que bon coop breizh est en Bretagne j'ai envie dire c'est marqué d'ssus euh **c'est pas pour autant qui faut faire du=du BREIZhou à tout crin** quoi j'crois que c's'rait une erreur terrible de=de=de refermer comme ça³¹⁴

Il faut éviter l'image « folkloriste », dans le sens négatif qu'on lui prête parfois, pour conserver une certaine crédibilité et une image de qualité. La portée des symboles qu'on affiche passe par les supports qu'on emploie, le « soin » qu'on apporte à leur présentation et l'évitement d'une banalisation qui les défavoriseraient dans la valeur que les usitaires y accordent. Nous pourrions dire que nous oscillons entre une sorte de logique éthique et une logique économique. En effet, et pour prendre un autre exemple, Monsieur Yves Le Moullec (directeur de l'Union des Coopératives Laitières Bretonnes - UCLAB)³¹⁵ explique que commercialement, la marque Paysan Breton marche bien. Elle est bien implantée en Bretagne et en région parisienne. Pour rappel, l'entreprise ne vend pas les produits, elle les commercialise par Coopagri et Even. Le beurre est vendu sous la marque Paysan Breton (2^{ème} marque nationale) mais

³¹³ Cf. DVD, Ecouter, Michel Long, chapitre 3 (les trois parties du chapitre 3) ou Entretien intégral : 11.34-12.32.

³¹⁴ Cf. DVD, Ecouter, Pierre-Louis Bescond, chapitre 15 ou Entretien intégral : 30.20.

³¹⁵ Entretien semi-directif non enregistré, déroulé le 08 novembre 2002 à Landerneau entre Yves Le Moullec, Sandrine Stervinou, Emmanuelle Callac et Roseline Le Squère.

également sous des Marques de distributeurs (MDD). Le nom et la présentation du produit lui donne un côté artisanal³¹⁶. Il rappelle que la situation est paradoxale « puisqu'il y a d'un côté l'image d'un produit artisanal et de l'autre les gens ne sont pas si naïfs. Ils savent que ce n'est pas la fermière qui fait le beurre à la louche. Et quelque part, l'entreprise entretient pourtant ce côté rêve et ne cherche par exemple pas à faire visiter son usine de peur de le briser. » Aussi, le processus n'est naïf ni du côté de l'entreprise ni du côté du consommateur et pour autant, le jeu des représentations semble être entretenu par les deux agissants, émetteur et récepteur, pour maintenir l'idée d'un produit, d'un achat et donc d'une consommation de qualité, respectant un ensemble de valeurs véhiculées par des symboles visuels qui le font croire et admettre. Évidemment, la qualité gustative du produit en question doit être suffisante pour maintenir elle aussi la représentation d'une consommation de qualité.

Le consommateur est sensible au produit « breton », pour ce qu'il représente. C'est ainsi que Monsieur Le Moullec rappelle que « ce n'est alors pas une nécessité de mettre par exemple « la marque » PEB sur le produit. Et puis pour le beurre « Paysan breton », il y a plus que la marque : il y a le nom, certes, mais il y a aussi le logo, la forme ». Nous précisons qu'il n'y a pas eu d'étude marketing / de plan de communication quant à la symbolique de ce nom. Il s'agit d'un « concours de circonstance », selon l'expression de l'informateur. « Paysan breton » existait déjà avec le journal éponyme et une personne de l'équipe de l'UCLAB, Didier Gestain, a eu l'idée de le mettre sur du beurre. C'est Yves Le Moullec qui a eu l'idée de mettre du papier vichy. Pour la forme (le moulage du produit : découpage en dentelle), c'est Pierre Pouchou qui en a eu l'idée en 1976/1977. Aussi c'est une proposition d'équipe qui a permis de créer ce produit reprenant un certain nombre de symboles bretons : le nom, le triskell, la carte de la Bretagne, le rappel (discret) d'un paysage mêlant campagne et mer.

À ce jour, nous n'avons par exemple pas d'informations disponibles sur l'impact que le symbole culturel breton peut avoir sur la représentation du goût et de la qualité effective d'un produit identifiable comme breton chez le consommateur. Cette subtilité, ou plutôt ce degré d'imperceptible, d'insaisissable fait partie du processus, quoi qu'il en soit. Au delà des schémas de consommation fondés sur l'habitude, les représentations connues, etc., cette part implicite liée au perçu / vécu de l'individu, usitaire, consommateur, citoyen, etc. ; cette part d'impalpable rentre aussi en compte dans les mécanismes et les comportements face à l'achat. Ce sont les représentations générales qui associent un certain nombre de critères aux valeurs d'un produit identifié comme breton. Car il s'agit aussi de ça, de pouvoir identifier le produit par des symboles types, des caractéristiques types.

Je ne montre absolument pas que le consommateur se trompe ni même qu'il y a tromperie depuis l'apposition du logo PEB, d'un nom à consonance bretonne ou tout autre symbole. Je ne porterai pas de jugement sur ce processus mais effectue simplement quelques constatations analytiques d'un ensemble de comportements de l'entrepreneur jusqu'au consommateur, qui finit par devenir un échange que l'un et l'autre des interactants construit avec son propre système de valeurs et de

³¹⁶ Cf. DVD, Voir, Les étiquettes, la publicité, PB 48 : « Paysan breton, La galette ». Le produit représenté n'est pas une plaquette de beurre mais un fromage. L'ensemble de la gamme Paysan Breton a la même présentation : un visuel composé de vichy rouge et blanc, le nom de la marque avec le triskell.

représentations pour au final, permettre de produire un acte d'achat qui satisfait un client X ou Y et qui lui donne dans certains cas l'impression de valoriser une part de son identité.

La notion de **valeur** est importante dans ce processus et permet aussi de mettre en lumière les liens qui existent entre la mise en avant d'éléments culturels dans un processus qui se veut, d'une manière ou d'une autre économique. Autant les valeurs sont unanimement corrélées aux représentations que chaque individu a du Monde qui l'entoure, comme je l'indique dans la partie 2 (p. 148), autant les valeurs sont aussi des éléments repérés par les individus se plaçant davantage du côté de la logique économique pour essayer de viser la sensibilité, rendre évocateur pour le consommateur un certain nombre d'éléments et viser ainsi un comportement, un achat permettant de remédier à un besoin insatisfait.

De manière générale nous pourrions retenir une grande similitude entre les milieux professionnels concernant les motivations d'affichage. L'affichage bilingue et symbolique, sous des formes bien diverses, procède des mêmes motivations, des mêmes modes de fonctionnement. Les informateurs interrogés, et pour certains, pour leur adhésion à Produit en Bretagne (entre autres)³¹⁷ et l'apposition qu'ils font du logo sur les produits qu'ils commercialisent ont une similarité avec les informateurs qui témoignent de la politique linguistique d'une ville ou de la mise en place d'une signalétique bilingue interne et / ou externe à un bâtiment, un supermarché, etc. Nous sommes dans un **processus unique de valorisation** avec des spécificités liées aux domaines d'activités. Aussi, par l'usage de la langue régionale et les représentations symboliques de la Bretagne dans leurs productions d'affichage, chacun y voit un intérêt valorisant pour son produit, son entreprise, son institution.

c. Signalétique bilingue et attractivité du territoire

La valorisation d'un produit ou d'une entreprise ou d'une institution contribue à la valorisation plus générale du territoire sur lequel ces entités existent, sont produites, commercialisées, etc. L'une fait écho sur la seconde et contribue à favoriser les représentations positives du territoire concerné. Mais, de manière plus globale le territoire peut être aussi un objet de valorisation, dans son ensemble. Il peut être considéré comme un produit. Mais l'appellation « produit » signifie dans ce sens non pas un bien de consommation comme cela a pu l'être dans les cas précédents mais un tout résultant d'un processus de valorisation, lui conférant un pouvoir marchand et une représentation d'attractivité visant des principes économiques et culturels.

L'attractivité de la ville semble donc pouvoir passer par le biais de la signalétique bilingue et symbolique.

³¹⁷ Je rappelle que les informateurs du groupe restreint sont présentés brièvement en tenant compte de leur activité professionnelle, pp. 315-316.

Nous avons pu constater que l'impact commercial de PEB semblait ne pas être négligeable pour les entreprises adhérentes. Lorsque les centrales d'achat et/ ou les grandes enseignes de super ou hypermarchés demandent à ce que des opérations commerciales à thème soient proposées par les marques, PEB représente un atout car cela permet de pouvoir fournir, dans le cadre de cet événement, un réseau d'entreprises et une marque (PEB représentée par son logo) qui rassemble le réseau. PEB représente un ensemble complet que l'enseigne commerciale va pouvoir utiliser pour un événement ciblé³¹⁸.

Cette marque ombrelle crée une sorte de cohérence entre tous les produits proposés. La motivation économique est donc clairement exposée dans ce contexte et est également énoncée par d'autres informateurs non seulement du monde de l'entreprise mais également du monde politique. En effet :

RR : tout c'que je fais et c'que j'vais faire encore puisque j'ai d'autres projets en cours de=de finition de * d'étude ** en signalisation de financement également * je f'rai en sorte que des projets tels que que j'ai soumis à Jean-Pierre Thomin et au président du conseil général par exemple j'suis sur une stratégie d'panneaux d'entrée <↓> moi j'utiliserai toujours euh une trame une trame culturelle historico culturelle **implicite avec des liens économiques** parce que ça doit être récurrent ça doit toujours aller d'paire pour moi c'est même si là bon j'le dis pas à chaque fois mais à chaque fois que j'écris quelque chose que j'propose quelque chose j'ai un p'tit dossier du monde économique d'industries du coin qui disent que ceci ceci ceci ³¹⁹

Lorsque le lien à l'économie n'est pas explicitement indiqué et intégré par l'institution émettrice, elle est implicite et les informateurs le relèvent d'une manière ou d'une autre. Ici Romuald Renaud (mairie de Pornic, département de la Loire-Atlantique) insiste sur le fait que pour toute demande de signalisation bilingue, le lien avec le monde économique, donc le lien vers les atouts que peut apporter ce genre de démarche, est fait.

RLS : dans votre esprit le côté euh culturel était à l'avance et par évidence lié au côté économique < ?> ou pas < ?>

RR : pour moi oui < !> pour moi c'est INdissociable=indissociable mais parce que je / c'est lié à une :=une éducation <↑> c'est lié à une profession <↑> et puis euh quand vous avez un goût profond et moi aussi si vous voulez mais pour moi c'est clair et j'veux pas parler de mondialisation évidemment donc on peut aller jusque là mais y'a pas besoin de mettre en place une trame mondialiste <↑> pour se dire que euh les=les marchés sont tels les difficultés euh sont telles que on vend plus en tout cas mieux ou à d'autres marges quand on vend localisable et ou identitairement reconnu et pour moi c'était évident=évident ³²⁰

³¹⁸ Cf. DVD, Ecouter, Michel Long, chapitre 3 (les trois parties du chapitre 3) ou Entretien intégral : 12.34.

³¹⁹ Cf. DVD, Ecouter, Romuald Renaud, chapitre 17 ou Entretien intégral : 1.04.56 à 1.05.45.

³²⁰ Cf. DVD, Ecouter, Romuald Renaud, chapitre 10 ou Entretien intégral 36.38 à 37.29.

Les liens entre la culture régionale bretonne et l'économie régionale sont unanimement reconnus par les informateurs interrogés par entretiens semi-directifs mais aussi par 25% des informateurs interrogés par le biais du questionnaire diffusé dans le journal Ouest-France, soit 31 informateurs, alors que 4 informateurs seulement sur les 112 interrogés par le deuxième questionnaire (population jeune étudiante) relèvent un attrait touristique et par extension économique à l'affichage bilingue.

Tous les informateurs (par entretiens semi-directifs) relèvent plus ou moins explicitement que l'affichage de la langue bretonne, la mise en avant de l'appartenance d'un produit, d'une entreprise, d'une institution, d'une ville à la région Bretagne est un facteur de développement de manière plus ou moins direct selon les cas. Gwénaél Debray explique comment au sein du Festival Interceltique de Lorient (FIL), la volonté de mettre en place un affichage bilingue contribue au développement du Festival.

RLS: et vous pensez qu'il pourrait y avoir une motivation euh économique aussi euh derrière cette envie de :=de bilinguisme < ?>

GD: ben il y a alors là après c'est une **supposition** euh je / est-ce que=est-ce que **par rapport à la région en termes de subventions** y a=y a que'que chose c'est possible mais j'ai pas=j'ai pas la réponse et euh j'peux pas=j'peux pas j'en sais rien c'est une possibilité mais **ça s'rait la seule possibilité** en fait parce que derrière ça y a pas on / le festival n'aura pas plus ou moins d'argent en fonction des signalétiques y a **pas d'impact économique direct** sauf si euh mais ça c-c'est en coulisse 'fin j'ai pas j'en sais rien peut-être qu'en coulisse la région met un petit peu la pression pour que il y ait plus de bilinguisme en contre partie de subventions mais je pense que y a que Jean-Pierre Pichard peut-être le président du festival Jean-Charles Maurice qui peuvent le savoir tout ça³²¹

Nous observerons dans cet extrait que les retombées économiques ne sont pas mises de côté. Même si l'effet de la signalétique bilingue est envisagé de manière implicite par l'informateur, quelques éléments nous indiquent qu'elles existent. Lorsque les informateurs ont pu parler de retombées économiques liées à la mise en avant de la symbolique bretonne dans l'espace public, cela a pu être de manière prudente voire pudique car la problématique culture et argent (le développement économique est représenté par les informateurs principalement sous la question financière), par extension sans doute culture et profit, sont deux entités que les informateurs ne placent pas sur la même échelle, sauf pour Romuald Renaud qui dans l'extrait précédent : RR : *pour moi oui < !> pour moi c'est **INDISSOCIABLE**=indissociable mais parce que je / c'est lié à une :=une **éducation** < ⤴ > c'est lié à une **profession** < ⤴ > ; insiste sur l'inséparabilité voire l'inhérence d'un fonctionnement simultané de ces deux entités, qu'il explique par une éducation, par sa propre culture donc. Concernant ce sujet, les informateurs n'hésitent pas ou rarement à relever de manière générale, c'est-à-dire en englobant tout ce que peut représenter la culture (et il s'avère que cela correspond très souvent à l'activité de spectacles ou à l'activité littéraire au sens large) que la culture ne peut pas fonctionner sans l'économie et l'économie ne peut pas fonctionner sans la culture. Globalement*

³²¹ Cf. DVD, Ecouter, Gwénaél Debray, chapitre 19 ou Entretien intégral : 35.15.

L'approche que les informateurs ont de la culture et ce tous milieux professionnels confondus correspond à une vision assez élitiste (leur vision élitiste mais qu'ils transmettent) du domaine culturel. Il s'agit de la culture vue comme un ensemble de produits issus du domaine du patrimoine intellectuel (hors productions artisanales et industrielles) : le plus souvent les productions artistiques, ce qu'on pourrait alors nommer les produits finis qui appartiennent au patrimoine du lieu, du secteur où ces activités sont mises en place. C'est le cas d'Edmond Hervé qui parle de « pluralisme culturel » et n'évoque en parlant de culture que les festivals de musique et le domaine de la littérature et la même chose pour ce qui concerne la culture bretonne. Toutefois :

EH : en politique pour faire vivre des valeurs lorsque vous vous engagez dans la vie politique tout du moins moi c'est ma conception vous cherchez à=à créer des solidarités et à=à euh essayer d'élever individuellement et collectivement les personnes et la source de=de cette / de ce dynamisme de=de de cette : * de cette démarche pour élever individuellement et collectivement les uns et les autres c'est effectivement la culture euh la **culture** en tant que **connaissance** en tant que **partage de la connaissance** en tant que **développement de la connaissance**³²²

Nous relèverons ici que la culture est aussi associée à la connaissance. La culture permet de transmettre, permet de partager. Mais dans le discours d'Edmond Hervé, ce sont les productions culturelles qui le permettent puisqu'il envisage la culture comme un service public, en reprenant la thèse de Jean Vilar (homme de théâtre, metteur en scène, créateur du Festival d'Avignon en 1947) :

EH : je me reconnais totalement dans les thèses de Jean Vilar je ne sais pas si vous avez étudié cette thèse de Jean Vilar

RLS : non

EH : par rapport au théâtre et au service public euh Jean Vilar considérait que le théâtre est un service public considère que la culture est un service public au sens général du terme et Jean Vilar dans un souci de pédagogie disait toujours euh qu'il ne doit pas y avoir de non public alors je sais que l'expression non public n'est pas une expression très belle mais il voulait dire par là que **euh toute la population devait avoir accès au théâtre et accès à la culture de manière générale**³²³

C'est bien de culture dans le sens de produits, de biens ou de services culturels qu'il s'agit ici moins qu'un continuum de compétences, de connaissances (les deux étant complémentaires). Dans le cas de la signalétique bilingue, lorsqu'elle est envisagée comme un élément culturel, la langue régionale est un élément très important puisqu'elle permet la transmission des connaissances et des compétences, et qu'elle est porteuse des schèmes culturels du groupe. Effectivement les objets de la signalétique peuvent être considérés comme des produits puisque ce sont des éléments finis, des

³²² Cet extrait correspond à la version enregistrée de l'entretien qui s'est déroulé entre Edmond Hervé et moi-même.

³²³ Idem.

matériaux posés dans l'espace public pour remplir leurs fonctions initiales. Or intrinsèquement le panneau de signalisation (pour ne prendre que l'exemple de cette forme de signalétique) n'a pas pour fonction de transmettre de la culture, de transmettre de la connaissance culturelle ni de la connaissance linguistique. Pourtant, lorsque la langue régionale s'affiche sur ce type de support, elle est, combinée à l'environnement (le panneau mais surtout l'espace tout entier dans lequel il s'insère) un objet de transmission culturelle, d'apprentissage culturel et linguistique. Au delà du fait que cela puisse conduire l'usitaire dans l'erreur, par exemple quand l'usitaire lit :



Photo 66. Panneau d'entrée d'agglomération, signalisation français-breton, commune de Guidel, département du Morbihan, type EB10

La forme « Ar Pouldu Gwidel » ne constitue pas la traduction de Guidel-plages mais reprend le nom qui désigne « le lieu-dit » en fait appelé en français le Bas-Pouldu, correspondant à l'anse qui sépare le Finistère du Morbihan (le Bas-Pouldu, commune de Guidel, Morbihan est situé juste en face du Pouldu, commune de Clohars-Carnoët, département du Finistère). Étant donné la prééminence des formes d'affichage en breton traduisant des formes françaises, l'usitaire est incité à penser que l'affichage fonctionne systématiquement de la sorte. Or en ce qui concerne les toponymes, les formes bretonnes sont le plus souvent le rétablissement des formes originelles (toute bataille d'orthographe mise à part) et c'est le français qui est une traduction. En ce sens la langue régionale apporte des éléments de connaissance sur le lieu, le nom originel qu'il porte, sur la langue bretonne, etc. Le panneau de signalisation devient ainsi le lieu de transmission de la culture bretonne, en passant par la langue. Car au delà de la langue et des éléments que les uns et les autres, spécialistes ou non de la question linguistique³²⁴, vont pouvoir acquérir, un certain nombre de symboles sont aussi véhiculés dans cet affichage et c'est bien la langue régionale qui est le vecteur de ces symboles. La motivation de transmission culturelle est citée plusieurs fois par les informateurs, j'y reviendrai ultérieurement.

³²⁴ Si je suis novice vis-à-vis de la langue bretonne, les panneaux me permettent d'apprendre quelques mots de breton. La mise en forme des panneaux permet de reconnaître un certain nombre de mots. Si je suis spécialiste de la langue bretonne le travail de mise en place d'un affichage bilingue, essentiellement dans le cas des toponymes, me permet de reconnaître les formes originelles des noms et par mes connaissances je peux en déduire quelques éléments d'histoire du lieu par exemple. Dans ces conditions, l'affichage est donc un moyen de connaissance et de partage des connaissances.

Les liens entre culture régionale et développement économique ne sont donc pas toujours exprimés directement mais

RLS: oui oui mais donc selon vous <↑> potentiellement il pourrait peut-être y avoir des euh des=des impacts plus indirects sur euh sur les résultats en fait ça pourrait avoir des retombées indirectes sur le fil malgré tout <?>

GD: plus en termes d'image en fait pas=pas =pas au point de vue économique mais bon euh **l'image** j'crois a **son importance** aussi et euh **c'est lié** mais euh de là à le quantifier ce serait euh à mon avis **très difficile de quantifier les r'tombées économiques euh en termes d'image c'est euh c'est évident**³²⁵

Dans cet exemple, Gwénaél Debray réindique qu'il ne peut pas y avoir de liens directs entre une signalétique bilingue dans l'espace du FIL et des retombées économiques. Or nous relèverons qu'à la fin de l'extrait, il exprime que les retombées « en termes d'images » sont évidentes. Nous sommes précisément dans la problématique des liens entre culture et développement économique. L'image d'un produit, d'une entreprise, d'une ville, d'un secteur géographique est un élément essentiel à son développement. Lorsqu'on promeut l'image du FIL par exemple par le biais d'un affichage bilingue, on en promeut également son attractivité. Et rendre attractif le FIL est un principe de développement, de profit pour que les activités du FIL se développent. La mise en place d'un affichage bilingue dans ce cas est donc liée à une certaine motivation économique, en plus d'une batterie d'autres motivations exprimées. Il faudra retenir dans cet exemple, comme dans d'autres que l'informateur ne place pas la motivation économique en premier plan et la détourne, sans la nommer, par des relevés indirects de facteur de développement.

Puis, l'image d'une ville sert aussi à tisser du lien social, créant une certaine possibilité de proximité entre les personnes. Le lien social vécu, ressenti par la population peut être un facteur attractif lui aussi et devenir par extension un facteur de développement. Et comme l'exprime Loïc Le Meur :

LLM : nan mais attendez on a nous qu'est-ce que l'on est nous <?> d'abord <↑> c'est une commune où on vient vivre ses us et loisirs <↓> une commune touristique après <↓> donc **faire partager** euh ce qu'est l'identité d'une commune avec celui qui vient d'ailleurs <↑> c'est lui donner plus envie d'la connaître donc de rester là donc d'aller=d'aller s' promener d'aller faire les chemins d'aller euh on a ouvert combien nous 50 km de ch'mins nouveaux en plus de ceux qui avaient auparavant <?> c'est 45 je crois <↓> pour être juste bon c'est=c'est **faire appréhender** ce=ce qu'est ce territoire donc évidemment par conséquence **quand ils marchent ils consomment** parce qu'ils se baladent avec un litre et demi d'eau donc derrière **y'a des effets d'entraînement** qu'on cherche à faire mais=mais c'est d'abord bon ça c'est le côté j'prêche pour ma cantine mais y'a évidemment cette idée là d' se

³²⁵ Cf. DVD, Ecouter, Gwénaél Debray, chapitre 19 ou Entretien intégral : 36.14.

dire ben on est pas si mal ici on peut essayer d'être sur cette commune on a plein de choses à faire³²⁶

L'effet d'entraînement est indiqué par l'informateur de manière très explicite. La vie d'une ville ou de tout autre espace ne peut pas se mener mécaniquement à partir du moment où ce sont des personnes, des humains usitaires qui en prennent le contrôle. Même si des règles préexistent, des règles de vie, des règles sociales, des normes, des habitudes, et si celles-ci font en agir les acteurs (tel que peut le démontrer l'emploi de plusieurs factitifs dans les discours des informateurs), il n'empêche que le fonctionnement d'un espace tel que la ville passe par une association en continu des principes, dits règles sociales, pré-établies et les acteurs qui s'en servent peuvent les utiliser, les défaire, les reconstruire en vivant les uns avec les autres au cœur de cette circonsphère. L'effet d'entraînement dont parle Loïc Le Meur témoigne d'une chaîne d'actions basée sur l'identité que les élus de Ploemeur veulent donner à la ville. L'essor de la ville de Ploemeur s'est fait par un environnement propice au développement du tourisme. Certains espaces ont été construits, d'autres aménagés pour que les personnes ayant l'habitude de profiter des espaces de la commune puissent continuer à le faire et pour que d'autres personnes y soient attirées. L'élus interrogé souhaite que la ville soit le lieu où l'usitaire puisse évoluer selon les règles sociales mais aussi selon les siennes propres, donc un espace où chacun puisse être libre (« d'abord <↑> c'est une commune où on vient vivre ses us et loisirs <↓> »). Puis pour le développement d'une des activités essentielles de la commune, le tourisme, l'action concrète de mise en place d'un parcours de promenade(s) est le moyen expliqué par l'informateur de « faire appréhender ce qu'est le territoire » de Ploemeur. Deux factitifs sont à relever dont le premier est renforcé par l'usage de la préposition « avec ».

Les fonctions d'une préposition peuvent être déterminées de deux façons : premièrement, par rapport aux deux termes linguistiques qu'elle relie et deuxièmement, par rapport au terme qu'elle régit.

Ici la préposition « avec » a valeur d'accompagnement, de réunion, renforçant l'idée du factitif « faire partager ». Le sujet (la ville représentée par les élus qui déterminent des actions concrètes) fait faire l'action aux usitaires, construit l'espace pour faire faire aux usagers et toujours dans un esprit de développement tel que la démonstration de Monsieur Le Meur le laisse entendre (« quand ils marchent ils consomment »).

À nouveau, même si les élus désirent par ces actions faire que la commune soit un lieu de rassemblement, soit un lieu de vie fréquenté et qui se développe, cela ne peut pas se passer mécaniquement. Pour reprendre la métaphore du supermarché de Bruno Latour³²⁷, l'environnement dans lequel on évolue tous n'est pas un supermarché dans lequel on irait choisir un moment de détente au rayon promenades ou chercher du lien social dans un rayon éponyme. C'est un ensemble complexe dans lequel les individus évoluent mais surtout (de manière large) parce qu'on les fait évoluer.

³²⁶ Cf. DVD, Ecouter, Loïc Le Meur et François Mersch, chapitre 8 ou Entretien intégral : 24.30.

³²⁷ LATOUR, Bruno, 2006, p. 93.

La problématique culture régionale et développement économique est donc ici claire : la langue bretonne est un élément qui remportant d'office une certaine adhésion auprès de la population est utilisé comme un élément fédérateur d'identité, de cohésion, un élément qui crée une certaine proximité entre les personnes, elle peut donc même interagir dans le domaine de l'intime mais contribue au développement de l'espace dans lequel elle se trouve.

Très clairement, la recevabilité et le degré d'adhésion donnés par un individu, à l'affichage bilingue, vient et n'existe que par le sentiment d'appartenance à l'identité bretonne que celui-ci en a. Si l'individu perçoit un sentiment d'unicité (c'est-à-dire qu'il se sent renforcé dans son appartenance à l'identité bretonne d'un groupe), au contact fréquent, voire quotidien, de cet affichage bilingue, celui-ci sera très favorable à l'ensemble de l'affichage bilingue, car le processus d'identification de l'individu au groupe dit « breton », et reconnu pour son appartenance à cette identité représentée comme « bretonne », est enclenché et permet d'être un élément favorable à la construction du sentiment positif de « soi ».

L'identité n'est pas quelque chose de figé. C'est un processus dynamique, en perpétuelle construction, voire reconstruction. Certains théoriciens actuels parlent même de « stratégies » :

L'identité n'est pas une donnée mais une dynamique, une incessante série d'opérations pour maintenir ou corriger un moi où l'on accepte de se situer et que l'on valorise.³²⁸

Le discours des informateurs est pour cela très clair. Même s'ils ne l'expriment pas directement, sauf certains, la motivation économique est toujours présente. Donc la lisibilité culturelle que souhaitent les équipes politiques en place, sous couvert de la réhabilitation et de la protection d'un patrimoine culturel et linguistique, relève d'un ensemble d'enjeux sociaux, politiques et économiques.

3.1.7 Une courte synthèse

Les motivations d'affichage bilingue et symbolique des langues régionales de Bretagne sont liées aux parcours individuels : personnels et professionnels des décideurs institutionnels bretons. Le contenu des interactions l'a largement montré. La place du « je » dans l'argumentation est essentielle car l'usage de ce pronom (et de ses formes dérivées), l'utilisation du champ sémantique du ressenti ainsi que les exemples et anecdotes personnelles ont permis de situer les informateurs dans leur rapport complexe à l'environnement culturel breton.

Les représentations que les informateurs ont des langues régionales, de la région Bretagne, de la culture bretonne sont liées à leurs parcours individuels.

³²⁸ MUCCHIELLI, Alex, 1986, p. 97.

L'encouragement et la valorisation de la signalétique symbolique se font en conséquence. La volonté d'agir passe par une certaine réflexivité complexe : le regard de soi dans l'action professionnelle, mêlée à l'intervention des représentations construites dans les parcours de vie des informateurs ainsi que les habitudes et les valeurs sur lesquels ils se fondent.

Un certain nombre de points communs relie les informateurs dans leur action d'affichage bilingue et symbolique :

- La valeur ajoutée économique ;
- La valorisation d'un produit, d'une activité, d'un lieu ;
- La valorisation du territoire breton ;
- Pas d'action directe (ou peu) visée en faveur de la langue bretonne.

Nous pouvons retenir une grande similitude entre les milieux professionnels concernant les motivations d'affichage. L'affichage bilingue et symbolique, sous des formes différentes, procède des mêmes motivations, des mêmes modes de fonctionnement. Il s'agit d'un **processus unique de valorisation** comportant des spécificités liées aux domaines d'activités (institution publique, entreprises, etc.).

3.2 Le regard de la population sur l'affichage bilingue en Bretagne? Analyse d'enquêtes auprès du groupe général

Nous avons pu voir que les motivations d'affichage bilingue étaient principalement liées à une volonté de valorisation des territoires sur lesquels les langues régionales s'affichent. Je n'ai pas interrogé les décideurs bretons de manière directe sur les publics auxquels s'adressent ces affichages. Spontanément la distinction entre les publics représentés comme permanents et ceux représentés comme plus ponctuellement présents est faite. La question du public n'est pas centrale dans le questionnaire mais est tout de même évoquée par les informateurs en entretiens semi-directifs, par exemple pour ce qui concerne les publics identifiés comme touristes ou les résidents permanents. La distinction entre ces « bénéficiaires » se fait par rapport aux rôles essentiels de l'affichage :

- Informer, attirer, valoriser (cela s'adresse plutôt aux touristes) ;
- Communiquer, provoquer ou développer du lien social (cela s'adresse plutôt aux résidents permanents).

Les destinataires de l'affichage ne sont pas ou très peu interrogés sur leurs souhaits par rapport à un affichage bilingue, dans le cadre d'une politique de ville par exemple. Pour comprendre le point de vue des usitaires, destinataires et utilisateurs de ces

affichages, deux enquêtes ont été menées. La première, par le biais du Ouest-France, où l'objectif était d'interroger un échantillon large, sans contrainte d'âge, de sexe, ni de catégorie socio-professionnelle. Cet échantillon aléatoire permet d'avoir un indice sur les catégories de personnes touchées par l'affichage, de comprendre ce qu'elles en disent et d'évaluer l'impact. Le second groupe, représentant la population jeune a été interrogé dans l'objectif de saisir également l'impact d'un affichage bilingue et les représentations que les informateurs en ont.

3.2.1 Qui sont les informateurs des groupes A et B ?

a. L'âge, le sexe et la catégorie socio-professionnelle

Le groupe A (Enquête Ouest-France)

	Non indiqué	Femme	Homme	Total
16 ans		1		1
22-29 ans		6	3	9
30-39 ans		5	8	13
41-49 ans		4	21	25
50-59 ans		10	18	28
60-69 ans		9	21	30
70-77 ans		8	6	14
80-82 ans		0	2	2
Non indiqué	2	2	1	5
Totaux	2	45	80	127

Le groupe B (enquêtes jeunes)

	Non indiqué	Femme	Homme	Total
18 ans		11	30	41
19 ans		12	21	33
20 ans		10	17	27
21 ans		1	6	7
22 ans		1		1
28 ans		1		1
31 ans		1		1
Non indiqué	1			1
Totaux	1	37	74	112

Pour le groupe A, 63% d'hommes ont répondu à l'enquête publiée dans le Ouest-France, et 35% de femmes.

Pour le groupe B, 66 % d'hommes ont répondu à l'enquête jeunes et 33% de femmes.

De manière générale, la proportion d'hommes interrogés est donc plus forte : 64,5%, contre 34.3% de femmes.

Concernant la variable de l'âge, nous remarquerons que ce sont plutôt des personnes âgées entre 40 et 70 ans qui ont volontairement répondu à l'enquête du groupe A. Le second questionnaire a donc permis de contrebalancer cette sur-représentation pour obtenir un écho des personnes plus jeunes : 18-20 ans, étant donné que cette catégorie n'a été représentée que par une seule personne (16 ans) dans le groupe A.

L'impact du format de diffusion de l'enquête et du sujet en lui-même est difficilement mesurable par catégorie d'âge (ou autres). Les seules données que nous pourrions retenir sont un taux de réponse satisfaisant par rapport au type de diffusion et un échantillon proportionné par catégorie d'âge, de sexe.

Concernant les catégories socioprofessionnelles,

Catégorie socioprofessionnelle	Groupe A	Groupe B	Commentaires
Étudiant	1	112	
Retraité	34		
Retraité enseignement	7		
Retraité Anciens cadres et professions intermédiaires	3		
Retraité Anciens employés et ouvriers	1		
Retraité Anciens agriculteurs et exploitants	1		
SOUS-TOTAL RETRAITÉS	46		
Enseignant, professeur, instituteur, conseiller d'éducation, formateur	15		Dont une enseignante de breton
Employé	14		
Commerçant et assimilé	1		
Profession de l'information, des arts et des spectacles	7		
Cadre autre	6		
Ingénieur et cadre technique d'entreprise	4		
Profession intermédiaire administrative de la Fonction Publique	4		
Sans profession	4		
Technicien	3		
Agent de service de la Fonction Publique	3		
Profession médicale et santé	3		
Agent de maîtrise	2		

Cadre de la fonction publique	2		
Demandeur d'emploi	2		
Employé administratif d'entreprise	2		
Chef d'entreprise de 10 salariés et plus	1		
Lycéen	1		
Mère au foyer	1		
Profession libérale	1		
Personnel des services directs aux particuliers	1		
Non communiqué	3		
TOTAL	127	112	

Les deux catégories de population les plus représentées sont les **étudiants** (100% du groupe B et 47.2% de l'échantillon total de population) et les **retraités** (36.2 % du groupe A et 19.2% de l'échantillon total de population). La sur-représentation de la première est due au fait que la variable de l'âge a volontairement été sélectionnée pour une enquête spécifique (groupe B).

b. Le lieu de résidence et le repérage de l'affichage bilingue

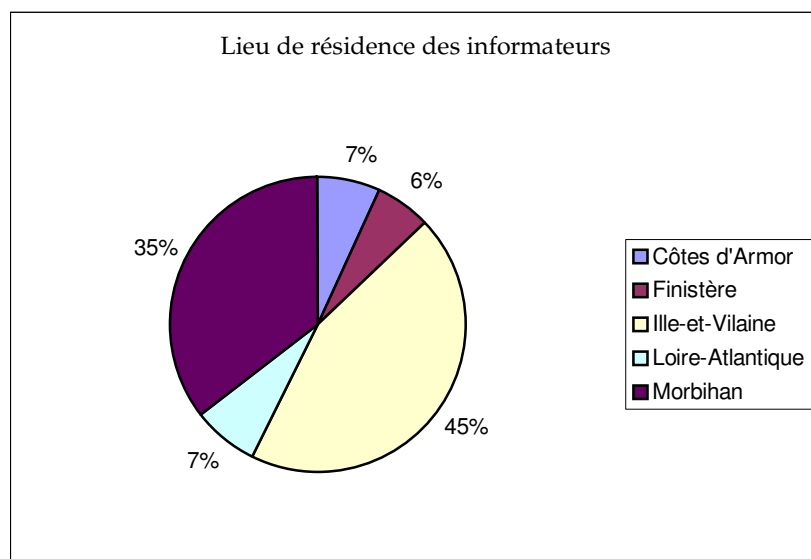
La présence de l'affichage est variable selon les lieux, selon les secteurs géographiques. En fonction de leur lieu de résidence principale, les informateurs sont plus ou moins sensibilisés à la langue régionale dans l'espace public.

Lieu de résidence (département français ou pays)	Groupe A	Groupe B	
Arzano (56)	1		
Betton (35)		1	
Bignan (56)		1	
Bren sur mer (85)	1		
Brest (29)	1		
Breteil (35)		1	
Bruxelles (Belgique)	1		
Bubry (56)	3		
Carantec (29)	1		
Caudan (56)	1		
Cesson-Sévigné (35)		6	
Châteaubourg (35)		1	
Chavagne (35)		1	
Donville Les Bains (50)		1	

Douarnenez (29)	1		
Etel (56)	1		
Fégréac (44)	1		
Grand-champ (56)	1		
Grâces (22)	2		
Guérande (44)	1		
Guidel (56)	2		
Guingamp (22)	1	1	
Hennebont (56)	4		
Inzinzac-Lochrist (56)	1		
La chapelle sur Erdre (44)	1		
Landevennec (29)	2		
Lanester (56)	3		
Langoat (22)	2		
Langonnet (56)	1		
Languidic (56)	1		
Lannion (22)	1	1	
Larmor-plage (56)	6		
Laval (53)		1	
Lézardrieux		1	
Lignol (56)	3		
Loctudy (29)		1	
Logonna-Daoulas (29)	1		
Lorient (56)	19		
Lunel (34, Hérault)	1 (résidence partagée avec Lignol (56))		
Melrand (56)	1		
Merlevenez (56)	1		
Montfort-sur-Meu (35)		1	
Moreac (56)	1		
Morlaix (29)	2	1	
Nantes (44)	6	1	
Orvault (44)	3		
Pacé (35)		1	
Paimpol (22)		1	
Plérin (22)	1		
Plescop (56)	1		
Ploemeur (56)	14		
Plouhinec (56)	4		
Plouvien (29)	1		
Pont-Saint-Martin (44)	2		
Pont-Scorff (56)	2		
Port-Louis (56)	3		

Quéven (56)	2		
Quimper (29)		1	
Quimperlé (56)	1		
Remungol (56)	1		
Rennes (35)	5	70	
St Armel (56)		1	
St Aubin du Pavail (35)		1	
St Brieuc (22)	3	2	
St Gilles (35)		1	
St Grégoire (35)		2	
St Herblain (44)	1		
St Jacques-de-la-lande (35)	1		
St Malo (35)		3	
St M'Hervon (35)		1	
St Sébastien sur Loire (44)	1		
St Thurial (35)		2	
Trebeurden (22)	1		
Thorigné-Fouillard (35)		1	
Treflez (29)	1		
Trinité sur Mer (56)	1		
Vannes (56)	1	1	
Vern-sur-Seiche (35)		2	
Vitré (35)		1	
Non communiqué	2	1	
Total	127	112	

La représentation par département breton est :



Les données chiffrées représentent les déclarations des informateurs sur leur lieu de résidence principale. Les départements du Morbihan et de l'Ille-et-Vilaine sont sur-représentés par le fait que l'enquête Ouest-France est parue dans le Morbihan et l'enquête jeune a sollicité des étudiants (pour le plus grand nombre) habitant Rennes et sa périphérie, dans le cadre de leurs études.

Concernant le groupe A :

Une très forte proportion d'informateurs habite la région depuis plus de 20 ans (74%). Volontairement, la question n'a pas été rédigée plus explicitement, par exemple « Depuis quand habitez-vous Lorient » ? La variable géographique est un élément d'analyse important. En effet, pas une fois n'est mentionné, dans l'enquête, le fait que je me suis intéressée spécifiquement à l'affichage bilingue dans la ville de Lorient. Même si l'article accompagnant l'enquête³²⁹ oriente de fait les lecteurs vers une enquête concernant « le pays de Lorient » et non la ville de Lorient, et si la publication en « page Lorient » pourrait laisser supposer que l'enquête ne concerne que l'espace délimité de la commune, cela n'est pas inscrit, de telle sorte que cela me permet de mesurer l'impact de l'affichage bilingue dans un espace plus vaste que la seule commune de Lorient. En effet, les lieux de résidence des informateurs permettent de se rendre compte qu'une très faible majorité des informateurs résident à Lorient ou dans l'une de ses communes voisines, c'est-à-dire Larmor-Plage ou Ploemeur.

La diversité des lieux de résidence permet de constater que l'impact de l'affichage bilingue, par le biais de la signalisation routière particulièrement, dépasse très largement le cadre géographique de l'enquête. Cela est un indice qualitatif important puisque signifiant que la signalétique bilingue est une pratique reconnue à travers toute la région Bretagne.

Le groupe A repère l'affichage : (les informateurs ont pu apporter plusieurs réponses en même temps)

³²⁹ Cf. présentation de l'enquête, p. 282.

- 65 informateurs, soit **51.2 %**, repèrent l’affichage bilingue sur les panneaux de **signalisation routière** (comprenant aussi la signalisation urbaine) ;
- 16 informateurs, **12.6%**, repèrent spécifiquement l’affichage bilingue sur les panneaux **d’entrée de ville** ;
- 14 informateurs, soit **11%**, repèrent l’affichage bilingue dans **magasins**, sur les **enseignes** ;
- 14 informateurs, soit **11%**, repèrent l’affichage bilingue sur les **affiches** (spectacles) ;
- 13 informateurs, soit **10.2%**, repèrent l’affichage bilingue sur et dans les bâtiments public. 2 informateurs le repèrent sur leurs lieux de travail ;
- 10 informateurs, soit **7.9%**, repèrent l’affichage dans la presse.

Les autres formes d’affichage sont repérées à la marge :

- associations : 7 informateurs ;
- écoles : 6 informateurs ;
- entourage : 6 informateurs ;
- télévision : 5 informateurs ;
- radios : 4 informateurs ;
- produits alimentaires : 4 informateurs ;
- banques : 3 informateurs ;
- affichage sauvage : 2 informateurs.

Concernant le groupe B :

69% des informateurs du groupe B déclarent dans la même enquête être originaires d’un des cinq départements bretons et avoir un lieu de résidence familial dans ce même endroit. Ces informateurs ont exprimé la perception et les représentations qu’ils ont d’un affichage bilingue à Rennes mais aussi en fonction de leur lieu de résidence familiale.

92 % des informateurs (103 personnes) déclarent vivre en ville (Rennes et ses proches communes, dont Cesson-Sévigné, qui est très proche de l’établissement dans lequel une partie des informateurs interrogés suit une formation). 23 % (24 personnes) d’entre eux déclarent vivre « à la campagne » (selon l’expression formulée) avec leur famille et en ville pour leurs études.

Les **informateurs** sont donc **plutôt urbains** et reconnaissent pour **42%** d’entre eux (47 personnes) être **confrontés** à la **langue régionale**, par l’affichage bilingue, dans leur environnement quotidien. 2 personnes précisent que le bilinguisme est plus important dans leur ville d’origine (où vivent leurs familles) : Quimper et Landerneau, 2 villes du département du Finistère. **54.4%** (61 personnes) des informateurs déclarent ne pas voir apparaître la langue régionale dans leur environnement ou **rarement**. 38% (23 personnes) de ces derniers souhaitent voir un affichage bilingue se mettre en place tandis 18% (11 personnes) ne le souhaitent pas.

Aussi, sur un échantillon de population majoritairement urbaine, les informateurs déclarent voir l’affichage bilingue : (les informateurs ont pu apporter plusieurs réponses en même temps)

- à l’**entrée des villes** (23 informateurs sur les 56 ayant répondu à la question 8³³⁰, soit **41%** et 51 informateurs ayant répondu à la question 13³³¹ de l’enquête sur la ville de Rennes, soit **45.6%**) ;
- sur les **panneaux de signalisation** (29 informateurs sur les 56 ayant répondu à la question 8, soit **26%** et 16 informateurs ayant répondu à la question 13 de l’enquête sur la ville de Rennes, soit **14.3%**).
- Sur les **publicités et affiches** : (11 informateurs sur les 56 ayant répondu à la question 8, soit **9.8%** et 1 informateur ayant répondu à la question 13 de l’enquête sur la ville de Rennes, soit **0.9%**).

Les autres formes d’affichage sont repérées à la marge :

- télévision : 6 informateurs ;
- bulletin municipal : 1 informateur ;
- journal : 1 informateur ;
- en gallo: entrée de ville et histoires contées : 1 informateur ;
- façade de bâtiment : 1 informateur ;
- produit alimentaire : 1 informateur ;
- vitrine de magasin : 1 informateur.

Dans le questionnaire sur la ville de Rennes, seulement 26 informateurs sur 112, soit **23.2%** repèrent le **métro** comme étant un lieu d’affichage bilingue.

Nous pouvons constater que la signalétique apparaissant sur les panneaux de signalisation est la plus repérée par les informateurs. La question 16³³² permet d’ailleurs de confirmer cela puisque de manière synthétique, 71 informateurs sur 112, soit 63.4%, repère la signalisation routière (comprenant les panneaux d’entrée de ville) comme étant le support où l’affichage bilingue est le plus présent. Les informateurs déclarent ensuite situer l’affichage bilingue sur les enseignes de magasins (26 informateurs, soit 23.2%) et sur les publicités (13 informateurs, soit 11.6%). Ces trois espaces étaient les exemples proposés pour aider les informateurs à répondre, mais sont aussi ceux repérés de manière plus précise dans les questions précédentes.

Nous noterons que 31 informateurs (soit **27.7%**) déclarent ne pas savoir s’il existe un affichage bilingue dans la ville de Rennes.

Cette donnée est nécessairement à prendre en compte car elle peut montrer que les représentations que les informateurs ont de l’affichage bilingue émanent d’un acquis

³³⁰ 8. Dans quels endroits la voyez-vous ?

³³¹ 13. Savez-vous s’il existe des panneaux bilingues dans la ville de Rennes ? Précisez dans quel(s) endroits(s), (rue, etc.). Quelle(s) langue(s) y apparaissent ?

³³² 16. Sur quels types de supports l’affichage bilingue apparaît-il le plus souvent ? (Panneaux publicitaires, panneaux de signalisation, enseignes de magasins, etc.).

collectif : le bilinguisme est une originalité bretonne, fait partie de l'espace public mais ils ne le repèrent pas précisément lorsqu'on les questionne sur un lieu déterminé.

Ils sont 14 informateurs (soit **12.5%**) à déclarer qu'ils n'y prêtent pas attention.

Les groupes A et B :

D'une manière générale, les informateurs des deux groupes repèrent l'affichage bilingue dans les mêmes lieux : panneaux de signalisation routière, entrée de ville, affiches. Ils estiment que l'affichage bilingue mérite d'être plus important. Ils estiment à presque part égale que l'affichage est mal (45 informateurs) ou plutôt adapté (50 informateurs).

100 informateurs, soit **41.8%** (82 du groupe A et 18 du groupe B) trouvent que l'affichage est **insuffisant**, et 45 (**35% du groupe A**) d'entre eux le trouvent aussi **mal adapté**.

37 informateurs, soit **15.5%** (13 du groupe A et 24 du groupe B) le trouvent **suffisant** et 10 d'entre eux (**7.9% du groupe A**) **plutôt adapté**. Nous pourrions dire que ces informateurs ne représentent qu'une **faible part** de l'ensemble **des enquêtés**. Cela peut signifier que même si l'affichage bilingue est vu d'une manière plutôt favorable dans l'ensemble, la façon dont la langue s'affiche ne convient pas forcément à la population, pour la majorité autochtone.

19 informateurs, soit 8% (11 du groupe A et 8 du groupe B), ne s'expriment pas sur ce point.

De manière générale, nous sommes face à un climat plutôt favorable à la reconnaissance de la langue bretonne, comme élément culturel majeur, dans l'espace public mais le sentiment d'appartenance à la culture bretonne ne passe pas forcément par la langue.

c. L'attachement à la culture bretonne

L'attachement à la culture bretonne est fort pour les deux groupes. À la question : « Êtes-vous attaché à la culture bretonne ? », les informateurs déclarent :

Réponse ³³³	Groupe A	Groupe B	Total
------------------------	----------	----------	-------

³³³ De manière détaillée :

GROUPE À Hommes

OUI= oui (64), beaucoup (3), extrêmement (1), très (2), très attaché (1)

Moyennement = plutôt (1), un peu (1)

Pas spécialement= pas spécialement (2), pas plus que cela (1)

NON = non (2)

GROUPE À Femmes

OUI= oui (40), beaucoup (2), très (1), très attaché (1)

NON = non (1)

	H	F	NC	H	F	NC	
Oui	71	44	2	30	17	1	165
Moyennement	2			9	7		18
Pas spécialement	3			8	3		14
Non	2	1		25	10		38
N'a pas répondu à la question	2			2			4
Total	80	45	2	74	37	1	239
	127			112			239

165 informateurs, soit **69 %** des deux groupes A et B se disent **attachés à la culture bretonne**. Aucune indication n'avait été fournie dans les enquêtes sur le mot « culture ». Cela permet aussi implicitement de vérifier les représentations des informateurs sur la culture bretonne, par ce qu'ils y rattachent..

Le **rapport à l'origine** des personnes est la raison principale de l'attachement à la culture bretonne exprimée par le **groupe B** : 26 informateurs sur 48, soit **23.2%**

- parce qu'ils sont nés en Bretagne (15 informateurs, soit 13.4%) ;
- parce que leur famille est bretonne (6 informateurs, soit 5.4%) ;
- parce que leurs origines sont bretonnes (5 informateurs, soit 4.5%).

Le rapport aux traditions : cuisine, musique, fêtes (et ambiance festive) ainsi que les paysages sont les raisons évoquées dans un second temps.

Dans le même sens, les 41 personnes, soit **36.6%**, qui ne se sentent **pas (particulièrement) attachées** à la culture bretonne l'expriment parce que :

- elles ne **connaissent pas** la culture bretonne ou ne s'y sont jamais intéressées : 23 informateurs, soit **20.5%** ;
- elles ne sont **pas bretonnes** (originaires d'une autre région ou exprimant qu'il n'y a pas d'histoire commune) : 15 informateurs, soit **13.4%**.

Le lien / l'attachement à la culture bretonne semble donc provenir d'une histoire commune pour la plupart des informateurs, d'un lien aux origines et liens familiaux des personnes. L'attachement au patrimoine que la culture représente est très fort. Conserver la culture semble être important pour une grande majorité des informateurs,

GROUPE B Hommes

OUI= oui (30)

Moyennement = un peu (6), plus ou moins (3)

Pas spécialement= pas spécialement (3), pas plus que cela (1), pas forcément (1), pas particulièrement (1), pas vraiment (2)

NON = non (25)

Ne répondent pas à la question : JE CONNAIS LA CULTURE (1), vide (1)

GROUPE B Femmes

OUI= oui (17)

Moyennement = un peu (3), oui et non (2), plus ou moins (2)

Pas spécialement= pas spécialement (2), pas vraiment (1)

NON = non (10)

GROUPE B NC

OUI = 1

groupes A et B réunis. Toutefois, la transmission de la culture est peu abordée dans le sens où le goût des uns n'est pas forcément celui des autres. Lorsqu'on dit transmettre une culture, on transfère la pratique d'une langue, la pratique de traditions, un état d'esprit, etc. Le plus souvent, cela se fait par une participation plus ou moins active des personnes qui transmettent et qui font alors connaître.

L'habitude dans laquelle se trouve certains informateurs est aussi une donnée à prendre en compte. Lorsque l'informateur est dans un contexte connu, vécu (ne serait que par des pratiques linguistiques occasionnelles en breton ou en gallo / patois), il a tendance à exprimer un attachement plus fort, à exprimer que la culture est un élément important et qu'il faut la conserver. J'ai pu mesurer cela un peu plus qualitativement pour le groupe B. On peut se rendre compte que le simple fait de traiter dans un cadre collectif et public (la situation de cours) la question de la culture bretonne par le biais de la signalétique bilingue, qu'on puisse avoir un échange autour de cela, semblait très étonnant pour la majorité des étudiants.

La culture bretonne n'est pas un sujet qui crée du lien entre les étudiants. Elle peut en créer dans le cercle intime des personnes (les amis de longue date, les amis en dehors de l'établissement de formation, la famille) mais pas ou peu en dehors. L'intérêt qu'un étudiant peut porter aux fest-noz n'est pas quelque chose qu'il exprime. D'ailleurs cela a valu certaines « railleries » à ceux qui ont pu laisser paraître leur attachement.

Nous retrouvons beaucoup de similitude avec le discours des décideurs de l'affichage. Eux-mêmes sont dans le domaine de l'intime et expriment le plus souvent leur attachement par un lien familial, d'origine. Le lien au passé est très fort pour l'ensemble des informateurs. Ils ne parlent pas ou très peu, que ce soit par entretiens semi-directifs où à travers les enquêtes de modernité. Ils parlent d'originalité mais qui rappelle les valeurs d'une culture ancienne. La culture bretonne est donc le plus souvent synonyme de patrimoine, d'héritage, de traditions.

d. Le taux de pratique

Concernant l'évaluation du taux de pratique du breton³³⁴ et du gallo³³⁵ déclaré par les informateurs des groupes A et B :

- 110 informateurs, soit **46%**, ne sont **pas locuteurs**.
- 70 informateurs, soit **29.3%**, sont **locuteurs** (« moyennement » à « très bien »), et 14 d'entre eux, soit **5.9%** de la totalité **des informateurs**, ont **moins de 30 ans**. Les locuteurs déclarés les plus nombreux ont majoritairement plus de 50 ans. Mais ce sont aussi eux qui ont été les plus nombreux à répondre à l'enquête, pour ce qui concerne le groupe A.
- 55 informateurs, soit **23%**, déclarent avoir des pratiques occasionnelles (« quelques mots » et « un peu ») et ont ajouté pour une grande partie d'entre eux, que ces pratiques avaient lieu plutôt dans le cadre privé, pour plaisanter ou pour nommer des choses usuelles.

³³⁴ Le groupe A est interrogé exclusivement sur la pratique du **breton**.

³³⁵ La désignation de la langue est laissée libre au groupe B, qui parle d'ailleurs davantage de patois que de gallo.

Concernant l'évaluation du taux de compréhension du breton déclaré par le groupe A : les résultats sont équivalents aux taux de pratique déclarés même si globalement, les informateurs expriment avoir une compétence plus élevée dans la compréhension que dans la pratique :

Groupe A	Parler	Compréhension	Total
Très bien	17	21	38
Bien	15	25	40
Assez bien	19	11	30
Moyennement	10	13	23
Total	61	70	131

Les informateurs sont plus nombreux à déclarer comprendre le breton que le parler.

	Groupe A																		Groupe B						Total			
	H									F									N C	Sous - total	H		F			NC	Sous - total	
AGE	<20	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	80-82	NC	<20	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	80-82	NC					< 20	20-29	< 20			20-29
Pas du tout		1		4	2	2	1	1			1	1		2		1			1	17	44	20	19	8	1	1	93	110
Quelques mots			2	2	3	4						3	2	3	3	2				23	4		2	1			7	31
Un peu		1	3	5	2	2	1	1			2		2	1	2					23		1	1				2	24
Moyennement				4	1	2	1									1		1		10				1			1	11
Assez bien			2	5	3	4	2							1	1	1				19							0	19
Bien				1	2	5	1		1	1					2	2				15	2	2	1	3			8	23
Très bien		1	1		4	2					3	1		1	1	1		1	1	17							0	17
N'a pas répondu à la question					1									2						3	1						1	4
Sous-total	0	3	8	21	18	21	6	2	1	1	6	5	4	10	9	8	0	2	2	127	51	23	23	13	1	1	112	239
Sous-total catégorie	80									45									2	127	74		37			1	112	239
Total général	127																		112						239			

	Groupe A																			
	H									F									NC	Total
AGE	<20	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	80-82	NC	<20	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	80-82	NC		
Bien				7	4	6	1		1	1			1		1	3				25
Très bien		1	1		4	4					3	1		2	2	1		1	1	21
Un peu		1	3	2	3	3					1		1	2	3	1				20
Pas du tout		1		4	2	3		1			1	1		2		1			1	17
Quelques mots			1	2	2		1				1	3	1	2	2	1				16
Moyennement			2	4	1	3		1								1		1		13
Assez bien			1	2	1	2	3						1		1					11
N'a pas répondu à la question					1									2						3
oui							1													1
Sous-total		3	8	21	18	21	6	2	1	1	6	5	4	10	9	8	0	2	2	127
Sous-Total catégorie	80									45									2	127
Total général	127																			

Évaluer les pratiques des informateurs en les interrogeant de manière globale et massive et en leur laissant l'évaluation de leurs propres pratiques est toujours difficile. Les informateurs peuvent avoir tendance à évaluer leurs pratiques à la baisse. Puis, la méthode d'enquête peut aussi expliquer les réponses très éclatées, qui ne permettent pas de distinguer par exemple les locuteurs déclarant parler « quelques mots » ou « un peu » de breton / gallo. Ensuite la distinction entre « moyennement » et « assez bien » peut aussi laisser supposer des pratiques identiques pour les locuteurs se déclarant sous ces deux catégories. Aussi, les informateurs déclarant parler « moyennement » et « assez bien » une langue régionale sont comptabilisés de la même façon comme locuteurs.

Concernant les informateurs qui se déclarent **locuteurs** :

- Sur les 9 informateurs du groupe jeunes B : 5 déclarent parler breton, 3 déclarent parler patois, 1 ne désigne pas la langue ;
- Sur les 9 informateurs du groupe jeunes B : 1 seul déclare avoir des pratiques habituelles, les 8 autres déclarent avoir des pratiques occasionnelles, exclusivement en cours de breton pour l'une d'entre eux ;
- 5 informateurs âgés de moins de 30 ans issus de l'échantillon total A et B déclarent parler une langue régionale de manière habituelle.

Aussi, même si les informateurs déclarent avoir une bonne ou une très bonne connaissance d'une langue régionale, breton ou gallo (patois), leurs pratiques ne sont pas habituelles. Cela est un indice fort sur l'état des échanges, en cercle privé, dans la langue régionale. Il semble très faible, pour les locuteurs jeunes.

Concernant le groupe B, la question 5 demandait de nommer la langue régionale parlée :

- « 5 : Parlez-vous une langue régionale de Bretagne ? Si oui laquelle ? »
- 7 informateurs sur 9, se déclarant locuteurs, nomment la langue régionale.

À la question : « 15. Est-ce que l'affichage bilingue devrait se faire en breton, en patois ou dans une autre langue ? »

- 65 informateurs sur 112, soit **58%**, nomment le **breton** ;
- **3 informateurs sur 112** (soit 2.68%) nomment le **gallo** dans les réponses suivantes :
 - ❖ breton partout en Bretagne + en fonction des dialectes (patois, gallo)
 - ❖ je ne sais pas Gallo?
 - ❖ breton ou gallo
 - **7 informateurs sur 112** (soit 6.25%) évoquent le **patois** et 6 d'entre eux estiment que l'affichage bilingue devrait se faire en patois, ou en breton et / ou patois.
 - 1 informateur nomme l'anglais ;
 - Les autres informateurs ne donnent pas d'avis. 20 informateurs, soit **17.9% ne répondent pas** à la question.

Le breton est donc la langue majoritairement relevée par les informateurs. Par les réponses aux questions précédentes :

- « 13. Savez-vous s'il existe des panneaux bilingues dans la ville de Rennes ? Précisez dans quel(s) endroit(s), (rue, etc.). Quelle(s) langue(s) y apparaissent ? »
- « 14. Pensez-vous qu'il faudrait un affichage bilingue dans toute la ville ? Pourquoi ? »

Nous pouvons voir que de la même façon, **le breton est la langue la plus reconnue** par les informateurs à travers l'affichage bilingue dans la ville de Rennes : **82 informateurs** sur 86 informateurs ayant repéré que l'affichage public bilingue existe dans la ville de Rennes.

Sur ces 82 informateurs, 26 informateurs déclarent situer l'affichage bilingue dans le métro rennais (entre autres). À titre indicatif, 2 stations de métro font apparaître de l'affichage bilingue. Un affichage français-breton se situe à la gare de Rennes et un affichage français-gallo se situe dans une station très fréquentée et proche du centre ville : la station Charles de Gaule. **Seul 1 informateur cite le gallo comme langue d'affichage dans l'espace public à Rennes et le situe dans le métro.** Il s'agit d'un informateur originaire de l'Ille-et-Vilaine et déclarant vivre en ville pour ses études et dans la proche périphérie avec sa famille.

Le breton reste donc la langue symbolique, la langue la plus reconnue, la langue la plus représentative de la Bretagne. La question 14 rappelée précédemment permet de connaître les représentations des informateurs jeunes sur l'affichage bilingue. 8 informateurs évoquent Rennes en tant que capitale de la Bretagne. Même si l'ensemble des informateurs n'est pas favorable à un affichage bilingue, la préservation de la culture bretonne, le rappel et l'entretien des traditions restent des raisons largement évoquées.

3.2.2 Les représentations sur l'affichage bilingue en Bretagne

D'une manière générale, les informateurs des deux groupes A et B sont des personnes sensibilisées à la question linguistique bretonne, le plus souvent passant par une question culturelle plus vaste.. 29.3% d'entre eux se déclarent locuteurs et 23% d'entre déclarent connaître quelques mots / expressions usuels. Les pratiques ne sont pas courantes. L'attachement à la culture bretonne est fort 69% des informateurs.

Les résultats ont aussi montré que les personnes dites bilingues, c'est-à-dire jugeant leurs pratiques de la langue bretonne plutôt bonnes au niveau du parler comme de la compréhension (groupe A), sont favorables à un affichage bilingue mais critiques par rapport au type de langue (c'est-à-dire à la langue unifiée utilisée sur les panneaux de signalisation routière), qui ne correspond pas au breton vannetais que la plupart d'entre eux connaissent.

Puis comme mentionné précédemment concernant les questions relatives au nombre et à la qualité de la signalétique bilingue en place, **41.8%** (82 du groupe A et 18 du groupe B) trouvent que l’affichage est **insuffisant**, et 45 (**35% du groupe A**) d’entre eux le trouvent aussi **mal adapté**. Mais (in)suffisant pour qui, pour quoi ? (Mal) adapté à qui, à quoi ? Ces deux questions permettent de saisir un sentiment plus général sur les fonctions supposées de la signalétique bilingue. Au delà de l’orientation géographique qu’elle permet, il semble que le marquage bilingue soit envisagé comme un moyen d’entretenir le patrimoine linguistique et culturel mais aussi comme un objet à utiliser précautionneusement.

En effet, plusieurs informateurs jugent cet affichage inutile, voire nuisible, parfois ridicule et même dévalorisant. Quand un ensemble y voit la valorisation de la langue et de la région, ou le fait d’une bonne volonté de sauver la langue bretonne, d’autres ressentent un exotisme déplacé apportant de la confusion.

Des représentations négatives sont exprimées par 26 informateurs (13 groupe A et 13 groupe B), soit 10.9% de la population totale interrogée : (les informateurs ont pu apporter plusieurs réponses en même temps)

- 17 informateurs (10 groupe A et 7 groupe B), soit 7.1%, trouvent l’affichage bilingue, **inutile, sans intérêt**.
- La source de **confusion** qu’il peut être (lecture des panneaux, pas de compréhension possible pour les touristes étrangers et les non-bretonnants), le **coût** qu’il peut engendrer pour les contribuables sont relevés par 7 informateurs.
- L’affichage bilingue représenté comme un possible facteur de **division**, un possible facteur de **racisme** et comme un outil desservant la **cause militante** est relevé par 3 informateurs.

14 de ces informateurs déclarent ne pas être (spécialement) attachés à la culture bretonne. Concernant les 12 informateurs déclarant y être attachés, les raisons qu’ils évoquent concernent davantage le collectif que leur propre façon de vivre et de percevoir la culture bretonne. Ils la trouvent intéressante et pensent qu’il faut la préserver.

Comme j’ai déjà plus l’évoquer, le perçu favorable et le degré d’adhésion exprimés par un individu, par rapport à l’affichage bilingue, vient et n’existe que par le sentiment d’appartenance à l’identité bretonne que celui-ci en a. Si l’individu perçoit un sentiment d’unicité (c’est-à-dire qu’il se sent renforcé dans son appartenance à l’identité bretonne d’un groupe), au contact fréquent, voire quotidien, de cet affichage bilingue, celui-ci sera très favorable à l’ensemble de l’affichage bilingue, car le processus d’identification de l’individu au groupe dit « breton », et reconnu pour son appartenance à cette identité représentée comme « bretonne », est enclenché et permet d’être un élément favorable à la construction du sentiment positif de « soi ».

Selon l’ensemble de la population interrogée, l’affichage bilingue semble être plutôt bien perçu. À croiser deux questions et pour relever les représentations positives, majoritairement exprimées par les deux groupes :

- Groupe A : Ouest-France : « selon vous, que peut apporter un affichage bilingue français-breton ? »
- Groupe B : Enquête Jeunes : « que pensez-vous de cet affichage ? »

Nous pouvons retenir les représentations (dans le sens de l'impact ressenti) les plus perçues :

- la reconnaissance de l'identité bretonne et la valorisation de la culture (les plus exprimées) ;
- la valorisation de l'attractivité du territoire ;
- la reconnaissance et la préservation de la langue bretonne.

Pour comparaison avec les décideurs institutionnels :

La motivation linguistique, c'est-à-dire les retombées envisagées de l'affichage bilingue sur le taux de pratique des langues régionales, sur la mise en place de mesure, sur l'incitation à la pratique, sur la préservation de la langue (en termes qualitatifs et quantitatifs), sont très peu exprimées par les informateurs.

Or, la population perçoit au contraire un facteur très encourageant à la préservation de la langue bretonne, à l'incitation à l'apprentissage, au développement des pratiques : « un stimulus environnemental », pour reprendre l'expression d'un informateur.

En effet :

- 44 informateurs, soit 35%, du groupe A pensent que l'affichage bilingue pourrait avoir un impact sur la volonté d'apprentissage de la langue, l'augmentation du taux de pratique, la préservation de la langue
- 29 informateurs, soit 25.6% du groupe B expriment la possibilité de développer les pratiques de la langue bretonne et d'inciter à l'apprentissage :
 - 11 informateurs du groupe B déclarant avoir l'impression d'être confronté à un environnement bilingue de manière régulière
 - 18 informateurs groupe B déclarant ne pas avoir l'impression d'être confronté à un environnement bilingue de manière régulière mais souhaitant voir se mettre en place un affichage bilingue

Cela signifie que 30% des informateurs interrogés (73 informateurs sur 239) déclarent que l'affichage bilingue peut avoir un impact l'amélioration du taux de pratique par une incitation forte, et la préservation de la langue.

À l'inverse des décideurs institutionnels, l'affichage bilingue est moins perçu comme un facteur impactant sur l'économie de la région Bretagne. L'intérêt économique est relevé par 25 informateurs du groupe A, soit environ 20% des individus. Les informateurs déclarent :

- « lisibilité culturelle et économique, une traçabilité, une stabilité humaine et économique face à la mobilité voulue par la mondialisation » : M16 ;
- « peut être un facteur économique (nouveau produit régional de qualité, etc.) » : M24 ;

- « un plus touristique / culturel donc économique » : TM16 et E33 ;
- « contribuer à une meilleure reconnaissance de la spécificité bretonne par le monde extérieur » : TM17 ;
- « augmentation des ventes des produits bretons » : TM26 ;
- « faire connaître la langue bretonne et les produits récoltés ou fabriqués en Bretagne » : TM31 ;
- « un guide des produits régionaux dans les commerces, une référence à la culture pour les touristes, espaces à visiter » : TM32 ;
- « levier à double effet non sans succès: volet purement économique, volet culturel: permet de consolider les entreprises concernées et fait connaître la Bretagne, peut susciter intérêt et curiosité pour notre région » : E29 ;
- « développer un atout économique puisque le consommateur fait une relation entre les produits d'une région à forte identité culturelle et leur bonne qualité. L'activité de tourisme qui se développe sans cesse est à la recherche d'authenticité, d'originalité, de dépaysement. Un usage intensif de la langue régionale est un moyen de répondre à ce critère de choix de destination, atout social, l'usage de la langue bretonne génère une activité économique qui nécessite des professionnels brittophones. C'est un argument économique supplémentaire qui incite les parents à inscrire leurs enfants dans une classe bilingue puisque la connaissance de la langue constitue un moyen de trouver un emploi » : E42.

Ce dernier argument est intéressant car il met en avant une relation tripartite entre: culture, langue, économie : le tout au service de la valorisation de la région Bretagne.

L'intérêt / l'impact économique est très peu relevé par les jeunes du groupe B puisque nous pouvons repérer seulement 4 informateurs, soit 3.6%, qui expriment, de manière indirecte un lien entre la culture régionale (exprimée par l'affichage bilingue) et l'économie :

- « L'affichage est touristique. C'est bien ça donne de l'originalité à notre région. » : Q19 ;
- « Je ne vois pas l'intérêt d'un affichage bilingue à part pour le tourisme. » : Q79 ;
- « L'affichage pourrait sensibiliser un minimum les gens (touristes, résidents). Il peut créer un univers, une ambiance. » : Q90 ;
- « L'affichage peut être utile pour les touristes par exemple mais après ça risque d'enlever la spécificité propre à chaque ville (comme l'euro!). » : Q95.

Ces 4 personnes se déclarent comme n'étant pas attachées à la culture bretonne.

Nous noterons que de manière générale, ce ne sont pas les personnes qui se déclarent locutrices d'une langue régionale de Bretagne qui relèvent les impacts les plus positifs de l'affichage bilingue.

Par rapport aux **motivations** des décideurs locaux, et aux fonctions / rôles de l'affichage qu'ils relèvent, le perçu / reçu de la population est plutôt en **adéquation**. Une forte proportion de la population interrogée a une représentation plutôt positive

de l'affichage bilingue et y voit une manière de **préserver l'identité et la culture** bretonne dans son ensemble.

L'affichage bilingue est alors vu comme un facteur d'informations, un facteur de découverte de l'identité et de la culture bretonne. Cela représente :

54 informateurs (33 du groupe A et 21 du groupe B), soit **22.6%** parlent de l'affichage bilingue comme d'un facteur de **connaissance, reconnaissance et pérennisation** de la **culture** bretonne.

22 informateurs (17 du groupe A et 5 du groupe B), soit **9.2%** parlent de l'affichage bilingue comme d'un facteur de **prise de conscience, de renforcement** et de **préservation** de l'**identité** bretonne.

En conclusion, l'ensemble de ces données complète l'apport plus qualitatif tiré des entretiens semi-directifs. Nous retiendrons que les usitaires perçoivent l'affichage bilingue de manière globalement positive et satisfaisant, car beaucoup y voient un symbole fort pour conserver les valeurs d'une culture à laquelle ils tiennent. Ce sont autant d'indices sur le rôle de la signalétique bilingue en Bretagne. Nous retiendrons également que beaucoup d'informateurs y voient un intérêt linguistique fort, tandis que les décideurs s'expriment peu cette question et ne semblent pas en faire une motivation de premier ordre. D'ailleurs peu d'entre eux se déclarent spontanément locuteurs d'une langue régionale. La valorisation ressort quand même très largement de l'ensemble des témoignages (par entretien semi-directifs ou questionnaires).

Enjeux et perspectives

Durant les dernières années, lorsque j'ai évoqué mon sujet de recherche dans mon entourage, une question récurrente était posée : « pour ou contre l'affichage bilingue ? » Les chefs d'entreprises, les décideurs institutionnels, la population sont-ils pour ou contre l'affichage bilingue ? Devant l'évolution croissante du nombre de lieux où le breton s'affiche, la fonction de cet affichage (ramenée communément à son intérêt) est un facteur de questionnement légitime. Sans apporter de réponse définitive et cloisonnée, nous pourrions constater que la réception de l'affichage bilingue en Bretagne semble être plutôt positive. Comme j'ai déjà eu l'occasion de l'évoquer, je n'ai pas ou peu interrogé de personnes s'avérant défavorables à toute forme d'affichage bilingue et symbolique. Non pas que cela ait été un critère d'enquête mais force est de constater que les personnalités s'affichant délibérément contre n'étaient pas forcément localisables et étaient plutôt difficiles à rencontrer. Deux entretiens, plutôt informels, ont malgré tout été possibles mais il a été difficile de dialoguer avec les interlocuteurs. Cela semble être assez illustratif de la phase de transition dans laquelle nous nous trouvons (et qui permet d'expliquer les discours complexes que j'ai pu retransmettre ici) où on passe d'une période de stigmatisation à une période de valorisation du breton. Cela est significatif au moins en terme d'affichage public (et sans parler des pratiques de la langue). Il semble qu'il y ait un consensus assez largement partagé sur le fait de l'affichage bilingue en breton. Cette pratique est connotée positivement au moins sur le plan idéologique. À l'inverse, si les gens le refusent, ils se retrouvent en situation d'accusation. Nous pourrions même dire que ce sont eux qui deviennent les minoritaires stigmatisés. Être contre l'affichage bilingue et symbolique français-breton reviendrait dans ce cas à montrer une idéologie presque suspecte, puisque allant à l'encontre de ce qui peut être perçu comme un acquis collectif.

Au travers des usages de l'affichage bilingue et symbolique, nous retiendrons que l'espace urbain et urbanisé en particulier accueille une pluralité discursive bilingue et symbolique aux formes et aux visées pragmatiques diverses. L'usage langagier, que l'on peut définir comme praxis linguistique, vise à produire du sens en même temps qu'à influencer sur le comportement (et de fait sur les habitudes) des usitaires.

Le concept de praxème s'établit sur le constat que l'homme construit les représentations du monde qu'il verse au langage à partir de sa perception sensible et de son expérience pratique, autrement dit de sa praxis. L'outil linguistique de la nomination doit donc être conçu comme l'instrument d'une capitalisation de savoirs praxiquement acquis. Il est pour cela appelé praxème ; notion que l'on substitue à celle de lexème héritée de la problématique structurale. L'actualisation du praxème en discours résulte

d'opérations de réglage du sens qui sélectionnent, dans l'ensemble des potentialités signifiantes, l'acception requise.³³⁶

Dans le contexte de l'affichage bilingue et symbolique des langues régionales en Bretagne, le praxème, a priori un signifiant sans signifié figé, comporte une visée pragmatique qui semble être présente pour toutes les formes d'affichage. Ce n'est pas en premier lieu, la nomination en langue régionale (dans son contenu) qui importe mais davantage ce qu'elle représente. La signifiante du praxème renvoie à une fonction symbolique certaine. Ce qui fait fonctionner l'affichage bilingue et symbolique en Bretagne est une co-construction des acteurs émetteurs et récepteurs des messages émis. En effet, il semble que la mise en place d'un affichage bilingue émane systématiquement (ou presque) de la volonté d'une personne (ou de deux réunies dans un même environnement) ayant un lien marqué avec l'identité bretonne. L'identité est perçue et / ou vécue. Les signalisations bilingues sont la résultante d'un processus aussi subjectif qu'objectif, biographique que structurel. Tous les entretiens ont démontré que les parcours de vie de nos informateurs avaient une conséquence directe sur les actions menées en faveur des langues régionales. Au delà de la visée marchande parfois, l'identité renvoie à un sentiment positif fort qui entraîne une volonté de valorisation de la culture bretonne par le biais d'un marquage symbolique. Du point de vue du récepteur, l'acceptation collective de cette matière bilingue et symbolique dans l'espace semble largement réalisée.

L'image de marque qui lui est associée, et qui capitalise savoirs et valorisations issus de l'utilisation du produit (comme des discours publicitaires), explique les déclinaisons dont il peut être l'objet.³³⁷

Les motivations d'affichage exprimées par les informateurs lors des entretiens semi-directifs ainsi que les réponses des informateurs aux deux enquêtes témoignent des valeurs qui sont associées aux langues régionales de Bretagne, et plus particulièrement au breton. « L'image de marque » qui est associée au breton, et qui capitalise un ensemble de valeurs issues de la mémoire collective et individuelle, explique la perception positive de l'affichage, comme un retour aux sources, un moyen de rappel et d'identification aux valeurs perçues comme positives : Histoire, culture, famille, etc. Cela explique aussi les déclinaisons dont le breton peut être l'objet. Associé à un certain nombre de valeurs positives, par stratégie, le breton est utilisé comme un outil de publicité visant directement l'acte d'achat (lorsqu'il s'agit d'un produit alimentaire par exemple) ou d'adhésion forte (lorsqu'il est présent sur un site touristique par exemple).

La dynamique sociale qui est en œuvre dans ce processus de mise en place d'affichage bilingue est intéressante à observer par le biais de sa récursivité. La répétition de l'affichage dans des espaces et par des supports divers contribue également à la signifiante du praxème et à la construction d'une action collective qui en renforce sa

³³⁶Dans : **NOAILLY (1995)** : SIBLOT, Paul, « Noms et images de marque : de la construction du sens dans les noms propres », p. 150.

³³⁷ *Ib.*, p. 155.

valeur. Nous avons pu constater les similarités de points de vue entre les informateurs, que ce soit du point de vue des décideurs ou du point de vue des récepteurs.

D'un point de vue global, la dynamique du territoire breton semble être empreinte d'une volonté de valorisation générale de la région. À différentes échelles (communale, départementale, régionale mais aussi culturelle, politique et économique), l'affichage bilingue est un des outils dans cette démarche de valorisation. Les politiques publiques d'aménagement (aménagement urbain, aménagement linguistique entre autres) indiquent une très forte croissance des demandes de mise en place de signalétique bilingue de la même façon que les entreprises implantées en Bretagne usent des symboles culturels bretons dont la langue régionale est un élément fondamental, pour mener le développement de certains produits commercialisés, si ce n'est pour mener le développement de l'entreprise elle-même. L'image de la commune, de la ville, de l'entreprise, etc. est un facteur de questionnement pour les décideurs institutionnels et à nouveau l'usage de la signalétique bilingue sur différents supports de communication apporte vraisemblablement une réponse, se plaçant comme un facteur de développement, de valorisation non négligeable.

Pour ce qui concerne l'affichage public bilingue et symbolique institutionnel, nous pourrions dire que ces actions contribuent à un processus de patrimonialisation qui tend à faire de la langue bretonne un objet à la fonction sociale. Partout en Bretagne, le breton n'est pas une langue qui sert dans les interactions quotidiennes, sauf peut-être pour une minorité. La logique de faire du breton un patrimoine (qui peut alors être vu comme une solution de valorisation) permet de travailler sur le côté positif de l'identité bretonne. Par l'affichage public bilingue, le breton se trouve renforcé dans sa valeur de bien commun donc dans sa valeur patrimoniale. Par les réactions des informateurs, nous avons constaté que le breton renvoie principalement à des valeurs dites patrimoniales (c'est-à-dire liées à l'Histoire) dans leurs représentations. Aussi, l'exposition publique de la langue, dans des usages et des formes diverses, contribue à faire exister une entité collective, voire une cognition collective, qui renforce positivement l'identité bretonne. Cette dynamique de patrimonialisation n'est pas le seul choix possible de valorisation du breton. Pour ce qui concerne l'affichage public bilingue et symbolique commercial, la logique de valorisation, dans le sens de la valeur ajoutée, tend à faire de la langue régionale un produit et un moyen symbolique. Les actions d'affichage entraînent des effets de développement économique qui mériteraient d'être étudiés par des spécialistes de façon approfondie.

Dans une perspective glottopolitique globale, l'engagement du breton dans la sphère économique fait remonter son statut. Cela signifie qu'il peut potentiellement y avoir une augmentation des pratiques, mais cela n'est pas du tout assuré, la valorisation du statut symbolique du breton n'étant pas une fin en soi. Pour le moment, l'avenir du breton passe par une utilisation en tant qu'outil et moyen. Et il est très difficile d'en prédire l'évolution, en terme de pratiques tout d'abord et même en terme de statut, car à partir du moment où les usages dérivés se multiplient, des effets négatifs induits peuvent être envisageables. Cela peut d'ailleurs être pris en compte pour les actions de promotion du gallo, qui tendent à imiter celles du breton, au moins pour les tentatives d'affichage public bilingue.

Nous pourrions penser qu'au delà du bilinguisme public en lui-même, c'est sûrement le **discours sur le bilinguisme qui est facteur de développement**. En effet, même si les institutions mettent en avant le breton, cela se fait dans un contexte francophone très largement dominant. Même lorsque l'inscription est monolingue, c'est le plus souvent la fonction symbolique qui fait que l'inscription a du sens. De plus, la nécessité d'une possible traduction de la forme affichée reste encore très présente. Le mot en langue régionale doit être reconnaissable comme tel et doit pouvoir signifier quelque chose en français. C'est d'ailleurs cette absence de reconnaissance, d'identification de la langue qui a créé une forte ambiguïté concernant l'affichage français-gallo dans une station de métro de la ville de Rennes (département de l'Ille-et-Vilaine). Aussi, la patrimonialisation en tant que processus, incitant à percevoir une valorisation de la langue propose en fait un discours sur le bilinguisme. Cela entraîne donc à avoir une certaine prudence sur les enjeux potentiels de ce type d'action d'affichage bilingue. En effet, un discours peut être valorisant sans pour autant freiner la stigmatisation d'une langue. Pour l'usager temporaire ou permanent, il semble que le marquage symbolique du territoire est un facteur intéressant qui développe le lien social. C'est d'ailleurs en cela que la valorisation comme processus de différenciation va avoir du poids. L'affichage bilingue et symbolique breton revêt un caractère d'originalité, conférant au territoire une valeur plus importante, car différente de ce que l'on peut trouver ailleurs. Cela permet aussi de pouvoir montrer aux usagers une unité, une cohérence, voire un sens dans le respect de la diversité, pour créer un monde commun où le lien social existe. Mais même si un usager perçoit et partage cet ensemble de valeurs, même s'il s'intéresse au processus de reconnaissance et de traduction d'un certain nombre de mots en breton présents dans son environnement, cela ne constituera pas un facteur nécessaire et suffisant poussant l'usager à par exemple apprendre le breton et désirer communiquer dans cette langue. C'est là que nous pouvons distinguer le processus de signification et le résultat de l'action d'affichage bilingue et symbolique.

Le panneau de signalisation est un élément de connaissance de la ville. L'usager, quel qu'il soit, entre ainsi au cœur d'un fait urbain contemporain : l'utilisation de la langue bretonne et du gallo dans l'espace urbain. Marqueur territorial, le panneau délimite les contours d'espaces (par exemple, jusqu'à aujourd'hui, les centres villes où l'affichage bilingue est présent peuvent très clairement se dessiner grâce aux panneaux de signalisation bilingue qui sont majoritaires dans cet espace social donné), individualise certains secteurs (cela est surtout valable pour les secteurs accessibles aux piétons où la marque régionale par le biais de l'affichage de la langue bretonne permet de donner un caractère typique, traditionnel à l'endroit³³⁸), sert de repère pour qualifier les lieux autrement que par le toponyme francisé. Il offre aussi, par l'effet combiné de son message et de son emplacement, la possibilité d'identifier un des paramètres selon lequel l'espace social s'organise. Élément du paysage non seulement urbain mais de l'espace plus vaste et entier, il donne à voir la ville dans sa double fonction d'espace économique et d'espace de pouvoir. En effet, les pratiques d'affichage bilingue utilisées dans le champ urbain de la ville peuvent être mobilisées en tant qu'enjeu social dans la

³³⁸ Cela soulève la double démarche qui consiste à individualiser certains espaces par la langue sans pour autant individualiser l'espace lorsqu'il est considéré dans son ensemble, puisqu'il s'agit, dans ce cas, non pas d'individualisation mais plutôt d'intégration dans une dynamique culturelle plus vaste. Individualiser, dans le premier cas, l'espace restreint à l'exemple des chemins piétonniers, signifierait accentuer l'authentification du lieu en question et permettre au promeneur de s'appropriier l'endroit.

construction identitaire, en tant qu'enjeu politique mais aussi en tant qu'enjeu économique et socio-économique.

Aussi, l'affichage de la langue bretonne dans toutes les formes de signalétique comporte des enjeux sociaux liés à la construction identitaire. Cet affichage superposé, substitué à l'espace perçu (et aussi vécu)³³⁹, influe sur les relations des habitants à leur environnement, tel les discours des représentants des municipalités bretonnes, discours construits et fondés sur des représentations comme l'amélioration des relations entre les personnels des administrations sensibilisés à la question linguistique bretonne et les usagers, mais vérifiées par les réponses des informateurs qui valident ce fait par des réponses du type :

- Ça donne une ambiance exotique. (Informateur I.H1)
- Il a un impact positif autant sur le visiteur que sur le résident. (Informateur I.H13)
- Il apporte une plus grande confiance des Bretons en eux-mêmes. (Informateur I.F17)
- Cela apporte une meilleure convivialité. (Informateur I.H20)
- Il est porteur de cohésion sociale. (Informateur I.H28)
- Cela apporte de la joie. (Informateur I.H35)
- C'est valorisant. (Informateur II.F14)
- Ça atténue le sentiment d'exclusion. (Informateur II.H17)
- Ça apporte du dynamisme. (Informateur II.F19)

Puis l'affichage en breton comporte un enjeu politique, ou plus précisément politico-linguistique. Si le but est de pérenniser la langue par ce moyen d'affichage, quelques arguments oeuvrent en ce sens. En effet, cette signalisation véhicule du sens puisque la personne lisant le panneau bilingue a l'impression de pouvoir traduire quelques mots et le phénomène de mémorisation de la langue véhiculé par cette action permettra peut-être que des locuteurs non-actifs se sensibilisent à la « cause linguistique bretonne » et décident d'apprendre la langue. Je rappelle toutefois que le processus de valorisation de la langue bretonne dans lequel nous nous trouvons n'empêche pas sa stigmatisation. Aussi, je resterai très prudente face à cet argument. L'affichage bilingue et symbolique peut faire que la langue régionale soit un vecteur éducatif. De plus en plus, nous voyons apparaître dans les journaux des chroniques qui offrent un apprentissage lexical par thématique ou qui renseignent sur l'origine des noms. Ce sont des facteurs d'intérêts pour les personnes. Toutefois, quel apprentissage de la

³³⁹ Il s'agit d'envisager le territoire comme un espace particulier, aux facettes multiples. Une première approche permet de distinguer deux aspects du territoire, un espace dont on peut dessiner les contours (espace délimité) et un espace de l'ordre du psychologique, voire du philosophique, nommé espace représenté dans lequel l'espace vécu apparaît. Il est l'espace du relationnel, du quotidien (lieu de travail, lieu d'habitation, etc.). L'espace représenté est aussi l'espace du ressenti. Ces deux dimensions, de l'espace délimité et de l'espace représenté, interfèrent entre elles puisque la construction de l'espace délimité a forcément un impact sur l'espace représenté. Puis, on peut se sentir appartenir à un territoire particulier et pourtant ne pas vivre les éléments culturels liés à cette appartenance, autrement dit dans le contexte breton ; on peut avoir le sentiment d'être breton mais ne pas s'intéresser à la culture bretonne. Aussi, cette distinction, pouvant être subjective, peut être complétée par une catégorisation de l'espace en trois dimensions ou critères spatiaux : l'espace originel, l'espace construit ou aménagé et l'espace en action dans lequel on retrouve l'espace vécu.

langue cela entraîne-t-il ? L'impact sur la pérennisation du breton est difficilement mesurable.

En l'état actuel, on ne peut pas dire que l'affichage bilingue encourage la communication en breton. Mais il comporte pourtant un enjeu socio-économique fort. Si le but est d'améliorer les relations entre l'Administration (par exemple) et ses usagers, de faciliter les relations entre les usagers d'un lieu, de créer un sentiment de bien-être, cela permet aussi de créer du lien social. La langue bretonne, affichée publiquement, constitue un ensemble de significations qui accroît les liens entre ceux qui les partagent. La langue est un élément moteur de la valorisation de la culture bretonne toute entière. Et, encouragée de la sorte, la culture produit des effets sur l'économie locale, que ce soit par les manifestations culturelles qui se développent (ayant des conséquences positives sur le tourisme), la création d'emplois (liés au domaine culturel, associatif, etc. dans les structures à vocation régionales par exemple), ou encore par le développement de l'image de la région (provoquant des conséquences positives directes sur l'économie). Puis, loin de n'être qu'une simple étiquette, l'indication en langue régionale assure un ensemble d'opérations concrètes qui interfèrent les unes avec les autres pour :

- identifier : la première opération d'identification est une opération nécessaire pour que le lieu existe et que les usagers se repèrent. L'identification en langue régionale permet en plus de cela d'identifier le lieu en véhiculant quelque chose de positif. D'où un enchaînement avec la deuxième opération :
- catégoriser un territoire de façon positive. En effet, la Bretagne bénéficiant d'une image positive, le caractère localisant de la langue permet de renforcer l'image positive du territoire ;
- réactiver la mémoire du lieu et de l'ensemble du territoire auquel ce lieu appartient ou duquel ce lieu est issu ;
- permettre de faire fructifier le « capital » culturel et économique du territoire tout en assurant l'évolution de son image ;
- signifier quelque chose de nouveau : il s'agit d'envisager l'affichage comme une interface entre le respect, la réhabilitation de l'histoire et une perspective d'avenir ;
- permettre l'idée d'une place plus importante de la langue bretonne au sein de ces espaces ;
- inciter le destinataire à devenir « client » en motivant des attitudes aussi diverses que la curiosité (susitant ensuite de l'intérêt ?), le désir, l'adhésion à des valeurs associées à la langue bretonne mais surtout à la culture bretonne au sens large.

La vision exprimée ici montre bien le processus labellisé dont l'affichage bilingue découle.³⁴⁰ Les actions symboliques engagées par les villes que nous avons évoquées suggèrent ce principe de valorisation. Et de manière générale, les informateurs

³⁴⁰ Ce modèle d'opérations est mentionné par Paul Siblot (1999, (1)). Il parle également « d'un travail du nom », ce qui est également adaptable à notre contexte toponymique puisque les noms, par le biais de l'affichage public bilingue exercent bien un travail d'actions spécifiques motivé par les équipes politiques en place.

n'envisagent pas l'affichage bilingue comme un espace de signalisation pratique mais bien comme un espace symbolique, représentant des éléments culturels.

Nous pouvons finaliser la question en s'intéressant aussi aux effets produits par cet affichage :

- pour le touriste ou l'utilisateur ponctuel, le panneau, en tant que support et effet de significations, intervient sur la représentation mentale de l'espace. Il s'agit d'un modèle de communication visuelle externe ;
- pour l'utilisateur permanent, la communication visuelle permet de se familiariser avec des formes variées. Il s'agit d'un modèle de communication interne ;
- et pour l'utilisateur plus régulier que l'utilisateur ponctuel mais moins que l'utilisateur permanent, la combinaison de ces deux modèles renvoie aussi au phénomène de réception instantanée de la langue (par le simple fait de passages dans un espace comportant ce type de signalétique) et ajoute le phénomène de familiarisation, puisque l'utilisateur connaissant l'espace et y revenant, développe par la force des choses ce type de comportement.

À titre d'exemple, nous avons cité le cas de la commune de Cesson-Sévigné, en Ille-et-Vilaine. Le maire œuvre pour que sa ville soit une « vitrine ». Or, une vitrine fonctionne le plus souvent par exposition d'objets ou de sujets qui ne tentent d'être que le reflet de celui ou ceux qui les contemplent. Une des limites à ce genre d'affichage, et particulièrement lorsque la population n'en est pas tenue informée au préalable par exemple, est que le fonctionnement en vitrine imaginé et mis en place par les équipes politiques dirigeantes n'est pas le reflet que de ceux qui contemplent ces expositions de langues. D'où des conflits graves parfois, et un refus catégorique de participer et de cautionner ce type d'actions en faveur du bilinguisme. Cela rejoint les effets négatifs à longs termes que j'évoquais précédemment et qui pourraient nuire à l'évolution du statut de la langue.

Enfin, selon Michel Lussault³⁴¹, « un des caractères originaux de la forme publicitaire de la communication territoriale est que le produit à vanter est autant – sinon plus – la politique municipale que la ville ». Dans son ouvrage, ce qu'il rapporte à l'affichage publicitaire de la ville de Tours est adaptable aux politiques mises en œuvre par les villes bretonnes. Le modèle d'utilisation de l'espace développé dans les municipalités évoquées dans cette recherche est aussi la valorisation des politiques municipales et médiatise ainsi leur discours (par le biais des panneaux de signalisation).

Tout au long de cette recherche, j'ai abordé différents points qui méritent de faire l'objet de recherches ou de développements scientifiques particuliers et que je n'ai pu approfondir dans le contexte du travail présenté ici.

Le bilinguisme et le discours sur le bilinguisme sont des facteurs de développement. En terme d'indicateur quantitatif il serait intéressant de pouvoir faire un comparatif de la valeur ajoutée, voire du chiffre d'affaires substantiellement différent observable après une politique de marquage bilingue. Je me suis contenue dans ce travail à

³⁴¹ LUSSAULT, 1993, pp. 101-102.

mesurer la place que les usages du bilinguisme tiennent dans le processus de valorisation et non les résultats économiques que cela produit. Aussi bien du point de vue des personnes qui ont des services à vendre ou des biens à vendre que du point de vue des récepteurs de cette proposition de vente cela provoque des comportements positifs. Les effets économiques quantifiables pourraient compléter ce point.

De plus, il serait intéressant de pouvoir interroger le consommateur par une étude suivie dans les moyennes et grandes surfaces pour établir une analyse approfondie des comportements d'achat, évaluer l'importance de la symbolique d'après le discours des consommateurs. Des problématiques plus spécifiques peuvent aussi être envisagées :

- quel impact le symbole culturel breton peut avoir sur la représentation du goût et de la qualité effective d'un produit identifiable comme breton chez le consommateur ?
- pour deux produits dits, évalués et reconnus comme équivalents mais dont l'un comporte un symbole culturel breton bien identifiable, quel pourcentage de consommateurs aurait tendance à trouver meilleur le produit stické et sur quel(s) critère(s) ?

Des systèmes d'enquête sont à mettre en place, pour répondre à des besoins spécifiques des secteurs de l'entreprise, du marketing, de la communication et dans d'autres cas des secteurs publics. Il faut pour cela pouvoir favoriser un travail dans l'interdisciplinarité. Au delà des difficultés que cela comporte, la mise en perspective des questions concernant les liens entre la culture régionale et le développement économique méritent d'être envisagée par les points de vue combinés des spécialistes de différentes disciplines. Le cheminement adopté dans ce présent travail montre combien il est difficile de faire fonctionner l'interdisciplinarité mais montre aussi que le découpage par points de vue disciplinaires exclusifs est insatisfaisant. Car il ne permet pas de considérer l'ensemble social complexe. L'interdisciplinarité suppose un dialogue, un échange sur les concepts, les méthodologies, les méthodes, les outils scientifiques et les enjeux. C'est une approche contribuant à faire fonctionner un objet complexe, dans l'interaction.

De plus, comme j'ai pu le préciser en introduction, ce travail de recherche émane d'un projet plus vaste s'intitulant « Identités, cultures régionales et développement économique », dans lequel le concept de territoire est aussi fondamental. Nous avons pu constater que si le développement de l'affichage bilingue et symbolique contribue à développer le lien social, c'est qu'une appropriation par le groupe d'un territoire sur lequel il ancre ses échanges privilégiés, sa culture, sa langue se produit ; le tout s'entre-construisant dans un système complexe. D'où la nécessité de traiter le triptyque : identités, cultures et territoires de manière conjointe et non exclusive. Il est alors intéressant de prévoir une étude comparative entre les trois régions de départ de ce projet : Alsace, Provence et Bretagne. Les situations sociolinguistiques, les politiques de développement régional sont à comparer pour en retirer des résultats sur les rôles des langues régionales en France aujourd'hui mais aussi sur les pratiques de gouvernance. En effet, n'y aurait-il pas une culture régionale du développement comme il existe par exemple une culture d'entreprise ? Quels enjeux de développement durable cela peut-il

entraîner ? Enfin, les perspectives européenne et internationale ne sont pas à négliger. Le bilinguisme est une ressource qui contribue à la construction de la cohésion sociale et économique et au respect de la diversité linguistique et culturelle, et ce à travers le Monde.

Nous avons observé que les langues régionales de Bretagne sont des objets au sens de produits d'usages culturels, un moyen de production et de circulation de sens, à la fois un message (un véhicule d'informations) et aussi un stimulus destiné à déclencher des réactions. L'affichage bilingue et symbolique, matérialisé sous forme de panneaux identifiés et référencés par catégories, renvoie de fait à une série d'interrogations sur les échanges qu'il institue non pas tant entre émetteurs et récepteurs mais plutôt entre le sujet émis, la langue bretonne par exemple, et le récepteur de ce sujet, l'usager. À terme cela engage une série de réflexions sur le développement du lien social dont elle est un des vecteurs. Source de retombées diffuses, dans des secteurs variables, l'affichage public des langues régionales en Bretagne encourage une communication sociétale et donne à jouer aux langues le rôle de ciment social. Même s'il est nécessaire de moderniser la symbolique à laquelle il renvoie, l'affichage public est un moyen de rassemblement des langues au milieu des hommes et des hommes autour des langues.

Bibliographie

A

- ABALAIN, Hervé**, 2004, *Pleins feux sur la langue bretonne*, éd° Coop Breizh, Spézet, 381 pages.
- ADAM, Jean-Michel, BONHOMME, Marc**, 2005, *L'argumentation publicitaire. Rhétorique de l'éloge et de la persuasion. L'analyse des divers aspects du discours publicitaires*, coll. Fac Linguistique, éd° Armand Colin, Paris, 238 pages.
- ADAM, Jean-Michel**, 1990, *Éléments de linguistique textuelle, théorie et pratique de l'analyse textuelle*, Mardaga, 234 pages.
- AKIN, Salih (Dir.)**, 1999, *Noms et re-noms : la dénomination des personnes, des populations, des langues et des territoires*, coll. Dyalang, publications de l'Université de Rouen, 287 pages.
- ALCARAS, Jean-Robert, BLANCHET, Philippe, JOUBERT, Jérôme, (éd.)**, 2000, *Cultures régionales et développement économique*, Annales de la faculté de droit d'Avignon, cahier n° 2, Actes du colloque d'Avignon, 5-6 mai 2000, Presses Universitaires d'Aix-Marseille, 330 pages.
- AMOSSY, Ruth (dir.), ADAM, Jean-Michel**, 1999, *Images de soi dans le discours. La Construction de l'ethos*, éd° Delachaux & Niestlé, Paris-Lausanne, 215 pages.
- ANSCOMBRE, J.C., DUCROT, O.**, 1995, *L'argumentation dans la langue*, Mardaga, Liège, 184 pages.
- ARCI**, 1988, *Culture-action des groupes dominés. Rapport à l'espace et développement local*, Éditions L'Harmattan, Paris.
- ARISTOTE**, (texte établi et traduit par DUFOR, Médéric), 1960, *Rhétorique*, livre II, Paris, Les Belles Lettres, 135 pages.
- ASSOCIATION AMILCAR**, 1995, *Europe et Culture : un enjeu pour le développement local*, Actes du Colloque de Sarlat 20-21 octobre 1994, Rennes, Éditions Apogée, 124 pages.
- ASSOCIATION PRODUIT EN BRETAGNE**, 1999, *Baromètre d'image de la Bretagne*, Sextant, Rennes, 114 pages. (Étude)
- AUROUX, S.**, décembre 1999-janvier 2000, « Le langage n'est pas dans le cerveau », *Revue Sciences Humaines*, Hors Série, n°27, pp.20-23.
- AUSTIN, John Langshaw**, 1991, *Quand dire, c'est faire*, Seuil, Paris, 202 pages.

B

- BALCOU, Jean, LE GALLO, Yves**, 1987, *Histoire littéraire et culturelle de la Bretagne*, Éditions CHAMPION-SLATKINE, Paris, Genève, 3volumes.
- BALLARD, Michel**, 2001, *Le nom propre en traduction, anglais ↔ français*, Orphys, Paris, 227 pages.
- BARBEDET, C.**, septembre 1998, « Au service de la culture bretonne », *Revue ArMen*, n°97, pp. 62-63.
- BARBICHON, Guy**, novembre 1992, « Usages économiques des images de la culture. Images du travailleur breton et conjonctures d'emploi », dans DENEFFLE, Sylvette (Coord.), *Identités et économies régionales*, Actes du colloque Identités Culturelles et développement économique, Nantes 15-16-17 novembre 1990, éditions L'Harmattan, Paris, pp. 295-326
- BARRE, Corinne, VANDERSCHULDEN, Mélanie**, août 2004, *L'enquête « Étude de l'histoire familiale » de 1999 - Résultats détaillés*, Insee Résultats Société, n° 33, 47 pages.
- BASSAND, Michel (Dir.)**, 1991, *Identité et développement régional*, Conseil de l'Europe : projet culture et région, éditions Peter Lang, 172 pages. (Introduction, pp. 11-19)
- BAUVOIS, Cécile, BULOT, Thierry**, 1998, « Le sens du territoire : l'identification géographique en sociolinguistique », *Revue Parole*, n° 5-6, Université de Mons-Hainaut/Didier érudition, Mons, pp. 61-80.
- BAYLON, Christian**, 1996, *Sociolinguistique, Société, Langue et Discours*, coll. Fac Linguistique, Nathan Université, 304 pages.
- BEACCO, Jean-Claude, (Ed.)**, 2004, *Représentations métalinguistiques ordinaires et discours*, *Revue Langages*, n° 154.
- BEAUD, Stéphane, WEBER, Florence**, 1998, *Guide de l'enquête de terrain*, coll. Repères, Éditions La Découverte, Paris, 328 pages.
- BERRENDONNER, Alain**, 1981, *Éléments de pragmatique linguistique*, éd° de Minuit, 247 pages.
- BERTHO-LAVENIR, Catherine**, 1998, « Pourquoi ces menhirs ? Les métamorphoses du mythe celtique », *Revue Ethnologie française*, XXVIII, 3, pp303-311.
- BERTHO, Catherine**, 1980, « L'invention de la Bretagne. Genèse sociale d'un stéréotype », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n°35, pp.45-62.
- BILLIEZ, Jacqueline, LUCCI, Vincent, MILLET, Agnès, SAUTOT, Jean-Pierre, TIXIER, Nicolas**, 1998, *Des écrits dans la ville : Sociolinguistique d'écrits urbains : l'exemple de Grenoble*, L'Harmattan, Paris, 320 pages.
- BILLY, Pierre-Henry**, 2001, « Essai de typologie des désignations odonymiques », dans BOUVIER, J.C., GUILLON, J-M. (Dir.), *La toponymie urbaine*, L'Harmattan, Paris, pp. 17-40.
- BLANCHARD, Lénaïg, et SHKUNAEVA, Elizabeth**, 2005, *Enquête de sociolinguistique Pratiques et représentations de la langue et de la culture régionales en Haute-Bretagne*, mémoire de Master 2 LLC Europe, Francophonie sous la direction de Philippe Blanchet, Université Rennes 2, 174 pages. (Disponible au laboratoire CREDILIF, Université Rennes 2)

- BLANCHET, Philippe, CALVET, Louis-Jean, HILLEREAU, Damien, WILCZYCK, Ewen**, novembre 2005, « Le volet linguistique du recensement français de 1999. Résultats et analyse appliqués à la Provence plurilingue et au provençal », *Revue Marges Linguistiques* n°10, M.L.M.S. éditeur, 23 pages.
- BLANCHET, Philippe**, 2005 (1), « Usages actuels de provençal dans la signalétique urbaine en Provence : motivations, significations et enjeux sociolinguistiques », dans : BOUDREAU, Annette, BULOT, Thierry, DUBOIS, Lise, LEDEGEN, Gudrun, (Dir.), 2005, *Signalétiques et signalisations linguistiques et langagières des espaces de villes (configurations et enjeux sociolinguistiques)*, Actes de la 4^{ème} journée internationale de sociolinguistique urbaine, Moncton, septembre 2005, *Revue de l'Université de Moncton*, vol. 36, n° 1, pp. 255-288.
- BLANCHET, Philippe**, 2005 (2), « Minorations, minorisations, minorités : essai de théorisation d'un processus complexe », in : Huck, Dominique, Blanchet, Philippe (sous la direction de), 2005, *Minorations, minorisations, minorités, Etudes exploratoires*, Cahiers de sociolinguistique n°10, Presses Universitaires de Rennes, Rennes, pp.17-47
- BLANCHET, Philippe**, 2003, *Petit dictionnaire des Lieux-dits en Provence*, éd° Librairie contemporaine, 109 pages.
- BLANCHET, Philippe, BULOT, Thierry**, 2003, «Parcours d'un sociolinguiste : De la langue corse au discours politique. Entretien avec Jean-Baptiste Marcellesi », dans *Sociolinguistique (épistémologie, langue régionale, polynomie)*, L'Harmattan, Paris, pp. 11-38.
- BLANCHET, Philippe, FRANCARD, Michel**, 2003, « Appartenance (sentiment d') », article de dictionnaire, dans : Ferréol, Gilles, Jucquois, Guy, (sous la direction de), *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*, éd° Armand COLIN, Paris, pp. 18-25 et **BLANCHET, Philippe**, 2003, « Identités culturelles », article de dictionnaire, dans : Ferréol, Gilles, Jucquois, Guy, (sous la direction de), *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*, éd° Armand COLIN, Paris, pp. 155-161.
- BLANCHET, Philippe, DE ROBILLARD, Didier, Dirs**, 2003, *Langues, contacts, complexité. Perspectives théoriques en sociolinguistique*, Cahier de sociolinguistique, n° 8, PUR, Rennes, 326 pages.
- BLANCHET, Philippe**, 2000, *La linguistique de terrain, Méthode et théorie. Une approche ethno-sociolinguistique*, coll. DIDACT Linguistique, PUR, Rennes, 145 pages.
- BLANCHET, Philippe, BRETON, Roland, SCHIFFMAN, Harold**, 1999, *Les langues régionales de France : un état des lieux à la veille du XXIème siècle*, *The regional languages of France : an inventory on the Eve of the XXIst century*, Louvain-la-neuve : Peeters, bibliothèque des cahiers de l'institut de linguistique de Louvain 102, 202 pages.
- BOISGOBEY (du), Fortuné**, 2001, *Voyage en Bretagne 1839*, éditions Ouest-France, 282 pages.
- BONNEMAISON, J., CAMBREZY, L., QUINTY-BOURGEOIS, L. (Dir.)**, 1999, *Les territoires de l'identité : le territoire, lien ou frontière ?*, L'Harmattan, Paris, vol. 1 et 2.
- BONNEMAISON, Joël**, 2001, *La géographie culturelle*, Paris CRHS, 152 pages.

- BORTOLI (De), Dolorès**, 1992, « Identité culturelle et délocalisation des activités économiques », dans DENEFFLE, Sylvette (Coord.), 1990, *Identités et économies régionales*, Actes du colloque Identités Culturelles et développement économique, Nantes, 15-16-17 novembre 1990, éditions L'Harmattan, Paris, pp. 327-335.
- BOSCHMA, Ron**, 17-18 juin 2004, « Does geographical proximity favour innovation ? », communication lors du quatrième congrès sur la Proximité économique, Marseille, 21 pages.
- BOSSARD (Abbé)**, 1893, *Dictionnaire topographique du département d'Ille-et-Vilaine*, ouvrage manuscrit, Archives départementales d'Ille-et-Vilaine, côte 40BI368, (également consultable sur micro-films).
- BOUDON, Pierre**, 1981, *Introduction à une sémiotique des lieux*, Presses Universitaires de Montréal/Klincksieck, Montréal, Paris, 289 pages.
- BOUDREAU, Annette, BULOT, Thierry, DUBOIS, Lise, LEDEGEN, Gudrun, (Dirs.)**, 2005, *Signalétiques et signalisations linguistiques et langagières des espaces de villes (configurations et enjeux sociolinguistiques)*, Actes de la 4^{ème} journée internationale de sociolinguistique urbaine, Moncton, septembre 2005, Revue de l'Université de Moncton, vol. 36, n° 1, Québec, 350 pages.
- BOUDREAU, Anne, DUBOIS, Lise**, 2005, « L'affichage à Moncton : masque ou miroir ? », dans : BOUDREAU, Annette, BULOT, Thierry, DUBOIS, Lise, LEDEGEN, Gudrun, (Dirs.), 2005, *Signalétiques et signalisations linguistiques et langagières des espaces de villes (configurations et enjeux sociolinguistiques)*, Actes de la 4^{ème} journée internationale de sociolinguistique urbaine, Moncton, septembre 2005, Revue de l'Université de Moncton, vol. 36, n° 1, Québec, pp. 185-218.
- BOUGEARD, Christian (Dir.)**, 2002, *Bretagne et identités régionales pendant la seconde guerre mondiale*, Actes du colloque international (15-17 novembre 2001), CRBC, Brest, 406 pages.
- BOURDIEU, Pierre**, 1980, « L'identité et la représentation. Éléments pour une réflexion critique sur l'idée de région », Actes de la Recherche en Sciences Sociales, n°35, pp63-72
- BOURDIEU, Pierre**, 1991, *Langage et pouvoir symbolique*, coll. « Points », éditions Seuil, Paris, 423 pages.
- BOUVIER, Jean-Claude, GUILLON, Jean-Marie, (Dirs, UMR TELEMME)**, 2001, *La toponymie urbaine. Significations et enjeux*, Actes du colloque tenu à Aix-en-provence, 11-12 décembre 1998, éditions l'Harmattan, Paris, 256 pages.
- BOUVIER, Jean-Claude**, 1987, « Les tribulations du champ dans l'espace gallo-roman », dans : BOUVIER, Jean-Claude, TAVERDET, Gérard, BRASSEUR, Patrick, (Coll.), 1987, *Agronymes, Mélanges de toponymie et Dialectologie en hommage à Pierrette Dubuisson*, Dijon, ABDO, pp. 1-14.
- BOYER, Marc**, 2002, « Comment étudier le tourisme », Revue Ethnologie française, XXXII, 3, Université de Lyon 2, pp. 393-404.
- BRACKELAIRE, Jean-Luc**, 1995, *La personne et la société. Principes et changements de l'identité et de la responsabilité*, coll. « Raisonances », éd° De Boeck Université, Bruxelles, 272 pages.

- BRANCA-ROSOFF, Sonia, LEIMDORFER, François**, 2001, « Espaces urbains : analyses lexicales et discursives. Présentation », *Revue Langage et Société*, n° 96, Maison des Sciences de l'Homme, Paris, pp. 5-9.
- BROCHAND, Bernard et LENDREVIE, Jacques**, 1992 (4^{ème} éd°), *Le publicitor*, éd° Dalloz, Paris, 606 pages.
- BRONCKART, Jean-Paul**, 2001, « Langage et représentations », dans : DORTIER, J.-F. (Ed.), *Le langage. Nature, histoire et usage*, Auxerre, Sciences humaines Editions, pp. 303-308.
- BRONCKART, Jean-Paul**, juin-juillet 1998, « Langage et représentations », *Sciences Humaines – Hors Série- n°21*, pp. 20-23.
- BROUDIC, Fañch**, 1995, *La pratique du breton. De l'Ancien régime à nos jours*, Presses Universitaires de Rennes, 490 pages.
- BULOT, Thierry, VESCHAMBRE, Vincent (Dirs.)**, 2006, *Mots, traces et marques. Dimension spatiale et linguistique de la mémoire urbaine*, coll. Espaces discursifs, éd° L'Harmattan, 246 pages.
- BULOT, Thierry**, 2006, « Discrimination et processus discursifs de fragmentation des espaces urbains, Signalétique et bilinguisme », dans : BULOT, Thierry, VESCHAMBRE, Vincent, (Dirs.), 2006, *Mots, traces et marques. Dimension spatiale et linguistique de la mémoire urbaine*, coll. Espaces discursifs, éd° L'Harmattan, pp. 97-122.
- BULOT, Thierry**, 2005, « Discours épilinguistique et discours topologique : une approche des rapports entre signalétique et confinement linguistique en sociolinguistique urbaine », dans : BOUDREAU, Annette, BULOT, Thierry, DUBOIS, Lise, LEDEGEN, Gudrun, (Dirs.), 2005, *Signalétiques et signalisations linguistiques et langagières des espaces de villes (configurations et enjeux sociolinguistiques)*, Actes de la 4^{ème} journée internationale de sociolinguistique urbaine, Moncton, septembre 2005, *Revue de l'Université de Moncton*, vol. 36, n° 1, Québec, pp. 219-254.
- BULOT, Thierry, BAUVOIS, Cécile.**, 2004, « Présentation générale. La sociolinguistique urbaine : une sociolinguistique de crise ? Premières considérations », dans BULOT, Thierry, 2004, *Lieux de ville et identité (perspectives en sociolinguistique urbaine)*, L'Harmattan, Paris, pp. 7-12, vol. 1 et vol. 2.
- BULOT, T. (Dir.)**, 2004 (1), *Les parlers jeunes (Pratiques urbaines et sociales)*, Cahiers de Sociolinguistique n° 9, Presses Universitaires de Rennes, Rennes, 176 pages.
- BULOT, T.**, 2004 (2), «Les parlers jeunes et la mémoire sociolinguistique. Questionnements sur l'urbanité langagière», dans BULOT, Thierry (dir.), 2004, *Les parlers jeunes (Pratiques urbaines et sociales)*, Cahiers de Sociolinguistique n° 9, Presses Universitaires de Rennes, Rennes, 133-147.
- BULOT, T.**, 2004 (3), «Pratiques langagières en Pays de Caux : faits de dominance et glottopolitique», *MODERNE SPRACHEN* 48/2, Praesens Verlag, Vienne, pp. 59-74.
- BULOT, T.**, 2004 (4), «La double articulation de la spatialité urbaine : «espaces urbanisés» et «lieux de ville» en sociolinguistique», dans BULOT, Thierry (dir.),

2004, *Lieux de ville et identité (perspectives en sociolinguistique urbaine)*, L'Harmattan, Paris, 113-146, vol. 1.

BULOT, T. (Dir.), 2004 (5), *Lieux de ville et identité - Perspectives en sociolinguistique urbaine. Volume 1*, Paris, L'Harmattan, 207 pages.

BULOT, T. (Dir.), 2004 (6), *Lieux de ville et territoires - Perspectives en sociolinguistique urbaine. Volume 2*, Paris, L'Harmattan, 197 pages.

BULOT, Thierry, MESSAOUDI, Leila, (Dirs.), 2003 (1), *Sociolinguistique urbaine (Frontières et territoires)*, Éditions Modulaires Européennes, Cortil-Wodon, Belgique, 337 pages.

BULOT, T., MESSAOUDI, L., 2003 (2), «Introduction : la ville représentée ou l'entité urbaine», dans **BULOT, Thierry, MESSAOUDI, Leila, (Dirs.)**, 2003 *Sociolinguistique urbaine (Frontières et territoires)*, Éditions Modulaires Européennes, Cortil-Wodon, pp. 5-11.

BULOT, T., 2003 (1), «Matrice discursive et confinement des langues : pour un modèle de l'urbanité», dans **BLANCHET, Philippe, DE ROBILLARD, Didier, (dirs)**, *Langues, contacts, complexité, Perspectives théoriques en sociolinguistique*, Cahiers de Sociolinguistique n° 8, Presses Universitaires de Rennes, Rennes, pp. 99-110.

BULOT, T. (Dir.), **BAUVOIS, C.**, 2002 (1), «Lieux de ville : langue(s) urbaine(s), identité et territoire. Perspectives en sociolinguistique urbaine », *Revue Marges Linguistiques* n° 3, MLMS éditeur, Saint-Chamas, 173 pages.

BULOT, T., BAUVOIS, C., BLANCHET, P. (Dirs.), 2001, *Sociolinguistique urbaine (Variations linguistiques : images urbaines et sociales)*, Cahiers de Sociolinguistique n° 6, Presses Universitaires de Rennes2, Rennes, 163 pages.

BULOT, T., 2001, «L'essence sociolinguistique des territoires urbains : un aménagement linguistique de la ville ?», dans **BULOT, T., BAUVOIS, C., BLANCHET, P. (Dirs.)**, 2001 *Sociolinguistique urbaine (Variations linguistiques : images urbaines et sociales)*, Cahiers de Sociolinguistique n° 6, Presses Universitaires de Rennes2, Rennes, pp. 5-12.

BULOT, Thierry, COURARD, Séverine, 2001 (1), «Patrimoine et langue : modernité dialectale et identité linguistique (Pays de Caux)», dans *Europa Ethnica* 58/1-2, W. Braumüller Verlag, Vienne, pp. 58-63.

BULOT, T., COURARD, S., 2001 (2), «Territoire et identité : le rapport patrimonial à la langue en Pays de Caux», dans *Études Normandes* 1, Mont Saint Aignan, Association Études Normandes, pp. 56-61.

BULOT, Thierry (éd.), **TSEKOS, Nicolas**, 1999 (1), *Langue urbaine et identité. Langue et urbanisation linguistique à Rouen, Venise, Berlin, Athènes et Mons*, L'Harmattan, 235 pages.

BULOT, Thierry (éd.), **TSEKOS, Nicolas**, 1999 (2), «L'urbanisation linguistique et la mise en mots des identités urbaines », dans **BULOT, Thierry (Ed.)**, **TSEKOS, Nicolas**, 1999, *Langue urbaine et identité*, L'Harmattan, Paris, pp. 19-34.

BULOT, T., 1999 (1), «Introduction : la dimension glottopolitique des villes, dans **Thierry Bulot (Dir.)** et **Nicolas Tsekos**, 1999, *Langue urbaine et identité (Langue et*

urbanisation linguistique à Rouen, Venise, Berlin, Athènes et Mons), Paris, L'Harmattan, pp. 13-16.

BULOT, T., 1999 (2), «La production de l'espace urbain à Rouen : mise en mots de la ville urbanisée », dans Thierry Bulot (Dir.) et Nicolas Tsekos, 1999, *Langue urbaine et identité (Langue et urbanisation linguistique à Rouen, Venise, Berlin, Athènes et Mons)*, Paris, L'Harmattan, pp. 39-70.

BULOT, T., BAUVOIS, C., 1998 (1), «Le sens du territoire (l'identification géographique en sociolinguistique) », dans Revue Parole 5/6, Université de Mons Hainaut, Mons, pp. 61-80.

BULOT, T., BAUVOIS, C., (Dir.), 1998 (2), *Sociolinguistique urbaine : contributions choisies*, Revue Parole 5/6, Université de Mons Hainaut, Mons, 139 pages.

BULOT, T., 1998 (1), « Langues en ville : une signalisation sociale des territoires », dans *Rouen : reconstruction, langages (Sociolinguistique normande : langues en ville)*, Études Normandes 1, Association Études Normandes, Mont Saint Aignan, pp. 41-45.

BULOT, T., LAROUSSE, F., 1991, « La glottopolitique française de 1985 à 1989 : tendances et perspectives » dans *Sociolinguistique Didactique du Français Langue Étrangère*, Collection Bilans et Perspectives, Mont-Saint-Aignan, CLS-SUDLA, pp.101-118.

BUHEZ (Association), 2001, *Parlons du breton*, éditions Ouest-France, 191 pages.

C

CALVET, Louis-Jean, MOUSSIROU-MOUYAMA, Auguste, (Eds), 2000, *Le plurilinguisme urbain*, Institut de la francophonie, Didier-Erudition, Paris, 483 pages.

CALVET, Louis-Jean, DUMONT, Pierre, (Dir.), 1999, *L'enquête sociolinguistique*, éd° L'Harmattan, 191 pages.

CALVET, Louis-Jean, 2005, « Les voix de la ville revisitées. Sociolinguistique urbaine ou linguistique de la ville », dans : BOUDREAU, Annette, BULOT, Thierry, DUBOIS, Lise, LEDEGEN, Gudrun, (Dir.), 2005, *Signalétiques et signalisations linguistiques et langagières des espaces de villes (configurations et enjeux sociolinguistiques)*, Actes de la 4^{ème} journée internationale de sociolinguistique urbaine, Moncton, septembre 2005, Revue de l'Université de Moncton, vol. 36, n° 1, Québec, pp. 9-30.

CALVET, Louis-Jean, 1996 (1), *La sociolinguistique*, coll. « Que sais-je », PUF, Paris, 127 pages.

CALVET, Louis-Jean, 1996 (2), *Les politiques linguistiques*, coll. Que sais-je, PUF, Paris, 128 pages.

- CALVET, Louis-Jean**, 1994, *Les voix de la ville (Introduction à la sociolinguistique urbaine)*, éd° PAYOT, Paris, 309 pages.
- CANUT Cécile**, septembre 2000, « Subjectivité, imaginaires et fantasmes des langues : la mise en discours « épilinguistique » », *Revue Langage et société* n° 93, pp. 71-97.
- CAPELLE, Claude**, 1998, *Le gallo et les langues celtiques*, Concoret, Bretagne gallèse, Etudes et recherches gallèses, Ploërmel, 104 pages.
- CATHELAT, Bernard**, 1987, *Publicité et société*, coll. « Documents », éd° Payot, Paris, 256 pages.
- Centre régional de Documentation pédagogique de Bretagne, Centre départemental de Documentation pédagogique du Finistère, Ministère de l'Éducation Nationale**, 1993, *Etude des noms de lieux à l'école élémentaire*, éd° CRDP de Bretagne, Rennes.
- CHALONS (de) Pierre, réédité et annoté par Gwennolé Le Menn**, 1996, 1723, *Le premier dictionnaire vannetais*, coll. Bibliothèque bretonne, vol.1, Éditions SKOL, Saint-Brieuc, 512 pages.
- CHAMBRE DE COMMERCE ET DE L'INDUSTRIE DE PARIS**, 23 juin 2004, *Les entreprises ont-elle une politique linguistique ?*, Séminaire, recueil de documents, pagination multiple.
- CHARDONNET, Joseph**, 1969, *Histoire de Bretagne*, Nouvelles Éditions latines Paris, 254 pages.
- CNRS, Action thématique programme CNRS**, 1978, *Observation du changement social et culturel Région Ouest : rapport d'activités des équipes*, Rennes.
- COMITÉ DÉPARTEMENTAL DU TOURISME DU MORBIHAN, Conseil Général du Morbihan**, 2006, 2^{ème} schéma départemental de développement touristiques 2006-2010, *Autrement volontaire pour un tourisme durable*, 83 pages.
- COMITÉ D'HISTOIRE DU PAYS DE PLOEMEUR, (Hervé LE PAN, Yannick PERRON)**, 1989, 1788-1795 *Le pays de Ploemeur et la Révolution*, Ploemeur, Larmor, Lorient, Imprimerie de Basse-Bretagne, Hennebont, 208 pages.
- COMITÉ RÉGIONAL DE TOURISME EN BRETAGNE**, 1988, *Bretagne nouvelle vague*, Comité régional de tourisme, Rennes.
- COMMISSION DE TOPONYMIE ET DE SIGNALISATION**, 1987, *Ar greizenn enklask war an anvioù-lec'h : hag ar pannelloù henchañ*, Institut culturel, Rennes.
- Conseil Général du Finistère**, 25 juillet 2002, *Décisions du Conseil Général du Finistère pour le soutien au breton en 2001*, Document de travail de la Commission permanente, budgets, 3 pages.
- CONSEIL GÉNÉRAL DU FINISTÈRE**, 9 janvier 1991, *La signalisation bilingue*, Journée Langue et Culture Régionales, Parc Naturel Régional d'Armorique. (Étude).
- CONSEIL GÉNÉRAL DU FINISTÈRE**, septembre 1992, *Perception d'une politique en faveur de la langue et de la culture bretonnes, - Principaux résultats -*, n° 1872, étude TMO Ouest, Rennes, 36 pages. (Étude).
- Conseil régional de Bretagne, Direction de la culture**, décembre 2004, *Une politique linguistique pour la Bretagne*, 7^{ème} réunion – décembre 2004, 11pages.

- COURAULT, B., Caisse des dépôts et consignation**, 2001, « Les PME et leurs territoires : les dynamiques locales à l'épreuve du global », *Comment améliorer la performance économique des territoires*, Éditions Société des Acteurs Publics.
- COUROUAU, Jean-François, GARDY, Philippe**, 1999, « Une signalisation bilingue français-occitan dans un village de l'Hérault : mise en œuvre et réception », dans : AKIN, Salih (dir.), 1999, *Noms et re-noms : la dénomination des personnes, des populations, des langues et des territoires*, coll. Dyalang, publications de l'Université de Rouen, pp. 251-269.
- CREREG**, mars 2001, *Spécial Bretagne*, Cahiers économiques de Bretagne, n°1, pp. 7-92.
- CRESSARD, Jean-Pierre**, 2000, *Quand la Bretagne s'est réveillée : CELIB, cinquante ans*, Éditions Coop Breizh, Spézet, 155 pages.
- CRONIN, Michael, O'CONNOR, Barbara, (Eds.)**, 2003, *Irish Tourism: Image, Culture and Identity (Tourism and Cultural Change, 1)*, Multilingual Matters Limited, 290 pages.
- CRONIN, Michael**, 2000, *Across the lines. Travel, Language, Translation*, Cork University Press, Cork, 172 pages.
- CRONIN, Michael**, 1996, *Translating Ireland. Translation, Languages, Cultures*, Cork University Press, Cork, 276 pages.
- CULIOLI, Antoine**, 1999 (1), *Pour une linguistique de l'Énonciation - Formalisation et opérations et repérages*, Tome 2, Ophrys, Paris, 183pages.
- CULIOLI, Antoine**, 1999 (2), *Pour une linguistique de l'Énonciation - Domaine notionnel*, Tome 3, Ophrys, Paris, 192 pages.
- CULIOLI, Antoine**, 1990, *Pour une linguistique de l'Énonciation - Opérations et représentations* Tome 1, coll. L'homme dans la langue, éd° Ophrys, 225 pages.
- CYR-DANIELLE, E., NAGUGWES METALLIC, E.**, 2000, « Fantômes choronymiques de la dépossession », dans : AKIN, Salih (dir.), 1999, *Noms et re-noms : la dénomination des personnes, des populations, des langues et des territoires*, coll. Dyalang, publications de l'Université de Rouen, pp. 151-163.

D

- DARRE, A.**, 1991, « Les modalités du processus identitaire. Réflexions théoriques sur des systèmes identitaires territorialisés », Études et Travaux du GRICC (Groupement de Recherche Inter-universitaire Culture Communication), n°1, LERASS (Laboratoire d'Études & de Recherches en Sciences Sociales), Toulouse.
- Délégation à l'aménagement du territoire et à l'action régionale (DATAR)**, 2002, *Prospective – Info « Art, Culture et Territoires »*, Actes du séminaire du 23 mai 2002 organisé par l'équipe Prospective de la Datar, 22 pages.

- DAUZAT, Albert, ROSTAING, Charles**, 1963 (réédition), *Dictionnaire étymologique des noms de lieux en France*, Larousse, Paris, 751 pages.
- DAUZAT, Albert**, *Les noms de lieux; origine et évolution; villes et villages — pays — cours d'eau — montagnes — lieuxdits*, Delagrave, Paris, 264pages.
- DELERM, Sophie, HELFER, Jean-Pierre, ORSINI, Jacques**, 2002, *Les bases du marketing*, coll. Educapôle gestion, éd° Vuibert, 214 pages.
- DENEFLE, Sylvette (Coord.)**, 1992, *Identités et économies régionales*, Actes du colloque Identités Culturelles et développement économique, Nantes 15-16-17 novembre 1990, éditions L'Harmattan, Paris, 398 pages.
- DENEFLE, Sylvette**, novembre 1992, « Traou Mad et Pont Aven, des images de marques inséparables », dans DENEFLE, Sylvette (Coord.), 1992, *Identités et économies régionales*, Actes du colloque Identités Culturelles et développement économique, Nantes 15-16-17 novembre 1990, Éditions L'Harmattan, Paris, pp. 207-214.
- DENEFLE, Sylvette**, 1991, *Bretagne*, éditions Bonneton, Paris, 431 pages.
- DENEZ, Per**, 1988, *Mouvement culturel breton et développement économique et social*, Conseil culturel de Bretagne, Infos-Bretagne-Services.
- Département des Côtes d'Armor**, 27 janvier 2004, *Budget primitif « Langues et Cultures Bretonnes et Gallèses »*, n° 3.30, Document de travail, 2 pages.
- Département des Côtes d'Armor, Commission permanente**, mars à octobre 2004 :
- Séance du 1^{er} mars 2004 : « Langues et Cultures Bretonnes et Gallèses », n° 3.18, 5 pages.
 - Séance du 3 mai 2004 : « Politique culturelle », n° 3.17, 6 pages.
 - Séance du 7 juin 2004 : « Politique culturelle », n° 3.20, 3 pages.
 - Séance du 5 juillet 2004 : « Politique culturelle », n° 3.19, 5 pages.
 - Séance du 6 septembre 2004 : « Politique culturelle », n° 3.18, 3 pages.
 - Séance du 4 octobre 2004 : « Politique culturelle », n° 3.16, 4 pages.
- Département du Morbihan, Commission permanente du Conseil Général**, Réunion du 12 avril 2002, Procès verbal, Bordereau n° 86 : « Soutien au développement de la langue bretonne », 4 pages.
- DEPAULE, Jean-Charles**, 2001, « Passages aux toponymes », dans BOUVIER, Jean-Claude, GUILLON, Jean-Marie, (Dir.), 2001, *La toponymie urbaine*, L'Harmattan, Paris, pp. 229-237.
- DESHAYES, Albert**, 2005 (nouvelle édition), *Dictionnaire des noms de famille bretons*, Éditions Le chasse-marée / Armen, 542 pages.
- DESHAYES, A.**, 2003, *Dictionnaire des noms de lieux bretons*, Éditions Le chasse-marée / Armen, 605 pages.
- DESMET, Pierre, ZOLLINGER, Monique**, 1997, *Le prix, de l'analyse conceptuelle aux méthodes de fixation*, coll. Gestion, Economica, 244 pages.

- DI MEO, Guy**, 1990, « De l'espace vécu aux formations socio-spatiales », dans *Revue Géographie sociale*, n° 10, Presses Universitaires de Caen, Caen, pp. 13-23.
- Direction générale de l'Urbanisme, de l'Habitat et de la Construction (Ministère de l'Équipement, des Transports et du Logement)**, mai 2002, *Guide pour l'aménagement de voiries et d'espaces publics accessibles*, 42 pages, document accessible en ligne :
- < http://www2.logement.gouv.fr/publi/accessibilite/doc_pdf/guide_voiries.pdf >
- DUBOIS, Pierre-Louis, JOLIBERT, Alain**, 2005 (4^{ème} édition), *Le marketing, fondements et pratiques*, Economica, 687 pages.
- DUCROT, Oswald**, 1984, *Le Dire et le Dit*, Éditions Minuit, 237 pages.
- DUCROT, O.**, 1980, *Les mots du discours*, Éditions Minuit, 240 pages.
- DULONG, Renaud, TOBOUL, Bernard, (Coll.)**, 1973, *Le régionalisme en Bretagne*, Rapport d'enquête pour le Comité d'Organisation de la Recherche appliquée au Développement Économique et Social (septembre 1973), École Pratique des Hautes Études, Paris.
- DUPAQUIER, Michel**, 1992, « Nos enfants, comme tellement de petits bretons seront marins ou fonctionnaires », dans DENEFFLE, Sylvette (coord.), 1992, *Identités et économies régionales*, Actes du colloque Identités Culturelles et développement économique, Nantes 15-16-17 novembre 1990, (Coord. Sylvette DENEFFLE), éditions L'Harmattan, Paris, pp. 345-394
- DUVAL, Karine, TRICOIRE, Fanny, GAUTHIER, Antoine**, mars 1997, *Étude d'image de Rennes à l'International*, Coopers & Lybrand, Rennes, 85 pages. (Etude)

E

- ECO, Umberto**, 1988, *Sémiotique et philosophie du langage*, coll. Formes sémiotiques, PUF, 285 pages.
- ELOY, Jean-Michel**, 1992, « La langue est de nature sociale », *La Bretagne linguistique*, Cahiers du groupe de recherche sur l'économie linguistique de la Bretagne, vol. 8, CRBC, Brest, pp.209-222.
- ERNAULT, Emile**, 1904, *Dictionnaire breton – français du dialecte de Vannes*, Lafolye, Vannes 239 et 80 pages. (Voir l'édition de 1983 (réédition du dictionnaire de 1919), Brud Nevez, Brest).
- ERWAN, A.**, juin-août 1999, « L'économie doit être un moteur pour la culture », *Revue La Bretagne économique* n°113, pp. 26-28.
- ERWAN, A.**, juin-août 1999, « Pas d'économie durable sans relation culturelle : la culture est la clef d'entrée d'un territoire », *La Bretagne économique*, n°113, pp. 34-35.

Espace, Société, Communication (Groupe de Recherche), juin 1991, *Armagnac-produit, Armagnac-pays : ressources patrimoniales, identité culturelle et développement local*, Rapport d'étude, Ministère de la Culture, Mission du patrimoine ethnologique, LERASS, 222 pages.

ÉTABLISSEMENT PUBLIC RÉGIONAL, 1980, *Bilan de la charte culturelle de Bretagne*, Rennes.

F

FALC'HUN, F., 1981 (3^{ème} édition), *Nouvelles perspectives de la langue bretonne*, Union générale d'éditions, Paris, 662 pages.

FALC'HUN, F., TANGUY, B., 1979, *Les noms de lieux celtiques, 3^{ème} série, Nouvelle méthode de recherche en toponymie celtique*, Éditions Armoricaïnes, Plabennec, 61 pages.

FALC'HUN, F., 1970, *Les noms de lieux celtiques, deuxième série, problèmes de doctrine et de méthode, noms de hauteurs*, Éditions Armoricaïnes, Plabennec, 208 pages.

FALC'HUN, F., 1966, (réédité à Le Bourg-Blanc, 1970), *Les noms de lieux celtiques, 3 volumes*, Éditions Armoricaïnes, Plabennec, 3 volumes.

FALC'HUN, F., 1963, *Histoire de la langue bretonne d'après la géolinguistique*, PUF, 2 volumes.

FALC'HUN, François, septembre-décembre 1948, « Une enquête toponymique en Bretagne celtique : le cadastre de la Basse-Bretagne », *Onomastica, Revue Internationale de Toponymie et d'Anthroponymie*, (Dir. Albert DAUZAT), n° 3-4, pp. 161-173.

FAURE, Alain, 1998, « Comment réconcilier culture et développement local ? », *Revue L'Observatoire*, n°16, CERAT, p. 4-7.

FAVEREAU, Francis, 1993, *Bretagne contemporaine. Langue, Culture, Identité*, éd° Skol Vreizh, Morlaix, 224 pages.

FAVEREAU, Francis, 1993, *Dictionnaire du breton contemporain / Geriadur ar brezhoneg a-vremañ*, éd° Skol Vreizh, Morlaix, 1357 pages.

FERREOL, Gilles, JUCQUOIS, Guy (sous la direction de), 2004, *Dictionnaire de l'altérité et des relations interculturelles*, éd° Armand Colin, Paris, 354 pages.

FESDJIAN, Sophie, 1998, « Comment peut-on être breton au Québec ? : Quelques éléments de réponses recueillis au sein de l'Union des Bretons de Montréal », *Les Cahiers de l'Iroise* n°177, pp.33-38.

FITOUSSI, Marcel, 1995, *L'affichage*, coll. Que sais-je, PUF, Paris, 127 pages.

FLAHAULT, François, 1978, *La parole intermédiaire*, éd° Seuil, 233 pages.

FLATRES, P., 1986, *La Bretagne*, PUF, Paris, 183 pages.

- FLEURIOT, Léon**, 1988, *Les origines de la Bretagne, l'émigration*, Éditions PAYOT, Paris, 353 pages.
- FLEURIOT, L.**, 1979, *Les origines de la Bretagne*, Éditions CHAMPION, Paris, 355 pages.
- FLEURIOT, L.**, 1963, *Histoire de la langue bretonne d'après la géographie linguistique*, 2 tomes (Tome 1 : texte, Tome 2 : figures).
- FORUM**, 1996, *Economic development in rural areas in interaction with Minority Languages*, Report on the international conference of 11-14 October 1995, Berie foar il Frysk, The Netherlands, 46 pages. (Report/Rapport).
- FRAENKEL, Béatrice, LEGRIS-DESORTES, Christiane, (Dir.)**, 1999, *Entreprise et sémiologie. Analyser le sens pour maîtriser l'action*, DUNOD, Paris, 244 pages.
- FRESNAUD-DERUELLE, Pierre (Dir.)**, 1993, *Dans la ville, l'affiche*, E.I.D.O.S., coll. « Sciences de la ville », n°4, Maison des Sciences de la ville, Université François-Rabelais, Tours, 108 pages.

G

- GAJO, Laurent**, 1997, « Représentations du contexte ou représentations en contexte ? Élèves et enseignants face à l'apprentissage de la langue », dans MATTHEY, M. (Ed.), *Contacts de langues et représentations*, Institut de linguistique de l'Université de Neuchâtel (Suisse), Revue Tranel, n°27, pp. 9-27.
- GARDES-TAMINE, Joëlle**, 1996, *La rhétorique*, coll. « Cursus », éd° A. COLIN, Paris, 181 pages.
- GAUGUE, Anne**, 2000, « Espaces touristiques et territoires identitaires en Bretagne », Revue géographique de l'Ouest et des pays de l'Atlantique Nord, t. 47, n° 187, Poitiers, pp. 303-316.
- GAULTIER, Paschale, PRIZIAC, Michel**, 2001, *Les clefs de la toponymie en Bretagne*, éditions Patrimoines buissonniers, Grâce-Guingamp.
- GERVEREAU, Laurent**, 2000, *Voir, comprendre, analyser les images*, coll. « Guides Repères », éd° La Découverte, Paris, 192 pages.
- GHIGLIONE, Rodolphe, BEAUVOIS, Jean-Léon, CHABROL, Claude, TROGNON, Alain**, 1980, *Manuel d'analyse de contenu*, éd° Armand Colin, coll. U, Paris, 159 pages.
- GICQUEL, Yvonig**, 1986, « Oser accoupler culture et économie bretonne », TUD HA BRO (Sociétés bretonnes), Plabennec, pp. 253-280.
- GOFFMAN, Erving**, 1974, *Les rites d'interaction*, éd° de Minuit, 236 pages.
- GOINERE, G.**, août 1990, « Culture / Économie : qui tire l'autre ? », Revue La vie économique du Sud-Ouest, CERVIL, n°817, pp.5-14.

- GORE, Olivier**, novembre - décembre 2001, « Mondialisation culturelle et musique bretonne », *Revue Ar Soner*, n°361.
- GOASDOUE, Yann**, juillet 1993, « Diffuser la culture bretonne », *Revue Armen*, n°52.
- GOURVIL, Francis**, 1993 (2ème édition revue et augmentée par A. DESHAYES), *Noms de familles bretons d'origine toponymique*, Société archéologique du Finistère, QUIMPER, 372 pages.
- GRANIER, Roland, ROBERT, Martine (Dirs)**, 2002, *Cultures et structures économiques*, Ed° ECONOMICA, Paris, 312 pages.
- GRANIER, Roland (éd.)**, 2000, *Culture et comportements économiques*, Presses Universitaires Aix-Marseille, 422 pages.
- GREFFE, Xavier**, 1999, *La gestion du patrimoine culturel*, Anthropos-Economica, 253 pages.
- GREFFE, Xavier**, 1991, *Socio-économie de la culture*, Economica, 152 pages.
- GRIN, François**, 2000, « Langues minoritaires et économie. Un bref bilan des bases théoriques », dans : ALCARAS, J.R., BLANCHET, Philippe, JOUBERT, Jérôme, (Eds.), *Cultures régionales et développement économique*, Actes du Congrès d'Avignon mai 2000, Presses universitaires d'Aix-Marseille, pp. 65-76.
- GRIN François**, 1999, « The economic approach to language and ethnicity », dans: FISHMAN, F. (Ed.), *Language and Ethnicity*, Oxford, Oxford University Press, pp. 9-24.
- GRIN, François, VAILLANCOURT, François**, novembre 1999, *The cost-effectiveness evaluation of minority language policies : case studies on Wales, Ireland and the Basque country*, ECMI (European Centre for Minority Issues), Monograph # 2.
- GUEHENNEC, Yvan**, 1989, *Aspects de la toponymie du Pays de Galles, études et recherches numéro 3*, Éditions DALC'HOMP SONJ !, Lorient.
- GUESPIN, Louis, MARCELLESI, Jean-Baptiste**, 1986, « Pour la glottopolitique », *Revue Langages*, n° 83, pp. 5-34.
- GUESPIN, Louis**, 1985, « Introduction. Matériaux pour une glottopolitique », *Cahiers de Linguistique sociale*, n° 7, Publication de l'Université de Rouen, Mont-Saint-Aignan, pp. 14-32.
- GUESPIN, Louis**, 1971, « Problématique des travaux sur le discours politique », *Revue Langages*, n° 23, pp. 3-24.
- GUILLOREL, Hervé**, 1999, « Toponymie et politique », dans AKIN, Salih (Dir.), 1999, *Noms et re-noms : la dénomination des personnes, des populations, des langues et des territoires*, coll. Dyalang, publications de l'Université de Rouen, pp.61-91.
- GUIMELLI, Chrisitan (dir.)**, 1994, *Structures et transformations des représentations sociales*, Delachaux et Niestlé, Neuchâtel, Paris, 277 pages.
- GUMPERZ, John J., HYMES, Dell**, 1986, *Directions in sociolinguistics, the ethnography of communication*, Basil Blackwell, 598 pages.

H

- HELPER, Jean-Pierre, ORSONI, Jacques**, 2005 (9^{ème} édition), *Marketing*, é° Vuibert, Paris, 426 pages.
- HELLER, Monica**, 2005, « Une approche sociolinguistique de l'urbanité », dans : BOUDREAU, Annette, BULOT, Thierry, DUBOIS, Lise, LEDEGEN, Gudrun, (Dirs.), 2005, *Signalétiques et signalisations linguistiques et langagières des espaces de villes (configurations et enjeux sociolinguistiques)*, Actes de la 4^{ème} journée internationale de sociolinguistique urbaine, Moncton, septembre 2005, Revue de l'Université de Moncton, vol. 36, n° 1, Québec, pp. 321-346.
- HEMON, Roparz**, 1997, *Nouveau dictionnaire breton-français, français-breton*, Al Liamm, Brest, 170 pages.
- HENAULT, Anne**, 1992, *Histoire de la sémiotique*, coll. Que sais-je, PUF, 127 pages.
- HENRIET, Alain, PELLEGRIN, Nicole**, mars 2003, *Le marketing du patrimoine culturel*, coll. Dossier d'experts, Editions de « La lettre du cadre territorial », 157 pages.
- HERRIEU, Mériadeg, SEITE, V.**, 1981, *Le breton du Morbihan vannetais*, Éditions Bleun-Brug Bro-Gwened, Bannalec.
- HOLLIER, Robert, LANQUAR, Robert**, 2001, *Le marketing touristique*, coll. Que sais-je, PUF, Paris, 152 pages.
- HONG, ST, WYER, RS**, September 1989, « Effects of country-of-origin and product-attribute information on product evaluation: an information processing perspective », *Journal of consumer research*, vol 16, pp. 175-187
- HOUZE, A.**, 1864, *Étude sur la signification des noms de lieux en France*, Paris, 140 pages.
- HUCHET, P., LUKAS, Y., MOY, M.**, 2000, *Histoire du pays de Ploemeur*, Éditions Palantines, Quimper, 137 pages.
- HUCK, Dominique, BLANCHET, Philippe**, 2005, *Minorations, minorisations, minorités, Études exploratoires*, Cahiers de sociolinguistique n°10, PUR, 276 pages.
- HUMBERT, Marc**, 2002, *La Bretagne à l'heure de la mondialisation*, PUR, Rennes, 305 pages.

I

- INSTITUT CULTUREL DE BRETAGNE, (GICQUEL, Yvonig – coordinateur général)**, 1997, *Une culture bretonne pour le 21^{ème} siècle*, Rennes, 53 pages. (Étude)

IGN (Institut Géographique National), Fiches techniques de toponymie : Mise à jour départementale, Morbihan-Produit toponymie SBV/02.1568

IGN (Institut Géographique National), Fiches techniques de toponymie : Mise à jour départementale, Finistère-Produit toponymie SBV/02.1853

J

JAFFRE, J., 1996, *Secrets et Mystères de nos Kêr, Tomes 1 et 2*, Éditions Dalc'homp Sonj.

JAKEZ-HELIAS, Pierre, 1979, *Dictionnaire des Saints bretons*, coll. La bibliothèque bretonne, Éditions TCHOU.

JODELET, Denise, 1991, *Les représentations sociales*, collection Sociologie d'aujourd'hui, Paris, PUF, 424 pages.

JOHANSSON, JK, DOUGLAS, SP, NONAKA, I, November 1985, « Assessing the impact of country of origin on product evaluations: a new methodological perspective », *Journal of Marketing Research*, Vol. XXII, pp. 388-396

JONES, Mari, 1998, *La langue bretonne aujourd'hui à Plougastel-Daoulas*, Éditions Brud Nevez, Brest, 74 pages.

K

KADORED, Iwan, KERVELLA, Divi, DESBORDES, Yann, 1994, *Geriadur bihan brezhoneg-galleg, galleg-brezhoneg = Dictionnaire élémentaire breton-français, français-breton*, Hor Yezh, Lesneven, 445 pages.

KAHLOUCHE, Rabah, 1999, « La dénomination / redénomination : un lieu de conflit identitaire », dans AKIN, Salih (Dir.), 1999, *Noms et re-noms : la dénomination des personnes, des populations, des langues et des territoires*, coll. Dyalang, publications de l'Université de Rouen, pp. 183-188.

KAHN, René, RUGRAFF, Eric, 2000, « Culture, économie et développement régional », dans : ALCARAS, J.R., BLANCHET, Ph., JOUBERT, Jérôme, 2000, *Cultures régionales et développement économique*, Actes du Congrès d'Avignon mai 2000, Presses universitaires d'Aix-Marseille, pp. 77-119.

KAHN, René, 6 et 7 septembre 2001, « Politiques culturelles des collectivités locales, démocratie et développement. Politiques culturelles régionales ou culture régionales du développement ? », Communication dans le cadre des Cinquièmes

Rencontres Ville-Management *Démocratie & Management local / Cultures et pratiques*, Bayonne, 16 pages.

KAYSER, B., 1994, « La culture : un levier pour le développement local », *Leader Magazine*, n°8.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine, 1998 (2^{ème} édition), *L'implicite*, éd° A. COLIN, Paris, 404 pages.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine, 1994, *Les interactions verbales, Tome 3, Variations culturelles et échanges rituels*, coll. U Linguistique, éd° Armand Colin, 343 pages.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine, 1992, *Les interactions verbales, Tome 2, Approche interactionnelle et structures des conversations*, éd° Armand Colin, 368 pages.

KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine, 1990, *Les interactions verbales, Tome 1, Approche interactionnelle et structures des conversations*, coll. U Linguistique, éd° Armand Colin, 315 pages.

KERGOAT, Lukian, 1992, « De Stivell à Diwan, de la langue symbole à l'investissement dans la langue », *Revue KLASK*, vol.2, PUR, Rennes, pp. 41-50.

KREIS, Georg, 1991, « Identité culturelle et développement régional : la dimension historique illustrée à travers l'exemple d'Interlaken », dans : BASSAND, Michel (Dir.), 1991, *Identité et développement régional*, Conseil de l'Europe : projet culture et région, éditions Peter Lang, pp. 47-55.

L

Laboratoire des collectivités locales, 1999, Rapport introductif à la Journée d'études sur « Le patrimoine culturel des communes », Bourges, 28 novembre 1998, dans : *Cahiers du Laboratoire des collectivités locales*, n°1, hors série, Orléans, Presses universitaires d'Orléans, p. 7-20.

LACOSTE, Yves (Dir.), 2^{ème} trimestre 2002, *Langues et territoires*, Hérodote, revue de géographie et de géopolitique, n° 105, éditions La Découverte, Paris, 205 pages.

LACOSTE, Yves (Dir.), 4^{ème} trimestre, 1999, *Nationalismes régionaux en Europe*, *Revue Hérodote*, n°95, 192 pages.

LAINE, Noël, 1992, *Le droit à la parole*, Terre de brume, Rennes, 209 pages. (Essais).

LAINE, Yves, 1992, « Le marquage culturel d'un produit est-il un argument de marketing et un condition de son existence ? Deux témoignages : B.A.I. Brittany Ferries (1972-1990), Made in Breizh (1984-1985) », dans DENEFFLE, Sylvette (Coord.), 1992, *Identités et économies régionales*, Actes du colloque Identités Culturelles et développement économique, Nantes 15-16-17 novembre 1990, éditions L'Harmattan, Paris, pp. 239-247.

- LAJARJE, Romain, et MOISE, Claudine**, 2005, « Enseignes commerciales, traces et transition urbaine. Quartier de Figuerolles, Montpellier », dans : BOUDREAU, Annette, BULOT, Thierry, DUBOIS, Lise, LEDEGEN, Gudrun, (Dirs.), 2005, *Signalétiques et signalisations linguistiques et langagières des espaces de villes (configurations et enjeux sociolinguistiques)*, Revue de l'Université de Moncton, vol. 36, n°1, Canada, pp. 97-128
- LAMIZET, Bernard**, 2004, « Qu'est-ce qu'un lieu de ville ? », dans : BULOT, T. (Dir.), 2004, *Lieux de ville et territoires - Perspectives en sociolinguistique urbaine. Volume 2*, Paris, L'Harmattan, pp. 115-166.
- LATARJET, B.**, 1997, *L'aménagement culturel du territoire*, études de la Datar, La documentation française, 127 pages.
- LATOUR, Bruno**, 2006, *Changer de société. Refaire de la sociologie*, éd° La Découverte, Paris, 401 pages.
- LATOUR, Bruno**, 1996, *Petite réflexion sur le culte moderne des dieux faitiches*, collection Les empêcheurs de tourner en rond, Paris, 103 pages.
- LE BESCO, Patrick**, 1997, *Parlons breton : langue et culture*, L'Harmattan, Paris, Montréal, 204 pages.
- LE BORGNE, Hervé**, 1992, « Réduire la fracture entre développement économique et identités culturelles : l'exemple breton », dans : DENEFFLE, Sylvette (Coord.), 1992, *Identités et économies régionales, Actes du colloque Identités Culturelles et développement économique*, Nantes 15-16-17 novembre 1990, éditions L'Harmattan, Paris, pp. 165-173.
- LE BOETTE, Isabelle**, janvier 2003, « Langue bretonne et autres langues : pratique et transmission », Revue Octant, n° 92, pp. 18-22, Rennes : INSEE-Bretagne (revue publiée par l'INSEE).
- LE BOULANGER, Jean-Michel**, décembre 1999-février 2000, « Réflexions sur l'identité de la Bretagne », Revue Hopala ! Débats de Bretagne et d'ailleurs, n° 3, pp. 8-15.
- LE COADIC, Ronan**, 2001, « Le fruit défendu : force de l'identité culturelle bretonne et faiblesse de son expression politique », *Identité bretonne et expression politique*, Cahiers Internationaux de Sociologie, Vol CXI, pp. 319-339.
- LE COADIC, Ronan**, 1998, *L'identité bretonne*, Éditions Terre de brume, PUR, 478 pages.
- LE DRIAN, Jean-Yves**, décembre 2004, *Une politique linguistique pour la Bretagne*, 7^{ème} réunion de la Direction de la Culture, Conseil régional de Bretagne, 11 pages. (Discours officiel).
- LE DU, Jean (Dir.), Groupe de recherche sur l'économie linguistique de la Bretagne**, 1986-1987, *La Bretagne linguistique*, Vol. 3, CRBC, Brest.
- LE DU, Jean (Dir.), Groupe de recherche sur l'économie linguistique de la Bretagne**, 1987-1988, *La Bretagne linguistique*, vol. 4, CRBC, Brest.
- LE DU, Jean**, 1999, *La langue bretonne aujourd'hui*, éditions Peeters, Louvain-la-Neuve.

- LE FAOU, Philippe, LATOUR, Jean-Louis**, 2000, *La dynamique culturelle bretonne : lans sevenadur Breizh*, Région Bretagne, Conseil économique et social, Rennes, pagination multiple.
- LE MENN, G.**, 1982, *1700 noms de familles bretons*, Éditions SKOL, Saint-Brieuc, 80 pages.
- LE MOING, Jean-Yves**, 1992, « Saints bretons dans les noms de lieux en « saint » de Bretagne », revue Klask, PUR, vol. 2, pp. 69-86.
- LE MOING, J-Y.**, 1990, *Les noms de lieux bretons de Haute-Bretagne*, Éditions Coop Breizh, Spézet, 480 pages.
- LE MOING, Jean-Yves**, 1988, *Toponymie bretonne de Haute-Bretagne : analyse informatique des formes anciennes et modernes*, Thèse de Lettres soutenue à l'Université Rennes 2, 2 volumes, XI-303-[319].
- LE SENNE, René**, 1963 (7^e édition), *Traité de caractérologie*, Presses universitaires de France, Paris, 660 pages. (Version électronique produite par Pierre Palpant - édition complétée le 31 juillet 2005 à Chicoutimi, Québec, 476 pages.)
- LE SQUERE, Roseline, AR ROUZ, David**, novembre 2005, « Traduction et affichage public : quel(s) service(s) pour les langues régionales de Bretagne ? », Marges Linguistiques, n° 10, MLMS Éditeur, 17 pages.
- LE SQUERE, Roseline**, 2005, « Mise en œuvre du bilinguisme de la ville de Lorient (département du Morbihan, France) : de la conceptualisation politique à l'application territoriale. Pratiques, analyse de la demande sociale et enjeux », dans : BOUDREAU, Annette, BULOT, Thierry, DUBOIS, Lise, LEDEGEN, Gudrun, (Dir.), 2005, *Signalétiques et signalisations linguistiques et langagières des espaces de villes (configurations et enjeux sociolinguistiques)*, Actes de la 4^{ème} journée internationale de sociolinguistique urbaine, Moncton, septembre 2005, Revue de l'Université de Moncton, vol. 36, n° 1, Québec, pp. 157-184.
- LE SQUERE, Roseline**, 2004, « Les chercheurs, la vie de la cité », Actes du colloque *En 2020, quelle recherche, quels chercheurs dans l'agglomération rennaise*, Rennes Métropole, pp. 52-53.
- LE SQUERE, Roseline**, 2001, *La publicité : un outil de langage*, mémoire de DEA « Langues et représentations », sous la direction de Philippe Blanchet, Université Rennes 2, 117 pages (disponible au laboratoire CREDILIF, Université Rennes 2).
- LE SQUERE, Roseline**, 2000, *La Toponymie de Ploemeur*, mémoire de Maîtrise de Lettres Modernes, sous la direction de Philippe Blanchet, Université Rennes 2, 140 pages (disponible au laboratoire CREDILIF, Université Rennes 2).
- LEGASSE, Périco**, 11 au 17 juin 2001, « Régionalisme et République, après la Corse, la Bretagne », Revue Marianne, n°216, pp.34-39.
- LENDREVIE, Jacques, LEVY, Julien, LINDON, Denis**, 2006 (8^{ème} édition), *Mercator*, éd° DUNOD, Paris, 1142 pages.
- LESPINAY (DE), Charles**, 1999, « Action sur le territoire, marqueurs toponymiques et enjeux socio-juridiques en Casamance (Sénégal). Le cas des « autochtones » Baynunk », dans AKIN, Salih (Dir.), 1992, *Noms et re-noms : la dénomination des*

personnes, des populations, des langues et des territoires, coll. Dyalang, publications de l'Université de Rouen, pp. 165-182.

LESUEUR, J. (Dir.), 1988, *Réflexions pour un volet « culture et tourisme » dans le Contrat de Plan*, Rapport du Comité économique et social de la Région d'Ile-de-France, Commission de l'Éducation, de la Culture, de la Jeunesse, des Sports et des Loisirs, CRA, 30 pages.

LEVY, Albert, 1996, « Pour une socio-sémiotique de l'espace », dans OSTROWETSKY, Sulvia (Dir.), 1996, *Sociologues en ville*, L'Harmattan, Paris, pp. 161-178.

LINDH DE MONTROYA, Monica, 2000, « Entrepreneurship and culture: The Case of Freddy, the strawberry man », dans: SWEDEBERG, R., 2000, *Entrepreneurship*, Oxford Management Reader, New-York, Oxford University Press, pp. 332-56.

LONGNON, Auguste, 1920-1929 (réimpression en 1999), *Les noms de lieux de la France. Leurs origines, leurs significations, leurs transformations*, Notes réunies par Paul Marichal & Léon Mirot, éd° Champion, Paris, 864 pages.

LOTH, J., 1910, *Les noms de Saints bretons*, Paris, 53 pages.

LUSSAULT, Michel, 1993, « L'assomption d'une ville », dans: FRESNAUD-DERUELLE, Pierre (Dir.), 1993, *Dans la ville, l'affiche*, E.I.D.O.S., coll. « Sciences de la ville », n°4, Maison des Sciences de la ville, Université François-Rabelais, Tours, pp. 98-107.

M

MAHESWARAN, D, September 1994, « Country of Origin as a Stereotype: Effects of Consumer Expertise and Attribute Strength on Product Evaluations », *Journal of consumer research*, vol 21, pp. 354-365.

MAINGUENEAU, Dominique, 2000, *Analyser les textes de communication*, coll. Lettres Sup, Éditions Nathan, 211 pages.

MAINGUENEAU, Dominique, 1999, *L'énonciation en linguistique française*, coll. Les fondamentaux, Hachette supérieur, 156 pages.

MAINGUENEAU, Dominique, 1991, *L'analyse de discours*, Hachette, 267 pages.

Mairie de Pluguffan, 28 juin 2002, *Une politique d'aménagement linguistique ambitieuse pour Pluguffan-Plugüen, Programme d'aménagement linguistique 2002-2003-2004, Demande de subvention*, délibération du conseil municipal, pagination multiple.

MANZANO, Francis (Dir.), 1997 (1), *Vitalité des parlers de l'Ouest et du Canada francophone*, Cahiers de sociolinguistique, n° 2-3, PUR, 454 pages.

MANZANO, Francis (Dir.), 1997 (2), « Sur le statut sociolinguistique du gallo : une identité en question », dans *Cahiers de sociolinguistique, Langues et Parlers de l'Ouest*, Cahiers de sociolinguistique, n°1, PUR, pp. 9-40.

- MARCELLESI, J.B., BULOT, T., et BLANCHET, P., (Colls), 2003, *Sociolinguistique (épistémologie, langues régionales, polynomie)*, L'Harmattan, collection Espaces discursifs, Paris, 308 pages.**
- MARCELLESI, Jean-Baptiste, 1976, « Analyse de discours à entrée lexicale », dans *Typologie du discours politique*, revue Langages, n° 41, Larousse, Paris, pp. 79-123.**
- MARCELLESI, Jean-Baptiste, 1971, « Éléments pour une analyse contrastive du discours politique », dans *Le discours politique*, revue Langages, n° 23, Larousse, Paris, pp. 25-56.**
- MARTINET, Jeanne, 1972, « Essai d'analyse fonctionnelle des panneaux de signalisation routière », dans Martinet, Jeanne (Dir.), 1972, *De la théorie linguistique à l'enseignement de la langue*, coll. Sup, PUF, Paris, pp. 89-136.**
- MARTRAY, Joseph, 2001, *Le CELIB, ou comment dire devient faire : dialogue avec Fanch Elégoët*, Tud ar bro, Plabennec.**
- MARTRAY, Joseph, Ollivro, Jean, 2001, *La Bretagne au cœur du nouveau monde*, éd° Les portes du large, 142 pages.**
- MATTHEY, Marinette (éd.), 1997, *Contacts de langues et représentations*, Institut de linguistique de l'Université de Neuchâtel, Tranel, n° 27, Suisse, 135 pages.**
- MILLET, Agnès, 1998, « La ville : un espace socio-sémiotique », dans BILLIEZ, Jacqueline, LUCCI, Vincent, MILLET, Agnès, SAUTOT, Jean-Pierre, TIXIER, Nicolas, 1998, *Des écrits dans la ville : Sociolinguistique d'écrits urbains : l'exemple de Grenoble*, L'Harmattan, Paris, pp. 25-42.**
- Ministère de la culture et de la communication, Délégation au développement et aux affaires internationales, Département des études, de la prospective et des statistiques, juillet 2006, *Les dépenses culturelles des collectivités locales en 2002*, Les notes statistiques du DEPS, n° 21, Paris, 117 pages.**
- Ministère de la culture et de la communication, Direction de l'administration générale, octobre 2000, *Les dépenses culturelles des collectivités territoriales en 1996*, Bulletin départemental des études et de la prospective, n° hors série, Paris, 52 pages. (Rapport d'enquête).**
- Ministère de l'équipement, des transports et du logement, novembre 2002, *Les signaux routiers*, Les outils, Direction de la sécurité et de la circulation routière, 30 pages.**
- MOECKLI, Jean-Marie, 1991, « Contributions des animateurs au renforcement de l'identité culturelle et au développement régional », dans Conseil de l'Europe : projet culture et région (Dir. Michel BASSAND), 1991, *Identité et développement régional*, , éditions Peter Lang, pp.81-88.**
- MONDADA, Lorenza, 2000, *Décrire la ville (La construction des savoirs urbains dans l'interaction et dans le texte)*, Anthropos, Paris, 284 pages.**
- MONDADA, L., 1998, « De l'analyse des représentations à l'analyse des activités descriptives en contexte », Cahiers de proxématique, n° 31, pp. 127-148.**
- MONNET, Jérôme, 1997, « La symbolique des lieux : pour une géographie des relations entre espace, pouvoir et identité », Conférence. Document accessible en ligne : <http://www.cybergeopresse.fr/geocult/texte/monet.htm>**

MONNIER, Jean-Jacques, CASSARD, Jean-Christophe, (Coords.), 1997, *Toute l'histoire de Bretagne, Des origines à la fin du XX^e siècle*, éd° Skol Vreizh, Morlaix, 800 pages.

MONTFORT, Jean-Michel, décembre 2000, *Politiques culturelles locales : les territoires du sens*, Revue Territoires, n°413, 48 pages. (Dossier).

MOREAU, Marie-Louise (éd.), 1997, *Sociolinguistique, Concepts de base*, Liège, éd. Mardaga, 312 pages.

MORIN, Edgar, 1977-2004, *La méthode*, éd° Seuil, Paris : 6 tomes. 1977, *La Méthode (tome 1). La Nature de la Nature*, Seuil, éd° de poche ; coll. Points : 1981, 399 pages. 1980, *La Méthode (tome 2). La Vie de la Vie*, Seuil, éd° de poche ; coll. Points : 1985, 470 pages. 1986, *La Méthode (tome 3), La Connaissance de la Connaissance*, Seuil, éd° de poche, coll. Points : 1990, 244 pages. 1991, *La Méthode (tome 4), Les Idées. Leur habitat, leur vie, leurs mœurs, leur organisation*, Seuil, 262 pages. 2001, *La Méthode (tome 5), L'identité humaine*, Paris, Seuil, 300 pages. 2004, *La Méthode tome 6. Ethique*, Seuil, Paris, 256 pages.

MUCCHIELLI, Alex, 1999, *L'identité*, coll. « Que sais-je », éd° PUF, Paris, 127 pages.

MUCCHIELLI, Alex, GUIVARCH, Jeannine, 1998, *Nouvelles méthodes d'étude des communications*, coll. *Sciences de la communication*, éd° Armand Colin, 174 pages.

N

NEVEU, Erik, 1996, *Sociologie des mouvements sociaux*, coll. « Repères », La Découverte, Paris, 126 pages.

NDIASSE, Thiam, 1998, « Repérages sociolinguistiques dans les désignations de la ville de Dakar (Sénégal) », dans *Revue Parole*, n° 5-6, Université de Mons Hainaut, Mons, pp. 113-140.

NIFLE, Roger, 2006, *Le tourisme des valeurs*, regroupement d'articles, Institut d'humanisme méthodologique, Institut Cohérences, Allan, 116 pages. Document accessible en ligne : <http://coherences.com/DIVERS/Tourismedesvaleurs.pdf>.

NOAILLY, Michèle (ed.), 1995, *Nom propre et nomination*, Actes du colloque de Brest, 21-24 avril 1994, Paris, 329 pages.

O

- ODOU, Philippe, NICHOLSON, Patrick**, 1998, « L'influence des croyances stéréotypiques associées au pays d'origine d'un produit sur son évaluation : la mise en évidence du mode catégoriel de traitement de l'information », 14^{ème} Congrès International de l'Association Française de Marketing (AFM), Bordeaux, 20 pages. (Communication).
- OFIS AR BREZHONEG, Office de la langue bretonne**, 2006 (1), *Rapport d'activité 2005*, Office de la langue bretonne, document accessible en ligne : <http://ofis-bzh.org/upload/ouvrage/fichier/116fichier.pdf>, 24 pages.
- OFIS AR BREZHONEG, Office de la langue bretonne**, 2006 (2), *Politique linguistique de la région Bretagne*, rapport d'évaluation, document accessible en ligne : http://www.ofis-bzh.org/upload/travail_paragraphe/fichier/181fichier.pdf, 69 pages.
- OFIS AR BREZHONEG**, avril 2004, « Budget de la région Bretagne consacré à la politique linguistique », Observatoire de la langue bretonne, Rennes, 1 page.
- OFIS AR BREZHONEG, Office de la langue bretonne, (sous la direction de Olier AR MOGN)**, octobre 2002, *Un avenir pour la langue bretonne. Rapport sur l'état de la langue*, Observatoire de la langue bretonne, Rennes, 260 pages.
- OFIS AR BREZHONEG**, septembre 2002, « Dépenses publiques en faveur de la langue bretonne, année 2001 », Observatoire de la langue bretonne, Rennes, 2 pages.
- OFIS AR BREZHONEG**, janvier 2002, *Evit ur panellerezh divyezhek a-zoare. Pour une signalétique bilingue de qualité*, édité par l'Ofis ar brezhoneg, document de présentation de 4 pages.
- OFIS AR BREZHONEG**, 2002 à 2005, *Keleir Ofis ar Brezhoneg. Actualités de la langue bretonne*, Office de la Langue Bretonne, Ofis ar brezhoneg, Rennes, pagination multiple. (Recueils d'articles).
- OFIS AR BREZHONEG, Office de la langue bretonne**, document non daté, *Le bilinguisme dans votre commune*, document accessible en ligne : http://ofis-bzh.org/upload/travail_fichier/fichier/119fichier.pdf, 13 pages.
- OFIS AR BREZHONEG, Office de la langue bretonne**, document non daté, *Charte Ya d'ar brezhoneg dans les communes*, document accessible en ligne : http://ofis-bzh.org/upload/travail_fichier/fichier/25fichier.pdf, 9pages.

P

- PARISOT, Jean-Christophe**, 1995, *Identité régionale et développement local : le cas de la Picardie*, Thèse de Sciences Politiques en 2 volumes, 436 p. + annexes, soutenue à l'Université d'Amiens, dir. F. Rangeon.
- PATIN, Valéry**, 1998, *Tourisme et patrimoine en France et en Europe*, coll. Les études de la documentation française, éd° La documentation française, 173 pages.

- PEET, R.**, 1999, *Les régions de la différence, les espaces de la nouveauté : aspects culturels de la théorie*, Revue Géographie, économie, société, Vol 1, n°1. (Numéro complet).
- PEGORIER, André**, 1997, *Les noms de lieux en France. Glossaire de termes dialectaux*, Imprimerie de l'IGN (Institut Géographique National), n° d'édition : 175, n° d'impression : 196, Paris, 226 pages.
- PEGORIER, A.**, 1963, *Glossaire des termes dialectaux permettant de trouver le sens d'un grand nombre de toponymes de la nouvelle carte de France*, Imprimerie de l'IGN, 440 pages.
- PENTECOUTEAU, Hugues**, 2002, *Devenir bretonnant. Découvertes, apprentissages et réappropriations de la langue*, coll. Le sens social, PUR, Rennes, 294 pages.
- PERELMAN, Chaïm, et OLBRECHTS-TYTECA, Lucie**, 1976, *La nouvelle rhétorique, « Traité de l'argumentation »*, éd° de l'Université de Bruxelles, Bruxelles, 734 pages.
- PERROTIN, D.**, avril 2001, « La culture bretonne dans la mondialisation culturelle », Revue Le Peuple Breton, n°448, pp. 8-9.
- PHILIPPONNEAU, Michel**, 1957, *Le problème breton et le programme d'action régionale : un problème type de développement des économies régionales*, éditions A. Colin, Paris, 174 pages.
- PIERRE, Patrick**, 2001, *Les Bretons et la République. La construction de l'identité bretonne sous la 3^{ème} république*, PUR, Rennes, 427 pages.
- PLANTIN, Christian, ALEXANDRE, Didier**, 1994, *Lieux communs-topoi, stéréotypes, clichés*, éd° Kimé, Paris, 522 pages.
- PLATON** (traduction du grec ancien, introduction et notes par CANTO, Monique), 1993, *Gorgias*, éd° GF-Flammation, Paris, 380 pages.
- PLONEIS, Jean-Marie**, 1996, *L'identité bretonne : l'origine des noms de personnes*, éd° du Félin, Paris, 294 pages.
- PLONEIS, Jean-Marie**, 1991, « Toponymie : contribution à la dialectologie bretonne », revue La Bretagne linguistique, numéro 8, page 91-97.
- PLONEIS, Jean-Marie**, 1989, *La toponymie celtique, « l'origine des noms de lieux en Bretagne »*, Editions du Felin, 225 pages.
- POIGNANT, Bernard**, 1^{er} juillet 1998, *Langues et Cultures régionales*, rapport de Monsieur Bernard Poignant, Maire de Quimper à Monsieur Lionel Jospin, Premier Ministre, 40 pages.
- PONTIER, J.M.**, juillet-août 1986, « Les régions et la culture », Revue française de droit administratif, n° 2, pp.555-569.
- PREMEL, Gérard**, mars-juin 2002, « De la singularité comme clé de l'universalité (notes pour un débat) », Revue Hopala ! Débats de Bretagne et d'ailleurs, n° 10, pp. 11-24.
- PREMEL, Gérard**, 1998, « Dénomination et culture dominée : un test révélateur », dans *Usages de l'occitan en Béarn (XVI^{ème}, XX^{ème} siècles), et en Auvergne. Baroque et maniérisme occitan en Provence. Le(s) français ? Mémoire et oubli du breton au XX^{ème} siècle*, Lengas, revue de sociolinguistique, 22^{ème} année, n°43, pp. 143-161.

PREMEL, Gérard, juin 1995, « Anamnèse d'un dommage ou comment le français est venu aux bretons », *Revue Langage et Société*, n°72, Maison des Sciences de l'Homme, Paris, pp. 51-95.

PRICE, Adam, et alii, 1997, *Les dividendes de la diversité : « Langue, culture et économie dans une Europe intégrée »*, Bureau Européen pour les Langues les Moins Répandues, Bruxelles, 39 pages.

PRIZIAC, Michel, GAULTIER, Paschale, 2001, *Locarn, mémoires pour demain. Toponymie, noms de familles et patrimoine*, éditions Patrimoines Buissonniers, Guingamp, 270 pages.

PRIZIAC, Michel, 2000, *Dictionnaire toponymique du Centre Ouest Bretagne*, éditions Patrimoines Buissonniers, Guingamp, 349 pages.

PRIZIAC, Michel, 1999, *Les noms racontent la Bretagne*, Ki-Dour éditions, Saint-Nicolas du Pélem, 270 pages.

Q

QUEMERE, Jean-Marc, 1986, *Les interventions du Fonds européen de Développement Régional en Bretagne*, dans *Revue Bretagne 2000*, Fañch Elegeot éditions, pp. 61-74.

QUENTEL, Paul, 1962, *Toponymie bretonne I : chronologie des noms en -loc, II : le nom de Brest*, éditions D'artrey, Paris.

R

REGION BRETAGNE, janvier 2004, *Projet de budget primitif 2004, TOME 2*, 1^{ère} réunion. Document de travail de la Direction de la Culture. 21 pages.

RÉGION LANGUEDOC-ROUSSILLON, novembre 1995, *Entreprises et Thématique régionale*, Media Pluriel Méditerranée, 21 pages. (Étude).

REMY, Jean, VOYE, Liliane, 1992, *La ville : vers une nouvelle définition ?*, L'Harmattan, Paris, 173 pages.

ROBILLARD (De), Didier, 1997, article « Aménagement linguistique », dans MOREAU, Marie-Louise (éd.), 1997, *Sociolinguistique, Concepts de base*, éd. Mardaga, pp.36-41.

ROCHARD, Yvon, COZAN, Jean-Yves, novembre 1997, « L'identité régionale et la politique », *Revue ArMen* n°89, pp. 22-29.

- ROCHARD, Y.**, janvier 97, « Rennes / Roazhon, Quels choix culturels pour demain ? », *Revue Armen*, n°82, pp. 15-21.
- ROSEMBERG, Muriel**, 2000, *Le marketing urbain en question, Production d'espace et de discours dans quatre projets de villes*, coll. Villes, Ed. ECONOMICA, 188 pages.
- ROSSEL, Pierre**, 1991, « Processus identitaires régionaux : diversité et recherche de cohérence », dans BASSAND, Michel (Dir.), 1991, *Identité et développement régional*, Conseil de l'Europe : projet culture et région, éditions Peter Lang, (conclusion), pp. 161-170.
- ROSTAIN, Michel**, novembre 2000-février 2001, « Mais comment puis-je être breton ? », *Revue Hopala ! Débats de Bretagne et d'ailleurs*, n° 6, pp. 6-24.
- ROSTAIN, Charles**, 1945, *Les noms de lieux*, coll. « Que sais-je » (numéro 176), PUF, Paris, 133 pages.
- ROUDAUT, Dominique**, 4^{ème} trimestre, 1999, « La Celtie : C'hwec'h bro un ene Six pays une seule âme. Des velléités émancipatrices des pays celtiques à l'émergence de la Celtie », *Revue Hérodote*, n°95, pp.73-113.
- ROUZIER, J.**, 1986, « Culture et économie », *Revue Economie méridionale*, n° XXXIV, 135, pp. 61-76.

S

- SAINSAULIEU, Renaud**, 1997 (2^{ème} édition), *Sociologie de l'entreprise – Organisation, culture et développement*, Édition Presse Science Po et Dalloz, 476 pages.
- SALLABERY, Jean-Claude**, 1996, *Dynamiques des représentations dans la formation*, L'Harmattan, Paris, 202 pages.
- SARFATI, Georges-Elia.**, 2005, *Éléments d'analyse du discours*, coll. 128, éd° Armand Colin, Paris, 128 pages.
- SCHUMANN, Adelheid**, 1988, *Être français, rester breton : à la recherche de l'identité culturelle*, éditions Schöningh, 152 pages.
- SCOTT, A.J.**, 1999, « L'économie culturelle des villes », *Revue Géographie, économie, société*, Vol 1, n°1, pp. 7-20.
- SEARLE, John, R.**, 1972, *Les actes de langage, essai de philosophie du langage*, traduit par Hélène Pauchard, Paris, Hermann, 261 pages.
- SIBLOT, Paul**, 1999, (1), « Choisir un nom » dans Fraenkel, B. et Legris-Desportes, C. (dir.), *Entreprise et Sémiologie, Analyser le sens pour maîtriser l'action*, Paris, Dunod, pp. 39-46.
- SIBLOT, Paul**, 1999, (2), « Appeler les choses par leur nom. Problématiques du nom, de la nomination et des renominations », dans AKIN, Salih (Dir.), 1999, *Noms et re-*

noms : la dénomination des personnes, des populations, des langues et des territoires, coll. Dyalang, publications de l'Université de Rouen, pp. 13-32.

SIMON, Crisstof, mars-avril 2002, « Le Val arrive ! », dans : *Le Liaun : magazine de la langue gallèse*, 150, pp.6- 7.

SWEDBERG, Richard (Ed.), 2000, *Entrepreneurship – The Social Science View*, Oxford Management Readers, Oxford University Press, USA, 416 pages.

T

TANGUY, Bernard, 1975, *Les noms de lieux bretons, toponymie descriptive*, STUDI, Rennes, 134 pages.

TANGUY, Bernard, NEDELEC, François, 1985, *Principes généraux pour la transcription des noms de lieux bretons*, Brest. (Document de 4 pages).

THIESSE, Anne-Marie, 1999, *La création des identités nationales. Europe XVIII-XXè siècle*, coll. « L'univers historique », Seuil, Paris, 320 pages.

THOMAS, Laure, novembre 2004, *Identité et territoires : universelles cultures locales*, Revue Territoires, n° 452, 40 pages.

THOMIN, Jean-Pierre, 1996, « Agir en breton, De l'implication des élus locaux dans la promotion de la langue et de la culture bretonnes », Discours lors du 10^{ème} colloque FLAREP, *L'enfant bilingue dans son environnement*, Rostrenen, les 26-27/10/1996. (Document de 5 pages).

TOUILLIER-FEYRABEND, Henriette, 1992, « Identité culturelle et exploitation publicitaire », dans DENEFFLE, Sylvette (Coord.), 1992, *Identités et économies régionales*, Actes du colloque *Identités Culturelles et développement économique*, Nantes, 15-16-17 novembre 1990 ; éditions L'Harmattan, Paris, pp. 267-273.

TOURNAFOL, Christian, 1999 « Créateur de mode : « la mode c'est une part de notre culture » », Revue La Bretagne Économique, pp.55-61.

TRAVERSO, Véronique, 2005, *L'analyse des conversations*, Armand Colin, Paris, 128 pages.

TREHEL, Nathalie, BLANCHET, Philippe, 2002, *Pratiques linguistiques régionales d'élèves du primaire et de collège en zone suburbaines de Bretagne gallo*, Rapport de recherche pour l'Observation des Pratiques Linguistique (DGLF), Université de Rennes 2, CREDILIF, 51 pages.

TRIGON (De), Jean, 1946, *Images bretonnes*, éditions de Bretagne, Paris, 112 pages.

THURIOT, Fabrice, 2000, *Culture et territoires, les voies de la coopération*, L'Harmattan, Paris, 333 pages.

U

UNESCO (Organisateur), 1998, *Conférence intergouvernementale sur les politiques culturelles pour le développement*. (Rapport).

V

VALLEE, François, 1980 (deuxième édition), *Grand dictionnaire français-breton*, éd° Glomel, Association bretonne de culture, 176 pages.

VALLERIE, Erwan, 1995, *Traité de toponymie historique de la Bretagne*, Éditions An Here, Le Relecq-Kerhuon, 3 volumes.

VESCHAMBRE, Vincent, 2005, « Affichage publicitaire et électoral : enjeux sociaux d'appropriation de l'espace public », dans : BOUDREAU, Annette, BULOT, Thierry, DUBOIS, Lise, LEDEGEN, Gudrun, (Dirs.), 2005, *Signalétiques et signalisations linguistiques et langagières des espaces de villes (configurations et enjeux sociolinguistiques)*, Actes de la 4^{ème} journée internationale de sociolinguistique urbaine, Moncton, septembre 2005, Revue de l'Université de Moncton, vol. 36, n° 1, Québec, pp. 289-320.

VETTER, Eva, 1999, *Plus de breton ?*, « *Conflit linguistique en Bretagne rurale* », coll. Bretagne linguistique, Éditions AN HERE, Relecq-Kerhuon (29), 254 pages.

VIAL, Eric, 1983, *Les noms de villes et de villages*, coll. Le français retrouvé, Éditions BELIN, 319 pages.

VIGNES, Laurence, 1999, « Les noms de rues : typologie et enjeux », dans AKIN, Salih (Dir.), 1999, *Noms et re-noms : la dénomination des personnes, des populations, des langues et des territoires*, coll. Dyalang, publications de l'Université de Rouen, pp. 229-249.

VINCENT, Auguste, 1984, *Toponymie de la France*, Éditions Gérard MONTFORT, Saint-Pierre de Salerne, BRIONNE, 257 pages.

VION, Robert, 2001, « Modalités, modalisations et activités langagières », *Marges Linguistiques*, n° 2, pp. 209-231.

W

WADE, Philip, RAFFOUR, Guy, mars 2000, *Tourisme et technologies de l'information et de la communication*, La documentation française, Paris, 180 pages.

WIJNANDS, Paul, 1999, « Le rôle du signifiant dans les appellatifs des peuples, de langues et de territoires chez les francophones d'Amérique du Nord », dans AKIN, Salih (Dir.), 1999, *Noms et re-noms : la dénomination des personnes, des populations, des langues et des territoires*, coll. Dyalang, publications de l'Université de Rouen, pp. 125-150.

Z


ZEMOR, Pierre, 1995, *La communication publique*, coll. Que sais-je, PUF, 127 pages.

ZIAIAN, Shodja, 1999, « La langue comme lieu de combat occulte : le conflit persano-arabe », « dans AKIN, Salih (Dir.), 1999, *Noms et re-noms : la dénomination des personnes, des populations, des langues et des territoires*, coll. Dyalang, publications de l'Université de Rouen, pp. 189-208.

ZIMMERMANN, Jean-Benoît, 2002, « Grappes d'entreprises et petits mondes : une affaire de proximité », *Revue Économique* n°3, Vol. 53, 24 pages.

ANNEXES

1. Les autorisations des informateurs

INBOX: Re:
demande
d'autorisation
(312 de 312) 

[Déplacer](#) | [Copier](#)

Date: Fri, 4 Aug 2006 19:38:44 +0200

De: Mikael Bodlore-Penlaez <bodlore@eurominority.eu>

À: «lesquere@univ-ubs.fr» <lesquere@univ-ubs.fr>

Sujet: Re: demande d'autorisation

This message was written in a character set other than your own. If it is not displayed correctly, [click here](#) to open it in a new window.

Je, soussigné, Mikael Bodlore-Penlaez, autorise Roseline Le Squere à utiliser les photos du site Geobreizh.com pour la réalisation de sa thèse.

Cordialement.

Mikael Bodlore-Penlaez

AUTORISATION

Je soussignée Madame Sandrine Stervinou, enseignante-chercheure, atteste que plusieurs entretiens ont eu lieu en 2002 et 2003 avec Roseline Le Squère, chercheure à l'Université Rennes 2, concernant la signalétique bilingue en Bretagne et les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique de notre région.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses recherches, Roseline Le Squère prévoit de mettre à la disposition de la communauté scientifique, une partie des données, témoignages, etc., qu'elle a recueillis, sous contrat Creative Commons Paternité - Partage Des Conditions Initiales A l'Identique 2.0 France. J'autorise Roseline Le Squère à y inclure mes propos enregistrés lors de ces entretiens sus-cités.

Le 10 juillet 2006, à Rennes

Signature



AUTORISATION

Je soussignée Mademoiselle Callac, chercheuse, atteste que des entretiens ont été enregistrés durant les années 2002 et 2003 entre Roseline Le Squère, chercheuse à l'Université Rennes 2 et moi-même, concernant la signalétique bilingue en Bretagne et les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique de notre région.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses recherches, Roseline Le Squère prévoit de mettre à la disposition de la communauté scientifique, une partie des données, témoignages, etc., qu'elle a recueillis, sous contrat Creative Commons Paternité - Partage Des Conditions Initiales A l'Identique 2.0 France. J'autorise Roseline Le Squère à y inclure mes propos enregistrés lors de notre entretien sus-cité.

Le 3 juillet 06, à Rennes

Signature

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'C' followed by a series of loops and a long horizontal stroke extending to the right.

AUTORISATION

Je soussigné Monsieur Bescond, directeur des éditions Coop Breizh, atteste qu'un entretien enregistré a eu lieu 08 novembre 2002 à Spézet entre Roseline Le Squère, chercheuse à l'Université Rennes 2 et moi-même, concernant la signalétique bilingue en Bretagne et les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique de notre région.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses recherches, Roseline Le Squère prévoit de mettre à la disposition de la communauté scientifique, une partie des données, témoignages, etc., qu'elle a recueillis, sous contrat Creative Commons Paternité - Partage Des Conditions Initiales A l'Identique 2.0 France. J'autorise Roseline Le Squère à y inclure mes propos enregistrés lors de notre entretien sus-cité.

Le 3 juillet 2006, à Quimper

Signature



AUTORISATION

Je soussigné Monsieur Patrick Christien, Directeur de l'agence du Crédit Mutuel de Bretagne à Ploemeur, atteste qu'un entretien enregistré a eu lieu le 12 novembre 2002 à Ploemeur entre Roseline Le Squère, chercheuse à l'Université Rennes 2 et moi-même, concernant la signalétique bilingue en Bretagne et les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique de notre région.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses recherches, Roseline Le Squère prévoit de mettre à la disposition de la communauté scientifique, une partie des données, témoignages, etc., qu'elle a recueillis, sous contrat Creative Commons Paternité - Partage Des Conditions Initiales A l'Identique 2.0 France. J'autorise Roseline Le Squère à y inclure mes propos enregistrés lors de notre entretien sus-cité.

Le 03 juillet 2006 à Brest

Signature  P. Christien ,

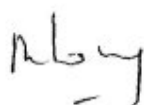
AUTORISATION

Je soussigné Monsieur Long, entreprise Brialys, atteste qu'un entretien enregistré a eu lieu le 14 novembre 2002 entre Roseline Le Squère, chercheuse à l'Université Rennes 2 et moi-même, concernant la signalétique bilingue en Bretagne et les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique de notre région.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses recherches, Roseline Le Squère prévoit de mettre à la disposition de la communauté scientifique, une partie des données, témoignages, etc., qu'elle a recueillis, sous contrat Creative Commons Paternité - Partage Des Conditions Initiales A l'Identique 2.0 France. J'autorise Roseline Le Squère à y inclure mes propos enregistrés lors de notre entretien sus-cité.

Le 03 juillet 2006, à Brialys

Signature



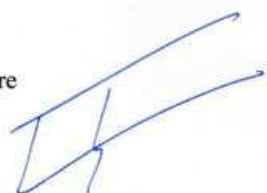
AUTORISATION

Je soussigné Monsieur Edmond Hervé, maire de Rennes, atteste qu'un entretien enregistré a eu lieu le 30 juillet 2003 à la mairie de Rennes entre Roseline Le Squère, chercheuse à l'Université Rennes 2 et moi-même, concernant la signalétique bilingue en Bretagne et les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique de notre région.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses recherches, Roseline Le Squère prévoit de mettre à la disposition de la communauté scientifique, une partie des données, témoignages, etc., qu'elle a recueillis, sous contrat Creative Commons Paternité - Partage Des Conditions Initiales A l'Identique 2.0 France. J'autorise Roseline Le Squère à y inclure mes propos dactylographiés, relatifs à notre entretien sus-cité.

Le 25 oct.
2006, à RENNES

Signature



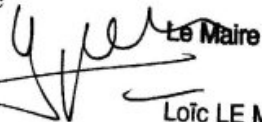
AUTORISATION

Je soussigné Monsieur Loïc Le Meur, Maire de Ploemeur, atteste qu'un entretien enregistré a eu lieu le 22 septembre 2003 à la mairie de Ploemeur entre Roseline Le Squère, chercheuse à l'Université Rennes 2 et moi-même, concernant la signalétique bilingue en Bretagne et les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique de notre région.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses recherches, Roseline Le Squère prévoit de mettre à la disposition de la communauté scientifique, une partie des données, témoignages, etc., qu'elle a recueillis, sous contrat Creative Commons Paternité - Partage Des Conditions Initiales A l'Identique 2.0 France. J'autorise Roseline Le Squère à y inclure mes propos enregistrés lors de notre entretien sus-cité.

Le 29 JUIN 2006, à Ploemeur

Signature


Le Maire

Loïc LE MEUR



AUTORISATION

Je soussigné Monsieur François Mersch, adjoint à la culture à la mairie de Ploemeur, atteste qu'un entretien enregistré a eu lieu le 22 septembre 2003 à la mairie de Ploemeur entre Roseline Le Squère, chercheuse à l'Université Rennes 2 et moi-même, concernant la signalétique bilingue en Bretagne et les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique de notre région.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses recherches, Roseline Le Squère prévoit de mettre à la disposition de la communauté scientifique, une partie des données, témoignages, etc., qu'elle a recueillis, sous contrat Creative Commons Paternité - Partage Des Conditions Initiales A l'Identique 2.0 France. J'autorise Roseline Le Squère à y inclure mes propos enregistrés lors de notre entretien sus-cité.

Le 22 février, à Ploemeur

Signature

Pour le Maire
L'Adjoint Délégué

F. Mersch



AUTORISATION

Je soussigné Monsieur Joseph Roze, Maire de Cesson-Sévigné, atteste qu'un entretien enregistré a eu lieu le 1^{er} octobre 2003 à la mairie de Cesson-Sévigné entre Roseline Le Squère, chercheuse à l'Université Rennes 2 et moi-même, concernant la signalétique bilingue en Bretagne et les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique de notre région.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses recherches, Roseline Le Squère prévoit de mettre à la disposition de la communauté scientifique, une partie des données, témoignages, etc., qu'elle a recueillis, sous contrat Creative Commons Paternité - Partage Des Conditions Initiales A l'Identique 2.0 France. J'autorise Roseline Le Squère à y inclure mes propos enregistrés lors de notre entretien sus-cité.

Le 10 juillet 2006 à Cesson sévigné

Signature



AUTORISATION

Je soussigné Monsieur Martial Gabillard, adjoint à la Mairie de Rennes, atteste qu'un entretien enregistré a eu lieu le 28 octobre 2003 à la mairie de Rennes entre Roseline Le Squère, chercheuse à l'Université Rennes 2 et moi-même, concernant la signalétique bilingue en Bretagne et les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique de notre région.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses recherches, Roseline Le Squère prévoit de mettre à la disposition de la communauté scientifique, une partie des données, témoignages, etc., qu'elle a recueillis, sous contrat Creative Commons Paternité - Partage Des Conditions Initiales A l'Identique 2.0 France. J'autorise Roseline Le Squère à y inclure mes propos enregistrés lors de notre entretien sus-cité.

Le - 1 AOUT 2006 , à Rennes



Signature

AUTORISATION

Je soussigné Monsieur Jean-Claude Tanguy, adjoint au maire de Concarneau, atteste qu'un entretien enregistré a eu lieu le 21 mai 2004 à la mairie de Concarneau entre Roseline Le Squère, chercheuse à l'Université Rennes 2 et moi-même, concernant la signalétique bilingue en Bretagne et les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique de notre région.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses recherches, Roseline Le Squère prévoit de mettre à la disposition de la communauté scientifique, une partie des données, témoignages, etc., qu'elle a recueillis, sous contrat Creative Commons Paternité - Partage Des Conditions Initiales A l'Identique 2.0 France. J'autorise Roseline Le Squère à y inclure mes propos enregistrés lors de notre entretien sus-cité.

Le 3 Juillet 06, à Concarneau

Signature



AUTORISATION

Je soussigné Monsieur Jean-Louis Tourenne, Président du Conseil général d'Ille-et-Vilaine, atteste qu'un entretien enregistré a eu lieu le 06 juillet 2004 au Conseil Général d'Ille-et-Vilaine à Rennes entre Roseline Le Squère, chercheuse à l'Université Rennes 2 et moi-même, concernant la signalétique bilingue en Bretagne et les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique de notre région.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses recherches, Roseline Le Squère prévoit de mettre à la disposition de la communauté scientifique, une partie des données, témoignages, etc., qu'elle a recueillis, sous contrat Creative Commons Paternité - Partage Des Conditions Initiales A l'Identique 2.0 France. J'autorise Roseline Le Squère à y inclure mes propos enregistrés lors de notre entretien sus-cité.

Le 25/07/06, à Rennes

Signature



Jean-Louis TOURENNE
Président du Conseil Général



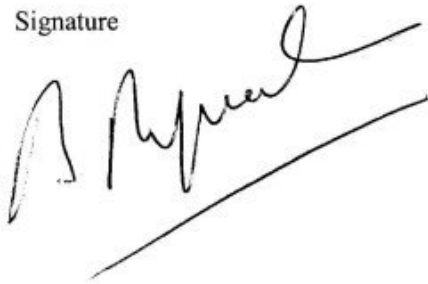
AUTORISATION

Je soussigné Monsieur Bernard Poignant, député européen, atteste qu'un entretien enregistré a eu lieu le 24 septembre 2004 à Quimper entre Roseline Le Squère, chercheuse à l'Université Rennes 2 et moi-même, concernant la signalétique bilingue en Bretagne et les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique de notre région.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses recherches, Roseline Le Squère prévoit de mettre à la disposition de la communauté scientifique, une partie des données, témoignages, etc., qu'elle a recueillis, sous contrat Creative Commons Paternité - Partage Des Conditions Initiales A l'Identique 2.0 France. J'autorise Roseline Le Squère à y inclure mes propos enregistrés lors de notre entretien sus-cité.

Le 3 juillet 2006, à Quimper

Signature

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'B. Poignant', written over a horizontal line.

AUTORISATION

Je soussigné Monsieur Serge Morin, adjoint à la mairie de Lorient, atteste qu'un entretien enregistré a eu lieu le 15 octobre 2004 à la mairie de Lorient entre Roseline Le Squère, chercheuse à l'Université Rennes 2 et moi-même, concernant la signalétique bilingue en Bretagne et les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique de notre région.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses recherches, Roseline Le Squère prévoit de mettre à la disposition de la communauté scientifique, une partie des données, témoignages, etc., qu'elle a recueillis, sous contrat Creative Commons Paternité - Partage Des Conditions Initiales A l'Identique 2.0 France. J'autorise Roseline Le Squère à y inclure mes propos enregistrés lors de notre entretien sus-cité.

Le 3 Juillet 2016, à Lorient

Signature

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'SM', written over a horizontal line.

AUTORISATION

Je soussigné Monsieur Yannick Menguy, conseiller municipal à la mairie de Pluguffan, atteste qu'un entretien enregistré a eu lieu au mois d'octobre 2005 à la mairie de Pluguffan entre Roseline Le Squère, chercheuse à l'Université Rennes 2 et moi-même, concernant la signalétique bilingue en Bretagne et les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique de notre région.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses recherches, Roseline Le Squère prévoit de mettre à la disposition de la communauté scientifique, une partie des données, témoignages, etc., qu'elle a recueillis, sous contrat Creative Commons Paternité - Partage Des Conditions Initiales A l'Identique 2.0 France. J'autorise Roseline Le Squère à y inclure mes propos enregistrés lors de notre entretien sus-cité.

Le 9 août , à Pluguffan - Pluguen

Signature

Y. Menguy



AUTORISATION

Je soussigné Monsieur Romuald Renaud, adjoint à la mairie de Pornic, atteste qu'un entretien enregistré a eu lieu le 13 janvier 2006 à Lorient entre Roseline Le Squère, chercheuse à l'Université Rennes 2 et moi-même, concernant la signalétique bilingue en Bretagne et les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique de notre région.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses recherches, Roseline Le Squère prévoit de mettre à la disposition de la communauté scientifique, une partie des données, témoignages, etc., qu'elle a recueillis, sous contrat Creative Commons Paternité - Partage Des Conditions Initiales A l'Identique 2.0 France. J'autorise Roseline Le Squère à y inclure mes propos enregistrés lors de notre entretien sus-cité.

Le 16/8/06 , à Pornic

Signature



AUTORISATION

Je soussignée Madame Edith Rivoal, Docteur, service d'imagerie médicale hôpital de Cornouaille, atteste qu'un entretien enregistré a eu lieu le 16 mai 2006 à l'hôpital de Quimper entre Roseline Le Squère, chercheuse à l'Université Rennes 2 et moi-même, concernant la signalétique bilingue en Bretagne et les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique de notre région.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses recherches, Roseline Le Squère prévoit de mettre à la disposition de la communauté scientifique, une partie des données, témoignages, etc., qu'elle a recueillis, sous contrat Creative Commons Paternité - Partage Des Conditions Initiales A l'Identique 2.0 France. J'autorise Roseline Le Squère à y inclure mes propos enregistrés lors de notre entretien sus-cité.

Le 16 Août, à Quimper

Signature



AUTORISATION

Je soussigné Monsieur Jean-Jacques Troadec, Super U Vern-sur-Seiche, atteste qu'un entretien enregistré a eu lieu le 18 mai 2006 à Vern-sur-Seiche entre Roseline Le Squère, chercheuse à l'Université Rennes 2 et moi-même, concernant la signalétique bilingue en Bretagne et les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique de notre région.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses recherches, Roseline Le Squère prévoit de mettre à la disposition de la communauté scientifique, une partie des données, témoignages, etc., qu'elle a recueillis, sous contrat Creative Commons Paternité - Partage Des Conditions Initiales A l'Identique 2.0 France. J'autorise Roseline Le Squère à y inclure mes propos enregistrés lors de notre entretien sus-cité.

Le 10/07/06 , à Vern sur seiche

Signature



SUPER U
SAS ANTHIGO
VERN/VAL D'ORSON
35770 VERN SUR SEICHE
Tél : 02 99 77 50 50
SIRET 418 691 465 00029
FR 67 418 691 465 00029

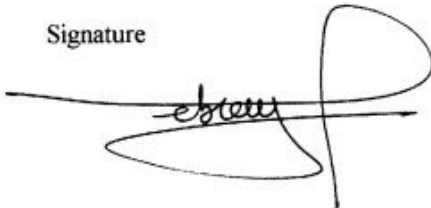
AUTORISATION

Je soussigné Monsieur Gwénaél Debray, *agent SUD*, atteste qu'un entretien enregistré a eu lieu le 10 juillet 2006 à Quimper entre Roseline Le Squère, chercheuse à l'Université Rennes 2 et moi-même, concernant la signalétique bilingue en Bretagne et les liens entre la culture régionale bretonne et le développement économique de notre région.

Dans le cadre de la mise en œuvre de ses recherches, Roseline Le Squère prévoit de mettre à la disposition de la communauté scientifique, une partie des données, témoignages, etc., qu'elle a recueillis, sous contrat Creative Commons Paternité - Partage Des Conditions Initiales A l'Identique 2.0 France. J'autorise Roseline Le Squère à y inclure mes propos enregistrés lors de notre entretien sus-cité.

Le 10.07.06 , à Quimper

Signature

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Gwénaél Debray', written over a horizontal line. The signature is stylized with a large loop on the right side.

2. La transcription des entretiens semi-directifs

Pierre-Louis Bescond

03.00

PLB : alors <↑> produit en Bretagne moi j-j'étais pas là au moment où * Coop Breizh a décidé de=de* de s'affilier à produit en Bretagne <↑> j-j-je pense que la raison* //fin produit en Bretagne est une=une un label on va dire qui signe surtout les produits agroalimentaires <↓> hein en fait moi j'ai pas très envie de mettre le p'tit phare sur les bouquins et sur les=sur les disques j'trouve que c'est je-je-je ne l'sens pas et mes confrères non plus <↓>

EC : mais vous l'faites ou euh <?>

PLB : non

EC : non c'est vrai <?>

PLB : non non on ne l'fait pas non on ne l'fait pas

RLS : et qu'est-ce que vous n'sentez pas exactement <?> 'fin qu'est-ce que ça pourrait euh induire <?>

PLB : ben pa'ce que pour pour moi dans le=dans le* dans l'image qu'a produit en Bretagne je vois surtout une image sur des produits alimentaires <↓>

RLS : oui ok

PLB : 'fin pour moi c'est ça qu'je vois et : les produits culturels ne sont tout à fait des produits alimentaires <↑> et=et je trouve que ça manque de CHic le : le : le p'tit slogan là <↓>

EC : mais ça été* posé apposé déjà sur les/ sur vos produits ou pas <?>

PLB : jamais

EC : non jamais

SS : est-ce que Ouest-France euh l'appose

PLB : non {ttt}

SS : non plus

PLB : je ne connais personne qui l'appose sur des XX dans le monde culturel hein

SS : dans le monde culturel

PLB : mais si j'étais euh fabricant de ch'ai pas de galettes ou=ou j-je l'mettrais

SS : d'accord

PLB : voilà mais celui-là non d'ailleurs on est en train de réfléchir les éditeurs de Bretagne on est r'groupé dans une association qui fonctionne plutôt bien et on est train de=de créer un p'tit label euh pour nos bouquins ce s'rait une=une=une comme une hermine <↑> qui finirait comme un stylo <↓>

EC : hum hum

PLB : un=un truc qui s'rait bleu** bleu et blanc** tout petit** et qu'on pourrait mettre là sur nos bouquins <↓>

04.42

SS : et qu'est-ce que ça vous apporte alors de faire partie de produit en Bretagne <?> 'fin

PLB : moi je pense que c'est / la=la raison principale est que : c'est une porte d'entrée dans les grandes surfaces en fait c'est pour moi c'est ça hein

SS : hum hum ok ***

PLB : ** pa'ce que nous on a pas besoin quand=quand on est euh : ch'ai pas on est fabricant de=de=de=de=de=de=de PROduits alimentaires encore une fois c'est PAS du tout évident pour les gens que la=la=la marque unTEL <↑> soit une marque bretonne c'est pas :=c'est pas évident <→> alors que nous avec le nom qu'on porte et nos produits c'est évident moi j'ai pas besoin de mettre que j' suis breton hein c'est ou que c' qu'on fabrique concerne la Bretagne et moi j'ai vraiment pas besoin quoi entre le nom l'adresse le catalogue euh si on a pas compris c'est que c'est grave hein faut=faut faire autr' chose quoi

15.34

SS: <→> et l'at- l'attachement au territoire 'fin XXX

PLB: ouais ouais XXX

SS: XXX c'est = c'est en tout cas c'est = c'est à l'origine que les fondateurs qui sont

PLB: qui habitaient là

SS: qui sont là

PLB: ils ont habité Callac c'est pour ça qui ont fait à Callac hein

SS: XXX

PLB: euh ce s'rait **quand même** mieux si on était à Carhaix voilà <!> pa'ce que là **par exemple** euh: internet nous ici on a pas l'ADSL <↑>

EC: ah oui <!>

PLB: et y a très peu d' chance qu'on l'ait à XXX

EC: ouais ouais d'accord ouais

PLB: **bon voilà un un exemple** euh: **deuxièmement** le le: réseau routier euh: nous on **rajoute quand même** des kilomètres hein pour les gens de Carhaix **quand même** relativ- 'fin surtout si la 2 fois 2 voies voit le jour 'fin si ça se termine un jour <?>

EC: hum hum

PLB: je pense que:

SS: en 2030 ((légers rires))

PLB: elle arrivera <↑> = elle arrivera <↑> mais bon quand je sais pas <↑> donc Carhaix et **en plus** Carhaix **GRACE** sans doute aux vieilles charrues <↑> Carhaix maintenant c'est connu <→> **c'est-à-dire que** on sait où c'est quoi

EC: hum hum

PLB: y a 20 ans c'est pas sur <↓> XX quand j'ai commencé à travailler au télégramme y a: 25 ans Carhaix ch' savais pas où c'était <↓> * on m'a dit qu'c'était le Poher j'ai dit oui mais je n'savais pas du tout où c'était

SS: ((rires))

16.58

EC : et justement vous nous parler un peu de votre trajectoire < ?> euh <↑>

PLB : mon=mon / ma trajectoire professionnelle < ?>

EC : oui oui ou :

PLB : ben moi j'ai commencé par être prof de sciences nat' à XX j'faisais d'la de la biologie

EC : vous êtes du de=de quelle :

PLB : je suis de (Lanmodez)

EC : (Lanmodez) hum hum

PLB : mais j'y ai jamais habité puisque mon père était militaire et je suis né en Allemagne* où je suis resté jusqu'à l'âge de 8 ans et ben après j'me suis balladé un peu partout à Toulon à Marseille à XX à Cherbourg j'suis r'venu moi j'sui r'venu en Bretagne volontairement j'avais 26 ans

EC : > d'accord oui oui

PLB : dans le < <-> grand transport qu'i y' a eu au moment euh du revival de Stivell et tout ça et XXX décidé de rester dans une ferme dans/ j'ai fait comme tout le monde* {I} un peu comment dire un peu écolo biquette à l'époque on disait XX

EC : ah oui hum hum

SS : ((rires))

EC : c'était où la=la ferme là

PLB : à Plouay *indication : prononcé /ploue/*

EC : à Plouay < ?> hum hum *indication : prononcé /ploue/*

PLB : ouais ouais dans le Morbihan

EC : hum hum

PLB : et donc je suis pas resté l-là d'dans très longtemps j'devais pas êt' / j'avais pas une vocation agricole très très marquée {S} et je suis rentré au Télégramme où je suis / j'ai travaillé pendant 7 ans et je m'occupais de la page marine

EC : à=à Brest ou

PLB : à Morlaix

EC : à Morlaix

PLB : au siège oui

EC : hum hum

PLB : et puis euh* <-> après j'ai rencontré des gens qui ont créé le chasse-marée je suis parti le faire avec eux* et je suis resté 18 ans <↓>

EC : ah : d'accord < !>

PLB : *** et puis euh : après on s'est on=on j'les ai quitté <↑> pa'ce qu'on s'aimait plus <↑> et que j'me voyais pas encore faire 10 ans avec des gens qui m'font la gueule c'est pas très marrant quoi et donc j'ai travaillé à mon compte pour des éditeurs pendant à peu près 2 ans et puis on m'a appelé pour euh prendre la direction de coop breizh y'a un an et d'mi voilà 18.38

20.50

PLB : même si y'a des=des fois où=où moi j'suis très content de faire des de produire des disques euh de musique : TRAD au sens pur et dur genre kan ha diskan ou binioù bombarde mais j'sui content aussi d-d'avoir chez moi le Red Cardell, les (daou zo dou), les groupes de blues pa'ce que c'est pas fermé quoi c'est pas et si un jour j-on a la bonne fortune d'avoir un EXcellent roman une fiction ou quoi qui=qui arrive chez nous et qui fasse un gros succès je s'rais content

23.05

PLB : le nom c'est un atout moi je suis convaincu que le nom de coop breizh c'est une belle carte de visite c'est mieux qu'un nom banal passé-partout

RLS : francisé donc

PLB : oui ce s'rait pas une bonne idée de le franciser même si des fois faut épeler au téléphone j'crois qu'c'est bien d'garder ça

30.20

SS: y'a une spécificité que vous souhaitez quand même garder 'fin < ?>

PLB: bien sur bien sur <→> non mais c'est pour ça j'veux dire on peut pas faire n'importe quoi <↑> on peut pas faire tout et son contraire mais moi j-je considère que bon coop breizh est en Bretagne j'ai envie dire c'est marqué d'ssus euh c'est pas pour autant qui faut faire du=du BREIZhou à tout crin quoi j'crois que c's'rait une erreur terrible de=de=de refermer comme ça

SS: hum

PLB: ça ce sont des poèmes de Le Gouic on peut pas dire que ce soit de la culture bretonne au sens pur et dur

34.47

RLS: et euh pour poser une question qui m'est un p'tit peu plus spécifique euh < quand tout à l'heure vous disiez que: justement donc le nom même de coop breizh plus l'adresse transportent tout un tas de chose et justement ce nom Spézet euh: * selon vous qu'est-ce que ça dégage chez quelqu'un qui n'est pas forcément breton par exemple et qu'est-ce que ça transporterait

PB: chezz = chez quelqu'un qui n'est pas breton j'pense que ça transporte rien du tout pa'ce que = pa'ce que c'est pas connu <↑>

RLS: dans dans la prononciation même du mot <↑> est-ce qu'il y'a 'fin est-ce que ça dégage une image particulière ou est-ce que ça transporte des symboles en fait <↓> c'est surtout ça

PLB: j'crois qu'j'ai du mal à répondre à ça **moi** je: <↓> * 'fin c'que c'que **moi** j'peux vous dire que **je** RESsentais avant de travailler ici hein pa'ce qu'aujourd'hui **mon** regard il est un peu: voilà quoi

RLS: ouais ouais

PLB: euh: moi j'trouvais qu'ça avait beaucoup de euh: poésie > d'être installés à Spézet < j'trouvais qu'c'était euh qu'ça avait d'la gueule et c'était beaucoup mieux que d'être à NANtes ou alors ou: dans une grande ville même si euh: pourtant on s'rait mieux si on était installés qu'qu'part par là pa'ce qu'on pourrait rayonner dans tous les sens avec nos camions mais bon déjà là j'emploie un langage qui cesse complètement d'être poétique **alors que**: c'que **moi** j'ressentais vu de l'extérieur c'est qu' c'était un truc ça avait beaucoup de CHIC de * 'fin ça avait d'la gueule

EC: hum hum la culture euh: dans l': fin fond du: ((légers rires))

PLB: voilà voilà XXX

EC hum hum on peut faire d'la culture là où y a que d'l'agriculture par exemple

PLB: ((respiration, il acquiesce))

SS: mais est-ce que ça perdrait pas d'son âme justement 'fin si ça s' délocalisait 'fin est-ce que XXX ((rires))

PLB: XX 'fin quand on déménage de Spézet à Carhaix on est quand même assez loin des grandes transhumances XX y'avait un auteur du chasse marée qui était indigné pa'ce qu'on voulait l'nommer de Saint-Servan à Saint-Malo et il avait dit j'veux vivre et travailler au pays bon <!>

SS: ((rires))

PLB: alors nous ici en plus si: i fallait pa'ce que le problème de délocaliser en dehors des côtés ça peut arriver qu'on soit obligé d'le faire hein pour des tas de raisons mais euh les gens ici ils habitent ben ils habitent dans la région de: 15 kilomètres à peu près si on allait à Carhaix ce s'rait pas un drame

EC: ouais ça change rien

PLB: hein 'fin disons j'exagère un peu mais on est pas dans le drame quoi

38.42

EC : lorsque vous vendez vos produits euh : c'est quelle image que vous : transportez ou qu' que vous véhiculez à travers tout ça

PLB : ** très difficile

EC : hum hum

PLB : nan nan nan je {S} ** en tout à l'opposé de l'image folkloriste quoi où on=on comment dire c'qu'on appelle les choses typiques j'ai horreur de ça, moi je j'trouve qu'on peut=on peut parfaitement s'intéresser euh à la langue bretonne ET euh aux : mathématiques ET aux / à la cosmologie et euh enfin à n'importe quoi

Patrick Christien

06.03

PC: le breton est assez comme 'fin ch'ai pas selon les régions <?> mais j'vois nos = nos= nos la région dont je suis <↑> avant que j'dirais un étranger entre guillemets comme quoi j'ai cette culture là se fasse accepter c'est long hein c'est très = très = très long

12.30

RLS : mai euh par exemple 'fin dans les interlocuteurs que: que les gens qui sont au guichet peuvent avoir il y a euh <↑> une « sensibilité » bretonne <↑> 'fin i' : voient ou entendent des choses de ce genre là de temps en temps ou euh <?> <↓>

PC : Ploem- à Ploemeur je dirais non <↓> > moi j'le ressens pas <↓> 'fin euh mes collaborateurs ne le ressentent peut-être' pas non plus euh là j'les ai pas interrogés > mais d' la culture bretonne j'pense qu'elle est beaucoup plus forte euh ((très légers rires)) j'reviens au centre Bretagne mais elle est beaucoup plus forte au centre Bretagne

PC: y a des spécificités hein je vais revenir là dessus juste=juste une une dernière chose quand même sur / je suis ploemeurois hein depuis 12 ans donc ploemeurois donc d'adoption hein euh par force = force: professionnelle

RLS: oui

PC: par obligation professionnelle* euh <←> je crois pas avoir entendu parler breton dans un seul des commerces > ploemeurois depuis 12 ans <↓> euh : je dis pas que cette tradition se perd dans dans le centre Bretagne mais euh quand j'y vais et j'y vais régulièrement j'aime bien aller me ressourcer là-bas euh il m'arrive fréquemment d'entendre parler breton > ici jamais

PC: > ici jamais y a un tel brassage de population un tel brassage de LANGues aussi bretonnes elles sont pas toutes 'fin les dialectes sont pas les mêmes mais euh: je sais pas <↓> ** < alors crédit mutuel de Bretagne on est TRES attachés à notre BRÉtagne ((sourires))

22.53

RLS : à travers cette participation à produit en Bretagne est-ce que vous avez l'impression de revendiquer quelque chose de particulier < ?>

23.02

PC : ** ouais c'est cette carte de visite bretonne <↑>

RLS : d'accord

PC : c-c'est cette carte euh* moi j-je suis non pas surpris mais je : agréablement surpris si j'avais dire de voir des personnes qui viennent en Bretagne qui disent ben nous on veut une banque de REgion et on est venu vous voir parce que vous êtes crédit mutuel DE Bretagne

RLS : ah oui < !> donc ça existe quand même c'est : d'accord

PC : > ah oui oui ouais

RLS : d'accord

PC : pa'ce qu'on leur pose la question po-pourquoi crédit mutuel de Bretagne < ?> qu'est-ce qui fait que vous avez franchi la porte du crédit mutuel de Bretagne spontaNEment hein

RLS : oui oui

PC : pa'ce qu'on va=on va aussi chercher ((rires)) nos futurs clients hein on a cette démarche là <↑> mais spontanément les clients qui viennent

RLS : pour ceux qui viennent

PC : pour les nouveaux oui oui on vient en Bretagne on s'implan/ on vient vivre en Bretagne et on voulait une banque avec cette :

RLS : cette identité là

PC : cette identité ouais crédit mutuel DE Bretagne ça nous a semblé important alors que peut-êt'e le=le=le logo PEB pourra jouer aussi dans leur euh : dans leur choix mais ça j'ai jamais posé la question à l'occasion je=je leur poserai cette question de savoir si le logo a une importance pour eux aussi 'fin le logo PEB

39.42

PC : <→> >j'y suis depuis deux ans et demi et je serais incapable de vous dire qui parle breton dans l'équipe

RLS : vous n'entendez pas ou euh < ?>

PC : > jamais

RLS : des remarques des ((rires))

PC : nan nan jamais moi il m'arrive de faire quelques petits mots en breton quelques jeux mots en breton lorsque je suis en réunion du personnel mais ça doit passer quasiment inaperçu ((rires)) je sais pas du tout qui parle breton dans mon équipe c'est que'que chose que mais le fait d'être sur Ploemeur je=je que j'aime bien hein mais je sais pas c'est=c'est comme j'vous disais t'à l'heure c'est peut-être le fait d'avoir jamais entendu parler breton sur Ploemeur c'est : {pfff< ?>}

Michel long

06.09

ML: et deuxième lecture géographique pa'ce que produit en Bretagne c'est avant tout une association Finistérienne et les Finistériens en Bretagne c'est quand même quelque chose <↓> et i faut bien voir qu'y a une différence entre le Finistère nord et le Finistère

sud <↓> même entre eux c'est pas tout à fait ça toujours est-il que quand ils sont ensemble ça fait quelque chose de très très costaud et puis une : une : association produit dans le Finistère ça vaut RIEN quoi ils ne pouvaient imaginer qu'une association produit en Bretagne mais y'avait pas une VRAIE volonté d'ouvert- 'fin y' y'a l'idée d'la Bretagne elle est un peu distendue là c'est clair y'avait pas une vraie volonté de: ils voulaient revendiquer le nom Bretagne mais pas forcément de : euh : n-euh pas forcément des gens comme nous qui sommes COMplètement à l'état d'opposé c't à dire que le centre de gravité il faut bien voir que l'association c'est toujours à Brest même si <→> XXX Rennes 'fin ils essaient de faire des réunions un peu EXcentrées par rapport au siège XX nous ici on est sur la frontière c't à dire que le XX il est en en Mayenne il est même pas il est m- pas uniquement dans un autre département une autre REgion on est vraiment à ch'val on est sur sur euh euh l' les portes de Bretagne les marches de Bretagne on est vraiment on est complètement à la limite j'vous dis le la la frontière elle traverse elle traverse on le voit d'ailleurs plus en Mayenne qu'en Bretagne ça c'est sur <↓> mais bon alors déjà l'Ille-et-Vilaine en général on était autant les bienvenus qu'ça pa'ce qu'y a quand même toujours une : qu'qh chose de pas toujours pas très bien vécu entre le Finistère d'un côté et Rennes de l'autre XX sans parler alors j'ouvre pas le débat sur euh le le duo Rennes Nantes XX pas jusque là ((légers rires)) mais euh y'a vraiment quelque chose alors nous qui étions en plus à l'extrémité de l'extérieur de de la de: d'Ille-et-Vilaine c'est sur qu'on était pas du tout du tout du tout les bienvenus voilà comment s'est passée l'adhésion ça été très douloureux

11.26

RLS: hum et: avant même d'y adhérer à l'origine quelles étaient vos propres motivations <?> qu'est-ce que vous vous êtes dit euh pour euh

ML: ben la raison principale c'était euh: ** 'fin y en avait plusieurs mais y en avait une première qu'était commerciale <↑> c''t-à-dire en disant finalement [la Bretagne est connue pour l'agroalimentaire] y a cette bonne réputation peut-être un peu surfaite parfois mais en tout cas plutôt une bonne réputation la Bretagne a une bonne image <↑> et donc créer cette associa- 'fin adhérer à cette association en termes d'impacts alors soit au travers de des produits stickés etc. le fait que en gros et=et la=la confusion avec un presque label <↑> XX on a des produits stickés produit en Bretagne euh: le consommateur il a l'assurance 'fin c'est que quelque chose de complètement il-illusoire d'ailleurs 'fin < pas complètement illusoire on fait beaucoup d'efforts pour essayer de garantir la qualité euh (de ne pas reléguer) n'importe quel produit dans les entreprises mais bon malgré tout surtout pas dans la mienne euh: plus l'impact de bon commercialement j' voyais sur le terrain euh: à l'époque on avait une certaine présence avec la marque Brialys sur le terrain ça représentait une quinzaine de % de notre chiffre d'affaires quand même X et euh je me rendais compte dans les discu- dans les négociations commerciales qu'il y avait une demande des=des enseignes des centrales aussi bien nationales régionales etc. pour des thèmes <↑> d'opérations ils ont besoin d'animer alors la saison fait 2 anniversaires par an 4 machins bon ben voilà c'est bien là XX alors un coup c'est l'Italie la Chine produit en Bretagne pourquoi pas quoi c'est un THEME euh intéressant <↑> un peu fédérateur etc. et avec en plus éventuellement une notion de package c'est-à-dire arrivé avec euh: alors que [dans la GMS] celui qui dépense de l'argent qui gamberge qui sait pas trop, qui doit courir après les

fournisseurs etc. <↑> en s'adressant à PEB et ben il a un package complet avec des entreprises des produits des machins et donc ça roule quoi

13.32

ML : donc y'avait un=un / une motivation essentiellement commerciale au départ > très clairement <↓>

13.38

ML : plus le fait que n'étant pas breton euh > là c'est un p'tit côté** sentimental si on veut moi ch'uis pas breton d'origine mais donc étant en Bretagne depuis plus d'20 ans je suis sensible à l'à=à l'identité régionale 'fin cela dit je suis savoyard c'qui est aussi une région où l'identité est forte je me sens concerné par ça puisque quelque part je serai jusqu'à ma mort savoyard mais quand j'suis en Bretagne pour moi c'est important d'être en Bretagne et de / à la limite d'adhérer finalement

SS : ouais de participer

ML : à=à un certain nombre de valeurs à participer à des trucs bretons et cætera j' refuse qu'on me j-j'admets pas qu'on me rejette de=d' la Bretagne parce que si la Bretagne y'a=y'a plus de bretons qu'ont foutu l'camp à l'extérieur que de gens qui sont v'nus y dépenser leur énergie j'demande autant=autant de respect pour moi qui suis v'nu en Bretagne et qui m'y investis vraiment qui y crois qui aide **son** pays et cætera que le breton qui=qui va à Paris et qui r'vient pour sa r'traite quoi XXX quoi

SS : bien sur

ML : euh et donc y'avait ça aussi qu'était un aspect assez sympa <↑> quoi c'était : / et puis le côté le côté réseau qui est également important à savoir que : : qu'on rencontre c'est un lieu de rencontres de=de gens qui sont dans des métiers connexes ou qui ressemblent agro-alimentaires avec le même genre de préoccupations stratégiques je disais qu'à l'époque on faisait 15% ou 20% de notre chiffre d'affaires en / par Brialys aujourd'hui on doit faire un demi %

19.25

RLS : à travers la démarche d'adhésion donc à produit en Bretagne est-ce que vous-mêmes vous avez l'impression de défendre quelque chose de particulier <?> c't-à-dire propre au sigle ou à ce que représente l'étiQUETTE produit en Bretagne

19.49

ML : *** j'suis pas persuadé qu'ça fonctionne comme ça je verrais plus c'est pas qu'j'ai à défendre ou que : c'est plus que c'est=c'est une espèce de chose à faire (qui est réelle) qui est logique qui fait produit en Bretagne a besoin de moi <↓> et moi j'ai besoin de produit en Bretagne on est=on est=on est c'est des choses à faire (tous les deux quoi)

RLS : > d'accord

ML : c'est pas XXX euh on voit apparaître des revendications bretonnantes au sein de l'association euh c'est bon y'a un vrai REjet 'fin > c'est pas l'but on a pas

SS : ça n'a pas une vocation à euh c'est=c'est vraiment une vocation de créer la marque ombrelle qui pourra renforcer un peu le pouvoir d'négociation d'l'association

ML : XXX y'a aussi l'appartenance <↑> la=la revendication d'une certaine appartenance euh euh euh l'action du groupe de famille de choses comme ça quoi

SS : y'a un peu ça en Savoie aussi non <?>

ML : ouais normalement c'est un peu plus compliqué pa'ce que faut dire qu'on est pas français depuis longtemps

SS : ((rires))

ML : et qu'on est à la limite on était plus genevois pendant une époque ou italiens mais bon la France 'fin bon c'est=c'est une région beaucoup plus/ la Bretagne est une presque île donc c'est=c'est donc y'a des choses qui sont plus / la Savoie c'est un patchwork c'est une région de passage donc la problématique <↓> même si y'a une association produit en Savoie et cætera <↑> **j'pense qu'à mon avis** c'est différent et euh (ouais les atouts) toutes les régions ne sont pas les mêmes euh la Bretagne est effectivement complètement excentrée la Haute-Savoie la Savoie c'est une région de passage au niveau économique euh la Savoie fait partie des départements les plus prospères de France parce que l'industrie est très dével'ppée y'a aussi un tourisme très dével'ppé et cætera euh : la Bretagne est prospère pa'ce que les gens sont 'fin le tout c'est moins naturel

41.15

RLS: alors justement est-ce que vous avez un attachement particulier au: territoire d'implantation du fait de cette frontière là euh est-ce que vous vous considérez BIEN implanté en Bretagne et pourquoi

ML: ah ouais absolument <↓> absolument pa'ce que la la frontière ici on est sur la frontière

RLS : 'fin la frontière entre guillemets pa'ce que

ML: NAN c'est la vraie frontière * les les frontières comme ça alors c'est vrai on peut dire quelque part on peut dire c'est un peu symbolique c'est théorique c'est machin c'est un peu un fantasme mais j'dirais d'abord vu q'on y adhère tous ça existe ensuite euh y'a une frontière physique faut pas oublier que que une frontière comme ça entre DEUX régions (moralité) quand on regarde de près comme c'est souvent le cas entre (des territoires comme ça) c'est une ligne de partage des eaux c't à dire qu'à 200 mètres d'ici les eaux elles vont dans la Loire là elles vont dans la Vilaine c'est PAS la même chose c'est vraiment / y' y'a une différence physique qui fait aussi que les ruptures de temps se passent tout le temps ici euh entre/ dans la journée y'a changement et caetera il peut pleuvoir ici faire soleil à 5 kilomètres ou le contraire ou il fait plus froid ici ou y'a plus de brouillard ou y'en a moins y'a une vraie rupture on est sur une zone de rupture donc c'est=c'est=c'est météorologique c'est physique c'est psychologique c'est tout c'que vous voulez mais comme là on parle du temps au bord du sud de la Loire mais y'a une réalité* = y'a une réalité c't à dire qu'au-d'là même du fantasme pa'ce qu'on nous met tous dans cette idée vous savez XX

SS: {hum hum}

ML: pa'ce qu'on me dit oui au nord de la Loire i' fait tel temps et caetera j'me souviens une fois dans un avion euh en allant de Nantes euh de Lyon à : Brest euh: au dessus des nuages et puis j'étais dans le cockpit pa'ce j'aime bien ça > j'ai d'mandé pour voir un peu XXX une sorte de pilotage et euh: je vois un mur mais un VRAI mur un truc qu'était s'vous voulez le la comme si y'avait un plancher un : genre: à 500 mètres d'altitude et après une falaise une falaise de 1500 2000 mètres de haut vous imaginez le la falaise et qui serpentait comme ça vraiment et p'is XX comme ça une falaise mais GIgantesque pa'ce qu'y'a pas de falaise physique sur Terre qui fait 2000 mètres de haut ça n'existe pas donc c'est énorme et donc j'dis mais hé ce truc c'est pas la Loire le type il en savait rien surtout pa'ce qu'i' s'ballade du point numéro tant au point numéro 4 pilote automatique machin XXX et donc i' regarde sur sa carte et i' me dit ah ouais c'est la Loire c'est exactement le tracé d'la Loire c't à dire que j'avais vu physiquement une

différence mais COLOSSALE mais en bord de mer on sait bien vous voyez le temps sur la baie et cætera on voit bien cette rupture et là au niveau de la Loire je vois cette falaise qui faisait en plus on était quasiment à 10 000 mètres XXX et euh : euh elle elle on la voyait sur 300 kilomètres 300 kilomètres de 10 000 mètres de ouais au moins 10 000 mètres de haut vous imaginez le truc c'est colossal et ben dans notre intuition de météorologue d'habitant ou d'n'importe quoi en réalité y'a quelque chose de physique derrière vous voyez c'que j'veux dire donc ici on est en Bretagne on est en Bretagne je j'en conviens à 10 mètres près mais on est en Bretagne

46.59 :

RLS : et est-ce que vous avez l'impression que produit en Bretagne défend la langue bretonne < ?>

ML : non

RLS : > réponse catégorique

ML : cherche à défendre la langue bretonne un peu

RLS : d'accord et sous quelle forme par exemple < ?>

ML : ben ça va être de essentiellement au travers du collège culturel

RLS : ouais

ML : mais là=là=là on arrive dans une **zone sensible** parce que là je autant y'a des sujets sur lesquels je me sens un p'tit peu marginalisé dans produit en Bretagne autant là par contre **je pense être assez euh ** rep- 'fin assez représentatif de : des adhérents** euh on=on=on=on revendique l'identité bretonne 'fin la =la région Bretagne on est très accroché à ça en revanche on est très **méfiant** par rapport à tout ce qui est touche à la langue ou les **traits bretonnants militants** 'fin c't-à-dire la langue c'est vrai d'un côté euh on veut **la faire survivre** c'est un / ça fait partie du **patrimoine** mais ça reste quand même un peu trop clos c't-à-dire on est quand même euh c'est=c'est **intéressant** faut pas non plus s'prendre la tête des **dialectes** des langues après le grand débat c' qu'est un dialecte c' qu'est une langue (ça commence) où ça s'arrête mais euh y'a déjà peut-être XXX qui ont disparu XXX moi j'aurais tendance à penser mais c'est vrai que nous on a un dénominateur commun qui est économique au niveau d'économie on constate qu'aujourd'hui un espéranto qui existe qui en fait est l'anglais et on se rend compte quand même que l'unité de langue de compréhension même si on se comprend pas aussi bien que ça pa'ce que y'a beaucoup de messages qui ne passent plus euh on ne me fera jamais dire qu'un couple y compris les couples où les gens se sentent bilingues qui ont des parents qu'ont baigné dans une autre culture et cætera des vrais bilingues a priori je pense qu'ils (ne l'utilisent) quasiment pas ou pour exprimer toutes les subtilités toutes les nuances toutes les finesses d'une langue y'a un côté euh / y'a beaucoup de raisons de conditions de type maternelle de famille de machin 'fin mais euh en fait d- donc l'anglais est un peu insuffisant mais malgré tout c'est un vecteur de d'union énorme alors que la langue est un vecteur de d'incompréhension la=la langue différente engendre des risques d'incompréhension terribles donc qu'on garde la langue **sous cloche** c'est bien mais qu'on décide de la parler et de l'imposer c'est grave et cætera voilà

49.35

RLS : et vous pensez qu'y a un=qu'y a un fossé plus ou moins important d'ailleurs entre une Bretagne économique avec tout c'que ça implique et donc par exemple produit en Bretagne mais plus version économique de promotion et cætera et une

Bretagne dite culturelle avec / dans laquelle on inclura du coup plus la langue et cætera est-ce que vous faites bien la différence entre les deux où est-ce qu'il y a des inférences qui vont venir se greffer

ML : mais y'a=y'a en fait euh y'a des ensembles qui euh qui s' regroupent=qui s' regroupent plus ou moins c't-à-dire que si on place au plan culturel y'a une partie euh / prenons le collège culturel de produit en Bretagne y'a une partie des gens qui sont dans c't collège culturel qui revendiquent d'ailleurs ils revendiquent tous leur appartenance à la Bretagne mais qui ont une approche euh alors pour moi c'est pas := pour moi c'est pas dévalorisant d'être sous cloche 'fin c't-à-dire on est breton on défend la langue on défend les traditions on défend l'histoire mais=mais pour ne perdre nos racines pour ne pas perdre ça mais=mais par contre pour pas qu'ça nous envahisse et qu'ça nous pollue la vie quotidienne parce qu'y'a beaucoup de dangers et y'en a d'autres pour qui alors là on est à la limite sur des entreprises qui sont sur un mode de fonctionnement d'économie classique euh qui vont chercher un peu sur le sur la Bretagne son appartenance mais de façon disons un peu REAC XX tout c'que vous voulez et de l'autre côté on a des gens qui sont plutôt bretonnants voire plus c't-à-dire quand je dis plus c'est que après on peut aller jusqu'aux terroristes pour euh : en passant par diwan et pour qui ou des choses comme ça pour qui euh : le collège produit en Bretagne et éventuellement l'activité économique correspondante c'est la partie la plus euh lisse quoi c't-à-dire qu'c'est à la limite la nuit on est des gens présentables on fait euh on dépend du monde économique on commercialise machin et cætera moralité euh derrière y'a des buts que je ne que je ne comprends que je ne je ** auxquels que j'adhère pas quoi 'fin je sais pas si vous voyez c'que je

RLS : ouais ouais

ML : on a en fait cette distorsion XXX et pas uniquement sur le collège culturel on a eu y'a deux ans à l'assemblée générale euh un=un / une déclaration qui aurait du normalement être XXX une déclaration moi XXX une déclaration qui euh vous voyez de défense de la langue bretonne de défense de diwan ou je ne sais pas 'fin quelque chose de très très militant on en était pas encore à (plastiquer) XXX mais bon des choses XXX qui étaient portées par un=un=un=un=un patron de magasin 'fin le représentant d'Intermarché pour ne pas le citer Jean-Claude Vulcanic qui était à la tribune qui a fait ce discours très engagé et qui a eu mais alors là qui a eu c'est c'que j'disais tout à l'heure XXX

RLS : un taulé

ML : un taulé c'est pas le mot mais en tout cas des gens qui sont des gens qui ont mis leur tripes sur la table 'fin stop là on déborde on est c'est pas le lieu on a pas à débattre de ça ici c'est pas du tout / produit en Bretagne n'est pas fait pour ça on=on ne on ne signera pas on ne cautionnera pas ce genre d'engagement machin tout ça c'est très clair

Edmond Hervé

La transcription de cet entretien ne répond pas à la convention précédemment indiquée, p. 297 à 299 puisque l'informateur a souhaité proposer lui-même une version amendée de l'entretien initial. Etant donné que j'ai souhaité mettre en place un procédé de transparence quant à l'utilisation des données que j'ai pu recueillir par le biais des entretiens semi-directifs, j'ai choisi de respecter la position de

L'informateur et de proposer la version dactylographiée de l'entretien qu'il m'a lui-même soumis.

Roseline Le Squère : Je ne sais pas si vous avez eu l'occasion de lire le petit rapport que je vous ai envoyé.

Edmond Hervé : C'est cela.

RLS : Voilà, c'est juste une petite présentation. Alors, à ce propos, en fait, mes questions sont toutes simples. Comme je vous le disais dans la lettre, c'est surtout votre rôle de décideur institutionnel qui m'intéressait, parce que la toponymie, je la traite non seulement au niveau de la présence, mais aussi des motivations, des perceptions, de tout usage qui est fait de la toponymie au sens large, que ce soit...

EH : Vous avez pris des exemples sur Rennes ?

RLS : Alors, justement, j'attends de prendre des éléments plutôt extérieurs sur le fonctionnement. Les usages de la toponymie, je les ai traités de manière très historique, il y a deux ans de cela. Et puis tout ce qui concerne les cas concrets d'application réelle de la toponymie, je vais commencer à la rentrée, avec une vraie enquête sociolinguistique.

EH : Par contre, à Rennes, vous pensez à quoi, d'une manière précise ?

RLS : Alors, justement, on y reviendra plus précisément avec les questions. Mais le genre de questions que je me pose, c'est, par exemple, sur une commune comme Rennes, quand quelqu'un arrive dans la commune, qu'il soit d'ici ou complètement de l'extérieur, on voit le nom «RENNES» en Breton, alors que l'on n'a jamais, historiquement parlant, parlé le Breton à Rennes. Donc, ce sont ces motivations-là qui m'intéresseraient. C'est tout à fait étonnant de voir la relation que les gens entretiennent avec cela, en fait.

EH : Les universitaires ne s'expriment pas suffisamment, il est vrai qu'il y a beaucoup de contentieux chez les universitaires.

RLS : Cela, c'est certain. C'est certain, bien sûr.

EH : Très rapidement, je considère que le rôle d'un élu est, notamment, de faire vivre le pluralisme culturel, lequel a, naturellement trait à la pluridisciplinarité.

J'ai une conception très large de la culture. J'inclus, dans la culture, tout ce qui se rapporte à la formation et au sport. Ce n'est pas simplement la culture au sens restrictif du terme. À partir du moment où nous avons cette conception très pluraliste, je ne dis pas plurielle -j'avoue que j'aime la différence-, la culture bretonne au sens général du terme, doit être présente dans la ville, une présence dans les espaces institutionnels de création ou dans les espaces de diffusion, d'animation et de repérage.

Si je vous parle des espaces et des institutions de création, c'est parce que la Ville de Rennes, à la différence d'autres villes -mais ceci est lié à son histoire et à son statut- a, sous sa responsabilité ou dans sa sphère de responsabilité, de grandes institutions culturelles.

Je pense, par exemple, au TNB, au Centre Chorégraphique, à l'Opéra. Je pense aussi à des organisations d'animations événementielles telles que «Les Tombées de la Nuit». Dans ces événements, dans ces institutions, nous avons un devoir de création et pas seulement un devoir d'animation et de diffusion. Lorsque nous subventionnons ces institutions, ces événements, nous tenons toujours à ce que la création soit présente.

Parlant du pluralisme, j'ai toujours regretté que ce que l'on appelle le «mouvement breton» ait une vision restrictive de la culture bretonne et de la vie bretonne. Connaissez-vous la définition du mouvement breton par Michel Nicolas ?

RLS : De nom uniquement. J'ai lu quelques écrits de lui mais j'ai vraiment peu d'informations.

EH : Avez-vous lu sa thèse ?

Michel Nicolas est un ami et un enseignant de Rennes 2. Il a consacré sa thèse au «mouvement breton». Lorsque je vous parle du «mouvement breton», c'est au sens classique du terme. Lorsque l'on voit ce mouvement, ces associations, j'ai toujours été très très contrit de constater qu'ils avaient une approche très restrictive de la Bretagne à travers un parlé, une langue. Or, la Bretagne n'est pas une région bilinguiste, c'est une région multilinguiste. Il faut que vous sachiez, par exemple que si vous aviez été étudiante dans les années 60, vous n'auriez jamais entendu parler du Gallo. On ne parlait pas du Gallo. Les universitaires ne parlaient pas du Gallo, les étudiants bretons ne parlaient pas du Gallo. La langue était essentiellement la langue bretonne. Aujourd'hui, quand j'échange avec Alan STIVEL, je pense à ces thèmes.

J'ai participé à différents débats : si je dis à Gilles SERVAT que la Bretagne est une région multilinguistique, il n'y a, aujourd'hui, aucune difficulté. Tel n'aurait pas été le cas voilà vingt ans : nous aurions eu un débat vif.

Par ailleurs, lorsque l'on approche la culture bretonne à travers la littérature, par exemple, nous constatons une Bretagne très très plurielle. Elle est très certainement la seule région française qui puisse compter, parmi les siens, l'auteur de «l'Avenir de la Science», c'est-à-dire Ernest RENAN, mais aussi celui de «l'Avenir du Christianisme», à savoir Chateaubriand.

Vous connaissez «Le Cheval d'Orgueil» -c'est un monument mais ce n'est pas le seul- son auteur, Pierre JAKEZ HELIAS, fut très mal vu par le mouvement breton car il eut cette qualité, cette intelligence, d'allier sa référence bretonne et sa référence républicaine ! Nombre de personnes, ici en Bretagne, ont contesté cette double référence, cette double appartenance.

RLS : Oui, cela reste un discours très humain, que d'autres oublient, certaines fois, dans leurs motivations quelles qu'elles soient.

EH : Ce cheval d'Orgueil ne peut nous faire oublier un autre ouvrage -grand succès lui aussi-»Mémoires d'un Paysan Bas-Breton». Nous passons là, du pluralisme littéraire au pluralisme politique et philosophique. Jean-Marie DEGUIGNET rompit avec l'Eglise, fut Franc-maçon, socialiste, tout en étant paysan. Aujourd'hui, nous célébrons l'anniversaire d'Emile MASSON, que vous connaissez, bien sûr !

RLS : Oui.

EH : Voilà une personne qui anima le foyer culturel de Pontivy d'une manière très active mais fut systématiquement ignoré par de nombreux militants bretons. Je pense aussi que -balayons devant notre porte- pendant longtemps, la philosophie socialiste et les humanistes socialistes ont ignoré Emile MASSON alors qu'il est un des auteurs à avoir consacré une œuvre tout à fait exceptionnelle à l'utopie, à la manière de Thomas MOORE.

Voilà donc une première approche : l'impératif du pluralisme, du pluralisme culturel.

Je pourrais détailler ce genre de chose concernant, par exemple, la traduction que l'on peut faire, au nom du pluralisme. Nous soutenons donc différentes institutions, participons à l'impératif de diffusion, de création, d'animation.

On peut aussi, au nom de ce même pluralisme, soutenir TV Rennes, parce que sans ce support d'information, nous n'aurions pas ce pluralisme dans les institutions d'information.

Donc, premier thème : le pluralisme.

Second thème : la culture est au départ de tout.

Vaclav HAVEL, l'ancien Président de la République Tchèque estimait que l'engagement politique, pour faire vivre des valeurs, visait à créer des solidarités et à élever, collectivement et individuellement, les personnes. Cette démarche, ce dynamisme, c'est effectivement la culture, en tant que connaissance, partage de la connaissance, développement de la connaissance.

Je me reconnais pleinement dans les thèses de Jean VILAR sur le théâtre et le service public. Pour l'intéressé, le théâtre est un service, au sens général du terme et il ajoutait, dans un souci de pédagogie, qu'il ne devait jamais y avoir de «non public».

Le «non public» n'est pas une expression très belle mais sa signification est claire : toute la population doit avoir accès au théâtre et à la culture. Si vous vous intéressez à la musique, une personne a partagé ces thèses de Jean VILAR : Maurice FLEURET qui fut, pendant longtemps, Directeur de la Musique au Ministère de la Culture.

La culture est donc un socle sur lequel on doit bâtir.

Aujourd'hui, sans doute, avons-nous beaucoup de chance : apparemment, je dis bien apparemment, il n'y a plus d'opposition entre culture et économie. Sans doute vous en étonnerez-vous, eu égard à l'actualité ? Je crois, toutefois, que personne, en situation de responsabilité, ne vous dira qu'il y a opposition entre culture et économie, que la culture est un frein. Mais ce consensus général sur le lien culture-économie est tenu car il se décline de manière très différente selon les appartenances.

Aussi ne faut-il pas s'en tenir à l'affirmation de finalités -tout le monde affirme son adhésion au pluralisme culturel-. Il faut, en effet, analyser le comment, la réalité de ce couple. Cela est manifeste quand on observe les villes, notamment celles de l'Arc Atlantique. Un mot d'explication sur cet Arc Atlantique : en juillet 2000, nous avons créé, à Rennes, une Conférence des Villes de l'Arc Atlantique qui réunit les villes de plus de 100 000 habitants, du sud de l'Espagne au nord de l'Ecosse.

Toutes les villes membres de cette conférence ont une stratégie de développement en faisant le pari de la culture.

RLS : oui.

EH : Toutes ! Prenez Glasgow par exemple, Glasgow est une des villes les plus intéressantes à étudier, lorsque l'on se penche sur le processus de la création et de la diffusion culturelles.

Je sais, comme partout, que des critiques sont émises. Prenez Cardiff : Cardiff est une ville très intéressante; une ville qui, économiquement, a connu des difficultés. Aujourd'hui, le cœur de Cardiff -c'est pour cela que je vous ai dit, tout à l'heure, que nous avons une conception très large de la culture- c'est le grand stade de rugby de 70 000 places, en plein centre ville, à l'architecture très moderne. Le stade de Cardiff est vraiment la locomotive de la ville et le cœur qui impulse une nouvelle énergie dans l'aménagement, dans l'organisation de la ville, dans les symboles, aussi, de la ville.

Je ne vous parlerai pas de Brest, de Lorient, de Rennes ou de Nantes, mais prenez Bilbao : le cœur de Bilbao (un parallèle est à faire entre Bilbao et Cardiff car Bilbao est une ville qui, économiquement, a connu des difficultés), c'est, bien évidemment, le Musée Guggenheim.

Je ne sais pas si vous connaissez ce musée qui, si vous vous intéressez à ces questions, (je ne veux pas savoir s'il y a une relation entre le contenu et l'architecture du Musée Guggenheim), est un investissement culturel extrêmement fort. À Saint-Jacques-de-Compostelle, l'investissement culturel est très fort également. Voilà trois semaines, j'étais à Séville et je vous dirais la même chose.

Alors pourquoi ces exemples ? Ce n'est pas une démonstration théorique. Il s'agit d'une réalité très concrète, constatée en visitant ces villes de cette jeune association qu'est l'Arc Atlantique.

Deux traits émergent de cette réalité : le premier : le pluralisme, le second : la fonction source et ressource de la culture au bénéfice de l'économie.

RLS : Mais cela est très intéressant ce que j'apprends, car, dans le cadre de mes recherches, je suis associée à différentes régions de France -dont la région PACA- pour un projet qui s'intitule «Culture Régionale et Développement Economique». En fait, nous cherchons à voir, selon les régions françaises justement, comment cela fonctionne et ainsi, au niveau de la Bretagne, on a associé différents secteurs pour voir, justement, car on ne pouvait pas se satisfaire d'une seule région, et c'est vrai que là, vous m'apportez beaucoup d'eau à mon moulin, parce que c'est...

EH : À partir de ces deux observations, de ces deux règles aussi, nous pouvons dire que nous sommes dans une région d'une très grande richesse culturelle et d'une grande ouverture qui voit éclore nombre de travaux universitaires.

Parler de culture régionale suscite des guerres de vocabulaire mais le culturel régional n'est pas une expression restrictive, elle recèle une dimension universelle.

Lorsque Charles FOULON, éminent professeur, malheureusement décédé, de l'Université de Rennes 2, animait des colloques et des études comparatives sur «Les Chevaliers de la Table Ronde» et les Samourais, il administrait la preuve que, dans la légende des «Chevaliers de la Table Ronde», dans le monde de Brocéliande, existe une dimension universelle. Aujourd'hui, on peut parler, sans polémique, sans crainte, sans être séparatiste, de la culture bretonne, de la culture en Bretagne.

Acceptez, un exemple très symbolique dont vous avez certainement entendu parler : « Les Transmusicales », festival de rock. De ce festival, je garde un souvenir qui a trait à la prestation de Denez PRIGENT, que vous connaissez. Après une participation aux « Tombées de la Nuit », autre festival rennais, Denez PRIGENT est à l'affiche des « Trans » : ce soir-là, à la salle de la Cité, dans une atmosphère classique, où les spectateurs, nombreux, sont debout, se produisent des groupes de hard rock, de Louisiane, d'Ecosse. J'ai craint que Denez PRIGENT ne puisse se faire entendre, dans cette atmosphère bruyante. Denez PRIGENT arrive, vêtu sobrement et chantant a cappella, seul. Le silence se fit, total, en deux secondes, respectueux, admiratif en définitive. J'en ai déduit deux choses : tout d'abord, le très grand esprit de liberté du public des « Transmusicales », capable de passer d'un genre à un autre, totalement différent. Etre dans une ville où vous rencontrez un tel public, vous en êtes fier.

La seconde grande satisfaction fut de constater, ainsi, la reconnaissance d'un chanteur, d'un créateur, car Denez PRIGENT est un authentique créateur, admiré pour la beauté de son chant, la qualité de sa prestation. Le public ne le connaissait pas. J'avais la chance de le connaître : cela crée des liens forts et d'affection. C'est l'exemple, par excellence, d'une expression culturelle bretonne réfléchie, travaillée, reconnue, dans un cadre somme toute extérieur.

J'ai pris cet exemple pour illustrer le caractère universel d'une création bretonne mais j'aurais pu en citer d'autres, d'autres artistes, d'autres œuvres.

Quand on parle culture, celle-ci ne se limite pas à la culture orale, il y a l'écrit, le physique. Le patrimoine est multiple : le bâti physique, géographique, écrit, durable et éphémère...

Si la question suivante m'était posée : quel est le site qui identifie le mieux la Bretagne ? Je dirais la Pointe du Raz, laquelle a une dimension universelle.

Il en est de même du Parlement de Bretagne.

En somme, d'un côté le patrimoine naturel, de l'autre le patrimoine bâti, une construction architecturale, historique et moderne à la fois. Ces deux références patrimoniales ont une dimension universelle.

C'est la raison pour laquelle il ne faut pas enfermer, dans ses frontières bretonnes, la culture bretonne ou de Bretagne ou en Bretagne.

Aujourd'hui, nous pouvons le dire : de nombreux travaux de nombreuses recherches, publications, monographies, ont donné une légitimité scientifique à ces plaidoyers qui, hier encore, étaient minoritaires ou pouvaient l'être.

Souvenons-nous : dans les années 70, mettre l'autocollant «Breizh» sur son automobile, entraînait une contravention. Voilà quelques années, Télé Breizh, la chaîne que vous connaissez, a été présentée au Palais de Justice, c'est-à-dire le Parlement : sur les murs, étaient projetés les mots «Breizh» et «Télé Breizh». C'était un ravissement car, voilà trente ans, ce mot, «Breizh», équivalait à délinquance.

RLS : Mais j'imagine qu'entre le début des années 70 et aujourd'hui, il y a sûrement une marge au niveau des motivations.

EH : C'est vrai : votre propos rejoint le constat que j'ai fait à l'instant. Le travail des universitaires a porté. Le discours des personnes est perçu différemment selon les temps et selon les qualités de celui qui s'exprime. Si je prononce un discours en tant que Maire, il sera perçu d'une certaine manière. Mais si je le prononce en tant qu'ancien enseignant de Droit, voire en tant que militant du Parti Socialiste, devant un même auditoire, la perception en sera différente.

Au-delà des universitaires, il faut souligner le rôle des associations dans la reconnaissance. N'oublions pas, par ailleurs, le rôle des institutions, des communes, des villes -les associations sont soutenues par elles-. Si Rennes n'avait pas soutenu Dastum ou Diwan, ces associations n'existeraient plus.

Enfin, peut-être faut-il ajouter une explication plus générale ? Voilà trente ans la société française était crispée. Cela ne veut pas dire que notre société soit aujourd'hui consensuelle, non, elle est traversée de luttes, de crises, de divergences mais des rapports de compréhension se sont, me semble-t-il, établis entre les uns et les autres.

Dans les années 70, a fortiori dans les années 60, la société française échangeait beaucoup moins, était moins compréhensive.

Une anecdote : j'ai été élu Maire en 1977 : avant mon élection, un seul patron accepta de me recevoir. Ce rappel est très représentatif de l'état d'esprit.

Quant à la dénomination des rues et places, c'est le Conseil Municipal qui décide : il y eut débat quand on dénomma «Place du Parlement» au lieu de «Place du Palais», à la fin des années 70. Aujourd'hui, le Comité d'Identité Bretonne, instance créée par la Ville, formule des propositions. Un principe a été retenu : une double inscription, en français et, en dessous, en breton. Ex : Place de la Mairie, etc... Je ne sais si tel est le cas Place Sainte-Anne.

Nous en avons pourtant discuté avec Jean NORMAND, le seul Conseiller Municipal à parler le Breton, non pas appris à l'Université mais dans le Léon. Jean NORMAND, très attaché à son parler, breton bretonnant, ayant reçu une éducation religieuse, croyant, est très réservé car le Breton ne doit pas être assimilé à la langue d'une religion : Sainte-Anne est la patronne des Bretons. En l'espèce, il ne s'agissait pas d'une position d'athée, d'hostilité à Dieu.

RLS : Alors, moi, une des informations que je voudrais avoir, si c'est possible, c'est ce qui est très intéressant au niveau de la stratégie, c'est quand on observe une commune comme Cesson-Sévigné où, jamais, le Breton n'a été parlé, le Maire a pris la décision de transformer complètement les indications et de les afficher de manière bilingue et ceci en Breton. Ce qui fait que là, les motivations, derrière ce geste, c'est que vraiment il y a une implication réelle et je voudrais savoir ce que vous en pensez. Pourquoi met-on le nom de Rennes en Breton et pas en Gallo, par exemple ?

EH : Oui, oui, oui. Vous avez parfaitement raison.

D'abord, en Gallo, c'est «Rennes» Met-on un S ou un L ? Le Gallo est une langue phonétique, est-ce que l'on met Rennes «R.A.I.N.E.» ? Je ne sais pas mais, phonétiquement, c'est RENNES.

Votre observation est juste concernant l'histoire du parler breton; simplement nous avons voulu manifester notre appartenance à la Bretagne, oui notre appartenance. Ce n'est pas simplement une appartenance statutaire, mais une appartenance à la Bretagne. Appartenance qui, vous savez, est bien souvent contestée, tout simplement parce que l'on a tendance, toujours, à regarder vers l'ouest et à distinguer la vraie Bretagne de la fausse Bretagne.

RLS : Oui.

EH : Les vrais Bretons, des faux Bretons.

RLS : Oui.

EH : Quand j'étais jeune, ces deux expressions faisaient partie du vocabulaire de tous les jours mais les notions, de vrai Breton et faux Breton, pouvaient exister. Nous avons voulu marquer notre appartenance, marquer aussi notre sympathie à ces personnes qui sont aussi de langue bretonne et qui, dans leur jeunesse ou par la suite, ont eu à utiliser le Breton pour s'exprimer. Et cette utilisation du Breton, c'est... comment dirais-je,... c'est un gage, c'est une reconnaissance de liberté.

Alors, vous allez me dire, quid du Gallo ? Le Gallo est une langue tout d'abord phonétique -je ne suis pas un spécialiste- je fais très attention. Vous connaissez un peu le Gallo ?

RLS : Un petit peu.

EH : Le Gallo est une langue phonétique et j'en parle d'autant plus librement que j'ai été élevé dans le parler gallo. Ma langue -je ne sais pas si c'est une langue- ma langue d'origine, c'est le parler gallo. J'en ai subi des coups et des contrecoups mais je n'ai jamais renié cela. Il m'arrive, très fréquemment, d'être sollicité pour faire des préfaces d'ouvrages. Ces préfaces, je les ai toujours écrites en Français parce que je pense que le Gallo, plus que le Breton, est une langue très diversifiée. Un exemple : le Gallo de Pléchâtel... Je suis originaire des Côtes d'Armor, du nord-est des Côtes d'Armor, d'une petite commune, La Bouillie, du côté d'Erquy et du Cap Fréhel, je suis un paysan ; je me souviens d'un ancien prof qui avait fait un livre sur l'histoire de Pléchâtel, en Gallo de Pléchâtel. J'ai mis beaucoup de temps mais j'ai mis un point d'honneur à comprendre. On m'avait demandé, très sympathiquement, de faire la préface.

J'ai su quelle était l'origine de ce particularisme. La région de Pléchâtel a été, pendant très longtemps, une ville difficile d'accès et quand vous avez affaire à une région très difficile d'accès, il n'y pas d'échange. C'est une commune que vous connaissez bien ?

Si je prends, par exemple, ma commune : pour dire «oui», on dit «ver» et dans la commune d'à côté, pour dire «oui», on dit «yan». Je ne sais pas ce que disaient les personnes de part et d'autre de la frontière, je ne sais pas comment on se débrouillait mais on se comprenait. J'ai écrit des textes personnels en Gallo de mon coin. C'est très très difficile et j'ai toujours été réservé par rapport à l'écriture du Gallo.

Avez-vous une thèse sur le sujet ?

RLS : Je n'ai pas de thèse, simplement c'est très étrange d'observer le comportement des gens qui défendent le Gallo. Pour avoir assisté à certaines causeries, comme on les appelle dans les pays gallo, l'accent est très particulier parce que je crois que la francisation est assez attestée dans beaucoup d'endroits. On fait beaucoup de tort, d'ailleurs, à cette langue-là. Mais ce qui est étonnant, c'est que je crois qu'il y a une espèce de jalousie, une réelle identitaire pour certaines personnes qui vivent en plein milieu gallo justement, pour se situer dans ce que l'on appelle la Bretagne, cela rejoint exactement ce que vous disiez tout à l'heure pour la Ville de Rennes. Et quand ils ont envie d'afficher leur langue par exemple, que ce soit pour des indications routières ou autres, la question de l'écriture fait entrer les gens dans des conflits pas possibles.

EH : Ah oui, oui.

RLS : Effectivement, car c'est une langue d'abord orale. C'est quelque chose qui peut se perpétuer de cette façon-là mais, à l'écrit, cela engage une unification qui posera exactement les mêmes problèmes qu'au Breton.

EH : Justement, encore une fois je ne suis pas spécialiste de la langue, mais je pense que, d'abord historiquement, le Breton a été écrit. Je ne me trompe pas ?

RLS : Non, dans la dernière exposition parlant du Breton, il y avait des écrits datant de 1500.

EH : Vous ne retrouvez pas cela, sauf erreur de ma part, dans le Gallo. Un professeur, décédé aujourd'hui, hélas, et ami, originaire des Côtes d'Armor, enseignait à Rennes 2 ; il avait entrepris l'écriture du Gallo. Nous avons un litige sur cette unification car le Gallo est fort diversifié. Un exemple pour l'illustrer : à la fin des années 70, le Musée de Bretagne organisa une «tuerie de cochon». Des femmes furent sollicitées pour «officier» : à savoir, faire la saucisse, découper la viande... Ces personnes étaient originaires de Planguenoual, une commune proche de ma commune natale -10 km- leurs méthodes et leur manière de travailler différaient totalement de ce que je connaissais.

Lors de cette manifestation, j'ai constaté la présence d'un cuisinier d'un établissement rennais, mais il n'était pas le seul dans l'assistance : d'autres, glissés dans la foule, observaient aussi mais cette personne n'a rien compris au Gallo et il n'y avait pas de recettes écrites. Les opératrices travaillaient, salaient, mélangeaient, mais par expérience, sans peser, sans dosage précis. Le chef, qui observait, était habitué au cartésianisme culinaire, technique.

Revenons au Gallo, qui reste une langue phonétique et qui ne s'écrit pas : ce n'est pas un obstacle à notre soutien aux associations et artistes gallos -des conteurs de Saint-Malo notamment- professeurs par ailleurs.

RLS : Justement, que pensez-vous d'une action comme celle que le Maire de Pacé a été le premier à afficher publiquement ?

EH : Oui, le Maire de Pacé, le Docteur LEON ?

RLS : Oui.

EH : C'était un Breton bretonnant. Le Docteur LEON : homme de culture, très attaché à la Bretagne. Je l'ai très bien connu car j'étais le conseiller général du canton où figure la commune de Pacé. Il était très respectueux de la langue historique, on pourrait même dire amoureux de cette langue. Il avait un respect affectif pour la Bretagne et les Bretons mais il n'avait rien d'un indépendantiste.

La commune de Pacé était en plein développement, ce qui signifiait extensions et créations de rues, de maisons, de maisons de retraite. On pouvait le qualifier de bon

docteur, fondamentalement bon, généreux ; personne ne le contestait. Il n'était pas un notable. Ses initiatives et démarches n'ont pas ainsi été contestées.

RLS : Et vous, si vous aviez à définir la place que vous accordez aux langues régionales et la différence que vous faites entre le Breton et le Gallo, si toutefois il y en a une, vous diriez quoi exactement ? Vous vous placeriez sur des échelles différents ?

EH : Je ne me placerais pas sur des échelles différentes mais vous donne une réponse de principe : je vous donnerai des textes, peut-être non exhaustifs, préparés par mon secrétariat.

La langue est une construction humaine et fait donc partie de notre patrimoine.

Quand on s'intéresse à la conservation, on doit porter autant de respect à la langue qu'à la personne, indépendamment de l'utilisation, de l'audience. La disparition d'une langue est une perte évidente comme, bien sûr, la disparition d'un homme.

Mais, au point de départ, ce que je vous dis est très fort. Une langue n'est pas la création de la providence, ce n'est pas le résultat du hasard. C'est une création humaine, c'est une population qui l'a portée, c'est l'expression, aussi, d'une liberté et je ne vois pas, au nom de quoi, on préserverait un monument ou un paysage, au nom de quoi on ne chercherait pas à préserver une langue. Et, encore une fois, indépendamment de l'utilisation qui peut en être faite.

Par ailleurs, puisque je parle de liberté, la liberté c'est aussi la liberté de choisir sa langue. Il est bien entendu que si la liberté est aussi celle qui vous permet de choisir sa langue, elle doit être accompagnée du respect des autres langues. Tout ceci doit se comprendre très bien.

RLS : Alors, justement, comment expliqueriez-vous que cela suscite tellement de débats quand on demande qu'un nom de rue ou qu'un nom de lieu, quels qu'ils soient, soit affiché en deux langues ?

EH : Je pense qu'il y a de l'incompréhension. Les demandes peuvent être multiples. Je ne dis pas simplement deux langues, trois, quatre ou cinq, le problème est de trouver un équilibre. Je voulais dire un juste milieu qui corresponde à cette démarche d'universalité ou de très large compréhension car il ne faut pas qu'une langue serve à exclure.

RLS : Oui, vous ne pensez pas que ce soit une question identitaire, une question de confiance ? Parce qu'il y a par exemple, un auteur qui s'appelle Morvan LEBESQUE, qui expliquait que lui, a toujours vécu en Bretagne et il explique qu'il a eu du mal à se placer identitairement parlant, du coup, il disait : «moi, j'ai toujours vécu dans une conscience française, comme tout bon Français, sans problème, mais en ayant à vivre la Bretagne en surplus». Et ces mots-là, «vivre la Bretagne en surplus», en étant conscient de cela, il disait qu'à partir du moment où il perdait la conscience d'être breton et si tous les Bretons perdaient la conscience d'être breton, c'est la Bretagne qui perdrait son identité.

EH : Oui, j'ai connu Morvan LEBESQUE et j'ai même participé à des rencontres dans les années 70 et son essai «Comment peut-on être Breton ?» a été un grand essai.

Je crois qu'à cette époque, il y a eu beaucoup de discussions mais, par rapport à cette époque et à ces débats, aujourd'hui je pense que ce qui nous rend libres, c'est que nous pouvons avoir de multiples appartenances. Je suis Breton, je suis Français, je suis Européen. Je suis favorable à la décentralisation et je suis favorable à l'Etat et je suis favorable à un gouvernement mondial.

Je ne suis pas sûr qu'à l'époque de Morvan LEBESQUE, si vous voulez, cette multiplicité d'appartenances ait été généralement reconnue. Vous citez Morvan LEBESQUE -je ne cherche pas à détourner cette question- Morvan LEBESQUE a été au centre de grandes polémiques ; je ne suis pas spécialiste, mais vous pourriez certainement retrouver des débats très forts entre Morvan LEBESQUE et Pierre JAKES HELIAS. Je ne suis pas sûr que Morvan LEBESQUE ait eu la même conception républicaine que P.JAKES HELIAS.

RLS : Ah oui ! Là, au niveau culturel, il y a eu de gros décalages, effectivement.

EH : À la fin de sa vie, j'ai beaucoup échangé avec GLENMOR, lequel disait qu'est Breton celui qui veut être Breton. La connaissance linguistique n'était pas, pour lui, la signature de l'appartenance bretonne.

À sa mort, une interview fut publiée mais pas diffusée par les bretons bretonnants, le mouvement breton. J'ai ce texte et c'est la raison pour laquelle j'avais tenu à recevoir, officiellement, GLENMOR, à la Mairie.

Toute personne a différentes appartenances, cette multiplicité peut être hiérarchisée : c'est un signe de la liberté

Peut-être pourriez-vous m'éclairer sur le lien de Morvan LEBESQUE avec la République ?

RLS : En fait, pour en revenir précisément à la toponymie, il y a de réels enjeux à afficher une toponymie bilingue ?

EH : Des enjeux politiques ? Les étiquettes ne font pas venir les touristes. La double dénomination est d'abord un souci historique et de connaissance. Souci économique ? Peut-être mais surtout au nom de l'histoire.

RLS : Dans la dernière page de mon projet -que je vous ai soumis- je vous le relis : «les toponymes eux-mêmes deviennent aujourd'hui un enjeu politique car ils sont mobilisés comme témoins, preuve indicateur de l'histoire ou du passé d'un groupe social et l'évolution jusqu'à un autre groupe. Nous pouvons d'ailleurs, dans ce cadre, mentionner toutes les politiques de défense du patrimoine culturel. Mais là où intervient le deuxième type d'enjeu c'est que les toponymes, dans leurs usages politiques, sont aussi le témoin, voire même le vecteur de contact, de conflits éventuels

entre deux langues, suite à un processus en amenant sur un territoire donné, marqué par des pratiques toponymiques incrustées dans l'espace, une population parlant une langue différente de celle dont sont issues les toponymes préexistants».

Donc, selon vous, cela rejoint votre manière de voir les choses ou pas ? Parce que lorsque je vous demande d'afficher deux langues sur les noms de lieux, est-ce un réel enjeu politique ?

EH : Non, il n'y a pas d'enjeu politique : c'est la reconnaissance d'une histoire, laquelle doit être connue. Savoir quelle est l'origine de tel ou tel lieu saint m'intéresse. Cette recherche de l'origine ne signifie nullement verser dans une hostilité à d'autres appartenances, y compris à des appartenances supérieures, à la France, à des valeurs universelles. Ainsi, me semble-t-il, cette toponymie ancienne nous enrichit-elle.

Evoquer la connaissance du passé, ce n'est pas l'opposer à la connaissance du présent et du futur car il y a toujours une certaine continuité, une certaine filiation.

En créant, au début de la seconde partie du 20^e siècle, le pèlerinage (chrétiens et musulmans) des Sept Saints du Vieux-Marché -connaissez-vous ?- Louis MASSIGNON ne fait pas œuvre d'historien.

Louis MASSIGNON, professeur à la Sorbonne, et auteur de très grande qualité, avait beaucoup étudié la civilisation arabe et chrétienne. Il crée donc ce pèlerinage pour que les générations futures de chrétiens et de musulmans, se rencontrent, en se basant, bien sûr, sur la tradition bretonne des saints. Ses livres ne sont pas suffisamment lus.

Voyez-vous, j'ai cité Renan, Chateaubriand, ce pèlerinage du Vieux Marché : c'est exemplaire. Je ne parle pas de l'Eglise catholique, elle n'est pas un exemple d'ouverture, de libertés en Bretagne.

RLS : L'une de mes dernières questions sera, en fait, quand je vois d'un côté le discours que je vous ai tenu tout à l'heure, qui parle de pollution visuelle, qui parle de l'attention à la manière dont on affiche les deux langues...

EH : Pour ce qui est de la pollution visuelle, que l'on se comprenne bien : je n'ai pas à juger le style de lettres, etc... si possible, lorsque l'on écrit, il faut que ce que l'on écrit soit correct.

RLS : Oui, oui, là c'est le foisonnement de panneaux !

EH : C'est à vous, universitaires, de dire aux personnes d'écrire correctement. Des spécialistes existent. Une bonne phrase, m'a-t-on appris, comprend un sujet, un verbe, un complément. Faire court demande beaucoup de temps. Je mets du temps à rédiger mes lettres. C'est une question de communication, de technique : il faut aller à l'essentiel.

Sur la toponymie, l'essentiel suppose que les «spécialistes» participent à la rédaction. Je suis ainsi très attaché à la participation sociale des universitaires, des

historiens et des experts. Je regrette la trop faible implication des universitaires dans la société.

Lorsque j'étais à la Faculté de Droit, dans les années 60-70, les enseignants s'impliquaient dans la vie sociale. Je constate que celles et ceux qui, aujourd'hui, sont impliqués, sont de cette génération-là. Je peux citer le Recteur André LESPAGNOL. Le connaissez-vous ? Lui aussi ancien professeur à Rennes 2, Joël CLATIN, Alain EVEN...

Nous avons beaucoup de difficultés à rencontrer -cela est vrai dans les associations, les syndicats, la cité- les personnes de moins de 40 ans.

Deux explications :

Pour faire carrière, nous dit-on, il faut beaucoup de travail, de recherches, de services. C'est une explication positive.

La seconde : la jeune génération se désintéresse totalement de la vie associative.

RLS : C'est terrible !

EH : C'est la raison pour laquelle j'ai pris l'initiative d'un colloque en 2005, sur la formation tout au long de la vie.

Je n'accepte pas qu'aujourd'hui, les universités n'occupent que 12 % du marché de la formation continue. Ce n'est pas normal. La formation est un point de passage obligé : que l'on accroisse la cotisation retraite, le temps d'activité, soit, encore faut-il que les personnes de 50-60 ans soient employables. Une activité à 60 ans ne sera concevable que si les personnes s'adaptent, acquièrent des connaissances, se remettent à niveau.

Si l'Université n'est pas capable d'assumer cette mission, qui le fera ? Pour ce faire, il faut un échange entre les universités et le monde extérieur.

L'enseignement du Droit suppose -et je le dis en fonction de mon expérience- un lien avec l'autre. Au nombre des personnes que j'ai fréquentées : M. GAGNEPAIN. Je vous cite une anecdote : en Faculté de Droit, dans les années 70, émergeait une discipline : la science administrative, l'équivalent de la science politique pour l'Administration. Jeune, je l'ai enseignée, je ne connaissais pas l'administration.

Notre démarche était pluridisciplinaire. Nous décidâmes de travailler avec M. GAGNEPAIN car il existait une science linguistique. Cette science existait. Elle avait donc un objet : le fait linguistique. Nous avons rencontré M. GAGNEPAIN à Paris, en juillet ; nous l'avons invité à définir le fait linguistique, de manière à définir par analogie le fait administratif. Trois heures de discours.

M. GAGNEPAIN était enthousiaste, très loquace. Au terme de trois heures de discours, il nous dit n'avoir jamais réussi à définir le fait linguistique.

Nous avons, à l'époque, des contacts avec des juristes et d'autres. Nous avons aussi travaillé avec un homme, qui est un ami, Olivier SABOURAUD. Il était neurologue. Ensemble, ils ont révolutionné les connaissances. Olivier SABOURAUD avait ainsi travaillé avec beaucoup de personnes et notamment un créateur de théâtre, dont les pièces traitaient de la folie.

Aujourd'hui, les jeunes universitaires restent au sein de l'université. À Rennes, je réunis, chaque année, les étudiants étrangers : l'an passé 75 nationalités étaient représentées ! Fantastique ! Rennes, sans être une très grande ville, est une ville où passent beaucoup de personnes, qui a une histoire.

Tous les maires, depuis 1944, sont issus de l'université : de 44 à 53, un géologue ; de 53 à 77, un historien.

Continuez à écrire pour deux types de publics.

D'abord, pour vous et pour les universitaires.

Ecrivez quand vous le pouvez, pour le grand public, de manière à faire comprendre aisément votre message. La littérature grise -cela me frappe- est énorme. Thèses, mémoires qui représentent des années de difficultés, de blessures, de privations, ne sont pas utilisés, c'est un énorme gâchis.

RLS : En ce qui concerne la toponymie en général, avez-vous autre chose ?

EH : Vous vous en êtes rendu compte dès la première minute, je ne suis pas un spécialiste de la toponymie, c'est pour cela que j'ai beaucoup plus appris en vous lisant.

RLS : Cela, je n'en suis pas persuadée mais disons que ma question est : que représente le double affichage ? C'est juste cela.

EH : Une reconnaissance et un enrichissement, surtout pas une exclusion.

RLS : Parfait !

EH : On m'a donné plein de choses que je vais vous donner.

Loïc Le Meur et François Mersch

00.45

LLM : alors si=si y'a des erreurs de ce type euh je renvoie Amzer Nevez parce qu'en fait on leur envoie et eux nous recherchent des spécialistes

01.10

LLM : euh quand on traite de l'identité nous on a toujours un énorme problème de pas tomber dans l-l' narcissisme de certains euh qui j'avais dire qui sont complètement passésistes et puis de ce qui s'est passé encore récemment et qui avait des relents de=de la période maudite hein

01.40

LLM : ah si j'avais eu CA avant qu'on ne traite de la signalétique bilingue de Ploemeur j'aurais eu plus d'armes pour me défendre <↓> [LLM rappelle ici une conversation avec Philippe Blanchet où ils ont eu un échange sur l'identité qui aurait permis à LLM, selon lui, d'avoir davantage d'arguments pour défendre la mise en place d'une signalétique bilingue à Ploemeur] parce que au bureau municipal vous connaissez les structures municipales hein le bureau municipal qui est exécutif bah j'étais pas majoritaire c'était plutôt

FM : 'fin disons qu'y avait une discussion qui s'engageait j'pense que bon on s'est p'têt arrêté un p'tit peu trop vite mais effectivement t'étais=t'étais tenant d'un affichage quasiment systématique en breton d'autres étaient tenants d'un affichage : euh uniquement en français et euh certains étaient euh pour un affichage en breton quand c'est justifié mais pas de traduction française en breton quoi 'fin breton en français

03.45

LLM : y'a des moments où on perçoit des choses moi j'travailles beaucoup plus dans l'impulsion je ressens des choses et puis j'me dis bon on y va alors je teste un tout p'tit peu <↑> et puis quand je sens que ça peut marcher après j'essais de remporter en interne ou ailleurs l'adhésion des autres et là je sens quelque chose je crois qu'on n'est pas bon sur ce point là et euh le problème de Ploemeur c'est que c'est une commune qui est composée maintenant j'veux dire en QUAsi totalité on va dire allez moins de 10 % d-de personnes originaires mais beaucoup D'URbains qui sont venus d'ailleurs <↓> et ces urbains qui sont venus d'ailleurs parce qu'à Ploemeur ils sont surtout propriétaires ils sont en train de tisser des racines ou de se REDonner une identité qu'ils ont perdu et donc j'veux dire il faut les aider dans cette démarche là <↓> donc pour les gens qui y habitent redonner une identité au territoire <↑> surtout quand on vient d'ailleurs parce qu'on a besoin de recomposer du lien social et je me dis en plus pour d'autres <↑> qui ne sont que visiteurs montrer qu'effectivement on a une identité on a une culture on a quelque chose qui n'est pas lié qu'à la langue hein mais à tout' notre méthode de vie hein ici y'a plus de crêperies qu'ailleurs euh bon là on l'a encore appris y'a une nouvelle crêperie qui s'implante mais encore mais à la limite pourquoi pas <?> mais y'a pas que ça non plus y'a la façon de s'exprimer même en français y'a beaucoup d'autres façons de dire que l'on est ben oui on a une identité peut être plus ici qu'à Lorient <↑>

05.49

LLM : mais par exemple une place de l'église qu'est le lieu central de vie d'une commune un lieu où=où toutes les mixités sont possibles alors là faut y'aller quoi on renforce sur ce lieu là

RLS : et donc quel rôle ça a de renforcer sur CE lieu là justement <?>

LLM : parce que c'est un lieu fortement identitaire un centre ville un centre urbain c'est un lieu de sociabilité par excellence et on accepte toutes les mixités tout le monde vient

07.56

FM : alors si on avait eu un fond breton important* j'pense que ça aurait été plus justifié

08.14

FM : si=si on avait eu la chance d'avoir la médiathèque en breton d'Amzer Nevez à c' moment là dans le cadre d'une grande médiathèque ça aurait eu du sens d'avoir une double signalétique mais là y'a très peu de gens qui viennent chercher des ouvrages- les gens ne viennent pas chercher des ouvrages en breton <↑> ils viennent chercher des ouvrages sur la Bretagne et très peu connaissent ils prennent des ouvrages sur la Bretagne en français très peu connaissent le breton

11.05

LLM : à savoir que euh c'que j'disais des gens qui viennent d'ailleurs qui ne sont pas nécessairement bretons on en a hein qui sont manceaux ou autres bon euh ils voient l'intérêt hein et d'autres qui sont d'ici qui veulent le renforcer euh et surtout on a cette texture passéiste qui apparaît sans arrêt c't-à-dire qu'il y a une difficulté à faire comprendre que=que la culture

11.29

LLM : euh c'-c'est aussi intégrateur c'est=c'est aussi un-une culture socialisante c'est aussi une culture de l'avenir et ça c'est toute moi la difficulté qui y'a à faire passer ça donc effectivement on est archi minoritaire quand on parle comme ça <!> qui la ressent <?>

11.44

LLM : quand vous avez entre guillemets avec tout le tout le=le le côté péjoratif qu'on peut avoir des breizhou ben moi c'qu'je voulais c'est que je voulais passer au début et on m'a suivi on voulait un bagad à Ploemeur on l'a <!>

11.56

LLM : je r'garde dans le bagad aujourd'hui et ils me disent hé on a plein de gens extérieurs à la Bretagne on est exactement dans la culture intégratrice

12.22

LLM : oh éh l'aut' jour euh qui a gagné euh le concours de sonneur un concours de sonneur <→> ch'sais plus quel âge quelle tranche d'âge vous l'avez p'têt vu non <?>

RLS : non

LLM : concours breton ils sont noirs tous les deux* en plus deux frères jumeaux adoptés par deux familles différentes ils sont sonneurs ils ont gagné le=le alors je crois que c'est le dans le /bopado/ ou un truc comme ça ils ont gagné un prix en Bretagne ils sont considérés comme les meilleurs d leur tranche d'âge et **en plus** ils se retrouvent tous les deux et sur cette culture sur cette musique c'est quand même génial ça c'est EXACTement c'qu'il fallait démontrer encore une fois et ben XX

FM : oui et puis en plus et en plus c'est une musique qui a évolué énormément j' veux dire la musique bretonne aujourd'hui euh

RLS : oui ça n'a plus rien à voir

FM : non ça n'a plus rien à voir avec la musique du :=du siècle dernier

LLM : ouais sauf que (t'écoutes) un couple de sonneurs de X coz alors là j' vais t' dire t'es en plein d'dans hein alors là bon j' vais t' dire euh :

RLS : oui y en a toujours forcément qui restent très traditionnels enfin c'est

FM : oui XX

LLM : oui mais là d'une lecture très traditionnelle d'une musique <↑> et c'est les gens qui s'intègrent avec ça <↓> ben alors bon j' veux dire on peut pas trouver mieux

RLS : hum

LLM : ça c'est difficile à faire passer

RLS : oui

LLM : on est pas du tout près à entendre ça donc la difficulté ben on la vit là mais on est pas dans la lecture lorientaise où c'est XXX pourquoi ça c'est fait le groupe vert bretonnant qui est qui a constitué toujours marginal'ement un p'tit peu le p'tit PLUS qui était apporté à la majorité politique lorientaise on sait qu'ils ont XX parce qu'ils ont été forts c'est du temps de Conan etc. donc ils étaient là

14.06

RLS : donc si j' résume bien si j' vous pose la question êtes-vous pour l'affichage bilingue pour vous [LLM] c'est un oui définitif ((rires))

FM : oui

RLS : et vous [FM] mais modérément

FM : oui 'fin pas dans tous les cas

RLS : ouais ouais ok

FM : faut étudier euh :

LLM : j'ai pas dit oui dans tous les cas j- j- j' veux bien discuter du phénomène de d'aller mettre le nom en breton d'Anne France oui bon ça correspond à rien c't évident mais euh de dire par exemple de gagner sur l' nom des ronds-points oui ils auront l' nom / euh on a fait ça aussi sur un lotiss'ment * communal le premier lotiss'ment communal depuis 20 ans tous les noms d' rues portent le nom des parcelles

15.24

LLM : on voulait construire un lotissement communal 100% communal en vendant nous-mêmes les lots en s' prouvant qu'on était quand même capable à la mairie d' faire ça et donc là on dit bon on=on va se démarquer des autres un peu vous voyez

16.10

LLM : c'est très réduit hein y'a vieux verger <↑>* allée du jardin au puits <↑>* place du pressoir <↑> place du four à pain rue des blés noirs.

16.48

LLM : alors moi ben parce qu'on m'a dit qu'c'était comme ça alors c'est la première fois qu'j'entends lecture exotique

16.56

LLM : ben alors là moi ch'ais pas moi c'est pas moi qui ch'uis pas bretonnant ch'uis gallo donc j'y peux rien hein qui=qui nous a donné ça < ?> [en s'adressant à FM] ça vient d'Amzer Nevez c'était du temps d'Julien Philippe <↑> c'était Amzer Nevez qui nous a dit euh comment on devait l'écrire puisque nous euh

18.38

LLM : et comme on a besoin d'identifier que Ploemeur c'est une commune donc c'était euh il fallait mettre kreiz-ker centre ville quelque part donc on a renforcé et on a dit voilà kreiz-ker euh et donc ça permettait en plus une redondance de dans=dans=dans la prononciation quoi ou dans l'affichage

19.56

RLS : et sinon vous 'fin dans votre politique et dans vos actions quotidiennes quelle place accordez-vous aux langues régionales < ?>

LLM : alors un euh est-ce qu'il y a un bretonnant parmi nous < ?>* non

FM : euh si Jean-Pierre un peu nan < ?>

LLM : ouais il doit=il doit il doit l'comprendre oui tout à fait hein oui

FM : à part Jean-Pierre euh

LLM : autrement donc on=on=on ne l'utilise pas < ↓ > moi je l'utilise sous cette forme là c'est-à-dire de=de cette culture progressive intégratrice socialisante et cætera oui ça y'a pas de problème donc euh le bagad je l'ai eu hein < ?> tout le monde était pas d'accord tout le monde rouspète à chaque fois parce que le budget est un peu élevé mais le but c'est que le bagad passe en 4^{ème} catégorie et 3^{ème} catégorie c'est plus possible donc ça veut dire qu'il faut injecter les moyens c'est une façon d'aider aussi Amzer Nevez derrière donc c'est eux la structure c'est eux qui donnent les cours

20.56

RLS : et pourquoi c'était si important pour vous d'obtenir le bagad ?

21.00

LLM : oh c'est lié à mes racines ça, c'est le fait que moi aussi ch'suis intégré ici et que mon adolescence c'était les fest-noz donc euh je colle complètement à ça je sais danser euh le vannetais et j'suis incapable ou un petit peu de montagnes noires mais les autres maintenant dans le mélange non donc pour moi y'avait c'te idée je reste moi euh on n'est que le résultat de son histoire hein bon y'a ça y'a le fait que Ploemeur a besoin d'affirmer ses racines de créer du lien social comme j'le disais donc du lien culturel avec des gens qui viennent d'horizons différents donc il faut renforcer tout ça on a renforcé de la même façon toutes les fêtes de quartiers on a acheté du matériel pour vous voyez les fêtes de lotissements par exemple qui se font bon arrive maintenant on est capable ils font une fête d'envoyer le conteneur avec les bancs le barnum dedans de les aider à la limite à monter ça mais tout simplement pour que les gens se rencontrent se=se=se / tissent des liens entre eux donc il faut animer TOUT c'qui peut renfoncer les liens c'est important donc c'est une façon aussi par la toponymie par des tas de choses de renforcer les liens

22.00

RLS : et au niveau d' la signalétique vous seriez prêt au risque donc d'avoir un affichage qui est peut-être beaucoup moins lisible vous seriez prêt à matraquer ENtre guillemets avec

LLM : matraquer n'est pas l' bon mot parce que c'est un mot trop fort

FM : pas du tout XX

RLS : c'est pour ça que je dis entre guillemets mais

LLM : à (la limite) vaut beaucoup plus qu'on : ((rires)) oui oui

RLS : mais au risque de : d'atténuer un peu

LLM : ben au risque de pas être accepté par les autres

RLS : la lisibilité ou

LLM : nan il faut savoir mais je pense que bon

FM : nan il faut doser

LLM : on a un automobiliste il ne va pas décerner discerner pardon plus de trois messages sur euh un carrefour

22.43

LLM : mais ça c'est l' non sens complet mais vous savez pourquoi < ?> vous connaissez les raisons pourquoi à Guidel y a autant d' panneaux < ?>

RLS : non

LLM : ben tout simplement la ville de Guidel s'est dit faut qu' je / mes commerçants veulent des panneaux donc pas de problème j' vais faire des panneaux donc euh je vais euh : alors y pas qu' ça hein parce que toute la signalétique elle est liée au MÊme bureau d'étude

RLS : oui

LLM : et le m'ême bureau d'étude s'est dit pas d' problème ça n' vous cout'ra pas un centime de plus j' vais faire payer les commerçants donc ils vont voir les commerçants ils leur disent bon panneaux ben évidemment panneaux mais eux sont rémunérés sur l' nombre de panneaux qu'ils posent plus y a d' panneaux plus l' bureau d'étude touche de comm ah mais c'est comme ça qu' ça marche [...] donc il faut faire attention à ce risque là qui est un risque commercial

RLS : hum hum

[commentaires sur le document que RLS montre] LLM : de l'aut' côté moi ça m' gêne pas ça ** moi ça m' gêne pas ça ** c'est la taille de lettrage qu'est peut-être un peu trop

RLS : là tout de suite quand on les prend comme ça oui mais là ça commence à faire un peu beaucoup quand même parce que sachant qu'y en a d' chaque côté

LLM : nous on a diminué de 50 % les 4 par 3

RLS : ah ouais

LLM : en 80 : 95 97 donc on a eu une bataille dingue ça veut dire qu'on a perdu des recettes communales mais on a diminué d' 50 % donc aujourd'hui on peut pu mett' de panneaux on peut mett' un panneau en 4 par 3 qu'en retirant un autre

24.14

RLS : et à propos d' l' affichage bilingue justement est-ce que vous pensez qu'il y a une motivation économique derrière ça euh enfin

LLM : bien sur* bien sur on ne peut pas dissocier la vie sociale de l'activité économique

RLS : donc là vous faites complèt' ment le lien entre culture et euh

LLM : mais attendez j' vais vous dire c' que l'on est d'abord c'est une commune où on vient vivre les us et loisirs une commune touristique après donc euh faire partager euh ce qu'est l'identité d'une commune avec celui qui vient d'ailleurs c'est=c'est lui donner plus envie d' la connaître donc de rester là donc d'aller=d'aller s' prom'ner d'aller faire les chemins d'aller euh on a ouvert combien nous 50 km de ch'mins nouveaux en plus d' ce qui avait auparavant <↑>

24.55

LLM : c'est 45 je crois pour être juste bon c'est=c'est faire appréhender ce=ce qu'est ce territoire donc évidemment par conséquence quand ils marchent ils consomment parce qu'ils se baladent avec un litre et demi d'eau donc derrière y'a des effets d'entraînement qu'on cherche à faire mais=mais c'est d'abord bon ça c'est le côté j'prêche pour ma cantine mais y'a évidemment cette idée là d' se dire ben on est pas si mal ici on peut essayer d'rester sur cette commune on a plein de choses à faire

28.31

RLS : donc pour résumer la situation là si j'comprends bien donc euh sur la commune de Ploemeur pour vous 'fin la toponymie a vraiment un rôle euh* important à jouer un rôle identitaire donc ça a un vrai lien avec l'identité non seulement de la région en général mais=mais des personnes qui peuvent y habiter <↑> avec un renforcement

LLM : identité intégratrice

FM : et oui <↑>

RLS : d'accord

FM : faut dire=faut dire dans la langue du pays d'où l'on vient euh de quel village on vient euh c'est : c'est plutôt bien quoi faut dire

RLS : hum

FM : hein

RLS : XX

FM : XXX

LLM : XXX l'histoire qu'on y vit de cette façon donc après quand on cherche à protéger tel ou tel chemin ben oui il a une histoire il porte quelque chose de lien avec un autre village donc on va éviter d'abattre un talus pa'ce que bon et on peut refaire une fête de village parce que y'avait quelque chose qui s'y passait et puis quand on retravaille : avec des gens c'est quand même un peu plus facile je pense qu'ils sont avides de c'la il faut il faut pas leur apporter c'la sur un plateau y'a une démarche mais je pense qu'ils la demandent intuitivement voilà

Joseph Roze

00.00

JR : c'est un affichage de la ville en breton hein ça ça existe depuis un certain temps déjà il n'y a jamais eu depuis cet affichage : de décisions particulière en tous les cas concernant les rues ou concernant autre chose hein

02.38

JR : c'est le directeur général* c'est le directeur général et c'est un monsieur de Concarneau

03.05

JR : bon euh y'a combien d'temps y'a 10 ans au moins qu'on qu'on nous

DG : oh non y'a pas tant qu'ça hein

JR : non < ?>

DG : y'a pas tant qu'ça non non ch'ai pu moi quand on avait mis ça

JR : bon l'histoire c'est parce que ça=ça nous avait plu et pis c'est tout point euh

DG : oui voilà euh

JR : hein < ?>

DG : oui oui oui parce qu'il fallait euh oui on avait dit tiens comme on est à la porte de la Bretagne quasiment à la sortie de=de=de sur l'autoroute là 'fin voilà

JR : oui ah oui quand même

DG : on est bretons

JR : notre situation en porte de Bretagne comme l'indique comment Vitré la porte de la Bretagne et cætera on avait fait penser que c'était intéressant de

DG : sauf que Vitré n'est pas traversé par les autoroutes tandis que nous on est traversé par l-le=le **nœud autoroutier** le plus important quoi

JR : oui oui

DG : et donc c'était **intéressant** de=de=de d'afficher le nom breton

JR : ouais=ouais=ouais

DG : pour les gens qui arrivent en Bretagne et Cesson-Sévigné oui a / c'est avec l'institut culturel de la langue bretonne qu'on avait vu ça c'est l'institut culturel de Bretagne <↑> qui nous avait certifié qu'au XVème siècle que=que on pouvait appeler que c'était Saozon-Sevigneg en breton

JR : ah oui=oui=oui

DG : hein voilà et on a fait aussi tant qu'à faire dans la foulée on a fait aussi la Vilaine après sur le panneau on indique la Vilaine en breton

JR : ((rires))

04.27

JR : en gallo < ?>

DG : mais comment qu'c'est ça en gallo < ?> y'a pas d'appellation en gallo

JR : si

DG : non mais si c'est attesté comme ça XXX si c'est attesté par / si c'est attesté vraiment puis y'a cette connotation de ville bretonne à la sortie de l'autoroute c'est l'entrée c'est la porte de la Bretagne

05.47

JR : j'ai un vague souvenir d'une délibération oui qui était passée et euh {I} bon euh Anneix avait voté des deux mains Anneix c'est un monsieur qui joue vous connaissez non euh

RLS : non

JR : un musicien qui est un grand barde qui joue du biniou euh et autre : bombarde et cætera ((rires)) euh mais=mais=mais il est aussi breton que Anneix lui [en parlant de DG, directeur du cabinet] il est d'Concarneau il est

06.25

JR : c'est vrai que euh si Vitré annonce l'entrée en Bretagne ben on n'traverse pas Vitré hein on est même à distance de Vitré et euh aucun si y'a Noyal-sur-Vilaine qu'est aussi proche que nous enfin Noyal c'est juste (la sortie) après hein et ici ben oui euh dans les écrits dans les archives ou ailleurs comme l'a dit monsieur (Dijour) directeur général ils avaient attesté euh de cette appellation Saozon-Sevigneg voilà on l'a reprise on l'a repris dans euh > mais ça c'est arrêté là= ça c'est arrêté là pour informer enfin pour informer non les gens savent bien mais il faut bien qu'il y ait un moment où ils s'disent bien oui on est en Bretagne quand même vous foncez à 120 ou à 140 sur l'autoroute vous savez pas très bien quand vous arrivez encore que là y'a y'a=y'a un péage à la Gravelle et cætera y'a pas mal de choses et puis y'a quand même une bonne affiche euh comment c'est degemer <↑> * mat <↑> hein ((rires)) mais euh je crois que euh* le=le=le=le* le comment la motivation profonde que=que vous pouvez que vous vous pourrez mettre en évidence pour certaines certaines villes villes euh bon ben ici on est bretons fiers de l'être on l'indique bon mais ça va p't-être pas beaucoup plus loin quoi hein

07.57

RLS : vous êtes breton vous-même < ?>

JR : moi je suis rennais

RLS : d'accord

JR : je suis rennais mais vous savez euh j'ai des beaux-frères qui sont d' Trébeurden euh c'est aut'e chose hein ((rires)) c'est autre chose hein ils parlent breton ch'parle pas breton moi

08.14

RLS : mais dans la vie de votre commune la langue régionale a une importance ou euh 'fin vous vous êtes pour l'affichage bilingue < ?> par exemple ou

JR : bah écoutez j'avais pas vous dire que ça fait partie du folklore parce que quand on prononce le mot folklore ça a un côté péjoratif mais enfin je crois qu'ça fait partie de la culture et puis faut pas avoir faut l'afficher sa culture hein après tout faut afficher sa culture et euh j'crois que c'est une bonne chose en tout cas en plus ça été décidé si ç'avait pas été décidé j'aurais très bien pu ne > le faire décider sous mon mandat ou quelque chose de ce genre maintenant aller plus loin est-ce que je sais pas quelle est euh / alors vous me disiez que dans votre thèse

13.40

JR : vous étiez en train d'me dire que dans certaines communes les gens euh ça pouvait marquer une sorte d'attachement à euh* là j'suis=j'suis pas certain enfin pourquoi parce que c'est simple nous c'est une population rapportée hein c'est pas comme **dans le cas dans les cas** dont vous parlez euh qui est une population soit=soit qui est restée sur place hein et cætera

16.15

JR : mais ce qui est sur en tous les cas c'est que on est obligé de faire attention parce que euh si la toponymie aboutit à=à quelque chose qui peut porter à / c'est comme les prénoms hein y'en a qui sont pas faciles à porter ((rires)) hein et j'vous parlais tout à l'heure du nom de la rue du ventre d'âne c'est parce que c'est pas particulièrement poétique ((rires))

16.47

RLS : alors je n'sais pas si vous vous sentez PLUS maire de Haute-Bretagne que maire de Bretagne

JR : oui* oui j'vous dis c'est à cause de la transplantation ici et=et des gens dans le dernier grand lotissement que nous avons euh qui est un gros lotissement un des plus gros d'Bretagne avec 420 logements on a ben la rue de la Monniais la Monniais c'est un lieu dit puisqu'il y a le château d'la Monniais et cætera c'est la grande rue du lotissement puis toutes les autres c'est d'la toponymie aussi la rue du Tertre la rue des Tournelles la rue du=du petit Saint-Gilles ou je sais plus comment appeler ça ce sont des noms de=de clos de champs de=de de lieux-dits euh la ZI sud-est qui est sur Cesson en partie la moitié la ZI sud-est est sur Cesson et bien toute la partie sur Cesson ça porte des noms de lieux-dits la rue de Lozeraie c'était une ferme hein et cætera c'est Cesson c'est d'la toponymie < mais (la toponymie) comme vous disiez tout à l'heure c'est tellement banal et tellement classique c'est tout juste si on donne le nom du=du=du les noms de tous les maires qui ont précédé et cætera 'fin on a une liste ici

euh ç-ç-ça rime à rien quoi hein 'fin ça rime à rien faudrait vraiment que je sais pas si y'a quelqu'un bon / on=on avait même eu un moment euh à mais on l'a conservé quand même mais il n'est pas beaucoup indiqué > on avait eu des=des=des comment dire des bâtiments 'fin c'était pas des bâtiments en l'occurrence hein le stade de Louis Priour par exemple mais=mais on l'appelle très peu c'nom là alors on appelle ça stade de Dezerseul c'est un lieu-dit c'est encore de la toponymie qui resurgit tout le temps qui revient tout le temps on est tellement habitué à la toponymie que=que > le stade de Louis Priour est tout le temps appelé le stade de Dezerseul < hein c'est une habitude c'est une véritable habitude hein euh alors on va avoir une grande ZAC dans le nord là hein on l'appelle ZAC nord en ce moment parce qu'on a pas trouvé euh d'autre nom mais c'est sur elle va s'appeler la ZAC du petit Moucon ou la ZAC du verger c'est certain c'est=c'est=c'est couru d'avance < on est très branché là d'ssus quelle signification je sais pas très bien euh je n- / 'fin moi en tous les cas euh y'a le côté pratique et le côté original hein c'est le côté parce que j'crois quand même que euh c'est plus facile pour moi en plus c'est p't-êt' égoïste mais c'est plus facile pour moi euh=euh j'connais bien la commune puisque j'ai été médecin pendant 22 ans sur la commune euh quand on m'disait il faut que tu ailles chez untel euh=euh on m'aurait dit il faut que tu ailles au Vaux Martin je sais aussi bien ((rires)) j'connais aussi bien le Vaux Martin que les gens qui y habitent hein j'connais toute=toute la commune comme ça bon y'a un côté pratique puis j'crois que pour les gens euh je sais pas si=si je sais pas j'crois que oui c'est vrai** c'est=c'est=c'est oui app'ler=app'ler un : comme à Rennes ((rires)) faut pas que j'dise trop de bêtises parce que le stade de la route de Lorient bien oui ça le situe ça a l'avantage de le situer mais bon il aurait p't-êt' pu donner > un=un autre nom

22.15

JR : ah oui d'accord les indications et cætera

RLS : oui sont en gallo

JR : ah ça commence euh oui en gallo < ?> mais comment ils font < ?>

RLS : ah ben y'a une orthographe qui a été décidée parce que

JR : parce que j'peux vous réciter du=du gallo hein 22.32-22.40 mais euh {pplt} j'ne peux écrire ça qu'avec du français et pis c'est plus une question d'accent que de que=que d'autre chose hein et la X le /mø/ /tø/ de la région d-de Bécherel euh c'est sur que y'a des mots qui sont très XX [mot cité en gallo] mais euh comment=comment ils ont indiqué sortie en : gallo < ?>

23.37

JR : euh je crois que ils sont=ils sont très bretons et ils le disent mais ils vont l'exprimer beaucoup plus en retournant chez eux <↓>=en retournant chez eux <↓> en particulier les étudiants ils l- ils le disent hein euh j'avais connu ça quand j'étais étudiant hein euh les finistériens quand ils étaient à Rennes <↑> ils considéraient que bon ils étaient là comme le f- comme le rennais qu'allait faire ses études à Paris ils disaient bon j'viens faire des études mais j'vais aller chez moi je vais retourner chez moi et là je vais m'exprimer en tant que breton et de la même façon le finistérien qu'était à Rennes <↑> pensait je suis là mais c-c'est=c'est pas la Bretagne c'est pas MA Bretagne il faut que je retourne hein à Brest pour euh p-pour m'exprimer en tant que breton et c'est vraiment la sensation que vous avez à à Cesson-Sévigné ça va même TELlement loin=ça va même tellement loin que je connais moi des groupes <↑> dans les=dans les

lotissements les affinités euh qui se retrouvent soit après la messe soit euh au café pour prendre un pot c'est tous des bretons de telle région où ils discutent de leur région et=et ici ils y habitent bien sur mais euh pour exprimer leur euh leur euh leurs sentiments bretons ou euh ils attendent le moment d'aller chez eux et ils attendent le moment où ils sont réunis pour euh se manifester en tant que bretons hein euh sinon ils le disent bien sur mais euh euh c'est=c'est=c'est comme de se rassembler au sein euh d'un groupe de danseurs ou un groupe de=de=de gens qui veulent pratiquer la langue et cætera mais dans le tous les jours euh ils le disent hein <↑> qu'ils sont bretons mais euh ils=ils=ils ils vont=ils vont se comporter en bretons et=et=et si vous voulez ils vont pas parler breton ici

25.59

RLS : pourquoi est-ce qu'on parlerait pas breton à Cesson-Sévigné < ?>

JR : parce que c'est à parce que c'est à côté de Rennes et parce que Rennes euh on n'a jamais parlé breton à Rennes > quoi hein on a p't-êt' parlé gallo mais on n'a jamais parlé breton j'sais pas si le gallo est considéré comme un breton moi j'en sais rien parce que tout ça c'est un peu compliqué hein c'est un peu compliqué euh > mais ici ils sont en pays gallo ils le savent et eux bon c'est pas leur truc c'est=c'est ça euh quand on est de Lannion ou de Guingamp ont est pas du tout de Cesson c'est pas la même chose voilà

26.39

RLS : alors du coup la=la vitrine que vous avez avec l'affichage bilingue juste avec le nom de la commune aux différentes entrées de la ville ça c'est purement 'fin pour l'information du touriste à la limite < ?>

26.54

JR : ben oui mais c'est aussi une affirmation j'vous l'disais tout de suite les gens qui sont dans les lotissements ici ils disent <↑> je suis breton hein je suis breton et ils affirment leur=leur identité mais euh ils vont se comporter en bretons ils vont parler en breton ils vont avoir des=des=des manières de bretons ils vont retourner chez eux pour le faire <↓> c'est pas ici qu'ils vont le faire <↓> c'est=c'est alors nous l'indication oui c'est une indication nous sommes des bretons mais ça ne veut pas dire que ici on va se comporter exactement euh parce qu'on est à l'entrée hein on est à l'entrée quand même et puis bon on a une identité qui n'est pas tout à fait euh une identité bretonne telle qu'on la conçoit avec sa langue avec ses coutumes et cætera quoi quand on parle des bretons euh dans le centre de la France euh vers les bigoudènes là haut là c'est ça qu'on pense hein ((rires)) on pense pas à Cesson-Sévigné

28.07

JR : ben j'crois que ah oui ben j'irais pas vous dire qu'on est des bâtards mais ((rires)) bon ((rires)) on en est pas loin hein parce que c'est vrai qu'on n'a pas une identité très marquée hein en pays de Rennes <↑> ça c'est certain hein > on a pas une identité très marquée euh * c'est=c'est même=même dans la région euh dans la région 'fin je sais pas dans toute cette région c'est le pays gallo hein euh Dinan Bécherel quand vous revenez sur la partie nord de Rennes quoi hein oui la partie nord et nord ouest de Rennes euh j'crois que ** y'a peut-être des gens qui par affinité vont=vont dire qu'ils sont bretons mais moi je crois que c'est très difficile moi je veux bien je=je=je dis que je

suis breton aussi mais j'ai nettement conscience de ne pas représenter quelque chose de typique quoi < !>

29.37

JR : ah oui oui > je crois oui < on n'a pas de caractéristiques purement bretonnes en dehors de la géographie on a pas d'autres caractéristiques on ne parle pas * breton on n'a pas les us et coutumes euh bretonnes on n'a pas euh non en dehors de la géo- par contre on a sans doute un peu l'âme bretonne parce que on est situé en Bretagne alors euh d'abord y'a=y'a ce caractère essentiel qui fait quand même qu'on est en Bretagne <↑> ça c'est tout de même important hein mais euh ** sortis d'là on n'a pas de=de=de caractéristiques très bretonnes hein je pense même que je sais pas comment dire ça mais morphologiquement on est pas euh très bretons le breton typé du nord ou du ou morbihannais 'fin certains morbihannais en tous les cas hein le breton brun euh dans la région de Rennes on a pas cette typologie du=du breton morphologique on a pas ça hein quand vous=vous promenez dans le Tregor ou dans le Léon il se trouve que les gens sont beaucoup plus typés euh que dans la région de Rennes enfin bon ça c'est p't-êt' c'est p't-êt' des détails voilà <↑> voilà=voilà

31.22

JR : mais euh on tient à la fois à notre définition et à notre affichage

Martial Gabillard

05.10

MG : il était question pour nous euh d'approfondir l'identité bien au delà de ce qu'est la définition culturelle de cette identité

08.39

MG : la ville de Rennes n'a jamais été une ville brittophone c'est / elle ne l'a jamais été hein et c'était plutôt les bretonnants <↑> qui étaient les plus porteurs si vous voulez de euh cette demande de bilinguisme paradoxe quand même d'une certaine façon alors euh nous avons adopté euh l'attitude suivante nous avons décidé de faire apparaître progressivement le breton dans la signalétique urbaine et la position que nous avons adopté peut s'résumer de la façon suivante choisir des lieux plutôt symboliques que systématiques

09.44

MG : ici un bilinguisme signi- euh systématique ne signifie rien ça correspond à rien y'a aucune pratique populaire généralisée d'la langue ce qui n'était pas le cas de la partie bretonnante d'la Bretagne où y'a encore une certaine pratique populaire si bien que voir euh voir une signalétique bretonne amplifie si vous voulez la pratique et <→> et la présence de la langue là c'était impossible en r'vanche à titre symbolique c'était très important

13.45

MG : pour quelles raisons finalement a t-on accepté ou a t-on voulu cette signalétique c'est qu'on considère que la ville de Rennes même si elle n'est pas * bretonnante de=de territoire hein elle n'en est pas moins capitale d'une région OU il y a une présence d'une langue bretonne et euh évidemment respectable et qui doit être respectée et une façon de la reconnaître c'est la rendre présente un peu euh sur le territoire rennais d'autre part il est vrai aussi que nous avons un certain nombre de bretonnants ou d'origine bretonnante hein qui sont v'nus s'implanter à Rennes car c'est leur capitale ce qui est normal c'est une des fonctions de capitale de recevoir finalement les habitants d' sa région pour venir y travailler pendant une partie d' leur vie et il était normal qu'ils puissent aussi retrouver une présence de leur langue dans LEUR capitale voilà

15.10

MG : c't-à-dire que oui reconnaissance de la : langue <↑> pratiquée sur le territoire régional dont Rennes est la capitale euh *** alors bien entendu on peut aller plus loin [...] nous considérons hein que une langue c'est un patrimoine de toute première importance c'est pas uniquement la reconnaissance d'un droit des personnes hein ceux qui ont cette langue comme langue maternelle hein c'est quelque chose d'important et en même temps nous considérons que une langue c'est un patrimoine de toute première importance et que un patrimoine comme celui-ci doit être conservé protégé et transmis

16.26

MG : [une langue] c'est vecteur de pensée c'est=c'est une matrice de pensée même c'est un support poétique c'est un support artistique c'est un moyen de communication entre les personnes et euh ça a une valeur à mon avis patrimoniale humaine considérable

19.30

MG : le problème c'est que : je pensais que le Roazhon serait plus / qu'on l' verrait mieux <↑> vous avez un grand panneau hein avec un fond Rennes et un drapeau breton qui apparaît et sur le drapeau breton des calques se euh / apparaît Roazhon et en fait c'est le Rennes capitale de la Bretagne qui est plus fort qui apparaît au d'ssus et ça nous a posé beaucoup d'soucis la DDE nous refusait ce titre capitale de la Bretagne non ça s'met pas euh enfin j'sais pas on a jamais trop compris mais il nous a fallu plusieurs années pour obtenir nos panneaux avec Roazhon Capitale de la Bretagne

20.46

MG : le gallo était euh une langue romane donc elle plus pratiquée dans l'secteur mais c'est une langue qui n'a pas connu euh l'effort disons la structuration disons linguistique du breton

21.23

MG : c'est une langue en l'état actuel des choses qui a une lecture difficile enfin même les pratiquants du gallo n'arrivent pas à lire le gallo lorsqu'il est écrit hein euh je suis moi pour ma part d'origine gallo hein euh mais en plus de ça moi mon gallo est de à la frontière angevine il est de la Guerche euh je ne je n'arrive pas à lire ou difficilement les inscriptions qu'on a mises en place à la station du=du=du Charles de Gaulle et euh donc si bien que nous n'avons pas adopté du tout la même stratégie en c'qui concerne le gallo <↓> et nous n'envisageons pas pour le moment de : changer car finalement la

demande sociale n'est pas du tout la même hein la demande sociale n'est pas du tout la même et euh elle va peut-être évoluer elle va peut-être s'affirmer mais elle est encore assez peu organisée ** et ayant participé assez récemment à un débat sur le=le gallo hein euh j'ai fait la proposition suivante si l'on voulait défendre et soutenir le gallo euh dans notre région il fallait d'a-d'abord bien repérer les zones où la pratique du gallo est naturellement encore assez forte et il en existe encore hein dans les zones rurales et dans ces zones là organiser avec l'éducation nationale un effort de formation et de valorisation d-de cette langue de telle façon à c'que ces jeunes enfants qui ont la sonorité du gallo dans les oreilles puisqu'ils l'entendent constamment puissent avoir euh un une compréhension un peu d'cette langue mais une compréhension structurée une compréhension un peu méthodique grâce à la force scolaire qui pourra être faite et euh si on l- si on faisait ça vous voyez on=on ferait que cette langue naturellement encore pratiquée puisse être consolidée par un apport vous voyez par un apport euh scolaire un apport d'enseignement un apport valorisant quoi hein euh * quitte même <↑> dans ces lieux là euh c'est comme le cas c'est le cas de Parcé actuellement hein à justement commencer à pratiquer d'la signalétique : bilingue euh car elle s'rait là naturellement comprise

24.48

MG : si on veut valoriser le gallo il faut repérer quelles sont les expressions disons artistiques euh qui mériteraient d'être valorisées à partir du gallo vous voyez l'expression artistique la plus=la plus intéressante

37.26

MG : euh vous comprenez euh les milieux universitaires ont tendance naturellement à venir demander à la ville cette présence écrite (ben oui vous voyez) la signalétique et je pense que là aussi c'est une erreur vaudrait mieux je=je maintiens d' s'appuyer vous voyez sur cette réalité vécue euh ** parce que toute façon euh on vous savez si on part sur le raisonnement ouais mais y'a des gallos XX dans Rennes il faut que hein bon {pfff} y'a d'autres formes de langues à Rennes alors et puis si on l'a accepté pour le breton hein c'est la différence vient du fait que la langue elle-même est quand même plus structurée elle est beaucoup plus organisée si on peut dire elle est beaucoup plus enseignée y'a des écoles désormais sur Rennes y'a diviezh y'a diwan vous voyez et euh c'est la fonction de Rennes par rapport à / c'est sa fonction de capitale a impliqué XX mais le gallo c'est pas le même type de reconnaissance qu'il faut lui offrir hein euh je pense que les quelques voies là qu'on a évoqué tout à l'heure me semblent plus appropriées à une véritable défense du gallo euh je ne me vois pas du tout organiser moi une édition en gallo d'une exposition <↑> vous voyez en r'vanche dans mon village natal (le petit fouillis) XX en gallo hein l'agriculteur du coin a écrit euh l'histoire 'fin les mémoires de sa vie quoi histoire d'un paysan qu'il a appelé ça et sur une orthographe qui est la sienne hein il a pas été voir quelques consultants euh universitaires et autres hein il a écrit comme ça c'qu'il ress- comment c'est bien fait d'ailleurs hein euh j'ai vu ça moi c'est très bien fait c'est très agréable à lire je l'comprends et tous les gens du bourg du=du village du coin là comprennent très bien ce qui est écrit ils en sont tous fiers parce que euh c'est d'chez eux hein et ça raconte bien leur propre histoire ils retrouvent ensuite toutes les anecdotes de leur propre histoire hein du monde paysan de l'époque euh ça leur convient très très bien mais euh

ils sont restés sur un mode de rédaction et d'écriture TEL que finalement euh il pouvait être ressenti et pratiqué localement

40.44

MG : l'affichage bilingue < ? > pourquoi par exemple qu'est-ce que ça représente pour l-breton < ? > quand on l' fait hein bon XXX ** et en particulier par exemple si j'étais dans une zone bretonnante pourquoi j'le mettrais et bien je crois vraiment que c'est une façon concrète et précise de reconnaître une langue hein et de la faire rentrer dans l'espace public hein euh ça c'est=c'est symboliquement c'est très très important < ↓ > on est euh et en particulier euh à mon avis c'est euh favoriser quand même et entretenir la pratique de la langue à travers tous ces lieux-dits quand même curieux que tous les lieux-dits soient transformés en français alors qu'ils sont d'abord bretons bon faut les garder en breton hein et euh c'est visuellement très fort 41.45

42.26

MG : [en parlant de l'affichage bilingue] dans une ville c'est=c'est 'fin dans une ville comme ça bretonnante < ↑ > hein euh à mon avis c'est très fort et très important

49.59

RLS : est-ce que vous pensez que le fait d'avoir une politique linguistique sur une région comme la Bretagne particulièrement sur la ville de Rennes contribue aussi à faire évoluer le développement économique est-ce que ça rentre dans cette catégorie là ou

MG : euh c't-à-dire que ça a un lien dans ce sens qu'une région qui se mobilise pour son développement culturel se mobilise en même temps pour son développement économique la mobilisation est la même

54.04

MG : je ne confonds pas identité culturelle et dynamisme culturel hein on peut avoir un grand dynamisme culturel sans être obligatoirement euh une richesse identitaire particulièrement importante c'est pas obligatoirement lié ça contribue

58.45

MG : moi mon=mon truc à moi c'est d'essayer de bâtir une politique adaptée à la ville de Rennes hein avec sa spécificité elle est capitale d'une région Bretagne où il y a la langue bretonne mais elle n'a jamais pratiqué l-breton mais elle a une colonie bretonne si on peut dire importante elle est dans un pays gallo mais où l'gallo on n'arrive pas à l'comprendre lorsqu'il est écrit voilà qu'est-ce j'fais avec tout ça maintenant j'ai essayé d'avancer

59.17

MG : mais je s'rais à la place de Jean-Pierre Thomin à Landerneau hein je=je f'rais aut' chose hein j'aurais fait aut' chose hein euh dans une zone bretonnante avec une population bretonnante d'abord j' pratiquerais le breton je pense hein forcément euh ici=ici je m' suis jamais contraint euh à l'apprendre parce que euh parce que je n'avais pas ici vraiment d' raisons d' l'apprendre XX parlait français

Jean-Claude Tanguy

00.43

JCT : ben si vous voulez sur la commune de Concarneau y'a euh une spécificité <↑> ou en tout cas ressentie comme tel jusqu'à présent mais c'est une option qui est sûrement en train d'évoluer à l'heure actuelle puisque Concarneau euh est une : euh est le regroupement de plusieurs communes en fait c't-à-dire Concarneau même <↑> hein qui est la ville de Concarneau XX c'était très restreint en fait puisque y avait le bas d'la- vous voyez le bas de l'=l'avenue d'la gare l'avenue qui descend le bas d' l'avenue d'la gare là y'avait un octroi et on passait déjà là sur la commune de Beuzec hein donc euh vous aviez vraiment LA ville close et c'qu'on app'lait les faubourgs hein qui étaient XX hein et c'était finalement assez réduit comme=comme territoire <↓> hein et euh si j'dis ça c'est parce que au-d'là y'a Beuzec-Conq qui est une autre=une autre commune et qu'il y a Lanriec qui est encore une autre commune avec chacune ben leur église <↑> leur mairie <↑> voilà donc y'a eu un regroup'ment qui s'est produit après guerre pour faire le grand Concarneau qu'on connaît euh maintenant mais l' grand Concarneau donc il a vraiment trois entités euh tout à fait euh différentes <↑> du moins au départ <↑> et je pense que la spécificité là c'est que le on=on allie à la fois le maritime ça c'est Concarneau même avec finalement un port dans la ville ou euh la ville dans le port comme on veut hein et que d'autre part on a l'aspect rural qu'était euh l'aspect euh justement des paysans et d'l'agriculture et des fermes et tout ça donc avec un endroit où on parlait pas le=le breton hein en tout cas c'est comme ça qu'ça été ressenti hein Concarneau même avec son aspect maritime marin et des gens qui voyagent beaucoup et l-l-=la=la langue c'était le français et puis euh ben l-l'environn'ment euh qui est un environn'ment breton où euh et où on a parlé euh on parlait breton hein j'pense que la réalité la réalité elle : elle est là quoi hein

03.03

JCT : dans l'esprit des concarinois d'façon générale y'a une espèce de=de d'a priori de dire à Concarneau on parle le français quoi on parle pas <↑> on est pas dans la Bretagne bretonnante moi j'vois j'suis originaire de Plougastel-Daoulas <↑> hein qui est donc à côté de Brest <↑> là et pour moi Plougastel-Daoulas <↑> c'était le breton quoi j'veux dire on allait à=à : l'église y'avait euh c'était en coiffe c'était en costume breton c'était en langue bretonne on chantait toute la toutes les messes c'était vraiment on=on chantait en breton c'était c'était que'que chose de **d'intériorisé** quoi hein on s'posait même pas la question euh la réalité que j-j'ai perçu puisque moi j'suis là d'puis 30 ans euh j'suis v'nu m'installer c'est un choix <↑> j'suis pas originaire : j'suis pas d'Concarneau même j'suis pas né natif comme on dit donc j'crois qu' c'est la=la=la perception était complèt'ment différente 4.02 alors euh de là découle un certain nombre de choses un certain nombre de=de réflexes par rapport à la langue bretonne par rapport à son affichage quoi hein et par alors je crois qu'à partir de là depuis euh quelques années hein et euh parce que j'crois qu'c'est justement de cet un peu de cet aspect caricatural qu'était celui de dire à Concarneau on parle français c'est beaucoup trop réducteur par rapport à la réalité

04.58

JCT : par contre on a un=un mouvement culturel breton je crois à partir donc / y'a des choses qui se sont dév'loppées à partir du bagad à partir du cercle celtique à partir

aussi d'une prise de conscience et d'une remise en question euh de que d-d- que devait être ou que doit être la fête des filets bleus hein donc la fête des filets bleus j'vous raconte pas vous j'suppose que vous connaissez hein les origines et tout et ben cette fête des filets bleus hein sensiblement elle avait dérivé j'dirais vers une fête pour touristes hein et je crois que à un moment donc moi j'ai en charge aussi la culture on s'est dit euh la fête des filets bleus c'est quand même autre chose quoi y'a=y'a une signification hein qui doit et j'vais dire une qualité entre guillemets dans la mesure où on considère que c'est une fête bretonne une espèce de tradition et tout ça donc on doit lui redonner du contenu

06.39

JCT : là maintenant on est arrivé à quelque chose où on a une=une fédération qui est avec un président qui est jeune avec des=des troupes quand j'dis des troupes c'est les différentes associations qui sont actives y compris une=une chorale qui s'appelle mouez bro conq alors 'fin y'a une réalité de la culture bretonne dans le dans=dans c'sens là du terme qui est en train d-d'émerger donc faudrait ça c'est 'fin de confirmer en tout cas et ça c'est important parce que si j'en parle c'est parce que ça a des conséquences évidemment sur la prise de conscience générale de l'intérêt euh de garder euh s-son identité et ses racines <↑> hein sans rej'ter pour ça hein l'appartenance française bien sur c'est pas une question d'opposer les choses mais de les enrichir quoi

07.30

JCT : alors pour en arriver à la signalétique en breton <↑> euh : c'est euh j'crois qu'on=on veut pas <↑> / l'optique actuelle de la=de la municipalité c'est de=de reconnaître euh cette ré- la réalité en question <↑> mais de pas vouloir / il est pas question d'aller euh systématiquement mett' des panneaux bilingues pour indiquer la déchett'rie quoi vous voyez c'que j'veux dire c't-à-dire que ((rires)) il faut y mettre du contenu quand même euh : et surtout peut-êt' faire que justement on puisse reconnaître la différence entre euh le centre de Concarneau avec sa spécificité euh culturelle <↑> par rapport au=au par rapport à l'environnement qui est un environnement plus breton bretonnant quoi enfin <↓> on a=on a un lieu déjà qu'est un lieu de la culture bretonne ça s'appelle la ferme du Moros qu'est un lieu qui a été refait en partie donc qui=qui est vraiment le lieu euh que se sont d'ailleurs très bien approprié les associations hein euh et qui est le lieu qui s'ra développé euh bon pour l'instant y'a un seul des bâtiments qui a été euh : réhabilité complètement et qui sert surtout pour les le=le=le qui regroupe tout le monde mais qui sert beaucoup au : à la fois j'crois qu'la chorale s'en sert aussi enfin c'est surtout musique hein musique et danse hein musique et danse bretonnes donc ça veut dire que de façon pratique euh ce sont / y'a des panneaux en breton vous l'avez r'marqué <↑> hein euh on a déjà eu des échanges ici avec justement ceux qui euh veulent promouvoir alors j'me rappelle plus c'était des gens à l'échelon départemental que j'avais rencontré ici on avait eu des échanges je crois que ce sont des échanges qui s'ront qui se sont développés on est dans un contexte actuel nous de réflexion euh profonde sur la signalétique dans sa globalité hein et euh c'est parce que ça n'vous a pas échappé on a refait on est en train de refaire le centre ville donc le centre ville autour de la vile close donc on veut avoir quelque chose qui soit homogène et donc là y'a des décisions qui s'ront prises dans le sens et dans l'esprit que=que j'vous ai indiqué mais euh ça s'intègre=ça s'intègre dans une

réflexion globale de toute la signalétique parce que la signalétique ça reste quelque chose d'extrêmement complexe hein parce qu'y'a la technique y'a le / 'fin bon j'vous passe tous les détails hein et donc euh je crois qu'c'est=c'est on élimine pas la=la euh j'veux dire la signalétique en breton <↑> c'qu'on veut c'est la lui trouver sa=sà juste place sa juste mesure et euh : c'est c'que j'disais tout à l'heure là c'est surtout son / sa signification quoi faire que ça rime à quelque chose hein

11.31

JCT : ou tout du moins systématiquement par exemple que euh on peut l'voir à Quimper hein Quimper c'est systématique et donc j'pense que nous on a une réfl- une réflexion plus comment dire : oui plus sériee quoi hein parce que le=le parce que ça existe <↑> parce que c'est une réalité <↑> c' sont des racines c'est l'histoire c'est tout mais faut respecter j'dirais la=la la réalité des choses quoi et donc et c'est vrai que honnêtement moi j'trouve ça ridicule d'aller marquer déchetterie en breton quoi honnêtement quoi hein ça paraît un peu euh c'est un peu surréaliste en fait c'est un peu d'la provoc quoi ah ça ici c'est d'la provoc

12.20

JCT : oui y'a une demande oui y'a une demande de tout une part de la population <↑> mais comment vous savez c'est toujours difficile de s'rendre compte exactement hein à part de=à part de faire une étude euh sérieuse moi je méfie toujours hein euh je=j'suis méd'cin par ailleurs et donc l'expérimentation et les chiffres on leur fait dire c'qu'on veut quoi donc faut faire attention

12.56

JCT : donc j'pense y'a une demande y'a pas une demande exacerbée y'a pas une demande revendicatrice forte vous voyez pour dire comment c'est scandaleux non par contre y a une demande pour qu' y ait une reconnaissance et ça m'paraît tout à fait justifié <↑> et : je pense qu'à partir du moment où on tiendra la position euh dont on parlait là euh : y'aura pas de problèmes

13.50

JCT : oh vous savez j'crois qu' c'est une politique quand même puisque c'est le fait de vouloir reconnaître mais euh en=en étant j'dirais critique et ne pas faire tout et n'importe quoi systématiquement quoi hein pas avoir un côté systématique quoi

14.16

JCT : ben j'crois qu'la=la langue bretonne malheureusement euh elle a disparu euh vous savez une langue à partir du moment où c'est plus une langue maternelle c't-à-dire une langue parlée par la mère et dans le sein d'la famille quelque part euh elle part elle perd de sa fonction de communication euh donc ben ça malheureusement euh ça été ça hein c'était donc moi je : chère maman qui me répétait ça sans arrêt hein que on leur a tellement inculqué si vous voulez ça s'est passé très vite quoi hein ce rôle de la république y'avait besoin sûrement d'ailleurs qui est=qui est ce sentiment de=de=de d'unification de la France hein bon euh malheureusement j'pense qu'on est allé trop loin c'était interdit d'cracher par terre parce qu'y avait la tuberculose et d-d'parler breton hein donc euh n'empêche que le résultat c'est que moi j'ai une grand-mère qui parlait euh la langue pleine et entière mais que on reviendra pas non plus en arrière à

une langue à mon avis hein à une langue bretonne le problème par exemple des enfants même qui sont et moi j'vois ça en=en : temps qu'médecin parce que j'mets=j'mets XX les enfants qui sont à diwan par exemple ben c'est que eux sont à diwan <↑> mais leurs parents ils comprennent pas un traître mot d'breton alors c'est=c'est paradoxal quoi c'est quelque chose qui fait que ben on perd ses racines vous allez en Irlande c'est complètement différent parce que bon le gaélique y'a des gens quand ils vont au trocson euh voilà c'est une langue tandis que c'qui n'est=c'qui n'est absolument pas l'cas ici donc euh mais 16.01 c'est affaire aussi d'endroit parce que alors je=je connais maintenant la réalité par exemple de Plougastel-Daoulas là que je=je que j'évoquais tout à l'heure mais c'est vrai que à Plougastel moi y'a=y'a=y'a 40 ans d'ça euh j'avais dire on parlait breton quoi on allait au café les gens ils échangeaient en breton hein c'était=c'était que'que chose de 'fin j'crois que c'n'était pas l'cas ce n'était pas à Concarneau enfin en tout cas au centre de Concarneau quoi

16.35

JCT : alors donc le rôle de la langue euh ben je crois que l'rôle de la langue c'est de pas oublier d'où on vient et que ça peut éclairer où on va aussi parce que ce mais bon avec les limites quoi avec les limites qu'i' faut pas et c'est bien j'crois qu'y a des gens qui s'emploient à travers des chorales à travers euh : euh expos et i' faut des choses de qualité quoi faut pas qu'ça d'vienne justement du hein c'que j'disais tout à l'heure à propos d'la fête des filets bleus un=un phénomène pour touristes quoi pour dire hein on les sort d'la naphtaline là pour vous les montrer et puis on les r'met après quoi

17.18

JCT : ben moi j'trouve que c'serait dommage justement d'en faire un produit commercial ((rires)) hein ce s'rait dommage c'est une tentation et j'pense que c'est=c'est déjà hein ça déjà été une pas une réalité pas tellement sur la langue elle-même mais sur l'identité bretonne pour vendre des galettes ou j'sais pas quoi là euh ou les poissons là hein mais c'est un peu dommage de : d'aller dévoyer la bigoudène hein parce qu'on en r'vient à c'moment là à une image d'Épinal et à et aux comment elle s'appelle déjà notre illustre représentante bretonne Bécassine voilà la cousine Bécassine ((rires)) là j'crois que justement il faut=il faut rev'nir à quelque chose de sensé et raisonnable on peut pas comparer par exemple la=la position j- vous connaissez Barcelone <?> et le pays catalan quoi

19.35

RLS : je n'sais pas comment 'fin si selon vous y'a vraiment un lien entre la culture régionale et le développement économique de Concarneau et sa proche région par exemple <↑> et comment vous définissez ça

JCT : à Concarneau non <↓> honnêtement non <↓> Concarneau c'est pas=c'est pas vrai mais Concarneau c'est un ensemble assez j'veux dire se fond aussi dans l'ensemble euh dans l'ensemble breton hein avec la spécificité que peuvent avoir les ports quoi c'est vrai qu'ce sont des portes ouvertes beaucoup plus j'veux dire dès qu'on=dès qu'on quitte d'ailleurs l'approche littorale on se r'trouve dans une problématique qu'est complètement différente

20.42

JCT : c'qui faut c'est qu'la=la langue puisse être reconnue reconnue à sa juste place
euh : moi je pense pas qu'on r'viendra en arrière sur le fait qu'on va s'remettre à parler
breton honnêtement hein j'crois 'fin p't-êt' que j'me trompe

21.18

RLS : dans la démarche par exemple du des filets bleus là à c'moment là y'a p't-être
quand même un=un lien entre la culture régionale que vous développez à c'moment là
qui fait vivre économiquement la région

JCT : ah oui alors c'est=c'est là où euh bon euh :=euh oui mais ** ç-ça d'venait ç-ça euh
ça pourrait être considéré sous l'seul aspect commercial si c'était une fête à touristes
voilà moi je crois qu'on peut allier les deux mais euh il faut pas euh cracher dans la
soupe et puis voilà bon euh de toute façon c'est possible mais=mais plutôt que de dire
on=on fait un spectacle moi je défends cette idée là plutôt que de faire le spectacle pour
les gens qui viennent <↑> c'est de dire on fait quelque chose qui est quelque chose de
valeur entre guillemets c't-à-dire qu'sous la valeur qu'on veut y mettre hein et donc
quel message on veut faire passer si c'est un message de qualité si c'est un message
justement qui va être un message de promotion de la culture de la langue de tout=tout
un tas d'choses et bien les gens vont avoir envie d'y venir hein mais ça le produit n'a
pas été pour eux c'est ils y viennent parce que ils ont envie d'découvrir quelque chose
c'est vous voyez la : le la : notion est différente 'fin c'est pas du tout la même chose hein
voilà ** c'est quelque chose qu'on partage à c'moment là avec d'autres mais dans le but
de leur faire découvrir et non pas de leur=de leur proposer euh j'vais dire c'est pas la
démarche marketing de=de=de faire un film qui va dans l'sens des gens et qui hein
c'est=c'est différent quoi hein

23.27

JCT : euh ben comme j'vous disais j'suis méd'cin <↑> euh=euh je : c'est un ch- j'ai fait
toutes mes études à Paris vous voyez ah oui tiens à propos d'l'identité bretonne j'vais
vous dire ça parce que j'étais euh j'étais donc j'tais au lycée Voltaire et j'avais dans ma
classe euh : comment il s'appelle déjà euh {I} euh : {bruit du crayon sur la table} Alan
Stivell Alain Cochevelou donc il était Alain Cochevelou était dans ma classe on était en
classe ensemble pendant j'sais pas moi p't-êt' 6 7 ans et : et alors lui vous savez il
voulait j'sais pas comment ça s'passait pour vous mais euh à notre époque on
remplissait au début d'l'année un p'tit bull'tin où on mettait son nom son prénom son
hein tout un tas de renseignements et notamment=et notamment on mettait sa=sa euh
sa : nationalité puisqu'on était à Paris et qu'y avait un peu d'tout euh et lui il mettait
nationalité bretonne et moi ç- et=et alors pour moi il était parisien parce qu'il était
parisien quoi hein et moi j'étais breton mais j'veux dire j'avais pas besoin d'le de
l'affirmer haut et clair pour moi j'étais breton quoi j'veux dire c'était comme si j'veux
dire euh j'étais blanc j'étais breton c'tait une évidence et euh c'est pour ça qu'j'vous
raconte parce que c'est=c'est on est dans l'sujet quoi et donc euh : c'était=c'était bizarre
pour là j'découvrais que'que chose parce que ce besoin d'identification alors que moi je
ressentais pas du tout et que j'étais j'veux dire : et que j'venais ici en vacances <↑> que
je retrouvais la=la la campagne avec des gens qui parlaient breton qu'étaient en sabots
qu'étaient euh et voilà donc euh c'était pour moi c'était ça y'avait rien à démontrer
quoi c'était la=c'était la réalité et donc euh j'ai fait toutes mes études à Paris puis j'ai
pas voulu m'installer à Paris donc je euh j'suis v'nu euh en Bretagne <↑> on s'est
installé d'ailleurs à deux j'veux dire avec un=un associé un copain <↑> et euh on

voulait ça=ça été un choix de qualité de vie de c'était un choix vraiment de j'dirais d-de lieu donc de la Bretagne <↑> de la mer <↑> euh et donc euh et puis aussi un choix pour moi d'emblée et j'me suis r'trouvé un peu d'ailleurs en parce que les gens sont souvent de quelque part quoi hein c't-à-dire qu'y avait ceux qu'étaient d'Concarneau puis nous on était pas considéré d'Concarneau or euh moi j'trouve qu'à partir du moment où on a fait le choix d'aller habiter quelque part et qu'c'est un choix motivé et qu'on a l'choix de s'investir et de FAIRE partie de c'est p't-êt' plus fort que d'êt' né quelque part <↓> ça j'crois que ça peut au moins être aussi fort en tout cas hein et que i' faut pas c'est pas parce qu'on est né quelque part qu'il faut exclure quoi donc euh moi c''tait un choix c''tait fort et j'me suis investi d'emblée dans la vie euh j'dirais dans la vie locale <↑> hein j'étais en tant que président de la société nautique parce que j'naviguais beaucoup euh voilà c'était une des motivations d'ailleurs de de m-d'installation à Concarneau y'avait un port dans la ville et tout ça et puis aussi où j'avais vu la le dynamisme que ça représentait <↑> euh donc j'me suis investi voilà et puis d'fil en aiguille on s'retrouve à un moment euh à être sollicité hein moi on m'a sollicité j'veux dire j'ai pas de j'ai pas d'position euh j'fais pas partie d'un PARTi ou d'un hein j'suis plutôt là au titre de la société civile et : bien le maire m'a proposé d'faire est-ce que ça t'intéresse 'fin plutôt au départ c'était est-ce que ça vous intéress'rait de < ? > voilà et puis donc on s'pose la question parce que c'est pas c'est une position à laquelle il est pas simple de répondre ((rires)) hein et donc euh ça été l'fruit d'une discussion d'échanges de savoir vers quoi on allait pourquoi et tout et puis euh et puis voilà et puis après ben on s'retrouve euh bon moi ça m'intéressait beaucoup la culture donc on s'retrouve à la culture on s'retrouve à s'occuper d'la citoyenn'té aussi et d'la communication donc c'est très intéressant c'est très prenant mais c'est passionnant voilà

Jean-Louis Tourenne

00.12

JLT : la culture au quotidien les efforts qui peuvent être accomplis dans=dans chacun des villages sont indispensables pour l'développ'ment économique à long terme pour que euh l'épanouissement de chacun et par conséquent l-la=la=la pleine capacité qu'il peut avoir à produire à prendre des initiatives à inventer

01.09

JLT : je=je suis persuadé pour le vivre moi-même euh que ce qu'on attend de ses vacances c'est de j'vous l'disais tout à l'heure c'est de l'exotisme vous voulez vivre autre chose alors si vous pouvez vivre de l'aventure à bon compte c'est bien quoi hein si ça d'mande pas si ça d'mande pas d'risques ni d'périls c'est pas mal euh

02.47

JLT : donc euh c'est pourquoi d'ailleurs le comité du tourisme en Bretagne a dév'loppé euh l'appellation Haute-Bretagne pour l'Ille-et-Vilaine parce que jusqu'à présent quand les gens venaient dans la Bretagne tant qu'ils n'avaient pas franchi les limites de l'Ille-et-Vilaine ils n'étaient pas en Bretagne donc il faut les convaincre qu'ils sont en Bretagne et leur dire et ben voilà vous y êtes maint'nant vous allez connaître le vrai

caractère breton et vous allez vivre l'exotisme vous avez franchi la frontière de la Bretagne

03.10

RLS : ouais parce que la question déguisée en fait c'est ça c'est est-ce que le département d'Ille-et-Vilaine est aussi breton qu'les trois autres finalement 'fin si on s'arrête aux départements administratifs

JLT : est-ce que je peux fumer < ?>

RLS : je vous en prie

JLT : euh ça dépend c'qu'on appelle breton là encore euh vous avez la superposition de l'image d'Épinal à la réalité historique euh sur le plan historique y'a pas plus breton qu'Ille-et-Vilaine puisqu'on était on en était même la capitale et c'est à partir de de là et de Vannes en partie quand même que s'est faite l'unité autour du=du duché de Bretagne euh mais euh mais par son nom par le fait que ce soit pas tout à fait dans la pointe parce que quand on pense à la Bretagne on imagine aussi l' bout du monde c'est une presque île qui s'avance dans la mer donc on y est pas complèt'ement c'est vrai que les=que les parisiens ont du mal à et puis euh y'a pas d'accent ici dès qu'vous avez franchi les Côtes d'Armor vous avez euh un p'tit accent chantant euh toujours c'est toujours l'exotisme

05.22

JLT : La culture est un préalable à tout mais c'est aussi euh* une nécessité vitale * euh si vous voulez donner un sens à votre existence

05.43

JLT : je=je reviens sur comment se développent autour de la ville les communes périphériques vous avez une arrivée : massive de gens qui viennent d'un peu partout et euh qui finissent par donner à toutes les communes périphériques euh une atmosphère uniforme c'est la même vous passez d'une commune à l'autre il n'y a plus il n'y a pas de distinction entre elles euh et comme il n'y a pas de distinction il n'y a pas d'atmosphère particulière et il n'y a pas cette chaleur qui peut exister dans les relations qu'on tisse avec les autres parce que il n'y a rien à partager euh on vient d'ici on vient d'Angers on vient de euh de Toulouse on vient de / on vient avec sa culture personnelle qui n'est pas partageable avec des gens qui n'ont pas la même et par conséquent la=la relation est forcément une relation qui est parfaitement superficielle qui est euh on va parler du beau temps on va parler d'son boulot mais on va pas euh VRAIment communiquer on va pas vivre dans l'empathie euh parce que encore une fois on=on a pas les on a pas de choses on a pas une culture collective identique ça veut dire qu'ils n'en ont pas ça veut dire qu'ils n'ont pas la même euh si vous vous éloignez d'la ville et que vous allez dans un=dans un p'tit village XX ou Noyal-sous-Bazouges on peut multiplier les exemples là quand vous passez d'une commune à l'autre vous apercevrez que les=les modes de relation entre les gens sont pas pareils ça=ça tient parfois quand on regarde ça tient parfois à peu d'choses hein dans les distinctions qu'on peut faire euh à la façon dont ils s'embrassent quand ils sortent de l'église à la façon dont ils se saluent à la relation qui se noue à l'espèce de complicité qu'il y a qui est qui n'est nulle part ailleurs pareil ** euh or si vous ne me- vous ne dével'ppez pas cette culture qui est issue de la terre euh et que vous ne la faites pas partager aux autres arrivants très rapid'ment vous vous transformez en commune quelconque ou euh très rapid- 'fin rapid'ment on va s'enfermer chez soi on va plus sortir parce que encore une

fois on a plus rien à partager par contre si vous faites des efforts de développement culturel dans votre commune que vous faites partager aux nouveaux arrivants l'HISTOIRE de la commune qu'ils puissent au bout d'un certain temps se l'approprier euh à partir de ce moment là vous allez avoir euh des échanges extrêmement (mieux) et la commune va vraiment devenir le lieu où vous allez vous ressourcer où vous allez vous épanouir où vous allez nouer euh avec les autres des relations qui sont euh des relations extrêmement riches euh et c'est=c'est=c'est=c'est pourquoi je crois absolument indispensable non moins pour des raisons économiques même si c'est pas indifférent euh moins pour des raisons économiques que pour des raisons vraiment existentielles euh de développer le SENTIMENT d'appartenance ou le sentiment d'épouser comme on dit pour son mari et bien il faut épouser aussi une culture la culture des autres ça n'empêche que eux on puisse avoir sa personnalité et enrichir peut-être la culture locale de ses apports personnels mais il faut qu'au bout d'un certain temps le brassage soit tel que et ben on ait des références communes qu'on ait des valeurs communes et on rit souvent des mêmes choses pourquoi j'avais tout à l'heure de du gallo avec ses expressions qu'on peut pas traduire parce que <↑> euh d-dans une communication y'a un receveur et un percepteur : récepteur ce que=ce que reçoit le récepteur n'est jamais exactement ce qu'a dit l'émetteur et=et parce que ben le=le message est transformé par sa propre personnalité par son propre vécu pour qu'on reçoive le message à peu près de la même façon XXX ben il faut au moins qu'on ait ensemble une culture commune qui permette d'apprécier de la même façon les choses

10.33

RLS : donc j'avais voulu savoir si sur=si sur le département y'avait quand même un attachement à=à marquer à ancrer le=le département dans la culture bretonne pour que ce soit remarqué de tous ou euh si c'était pas nécessaire et euh <↓> 10.46

10.46

JLT : ah je=je ce que nous nous souhaitons faire en tout cas jusqu'à présent c'était pas le cas mais nous ce que nous souhaitons faire c'est vraiment favoriser euh toutes les expressions de la culture bretonne euh : et=et euh je=je j'm'souviens en tant que président de la communauté d'commune euh nous avons euh j'avais demandé aux troupes de XXX une troupe de théâtre qui est sur la ville de Edé euh de créer une pièce à partir de l'histoire locale d'la culture locale * et : ils ont été m'chercher l'héritier du village de Marivaux alors vous voyez c'était un peu c'était triste=c'était triste à en mourir euh alors que euh nous avons=nous avons vraiment (comme les exemples que j'veus ai donné) qui sont vraiment économiques sur'ment mais existentiels d'abord euh i'il faut hein redonner à=à aux gens la fierté de leur nom il faut qu'ils se disent mais cette langue elle avait sa richesse et elle disait elle nous disait beaucoup plus de choses que ce que nous dit / leur=leur faire comprendre que le français ça n'est qu'une convention on aurait très bien pu adopter euh : un autre parler euh uniformisant ç'aurait très bien pu être : être le leur et que d'autre part c'est le lien en-entre tout l'monde mais c'est pas <↑> si vous voulez c'est pas simplement linguistique quoi j'pense que ça va au-d'là euh parce que le danger serait euh de=de reformer u-une autre élite celle qui parlerait le=le gallo et qui euh se=se retrouverait entre elle 12.25

14.10

JLT : nous avons euh multiplié ben tout-toutes les initiatives possibles non pas en faveur du=du parler gallo parce que c'est extrêmement difficile <↓> c'est=c'est on euh

mais euh par contre : l'expression de la culture loc- de la culture locale l'édition euh la recherche historique sur euh euh tout c'qui est local euh [...] la Résistance à la Mézière ce sont des choses qui euh qui rapprochent les gens qui euh qui leur permettent de=de partager donc comme je disais tout à l'heure euh l'histoire et la culture et euh bon ça c'est vraiment anecdotique lorsque j'ai créé une association de=de maintien des personnes âgées à domicile euh nous avons appelé l'association XXX ((le nom de l'association est un nom en gallo))

15.23

JLT : mais je=je me méfie toujours si vous voulez de : de c't espèce de de : perversion de la culture vers le folklore ** faut qu'ça s'fasse dans la dignité pas dans la recherche de la {toux} de la compassion ou euh d'une langue perdue

16.15

RLS : euh juste avant de commencer est-ce que vous me parler un peu de vot' parcours personnel euh <?>

JLT : AH ((rires)) euh ben j'suis un enfant du gallo hein je suis=je suis né à La Mézière et j'y vis toujours et euh j'y suis né à une époque où le gallo était couramment pratiqué euh ensuite j'suis passé par l'école normale et euh j'ai commencé par être : instituteur <↑> puis j'suis parti enseigner aux Marquises pendant euh deux ans et quand je suis rev'nu j'ai fait une formation de prof de maths euh fonction qu'j'ai exercé pendant euh 10 ans à peu près avant de dev'nir principal adjoint d'collège puis principal voilà sur le plan professionnel jusqu'à c'que la pré-retraite me sévisse et que j'abandonne de façon définitive l'éducation nationale euh sur le plan euh politique euh j'ai été élu la première fois en 73 comme conseiller général euh donc j'avais 29 ans à l'époque et j'y suis resté depuis=depuis euh tout c'temps là j'suis resté dans l'opposition jusqu'à avril 2004 entre temps euh j'suis dev'nu maire de La Mézière en 1983 et euh j'y suis resté jusqu'à fin avril 2004 euh avec l'obligation de démissionner euh en raison de euh la loi sur le cumul des mandats et je suis dev'nu président de communauté de communes en 1994 euh et j'y suis toujours

18.31

JLT : ah y'a plusieurs aspects dans les langues régionales d'abord euh préciser comme vous l'avez fait tout à l'heure que euh ici nous sommes dans euh le pays gallo donc le : breton n'a jamais été utilisé tout du moins pas à ma connaissance

19.04

JLT : on n'a jamais eu d'parler breton mais par contre on a eu un parler gallo euh qui euh comme le breton ou plus que le breton euh je dis plus que le breton parce que euh autant le breton a été euh brimé que la république une et indivisible a considéré que c'était un facteur de division que de parler plusieurs langues dans un pays euh avait malgré tout des lettres de noblesse qu'il a conservé mais=mais les bretons ont conservé la fierté d leur langue même aux=aux moments les plus difficiles même quand étant enfant et allant à l'école 'fin c'est=c'est i-i' suffit de s'reporter à différents ouvrages là-d'ssus et notamment celui de Pierre-Jakez Hélias hein sur le cheval d'orgueil <↑> {toux} on voit bien que JAmais euh même s'ils ont ressenti une humiliation non pas 'fin ils ont reçu une humiliation quand ils parlaient breton sans que pour autant euh : le breton lui ait été méprisé euh : euh il fallait euh l'humiliation a été une humiliation

physique ou euh pour dire à quelqu'un tu sais pas parler français mais non pas parce que tu parles breton je sais pas si la nuance vous apparaît c't-à-dire on ne méprisait pas la langue on=on considérait simplement qu'on était ignares parce qu'on parlait que le breton et qu'il pour être=pour être considéré comme euh :=euh civilisé fallait parler euh il fallait parler l'français le gallo lui n'a pas eu cette chance 20.37 et ne l'a vraisemblablement toujours pas euh pour tout le monde le gallo c'est l'patois c'est donc une déformation du français euh ce qui n'm'apparaît tout à fait comme tout à fait exact j'veux dire y'a une partie de vraie parce que il y a euh dans l'habitude des gens il y a euh l'habitude de certaines consonances et par conséquent euh pour des raisons de confort de commodités de réflexes euh on adaptait le français à au=au parler gallo le parler gallo a une ancienn'té beaucoup plus grande que le parler euh français pointu euh tel qu'on l'connait mais le=le=le mais c'était=c'était euh considéré comme méprisable d'parler gallo c'était le signe d'une sous acculturation tout d'abord parce que vous étiez paysan hein euh donc parce que vous parliez le vous parliez l'gallo et euh tout ceux qui=tout ceux qui l- qui l'ont parlé se sont sentis euh=euh vraiment méprisés euh parce qu'ils le parlaient euh et euh considérés comme bon des=des=des gens de seconde zone <↓> c'est pourquoi ils se sont euh ils se sont empressés de l'abandonner et aujourd'hui quand on r- quand on rétablit le gallo on a plus le sentiment de : d'une espèce de compassion de charité qu'on fait aux gallésants euh plutôt qu'une réhabilitation de euh : d'un parler qui qui avait euh qui avait malgré tout toute sa noblesse euh ce qui n'est pas l'cas du breton euh le breton revient euh bon il y a=il y a une certaine un certain snobisme aujourd'hui à=à réapprendre le breton mais c'est aussi une : une reconquête de ses racines avec LA fierté d'appartenir à une langue particulière et par conséquent une civilisation particulière avec ses spécificités ** je pense que c'est moins vrai <↓> pour l'gallo * euh : même si euh ici et là y'a quelques nostalgiques hein qui reviennent et qui=qui trouvent à bon droit euh :=euh le reflet d'une sagesse euh d'une philosophie d'existence qui est tout à fait particulière vous êtes linguiste donc vous avez du vous pencher sur c'genre de choses mais pour avoir parlé les deux je=je sais que il y a des choses qui=qui m'amuse en gallo mais qui m'font pas rire du tout par leur=par leur traduction en français parce que euh y'a=y'a derrière euh le=le gallo est une* est=est aussi une expression de la* de la profondeur de l'âme mais en même temps de euh de la capacité d-des gens du cru à prendre toute chose avec un certain fatalisme voire avec de l'humour <↓> 23.39 et euh vous trouvez ça je dis pas que (vous êtes dans un esprit comme ça) mais euh vous avez des tas d'expressions gallèses qui euh qui sont vraiment des reflets d'vie hein des reflets d-de philosophie personnelle 'fin euh personnelle et collective <↓> je=je regrette que on=on ait pas euh cette volonté de réhabiliter le gallo comme une EXpression culturelle à part entière euh l'expression d'une histoire et : d'un mode de vie 24.12

24.14

RLS : alors c' qui veut dire que : hum vous êtes pour l'affichage bilingue ** des langues régionales < ?>

24.24

JLT : j-j'avoue qu' j'sais pas euh j' me suis longtemps posé la question euh sur l'affichage bilingue euh * j'ai peur du folklore si vous voulez j'ai peur d-de c'qui est superficiel et qui tout compte fait ne euh ne restera en rien euh la noblesse de : de la langue euh c'est juste à titre de rappel bon voilà ça a existé

26.47

JLT : LA on est vraiment dans l'folklore

26.49

JLT : j-j'ai lu quelque part euh que La Mézière dont dont je suis originaire figure comme toutes les communes de Bretagne dans l'dictionnaire des noms de commune en breton ça a pas de sens quoi 'fin ça j- {S} euh d-d- et ça et ça et=et toute la force que peut cont'nir une langue euh devient euh galvaudée par une utilisation extensive qui n'a aucun fond'ment historique euh : je pense que les=les=les promoteurs de c'la se trompent

27.27

JLT : mais c'est aussi une espèce de c'est t'jours un peu facile de dire ça quand on est pas d'accord mais euh une espèce de: de souci démagogique parce que l'immigration=l'immigration bretonne (en tout cas) en Ille-et-Vilaine a été très importante et euh par conséquent ça représente un nombre de lecteurs non négligeable j'vous dis ça parce que j'l'ai=j'l'ai j'l'ai vécu il se trouve que j'ai été euh candidat aux sénatoriales en 98 euh et j'avais demandé donc au moment du dépouillement au fur et à mesure que les résultats apparaissaient qu'on vienne m'indiquer où j'en étais alors i' d'vait y avoir j'sais plus combien 20 ou 21 bureaux d'vote et les électeurs <↑> dans les bureaux d'vote sont répartis dans l'ordre alphabétique et premier bureau d'vote dont on m'a apporté les résultats j'étais LARgement en tête j'me suis mis à rêver <↑> c'est parce que c'était vraiment contre toute attente et ensuite les résultats euh qu'ont m'a apporté étaient euh totalement inverses j'étais largement derrière et j'me suis posé la question puisque c'est une répartition alphabétique donc complètement aléatoire donc on pouvait penser que chaque bureau d'vote les résultats s'raient équivalents c' qui était à peu près vrai dans tous les autres bureaux et pourquoi c''ui là <↑> me mettait largement en tête euh i-il m'a fallu réfléchir assez longuement pour trouver la solution <↓> c'était le bureau des K et des (L) c't-à-dire y'a des gens qui sont originaires des côtes d'Armor et du Finistère et qui ont des traditions de vote à gauche beaucoup plus prononcées qu'chez nous

29.07

JLT : ah oui oui je=je vous disais ça justement pour essayer de dire bon voilà y'a=y'a y'a une demande forte une poussée forte sur l'enseignement du breton <↑> euh alors on essaie de les satisfaire de cette façon quoi hein pour obtenir euh leurs voix

30.13

JLT : ** j'ai rien contre hein j'ai rien contre je=je pense que j'pense que ça changera pas grand chose > mais euh pourquoi pas < ?> si=si ça peut malgré tout encore une fois XX si ça peut aider à prendre conscience de ses origines de là où on vient euh > oui pourquoi pas

31.11

JLT : l'avenir <↑> euh j- sûrement pas je=je pense que euh=euh c'est excellent sur le plan touristique euh quand vous êtes parisien et que vous v'nez en Bretagne euh vous v'nez en Bretagne et vous allez raconter à vos amis quand vous êtes rentrés que vous êtes=vous êtes euh vous avez plongé dans une cure d'exotisme et si en plus les noms

euh vous les comprenez pas trop vous arrivez difficilement à les déchiffrer <↑> euh vous en s- vous=vous en / ça redoublera d'intérêt pour vous quoi ç-ça s'ra euh ça=ça ajout'ra à :=à : sur l'plan touristique donc économique puisque c'était l'une de vos problématiques oui ça peut présenter un intérêt oui sur ce plan là sur'ment

32.16

JLT : ** vous avez sur'ment raison= vous avez sur'ment raison <↑> euh parce que y'a une soif un besoin de retour aux sources > pour tout l'monde <↓> euh regardez le=le succès de de : c'est pas un label d'ailleurs m'enfin de l'appellation produit en Bretagne ça marche du tonnerre <↑> vous avez euh une association d'entreprises qui s'est créée hein en Bretagne et qui euh porte ça sur ses produits et < CA MARCHÉ vraiment ça marche ce qui est d'ailleurs tout à fait étonnant dans la mesure euh où on vend une image qui n'existe pas c't-à-dire produit en Bretagne y'a une représentation derrière ça produit du terroir produit local d'une région qui euh malgré tout a toujours euh suscité euh en même temps l'admiration euh de=de gens qui ont su conserver leurs racines leur identité forte <↑> et en même temps une espèce de commisération quoi parce que c'était une région qui a mis beaucoup d'temps à se dév'lopper <↓> euh et donc on vend ce=on vend ce produit de terroir <↑> considéré comme ça <↑> puisqu'il est du terroir et en même temps c'est en Bretagne que la qualité d' l'eau est la plus dégradée et la=la la dégradation de la qualité d'l'eau a des conséquences extrêmement négatives sur l-la commercialisation d'nos produits euh i' faut=i' faut savoir que en termes d'exportation euh la Bretagne qui n'a pas toujours été tournée vers les autres continents hein euh exporte euh deux fois moins que la moyenne française et pourtant nous avons des produits exportables je pense notamment à tous les produits agroalimentaires euh tous euh bah tous les produits de l'automobile et autres NOS exportations à l'étranger sont très faibles nous sommes l'une dernières l'une des dernières régions d' France à exporter loin=loin=loin derrière l'Alsace

34.35

JLT : le=le véhicule * euh Bretagne <↑> il a en même temps c'est un peu comme la langues des hommes quoi c'est c'qu'il y a d'meilleur parce que y'a derrière cette spécificité et il n'en reste pas moins que vous avez une image qui est en train de s'dégrader à=à : grande vitesse à cause de : euh de la qualité ou de la mauvaise qualité de notre environn'ment et : notamment de l'eau mais euh : {tous} euh c'est aussi et vous avez raison **c'est aussi le=le=le parler local la culture locale je distingue par trop les deux hein** je crois que les deux sont parfaitement liés on peut être parfaitement se sentir euh : gallo même si on parle pas l'gallo c'est euh c'est des attaches des racines que l'on sent euh la Bretagne comme l'Alsace eu ont été deux=deux régions qui ont voté MASsivement pour Maastricht c'est dire que cet-cette sensation de :=de solidité euh dans euh dans sa personnalité dans son identité permet de se tourner beaucoup plus facilement vers les autres de la même façon qu'à titre individuel vous pouvez vous tourner vers les autres que quand vous êtes en paix avec vous-mêmes vous vous sentez suffisamment serein pour pouvoir accueillir l'autre euh j'crois qu'c'est un peu la même chose pour la Bretagne qui malgré toutes les vicissitudes et toutes les / a=a quand même cette forme de solidité LA tout au moins qu'elle a ça en elle qui lui permette de s- bon < le fait d'avoir son identité c'est aussi euh : c'est contradictoire avec c'que j'vous disais tout à l'heure sur les exportations mais tant pis on est pas à une contradiction près euh c'est aussi l'une des nécessités euh en matière de développ'ment

économique c'est qu'i' faut euh / vous pouvez pas vous vendre si euh vous pensez que XX donc si vous avez confiance en vous vous pouvez certain'ement vous vendre beaucoup mieux euh c'est moins vrai maint'nant mais rapp'lez vous euh l'in- l'industrie all'mande a reposé pendant des années et des années non pas sur euh la qualité mais sur l'image de qualité l'image de solidité on parlait de=de Mercedes de BMW de euh de=de=de Bosch enfin tout=tout c'qui était fabrication all'mande <↑> alors ça coûtait deux fois plus cher mais les gens ach'taient quand même parce qu'i' s'disaient ah là là ça va durer euh ça va durer dans l'temps c'est faux c'est total'ment faux euh quand vous faites en matière par exemple de : euh {toux} de comparaison de :=de : fiabilité d'voitures c'est les japonaises qui arrivent largement en tête et qui pourtant n'ont pas cette image vous voyez que et c'est parce que sans doute les allemands avaient une parfaite confiance en eux qu'ils étaient capables de vendre leurs produits comme étant les meilleurs on peut pas distinguer le produit qu'on fabrique de la personnalité de celui qui fabrique et j'pense qu'une entreprise ancrée en Bretagne a :=a :=a des chances de réussir dès lors que euh : LES bretons ont cette capacité à avoir confiance en eux

37.54

RLS : jusqu'à quel point le lien entre la culture régionale et le développement économique existe < ?>

38.19

JLT : *** c'qui est sur c'est qu'il y a une exploitation d'l'image bon <↓>

38.42

JLT : je pense que euh le monde économique d'ailleurs n'a pas de ** n'a pas ce Type d'état d'âme euh ce- / faire des affaires ne supposent pas ce : euh j'vois attaché à quoi que ce soit XXX attaché pour affaires c'est pas=c'est pas euh péjoratif ce que j'dis c'est une réalité il faut vendre s-si on veut euh : durer euh ben il faut faire des bénéfiques donc j'crois tout est bon à prendre euh ** le=le fait que=que Leclerc soit quelqu'un d'Landerneau euh : ou : Pinault de=de=de Trévérien euh ce sont des choses qu'ils mettent en avant parce qu'ils ont besoin d'les mettre en avant sont-ils plus fiers pour autant de diriger peut-être mais en tout cas si ça n'avait pas été vendeur ils ne l'auraient pas utilisé mais c'est vendeur donc c'est un constat qu'on peut faire

39.56

JLT : mais est-ce que la culture bretonne entretient euh : dans l'esprit des français 'fin des ach'teurs potentiels est-ce que l- la culture bretonne entretient une image euh=euh positive euh j'pense que c'est plus nuancé qu'ça j'pense que euh *** puisque comment=comment dire ce genre de choses je sais pas trop j'avoue qu'je sais pas

40.34

JLT : c-ce dont je suis sur mais je vais y r'venir après euh ** c'est ressorti quand même du fait que euh : vous achèteriez peut-être plus facil'ment du café qui vient de tel pays sous-dév'loppé de vrais pays sous-dév'loppés non pas parce qu'il est sous-dév'loppé mais parce qu'il y a une image folklorique qui s'attache à :=à : ces gens là comme on vendait Banania vous savez euh=euh : le nègre qui souriait d'toutes ses dents 'fin c'était ça veut pas dire pour autant que vous ayez une image positive du pays ça signifie simplement que euh ** j-je pense que ça obéit à des mécanismes très compliqués la le la ** / les chants bretons c'est vrai la chanson bretonne est en vogue

quoi en même temps ça coïncide alors lequel euh lequel est la poule lequel est l'œuf je=je sais pas trop quoi y'a / nous sommes là dans une période assez euh assez prospère de vente de la culture bretonne mais pas <↑> la cult- c'est les=les=les chansons euh les chanteurs bretons qui réussissent ne sont pas des chanteurs DE la chanson populaire bretonne c'est des chanteurs de du=du chant populaire adapté mais y'a un goût alors c'est la Bretagne aujourd'hui euh :=euh : c'était la République Dominicaine hier euh bon

42.07

JLT : ** derrière tout ça y'a quand même des=des y'a des ressorts euh : humains qui n'sont pas forcément très dignes c'est un peu l'sentiment qu'j'en ai euh * entre la BD d'Bécassine qui marchait bien hier et=et produit en Bretagne aujourd'hui au moment où chacun recherche les façons les plus naturelles de s'motiver quelque chose comme ça contre la mécanisation contre le modernisme parce qu'ils sont dépassés par c'la et ils ont besoin de retrouver avec une certaine nostalgie euh ce qu'ils ont vécu autrefois je=je suis pas certain qu'ça fait vendre je suis pas certain que ce soit vraiment un autre monde quoi mais=mais la question ME reste posée quoi

42.59

RLS : la culture bretonne au sens large est un atout important pour le département < ?>

43.13

JLT : ah c'est essentiel <↑> mais pour d'autres raisons que=que=que pur'ment économiques euh : ou=ou c'est essentiel mais=mais pas forcément la culture bretonne euh c'est on sort un peu euh il n'y a pas de développement économique sans euh développement d'la culture <↓> c'est pas la culture bretonne j'veux dire LA culture l'exemple caricatural si vous voulez vous pouvez pas imaginer que l'Inde se dév'loppe si on conserve les vaches sacrées tant qu'il subsiste des tabous qui sont inexplicables inexplicables qu'on accepte comme tels c't-à-dire on est en=en=en en pays de sous culture euh tant qu'il reste ça qui sont autant de freins au développement économique vous ne pouvez pas imaginer de la croissance ça c'est inévitable y'a qu'à partir du moment {toux} où on s'est ouvert au monde où on s'est à la à=à la culture du monde entier <↑> que l'Ille-et-Vilaine a=a commencé à se dév'lopper tant que la Bretagne est restée euh=euh : pur'ment bretonne sans ouverture sur l'extérieur historiquement c'est le cas d'la Chine hein euh ou c'est l'cas de l'Espagne sous l'époque de Franco on s'est enfermé dans ses frontières mais pas simplement avec les droits de l'homme simplement on est resté dans une culture espagnole hispanisante hispano-espagnole et=et=et=et et du coup on a perdu tout dynamisme {toux} donc là il est sur que la culture est=est l'un des préalables à tout développement quel qu'il soit je=je crois qu'ça euh sans=sans vouloir pontifier ça c'est une vérité première sans compter d'ailleurs que la culture elle-même est source économique on a bien vu avec euh toutes les actions d-des=des intermittents du spectacle de l'an dernier quelle a- quelles ont été les conséquences économiques euh et notamment dans le domaine touristique mais euh j'imagine par exemple que Avignon se=se dév'loppe pas seulement sur le plan culturel parce que y'a le festival d'Avignon

Bernard Poignant

00.15

RLS : donc êtes-vous pour l'affichage bilingue < ?>

BP : oui mais dans certaines limites hein euh : {pfff} euh en fait j'vais vous dire c'que j'pense euh je pense qu'on le fait mal=> j'pense qu'on le fait mal euh * quand j'étais maire j'ai tenté de (S) un peu évoqué mais rapidement rangé mon idée parce que elle n'était pas dans la pensée unique du mouv'ment breton donc euh il faut aussi là être politiqu'ement correct hein et je : j'avais tenté de leur dire mais euh c'est quoi votre bilinguisme affiché < ?> c'est une modification d'orthographe <↓> ce n'est pas <↑> un bilinguisme et donc vous faites fausse route (01.06) ce qui intéresse les gens c'est le sens c'est pas la transposition jacobine en Bretagne de l'académie française et donc tant que vous ne n'utiliserez pas les MOTS bretons que vous voyez ou que vous prononcez qui sont=qui sont la partie Vivante <↑> de la langue toponomie ou onomastique si vous laissez ça mourir vous n'allez pas APpâter les gens <↓> j'vais vous prendre un ou deux exemples ça m'est arrivé pour euh la maison de retraite de Keradenec à Quimper <↓> Keradenec avec un c le bilinguisme prétendu c'est Keradeneg avec un g franchement vous avez fait avancer le schmilblick le bilinguisme ça consiste à GARder le mot Keradeneg et à mettre en-d'ssous la maison des fougères ça c'est du bilinguisme pour que vous sachiez que radenneg ça veut dire fougères mais ils veulent pas <↓> et un jour <↑> dans une des réunions que je conduisais mais pourquoi <↑> eux ces rapports de force entre la langue française et la langue bretonne si on traduit le français est tell'ment breton qu'on va ouBLler le mot breton donc i' faut=i' faut que i' faut qu'on=qu'on=qu'on=qu'on qu'on rende conforme en fait 'fin le bilinguisme c'est la conformité à la langue : euh bretonne qui a été façonnée normée enfin

RLS : nan mais oui oui ça c'est leur définition < ?>

BP : ça c'est de fait <↑> ** c'est de fait <↑>

RLS : oui mais 'fin c'est : c'est prendre le problème dans l'mauvais sens

BP : ah bah je trouve <↑> mais bon ils le veulent comme ça c'est comme quand vous mettez Quimper à l'entrée de la ville avec un q et Kemper avec un K pour quelqu'un qui n'connâit pas l'breton vous avez fait avancer quoi < ?> alors qu'il y a tant de villes en France qui s'appellent Conflans ou Confluence ou Conflence c'est la même chose <↑> et donc=et donc à partir du moment où on refuse ça je pense qu'ils font euh ils font=ils font fausse route mais en fait tout le monde joue le jeu pour éviter le barbouillage des panneaux * (03.23) mais ce n'est / pour moi c'est=c'est un bil- un bilinguisme d'orthographe et non pas un bilinguisme de sens <↓>

03.31

RLS : hum hum

BP : qu- euh ça vous sert à quoi de=de=de=de=de d=d'avoir une lettre qui change dans la langue anglaise espagnole ou portugaise si vous n' connaissez pas le sens

RLS : oui p'is 'fin en plus moi c'est le terme de traduction en fait qui m'pose problème parce que mais c'est pas d' la traduction

BP : faut traduire c'est pas d' la traduction <↑> c'est euh c'est une : =c'est une normalisation de l'orthographe quoi

RLS : oui oui

BP : mais ça en fait le=le dans le mouvement linguiste breton en général <↑> la langue bretonne n'a pas été une langue normalisée par ce que ça n'a jamais une langue d'ÉTAT

RLS : hum hum

BP : heu : le=le duché de Bretagne n'a jamais eu la langue bretonne en langue officielle il a utilisé le latin ou il a utilisé le X mais PAS la langue bretonne et du coup elle est elle n'a pas été euh organisée <↑> elle n'a pas été enseignée comme le français dans les écoles et cætera et donc et=et et du coup depuis la guerre ou avant la guerre des gens ont dit bon ben on VA fabriquer un breton

RLS : hum

BP : et c'est celui-là qu'on=qu'on impose

RLS : hum

BP : y'a un office de la langue bretonne comme y'a une académie française et cætera <↑> donc (04.32) c'est=c'est aussi jacobinisé si vous voulez hein et c'est dommage qu'ils ne veulent PAS utiliser le SENS des choses <↓> et quelqu'un / parce que beaucoup d' gens aujourd'hui ne / y'a=y'a peu de gens qui veulent apprendre le breton mais c'est rien par rapport aux millions de gens c'est=c'est parce qu'il y en a quelques milliers que ça change le film mais y'a des millions d' gens qui sont intéressés par le la traduction des=des noms de lieux par le=le la structure de leur nom de leur famille et=et ben puisque l'état de la langue bretonne est comme il est aujourd'hui faut savoir <↑> utiliser ça

RLS : hum

BP : je leur disais souvent j'ai souvent dit quand vous êtes à Quimper * vous pouvez pas vous imaginer le nombre de noms bretons que vous prononcez dans une journée

RLS : ((léger sourire – rires))

BP : bon vous allez euh / Laënnec a un sens certain'ment je sais pas l'quel mais il doit en avoir un euh vous allez euh ben vous allez aller au Toul al Laer vous allez aller rue Toul al Laer pour vous rendre à l'école de Pennarun euh et puis rejoindre Ty Mamm Degez ou Ty Mamm Doue > vous avez dit plein d' choses en breton et vous avez compris quoi <?> Rlen et je trouve dommage que : y'ait une / un braquage un peu la-d'ssus c'est un enfermement

RLS : c'est assez étonnant parce qu'en fait euh (05.45)

BP : moi j'aurais aimé que=que l'on mette à Quimp- / que faire le bilinguisme en osant mett'e le sens

RLS : ouais

BP : c't-à-dire à Kerfuntun c'est la maison d'la fontaine

RLS : oui oui 'fin p'is ça c'est : c'est d' la toponymie 'fin ça explique c'est un référent géographique

BP : oui mais c'est le mot oui oui quelqu'un qui ne connaît pas quelqu'un qui n'connait pas du tout le breton euh qui vient travailler ici ou même s'il est d'ici et p'is qu'il ne connaît pas il va être éclairé peut-être' que ça va lui donner le goût d'aller plus loin

RLS : hum

BP : parce que là

RLS : c'est curieux parce que : je

BP : changer une lettre il ne s'agit pas de fantasmer sur une langue de=de=de=de= d'y d-de=de de regretter une langue c'est un état donné

RLS : hum hum

BP : alors si on veut euh qu'elle soit pas euh qu'elle soit * qu'elle disparaisse pas si on veut qu'elle vive il faut=il faut a-l'ajuster euh=euh * euh correctement sinon les gens vont s'en désintéresser hein elle disparaîtra tranquillement euh et il y aura quelques militants à s'en occuper

06.45

RLS : ah justement après la lecture de du rapport là que vous avez fait il y a plusieurs interviews aussi que j'ai retrouvés 'fin votre sentiment semble assez pessimiste en fait 'fin sur l'avenir de la langue

BP : oui je / si vous voulez le qu=qu- qu'est-ce qui est difficile qu'est-ce qui est / quel est le constat qui est : qui est terrible pour la langue :=la langue : bretonne aujourd'hui c'est c'est depuis déjà des générations quelques-unes en tout cas elle a cessé d'être une langue maternelle * probablement hein je pense que ça peut encore arriver dans des petits milieux mais c'est EXtrêm'ment rare alors s'il reste parce que le problème c'est que parfois ils vivent ensemble ils croient qu'ils progressent parce qu'ils vivent ensemble dans un tout p'tit milieu euh donc ils n'ouvrent pas les f'nêtres mais en réalité la : euh comme la langue bretonne n'est plus une langue maternelle son avenir est extrêm'ment compromis o-obligatoir'ment quoi

RLS : hum hum

BP : obligatoir'ment hein alors euh moi j'considère qu'il faut quand même euh conserver les langues hein euh voire leur redonner des chances <↑> euh mais il faut partir de ce constat donc j'suis aujourd'hui pas particulièrement euh optimiste hein et euh en fait l'état du monde la mobilité des personnes aujourd'hui euh les convient à :=à de plus en plus euh les jeunes à apprendre des langues euh=euh=euh en gros à caractère international hein de plus en plus quoi de plus en plus

08.18

RLS : et malgré tout euh avez-vous l'impression que la langue bretonne joue un rôle aujourd'hui ou qu'elle a un rôle spécifique < ?>

BP : oui parce que * euh les / j'pense que les bretons qui ne la parlent pas qui n'vont pas l'apprendre y ont=y ont un certain attach'ment hein euh=euh ** mais ils ne l'apprendront pas forcément hein <↑>

RLS : ouais ouais

BP : euh mais c'est quelque chose qui les XXX ça fait partie du paysage hein c'est leurs noms c'est leurs noms de lieux c'est hein donc c'est que'que chose qui est à eux quoi hein

RLS : mais du coup vous pensez que : les langues régionales ont QUOI comme place aujourd'hui < ?>

BP : à mon avis elles jouent un rôle euh de comment dire elles jouent un rôle de=de quête d'identité ou euh de recherche d'appartenance euh comment XX les identités nationales sont un peu ébranlées hein

RLS : hum hum

BP : et euh donc elles jouent=elles jouent aussi elles jouent elles participent à cette fonction je trouve de : de quête d'identité comme d'autres domaines hein euh *

RLS : et vous pensez que l'identité régionale est un élément central dans la vie d'la région < ?>

BP : *** {pfff} j'sais pas comment vous répondre à ça

RLS : parce que la question=la question c'est que si effectivement euh la langue n'a que pour rôle aujourd'hui de=de faire persévérer ces identités moi je m'interroge sur la place qu'ont les identités locales euh aujourd'hui en fait

BP : c'est quoi ((légers rires)) un breton aujourd'hui il parle français c'est la peine d'aller euh s'raconter des histoires vous traversez Quimper vous entendrez personne

parler breton *** mais euh c'est que'que chose à nous quoi donc euh *** je suis pas sur=je suis pas sur qu'aux yeux des trois millions d'bretons euh des habitants de Bretagne vous pouvez même rajouter la Loire-Atlantique si ça fait plaisir ça fait quat' et quelques euh : * je sais pas si ça joue un rôle dans leurs perceptions identitaires pour certains oui

RLS : hum hum

BP : mais pour les quat' millions c'est pas sur > c'est pas sur euh : ça fait partie / y'a un p'tit côté quête du Graal vous savez en Bretagne hein en : hein on demande des trucs hein on : parfois inaccessibles quoi

RLS : ben alors du coup 'fin moi ça m'surprend toujours en fait qu'on arrive à ce constat là <↑> qu'il y a euh une vision très pessimiste de la chose en s'disant de toute façon son avenir est quand même

BP : très compromis

RLS : très compromis <↑> et malgré ça il y a une identité qui=qui résiste qui est là et

BP : oui qui se traduit pas que dans la langue <↑> hein euh

RLS : oui voilà

BP : qui se traduit dans=dans d'autres / vous savez c'est aussi les=les=les=les vieilles charrues les bagadoù c'est euh XX c'est et vous trouvez certes tout c'que vous voulez quoi hein euh c'est pas que linguistique hein

RLS : 'fin j'prends l'cas de du=du maire de Ploemeur par exemple et qui lui dit clairement <↑> que l'identité n'est pas dans le signal mais dans la culture de manière très générale donc à la limite après

BP : oui je pense très large

RLS : voilà l'usage=l'usage qu'on en a

BP : c'est les bateaux c'est la mer c'est non=non c'est tout ça d'ailleurs quand vous le traduisez sur le plan poli- y'a pas d' traduction de tout ça sur le plan politique * donc euh mais la langue joue euh joue un p'tit joue un p'tit rôle mais c'est=c'est elle est pas pratiquée pas parlée <↑> elle est parlée par les petites <↑> quantités de : personnes quoi hein les gens d'ailleurs qui savent le breton euh quand vous d'mandez à quelqu'un est-ce que tu sais parler le breton et qu'il vous dit oui très souvent il le parle peu parce qu'il a personne avec qui le parler donc i-il peut parler il peut comprendre mais il pratique pas

12.39

RLS : et le constat que vous faite là pour la Bretagne c'est quelque chose de partagé par les autres régions de France parce que j'imagine que par votre position politique vous êtes avez pu euh discuter de ça euh

BP : oui vous savez au=au 'fin moi je=je 'fin on a vu un phénomène : euh : 'fin pour la France en particulier euh on a vu un / depuis 10 ou 15 ans un : ou peut-ê' un peu plus mais surtout 10 ou 15 ans on a vu un phénomène une sorte de tiraillement de la France et pendant longtemps euh=euh : jusque dans les années 70 à peu près euh l'identité nationale était très bien forgée quoi et l'engagement européen de la France et son partage de souverain'té euh la mondialisation telle qu'on la décrit qu'on la définit depuis une dizaine d'années euh la grande chute des idéologies euh notamment l'alternative au système capitaliste euh et la grande utopie socialiste ou communiste s'est effondrée <↑> euh l- : et=et du coup vous avez euh alors j'aime pas trop forcé- c'est pas trop forcément du repli mais vous avez-vous avez un=un besoin d'identité les hommes sont des êtres grégaires et euh y'a=y'a u-une partie de cette identité s'est

r'trouvée au niveau euh plus local ou plus régional et vous l' trouvez dans beaucoup de pays du monde et parfois ça se traduit en=en état hein y'a des gens qui disent bon ben on va jusqu'à la souverain'té on va jusqu'à l'indépendance hein alors c'est pas l' cas chez nous hein <↑> donc c'est=c'est : le mouvement breton linguistique culturel s'est trouvé emporté dans c' mouv'ment depuis les années 70 hein il a fallu aussi s'éloigner d' la guerre

RL : > oui

BP : parce que euh faut pas croire que la mémoire est tombée hein euh : il a fallu s'éloigner 'fin il a fallu deux générations pour euh oublier euh certaines / certains comportements du mouv'ment breton pendant la guerre

RLS : hum hum

BP : donc euh : = euh à partir du moment où euh surtout dans un pays comme le nôtre où euh où y'a des=des grosses difficultés voire une crise de l'état nation en tant que tel alors vous avez des=des des sentiments identitaires qui=qui=qui grimpent à la périphérie <↑> hein c'est euh alors qu'il faut politiquement gérer à la Chevènement pour certains euh := euh à la : à Rocard pour d'autres si je reste dans la famille politique euh=euh en essayant d' marier les deux comme a essayé d' faire Jospin pas=pas forcément avec succès mais il a tenté d' marier les deux à=à la Seguin dans un cas à la Sarkozy dans l'autre 'fin vous voyez bien <↑> hein euh ce=ce=ce tirail'ment d' l'état-nation euh il est très=très=très très LOURD pour l'HIstoire de France hein <↑> très=très lourd

15.33

RLS : et=et d'un point d'vue

BP : et en plus on régionalise et on décentralise donc on offre <↑> une légitimité à la / à toutes ces revendications c'est normal c'est normal

RLS : alors justement c'est la question qu' j'allais poser euh au=au niveau du coup européen vous pensez que les langues régionales ont vraiment une place euh à prendre

BP : ben l'Europe s'en mêle pas en fait l'Europe s'en mêle pas euh l'union européenne se mêle pas des/ de ça elle euh elle a pas d' compétences en la matière <↑> elle dit simplement euh elle fait des recommandations

RLS : hum hum

BP : euh de préservation d'encourag'ment de promotion PAR les états=PAR les états

RLS : d'accord

BP : mais elle ne se mêle PAS de la : euh de=de de l'architecture euh institutionnelle administrative et linguistique de chacun des états <↓> ça c'est en / ça c'est pas son problème mais elle éMET des souhaits DE quoi et notamment dans le parlement le parlement euh européen est une caisse de résonance de ça quoi hein

RLS : hum hum

BP : plus que l' conseil des ministres l'conseil des ministres ne parle pas d' ça euh la commission à peine c'est le parlement qui euh parce qu'il y a des élus vous avez des élus bavarois vous avez des élus catalans vous avez des élus écossais des élus gallois donc i-ils / fatalement des élus BASques donc i-ils s'expriment publiqu'ement euh la commission est obligée de : (donner un petit coup de main)

17.03

RLS : euh au niveau plus : local 'fin l'affichage bilingue à Quimper est quand même très présent <↑> et oui oui oui et est-ce qu'il y a

BP : oui pas mal ouais et en plus il a augmenté au fil du temps moi j'ai pas voulu faire les noms d' rues par exemple on m'avait suggéré les noms d' rues j'ai dit non <↑> 'fin il fallait changer toutes les plaques des rues c'est aut' chose hein

RLS : et=et donc y'a une politique linguistique <↑> derrière ça ou euh

BP : non je pense que c'est que ça euh y'a ça et puis vous avez euh je sais pas c' qu'il continue d' faire maintenant hein dans l' personnel y'avait la possibilité dans l' cadre de la formation d'apprendre euh la langue bretonne <↑> et puis ben y'a les subventionnements les aides classiques aux écoles euh

RLS : diwan

BP : aux écoles <↑> euh soit ben pour les écoles publiques c'est la loi <↑> soit pour les écoles privées c'est les c'est la loi euh par le biais des contrats d'association et puis l'école diwan quoi hein où c'est les concours de la ville y'a pas d'autres po- d'autres aspects de la politique linguistique que ça quoi et puis éventuellement une subvention à telle ou telle association quoi <↓>

RLS : mais y'avait bien une=une motivation ou plusieurs motivations derrière le fait de : de cet affichage

BP : ah ben vous avez une pression <↑> vous avez une demande <↑> vous avez euh : qui émane de : de=de certains milieux associatifs euh qui=qui qui euh qui font comme tout / comme d'autres font pression sur d'autres sujets quoi hein en même temps ça a correspondu à une période : euh où le : y'avait du barbouillage sur les panneaux vous vous souv'nez d' ça <?> donc beaucoup de maires ont considéré que euh il valait mieux euh : avoir une certaine euh politique de panneaux bilingues en fait pour éviter de rentrer dans des violences euh des destructions de biens publics qui n'en finissent pas et euh c'était plus simple de faire comme ça j' pense que quelque part vous avez un mélange de conviction et de=de et d'ordre public

RLS : hum hum d'accord

BP : ça c'est c'est=c'est y'a p'us d' barbouillage en Bretagne <↓> très peu très peu oui oui très peu <↓>

19.19

RLS : mais vous pensez donc qu'y a une

BP : 'fin ceci dit y'a un problème à un moment donné d-du des panneaux bilingues parce que euh y'a les problèmes de sécurité routière parce qu'il faut faire attention à c' que euh l'automobiliste passe pas son temps à lire des panneaux et=et=et=et renverser des gens en même temps donc y-y'a / il a fallu aussi faire comprendre qu'il y a une limite à l'exercice une limite qui est liée tout simplement à l'insécurité à la conduite ah oui ah oui c'est quand même mais de toute façon si vous commencez à avoir euh=euh 15 pages d'écriture et puis que vous dites où je vais là <↓> c'est=c'est c'est pas bien y'a eu d'ailleurs y compris dans l'attribution des noms de rues mais des noms de rues dans les nouveaux lotissements etcaetera en breton y'a eu d'ailleurs des problèmes parce que euh final'ment vous avez les pompiers qui euh qui=qui étaient euh qui s- qui étaient un peu c'est pas qu'i' sont réticents c'est pas ça hein ils font état de leur euh de leur mission parce que quand vous avez un nom imprononçable euh=euh c'est et=et=et que d'urgence on vous dit y'a l' feu y'a quelqu'un dans un / s-si c'est difficile à prononcer vous pouvez avoir des erreurs de même en matière d-de téléphone d-de renseignements de postes etcaetera parce que l'attribution des noms de rues se fait aussi avec les services publics et que=et que ben faut faire attention vous pouvez euh si vous êtes si vous donnez votre adresse à quelqu'un en France ou en Europe et que

vous êtes sans arrêt obligé d'ép'ler parce que c'est incompré-c'est incompréhensib' donc il est tout ça=tout ça ça pèse dans les décisions des municipalités hein quoi p-pour mettre le curseur euh là où il faut et puis que ça n'entraîne pas une euh des désagréments quoi parce que y'a des noms euh **ça donne des noms compliqués** hein quelquefois ben les maires ils gèrent ça euh mais les maires il faut qu'ils gèrent tout le monde hein

RLS : ah oui aux normes aux règles qui sont mises en place

21.21

RLS : mais vous pensez qu'y'a quand même une vraie demande sociale de la part de :

BP : ben elle est pas si massive que ça hein > d'accept- < par exemple je pense que si un maire refuse ça va pas forcément être compris<↓> y'a pas une pression de la population à le demander hein <↑> mais parce qu'on touche un / c'est=c'est comme si = c'est comme si le maire se montrait hostile à sa région quoi hein **les symboles ça compte hein <↑> euh les hommes ne sont pas faits de que de raison hein ils sont faits d' passion hein** ils sont faits de=de toutes émotion donc c'est faut trouver le=le juste : de justes limites c'est comme mettre le drapeau breton au fronton des mairies à côté du drapeau français etcaetera quelqu'un qui refuse de mettre le drapeau breton c'est pas qu' la population va se précipiter pour lui demander mais le refus va générer un problème <↓> donc euh tout ça c'est les compétences des maires ben i' : ils savent quand même pressentir ça quoi hein

22.27

RLS : alors du coup moi j' m'interroge sur : cette utilisation de la langue bretonne et des symboles est-ce qu'on peut vraiment dire que ça crée du lien social <?>

BP : non j' pense que le lien social euh : vous savez le lien social il se construit avec plein d' choses hein <↑> euh : ils s' construit par le travail il s' construit par la famille euh=euh il s' construit euh=euh par l'école hein euh il s' construit ben dans son quartier et c'est pas LA langue en tant que tel qui euh qui=qui / le lien social est d'abord la langue que l'on parle entre nous hein 'fin si j' peux pas vous comprendre et si vous pouvez pas m' comprendre on va pouvoir se sourire et on s'en tiendra là quoi ceux qui : euh : / mais ça crée pas un lien social euh NON <↑> ça j'y crois pas <↑> non=non

RLS : donc selon vous ça s'adresse plus dans un cadre personnel intime d'attachement d'identité d' ressentiment

BP : **très voilà oui bien sur oui** oui c'est alors y'a des groupes quoi vous savez euh y'a des groupes qui s' retrouvent entre eux et qui parlent le breton entre eux et donc c'est que voilà c'est mais c'est des petits groupes moi je-je résonne par rapport aux millions d' gens de : ceux-là sont pas des / ça m'est arrivé d'en entendre un p'tit peu mais c'est pas beaucoup quoi alors ça me fait même tout drôle c'est curieux parce que **quand j'entends un=un groupe parler breton entre lui entre eux plutôt** je me sens **exclus MOI je me sens exclus pourtant je suis de Bretagne et français <-> etcaetera**

RLS : vous êtes né en Bretagne <?>

BP : **ah oui depuis : oui oui mes parents grands-parents** mes beaux-parents leurs parents arrière-grands-parents 'fin c'est : ma mère parlait c'était sa langue maternelle hein euh là c'est la langue maternelle de ma fem- de la : de la mère de ma femme aussi c'est pareil sa grand-mère 'fin tout ça c'est ouais parler breton 'fin moi j' parle pas mais eux parlaient breton <↑> hein

24.40

RLS : vous n'avez jamais cherché à apprendre < ? >

BP : si j'ai cherché quand j'avais neuf dix ans ou douze ans là quand on a envie de quand on entend dans la famille parler breton p'is on comprend pas alors on a envie de comprendre <↑> {ppptttt} t' apprends ton latin ton grec t'te façon ils parlaient entre eux breton quand ils parlaient histoire de fesses histoires de fric alors c'est pas compliqué hein des trucs qu'on a pas à entendre alors bon alors c'est comme ça hein

RLS : ouais ouais ((rires)) c'est souvent comme ça qu' ça marche ((rires))

BP : et puis euh XXX pour toutes ces familles bretonnes c'était l-la la langue de la promotion sociale et tout ça faut pas oublier hein euh la langue pour sortir de la misère aussi hein euh pour avoir une chance de trouver du travail passer des concours etcaetera hein c'était pas vécu comme euh une crise jacobine hein c'est pas comme : / y'a jamais eu d'ailleurs les manifestations en faveur de la langue bretonne sont récentes euh si j' regarde sur un siècle y'en a tr-très peu eu les grandes manifestations euh en : d-de=de Bretagne sont massives mais des centaines de milliers d' gens hein c'est toujours autour de l'école et d' la r'ligion pas de la langue la langue c'est récent c'est récent et y'a des manifestations y'en a eu encore au mois de l'année dernière ou l'année d'avant je sais plus oui mais c'est récent ça hein faut regarder depuis si vous r'gardez au XIXème et au XXème siècles QUAND les bretons sont sortis dans la rue pour protester parce qu'ils se sentaient agressés hein ça a toujours été sur la religion et sur l'école avec le lien entre les deux tout le temps <↓> hein ils étaient = ils étaient des milliers dans les rues pour la= pour la querelle des inventaires de 1902 à 1905 c'est pas pour la langue hein ils sont sortis en mars 1982 1984 pour la défense de leur école catholique hein parce qu'il la croyait menacée c'était par millions 'fin par millions par centaines de milliers c'est pas pour la langue hein > hein< faut pas s' tromper sur les : faut pas s'tromper sur euh faut faire attention à pas rester enfermés dans son p'tit milieu quoi oh on est 5000 c'est formidable non oui c'est bien mais=mais : on rentre à la maison l' soir point hein tandis que quand on sort par centaines de milliers ben euh : on fait chuter le gouvernement et on fait retirer les projets hein ça c'est du sérieux ça

26.59

RLS : mais dans=dans le fameux rapport là aussi vous 'fin vous émettiez l'idée que l'avenir de la langue pouvait être assumé par l'enseignement < ? >

BP : oui 'fin j' pense que l'enseignement OFFre euh :=euh ça=ça m' paraît son travail normal <↑> qu'est que le : l'éducation nationale et l'école catholique qui lui est associée par contrat OFFre la possibilité de manière volontaire aux parents ou aux jeunes qui veulent apprendre le breton ça je trouve qu' c'est normal mais point <↑> je n'en fais pas une obligation

27.34

RLS : hum hum et : hum pensez-vous que : du coup l'avenir de la langue pourrait être aussi ailleurs <↑> dans l'usage d'une langue produit par exemple < ? >

BP : ** d'une langue fabriquée comme ça < ? >

RLS : moi je moi j'envisage plus ce terme de langue produit euh dans la définition de c' qu'on en fait aujourd'hui en fait <↓> ça veut dire utilisée à titre purement commercial marketing sur les publicités c'est un peu attirer l' client en affichant l'identité d' cette manière là en fait hein

BP : ah oui oui oui oui 'fin c'est=c'est en fait vous avez aussi le : dans le monde économique et commercial ils utilisent ça hein euh le côté euh : on met des gâteaux dans une boîte avec des bretons quoi

RLS : exactement

BP : ça c'est purement commercial ça hein c't-à-dire quand on travaille sur quand on est dans le commerce et qu'on fait du packaging on travaille sur l'imaginaire des gens <↑> on travaille pas sur la raison hein on leur met des signes de Bretagne * des signes visuels euh des images des mots et donc qu'est-ce qui résonne dans la tête des gens <↑> Bretagne <↑> hein c'est pur c'est ceci c'est la mer c'est qualité donc on travaille sur l'imaginaire moi=moi=moi quand je vois des trucs des fois dans la presse en disant euh : les liens entre la culture et l'économie j' dis attendez calmez-vous c'est du commerce c'est QUE du commerce c'est pas du tout euh : y'a j' veux dire y'a pas du tout de politique culturelle de stratégies culturelles rien c'est euh bon euh hein euh je mets mes gâteaux je mets mon truc euh ou chez nous c'est y'a un qui utilise ça très bien c'est Jean-Guy Le Floch avec Armor Lux <↑> quoi hein la mer tissu rayé la Bretagne etcaetera vous voyez Saint James aussi le fait hein vous savez donc vous jouez euh ce sont des commerçants

29.24

BP : ça n'existe pas ça bon or ils font des choses très bien en Seine Saint-Denis hein mais Seine Saint-Denis c'est quoi hein c'est la banlieue l'insécurité les immigrés voilà c'est ça l'image de Seine Saint-Denis mais attendez ils ne sont pas plus bêtes que nous hein

RLS : c'est clair

BP : {pfff } et mais bon vous travaillez euh vous savez très bien comment ils font les bureaux d'étude les commerces et tout ça hein c'est pas des : c'est pas des angelots hein

RLS : oui

BP : (quand) ils travaillent=ils travaillent sur les envies sur le désir sur l'image sur la PEUR s'il le faut ils travaillent sur les émotions les passions voilà pour que ça rentre de l'argent à la fin du compte <↑> c'est tout me BAptiser ça stratégie linguistique et culturelle de Bretagne alors ça franchement ça m' fait sourire hein <↑>

RLS : hum hum

BP : ça ça m' fait sourire

RLS : ouais parce que vous pensez que là y'a vraiment pas de lien plus que ça euh

BP : Rien c'est eux qui l'inventent

RLS : hormis un lien / vous pensez qu' c'est carrément EUX qui l'inventent

BP : enfin parce qu'ils pensent que dans la période commercialement c'est bon

RLS : 'fin quand vous dites EUX c'est ce sont euh

BP : bah c'est-à-dire les ce=ce=ce=ce=ce tous le=le=le les tous les commerciaux toutes les entreprises les patrons d'entreprises 'fin produit en Bretagne et caetera bon tout ça c'est merveilleux <↑> hein m'enfin faut quand même pas êt' dupe quoi hein <↑> si=si on voulait valoriser la Bretagne ou la rendre plus originale ben on dirait en Bretagne : y'a le smic et les bret- les patrons bretons décident de l'augmenter de 10 % de plus parce que just'ment ils ont une (utilité) sociale ça ils font pas hein <↑>

RLS : ((légers rires))

BP : ça ils font pas parce que on pourrait faire aussi ça hein si on veut être différent <↑> c'est pas interdit hein <↑> de dire ben la Bretagne va prendre une / les patrons bretons vont prendre une idée TRES originale <↑> hein le smic national est de tant et ben ici on

va décider de mettre 10% de plus hein ah là j' commenc'rais à les croire mais là bon c'est du business * alors qu'on y foute la langue j' veux bien on y met trois mots en breton ça va mais là on a défendu la langue quoi pour vendre quat' biscuits

RLS : ouais voilà vous sentez pas

BP : nan

RLS : qu'il y a quelque chose de beaucoup plus GRAND derrière ça ou euh

BP : nan ça j'y crois pas

RLS : ou même au niveau touristique où l'un ne peut pas aller sans l'autre ça veut dire la culture sans le dév'loppement économique et le dév'loppement économique sans la culture <↓>

BP : oui enfin tout ça ça euh=euh ça vous savez hein euh de : le ((léger rire)) une entreprise faut qu'il gagne sa croûte et vende leurs produits le capitalisme n'est pas moral et n'est pas culturel c'est un jeu d'intérêts point pas la peine d'aller l'habiller de culture de moralité qu'est-ce que c'est c' histoire c'est pas vrai <↑> il faut que le euh il faut que les actionnaires perçoivent des dividendes et euh : et il faut que les salariés euh perçoivent des salaires alors y'a une tension traditionnelle entre eux point final hein donc c'est il faut pas faire euh moi j' fais pas du sentimentalisme avec ça hein euh y'a des gens généreux les entreprises pour la culture etcaetera parce que y'a des déductions fiscales *** et si=si=si c'est TOUT hein <↑> faut pas le / faut pas r'garder le système économique avec euh=euh de la philanthropie <↓>

32.40

RLS : hum hum et du coup si on fait un constat donc pour euh résumer et conclure là-d'ssus euh à votre avis quelles sont les fonctions > vraiment aujourd'hui de la langue régionale

BP : ben de manière utilitaire < ?> par exemple < ?> ben c'est peu en fait hein c'est peu euh : vous savez les=les=les gens au travail euh et dans la vie privée utilisent PEU le breton PEU <↑> donc sur le plan utilitaire euh elle a peu : de * peu de rôles 'fin ** euh

RLS : c' qui veut dire que par exemple quand on prend le cas du crédit agricole ou du crédit mutuel de Bretagne <↑> qui sont en train justement D'INSérer la langue dans leur politique d'entreprise et caetera XX

BP : pourquoi ils le font < ?>

RLS : ils le font alors aux DIRES de certains directeurs d'agence que justement c'est pour créer du lien social > c'est cette expression là qui est utilisée

BP : si ça en crée chez eux comme ça tant mieux quoi hein <↑> euh : * bon :

RLS : disons qu' c'est=c'est rapprocher les gens dans leur identité pour que les conditions de travail soient optimisées etcaetera=etcaetera quoi c'est

BP : oui ben si=si moi ça m' gêne pas je bon euh * euh :

RLS : hum hum

BP : ben si ils pensent que c'est comme ça j' vais pas aller les contrarier <↑> moi hein j'ai jamais pris le crédit agricole pour une entreprise sociale <↑>

34.17

BP : c'est une langue menacée le Bretagne le breton parce qu'en fait elle a pas de elle a pas d' correspondants quoi elle est très X j' dois j'ai dû dire ça dans mon rapport euh c'est une langue très enclavée <↓> quoi total'ment enclavée <↓> donc elle a : elle est c'est une langue péninsulaire quoi elle est : elle est au bout là et elle est / c'est pas la langue de la Bretagne <↑> hein c'est la langue d'une PARTie d' la Bretagne on dit

toujours ah mais oui mais on dit toujours euh : < non c'est la langue d'une partie de la Bretagne et elle est au bout quoi dans la moitié ouest de la péninsule et : ouais c'est=c'est c'est plus difficile pour elle 'fin d' tenir c'est vrai hein les=les les flamands les alsaciens euh les=les catalans bon y'a quelqu'un de l'aut' côté quoi * hein y'a quelqu'un de l'aut' côté

RLS : chez nous XX

BP : < y'a pas ça alors on dit y'a les gallois mais tiens moi j-je connais personne qui va le mat- qui part le matin à Cardiff et qui revient l' soir à : à Plogonnec hein ça existe pas hein <↑> hein y'a la Manche hein et donc c'est très difficile de : de=de d'avoir une=une langue : enclavée comme ça dans le monde d'aujourd'hui très ouvert euh c'est dur quoi

35.30

BP : oui alors ils font des trucs à Rennes mais on parle pas breton à Rennes depuis le IXème siècle

35.45

BP : c'est=c'est euh par rapport à l'histoire de la Bretagne c'est étonnant quoi hein c'est=c'est comme si nous avions tout d'un coup des panneaux bilingues en : en catalan <↑> ici quoi hein

35.58

BP : oui je pense que les gens se les gens sont je pense que les gens sont à la recherche de euh : de un peu de=de de nouvelles appartenances un peu de=de quête d'identité ça (y) fait partie parce que il faut faire attention c'est qu' ça n' franchisse pas le seuil comme on voit en Corse quoi hein <↓> tant qu' ça reste comme ça ça va mais il faut faire attention <↑> à c' que ce levier linguistique euh ne soit pas un jour détourné c' qui est bien en Bretagne c'est que ça n'a pas de traduction politique puisque on aurait pu penser que tout ce mouvement hein tout ce mouvement lorsqu'arrivent les urnes des votes ben (les bretons) on le marque dans l'urne <↑> on le marque pas hein ce sont les grands partis nationaux qui euh : qui ont leur adhésion ça c'est très clair et je vois moi qui ai fait les élections européennes les=les tous ces mouvements régionalistes ont été incapables de présenter des listes

37.46

BP : l'identité ça veut dire euh se réunir entre les gens qui sont identiques * moi j' préfère l'humanité pa'ce que ça c'est tout l' monde il vaut mieux r'garder / les gens ils=ils beaucoup ils / c'est vrai que ils cherchent à se différencier et la langue en est un instrument et moi je pense qu'il faut chercher ce qui ressemble c' qui me ressemble dans l'autre pas ce qui me différencie de l'autre

38.45

BP : moi je me souviens un jour euh j-j-j'avais dit ((légers rires)) j'avais dit à quelqu'un <↑> euh toujours pareil des mouvements euh breizhou <↑> euh mais tu m' dis c'est quoi être breton ben j-j' lui posais une colle j'dis ben euh ben j' sais pas moi mon père et ma mère c-c'est des bretons ben oui tu vas r'garder le statut des juifs autour d' quarante tu vas voir c'est l' critère <↓> reprends le <↑> fais attention à ça euh c'est y'a pas besoin d'avoir un papa et une maman on vit ici point on se sent breton mais on peut=on peut être noir on peut être arabe hein et=et on arrive VITE <↑> à c' côté ethnique très vite

Serge Morin

00.08

SM : euh donc l-l-l {toux} l- bon l-l'origine de la ** de la question de la signalisation bilingue ou d' jalonn'ment bilingue c'est euh c'est=c'est clairement les associations euh bretonnantes euh et notamment l'association Emglev Bro an Oriant qui est l'association de / qui regroupe toutes les associations culturelles de Lorient qui font des démarches depuis pas mal de temps <↑> * et donc on a fait en fait passer un bordereau au conseil municipal que l'on doit pouvoir retrouver que vous pourrez retrouver auprès des services de la ville qui avait adopté la démarche en fait qui doit remonter maintenant à plusieurs années hein euh peut-être cinq six ans qui avait défini en fait le cadre dans lequel euh donc déjà si vous aviez ce document là ça vous aiderait beaucoup <↑> p'is ça vous permettrait d'avoir l'ensemble de la démarche sur le bilinguisme de la ville

RLS : j'pourrais le trouver euh

SM : ouais euh alors peut-être que ça euh on va essayer de vous trouver ça

01.31

SM : < euh et donc à partir de là euh on a mis en place le système <↓> donc euh ** alors euh peut-être ce qui est important de=de voir c'est que quand on a été confronté à ça <↑> on a=on a en fait euh=euh une double démarche <↓> une première démarche qui consiste à dire on va mettre en PLAcE une signalétique bilingue <↑> euh donc euh pour ça il faut euh=euh : avoir défini des REGLES donc notamment euh beaucoup de débats à l'époque sur est-ce qu'il faut avoir des caractères particuliers etc. bon finalement on a //

02.13

{interruption de l'entretien par un échange entre Monsieur Morin et sa secrétaire à propos de la recherche documentaire concernant la mise en place de la signalétique bilingue}

03.03

SM : < 98

RLS : > donc ça date de 1998 ok

S.Morin : *** 98 donc euh :=euh donc on a=on a euh qu'est-ce que je disais oui donc on a défini des REGLES euh=euh donc <→> la ville de Lorient prend la décision de mettre en place une signalisation directionnelle bilingue sur l'ensemble de la commune au fur et à mesure du renouvellement des panneaux et de XX implantation deuxièm'ment le panneau bilingue comportera la double mention breton français sur le même panneau c'est-à-dire avec la même police en écriture penchée pour le breton * donc c'est l'italique pour le breton les traductions seront soumises pour avis à l'Institut Culturel de Bretagne

RLS : ok

SM : hein c't-à-dire que euh à chaque fois on consulte l'Institut Culturel de Bretagne alors main'enant c'est pas l'Institut Culturel de Bretagne c'est l'Office de langue bretonne <↓> *** euh et troisièm'ment pour veiller à une bonne lisibilité de l'ensemble du jallon'ment directionnel un groupe technique sera chargé d'élaborer des propositions ce groupe sera composé des personnels des services municipaux et des représentants d'Emglev Bro an Oriant <↓> c'est-à-dire qu'y a un p'tit groupe

technique qui prépare les décisions euh pour que on veille à une espèce de cohérence euh on doit d'ailleurs avoir une espèce de convention avec Emglev avec Emglev Bro an Oriant pour qu'ils nous aident sur cette question-là <↓> parce que les services techniques municipaux sont pas forcément des grands (spécialistes) du bilinguisme donc il faut qu'un / parce que dans parce que moi j'ai appris au moins une chose j'suis pas du tout bretonnant <↑> j'ai appris au moins une chose c'est qu'un apostrophe euh qui est bien placé ou mal placé euh ça peut changer complètement les choses quoi

RLS : oui tout à fait

S.Morin : euh donc euh voilà pour ce qui est du=du jalonnement * euh alors en même temps euh on avait euh on a mis en place une signalisation bilingue DES bâtiments

RLS : hum hum

SM : hein donc euh pour susciter en fait euh des mises en place dans les grandes administrations dans les établissements etc. <↑> et dans la plupart des bâtiments municipaux actuellement à chaque fois qu'on les renouvelle on fait de la signalétique bilingue <↓>

RLS : ok

SM : euh : et on a mis en place un groupe de travail municipal <↑> qui comprend des élus qui euh : valide un peu toute cette démarche là au fur et à mesure et qui se réunit à peu près une ou deux fois par an <↑> et qui euh ben cherche à développer donc on a mis en place par exemple ce groupe de travail ben vous en avez des comptes-rendus là <↑> euh :=euh : ben chaque fois euh=euh voilà on a des propositions à la fois très précises de :=de noms de rues par exemple parce qu'y compris sur les noms de rues on met <↑> tous les noms de choses et puis euh=euh formation euh=euh on a créé <→> par exemple à un moment donné on avait proposé des formations de breton pour les agents municipaux euh etc. enfin < on aborde euh à chaque fois on aborde toutes les questions euh liées à ces=ces à ces / à cette démarche là quoi hein <↑>

RLS : ok

06.20

SM : alors j'disais donc CA c'était un peu la démarche signalétique bilingue <↑> et dans le même temps on a fait mais alors ça c'était avant euh dans les années euh début des années 90 on a fait une étude toponymique * sur la région de Lorient <↓> 'fin sur Lorient <↓> * pour avoir <↑> euh :=euh pour garder la méMOIRE en fait de tous les noms lieux-dits expressions qui pouvaient être utilisés sur Lorient donc ça a fait l'objet d'un gros classeur qui est archivé quelque part dans les services de la ville et qui nous sert <↑> régulièrement <↓> c't-à-dire que quand on a des dénominations de rues à :=à faire <↑> euh on va D'ABORD voir si euh dans l' secteur y pas a une rue un nom une expression qui peut convenir

RLS : susceptible d'être utilisé

SM : et qui permet de garder un peu l'histoire de Lorient <↓> voilà <↓> donc comme ça on l'utilise pour dénommer les noms d' zones d'activités dénommer des=des noms de rues de façon à garder un peu l'histoire de Lorient quoi voilà <↓> donc ça=ça me paraît être une démarche aussi intéressante que d'autres parce que c'est une démarche qui nous / et donc on a fait une étude toponymique très=très complète <↑> avec un classeur <↑> qui est référencé (donc) quand on fait des dénominations de rues on :=on essaie j'essaie toujours d'équilibrer d'avoir des noms de rues qui concernent des=des=des lieux-dits des=des noms locaux <↑> > des noms de gens qui ont participé à l'histoire de la région de Lorient des noms aussi nationaux et puis

d'équilibrer aussi avec les femmes parce que dans les noms de rue les femmes ne sont pas très très présentes

RLS : oui oui ** très bien

SM : voilà

08.05

RLS : et donc vous me disiez que vous n'étiez pas particulièrement bretonnant <↑> mais du coup 'fin selon vous quel intérêt il y a à développer une politique linguistique de c' type là <?>

SM : alors je pense que ça : ç-ç ça 'fin ça relève de la même démarche que la toponymie <↑> c't-à-dire je pense que :: bon euh à euh comment euh faire apparaître quelque part euh : l'histoire euh : du territoire euh même si on est dans une situation un peu paradoxale parce que * probablement que Lorient est une des villes les plus françaises de Bretagne puisqu'elle a été créée par XX Colbert en 1666 que c'est une ville jeune euh etc. <↑> et que le paradoxe veut que ça soit cette ville là qui soit le siège du plus grand festival breton qui existe le Festival Interceltique quelque part un peu le porte-parole de la celtitude en Bretagne donc c'est=c'est un paradoxe mais en même temps ça montre aussi que bah l'histoire de Lorient e-e- elle=elle est là quoi elle est dans cette dans cette histoire donc euh=euh c'est un signe à mon avis ben d'ouverture et de mémoire par rapport à : l'histoire de=de not' ville bon après y a le débat sur euh sur=sur est-ce que c'est un élément déterminant dans le maintien dans la bataille sur l-le=le=le maintien d' la langue bretonne <↓> je suis moins sûr c'est pas parce qu'on voit des noms de rue qu'on va apprendre le breton <↓> mais moi mais bon en même temps ça fait partie DE quoi j' pense que pour les gens qui euh qui font l'effort de l'apprentissage de la langue euh revoir des noms de rues qui reprennent des=des mots qu'ils apprennent etc. c'est sans doute un élément favorable pour eux un élément qui les conforte dans leur position donc je trouve que c'est=c'est=c'est un plus euh bon ça part d'une démarche globale quoi c'est un élément d'une démarche globale c'est pas un élément qui doit être déterminant mais c'est un élément d'une démarche globale

RLS : voilà voilà mais un élément d'un processus dynamique en plus donc euh

SM : voilà et puis qui permet de quelque part faire réapparaître un peu cette mémoire <↑> qu'on doit=qu'on doit conserver qu'on doit (voir)

10.20

RLS : ok et euh : je sais pas bien comment ça se décide en fait j'imagine que lors d'un conseil municipal il y a une discussion sur la validation d'un panneau qui sera affiché euh XXX

SM : oui ça c'est bon ça c'est le XX de délibération on a on a eu d'autres délibérations au préalable ** euh mais c'est cette délibération qui a été vraiment la délibération euh j'dirais qui a CLArifié la situation

RLS : d'accord mais si demain on veut mettre un panneau bilingue là juste devant la mairie pour indiquer euh indiquer quelque chose

SM : ah ça c'est le groupe de travail

RLS : c'est le groupe de travail <↓> ok et : il peut y avoir délibération

SM : (y a pas) une délibération à chaque fois c'est on a délibéré sur le principe

RLS : ok

SM : donc main'enant tout jalonnement toute signalétique qui est mise en place par la mairie que ce soit du jalonnement de voirie ou d' la signalétique

11.12

{Interruption de l'entretien par l'intervention de la secrétaire de Monsieur Morin pour la remise de documents}

11.58

SM :oui on en était où < ?>

RLS : donc on en était une fois donc que ça a été délibéré en fait maintenant XXX

SM : (alors) maintenant pour tout panneau voilà et j' dirais=et j' dirais c'est plutôt l'inverse maintenant c't-à-dire que quand on a une signalétique ou un panneau qui n'est pas mis en bilingue <↑> euh je considère qu'on est en faute par rapport à la délibération <↓> donc la réunion du groupe de travail c'est pour vérifier que p-pour valider les noms etc. <↑> et vérifier que euh bah y a rien qui a échappé en fait au processus parce que on est pas euh les municipalités c'est des grandes maisons avec des tas de gens qui décident dans tous les coins et donc il faut vérifier que quand le grand théâtre se met en place on fait une signalétique bilingue <↓> il faut vérifier que quand le parc des sports parce que ça c'est le service des sports <↑> il faut une signalétique bilingue <↓> faut vérifier tout ça donc euh : bon c'est un peu le rôle du groupe de travail de faire l' bilan et d' temps en temps on constate ah lala on a oublié ** > donc on fait un rappel à l'ordre

RLS : ah oui donc c' qui veut dire c'est vraiment SYStématique pour l'ensemble de l'affichage qui est mis en place d'accord <↓> et est-ce que vous vous souvenez qu'il y a pu y avoir désaccord sur ce principe de=de bilinguisme systématique < ?>

13.06

SM : oh non y a pas eu désaccord <↓> y avait plus ou moins un grand enthousiasme mais y'avait pas désaccord alors 'fin sur la proposition qui a été faite euh qui était euh précise hein c'est pas du :=c'est pas du baratin comme on dit c'est vraiment des choses très précises et avec à la fois des=des règlements qui étaient très techniques très précis et d'autres qui étaient avec des groupes de travail etc. d' suivi tout ça ça a été adopté à l'unanimité

RLS : ok et

SM : bon y avait des gens qui y croyaient plus que d'autres mais tout le monde a accepté donc du coup maintenant je suis validé / < moi sur la base d'une délibération comme ça <↑> euh les choses se déroulent normalement d'ailleurs avec Emglev Bro an Oriant on s' réunit une fois par an mais main'enant on a plus 'fin

RLS : hum hum

SM : c'est / ç- ça roule quoi

RLS : oui oui hum hum

SM : donc ça tourne normalement < c'est rentré quelque part quelque part c'est rentré dans les mœurs municipales ça fait partie <→> vous savez au départ on a toujours un peu de mal à mettre en place la mécanique mais une fois que la mécanique est en place maintenant c'est réglé

14.02

RLS : et les gens qui pouvaient être moins enthousiastes à ce genre de=de procédure l'étaient pour quelles raisons selon vous < ?>

SM : boh ah parce qu'ils y croient pas parce que * voilà euh > certains considèrent ils continuent de considérer que la langue bretonne est morte donc c'est pas / bon c'est le débat que vous avez partout hein

RLS : oui bien sûr=bien sûr oui et au niveau du=du reçu du PERçu de la part de la population du coup vous avez reçu quelques XX

14.32

SM : ben on a=on a=on a un retour euh évidemment très favorable de tous les bretonnants <↑> bon et euh on n'a pas de retour négatif honnêtement j'ai pas eu de retour négatif voilà

RLS : d'accord

SM : mais aussi <↑> parce que <↑> euh : on a respecté les règles <↓> hein euh c'est-à-dire que euh on a pas <↑> fait ça <↑> au détriment de la lisibilité de la signalisation <↓> c'est-à-dire qu'on a=on a euh sur certains carrefours euh des applications strictes euh auraient sans doute conduit à euh une dimension des panneaux une multiplicité de trucs qui auraient fait que ça rendait les choses illisibles donc c'est un peu ça l'objet du groupe de travail <↑> et vraiment là on a bien travaillé avec l'association avec l'office de la langue bretonne <↑> pour dire attendez là euh on va simplifier on va vous voyez on va mettre que ça parce qu'on peut pas tout mettre on peut pas 'fin voilà donc euh on a=on a conservé quand même des principes de lisibilité <↓> parce que c'est ça qui est très important euh si euh si ça se fait au détriment de la lisibilité du système euh là on aura des retours négatifs si ça se fait de façon euh sans charger les choses de façon naturelle et sans que ça apparaisse comme une contrainte supplémentaire ça passe très très bien

RLS : d'accord

SM : y a faut bien bien articuler les choses quoi

16.05

RLS : hum hum et quand vous me disiez que au niveau de la police d'écriture en fait donc il avait été décidé que ce soit à peu près les mêmes caractères sauf l'italique pour le breton

SM : c'est les mêmes caractères sauf l'italique oui

RLS : ça ça a été décidé comment en fait <↓>

SM : alors ça a été décidé après débat avec l'association Emglev Bro An Oriant entre élus avec des techniciens pour savoir comment on pouvait faire au départ on était partis plutôt sur une police et on avait même pratiquement mis au point une police qu'on considérait comme un peu celtique euh et puis finalement euh bon après débat avec l'Office de la langue 'fin l'Institut culturel à l'époque euh bon non on préférerait qu'on fasse ça sur un pied d'égalité simplement ils ont accepté d'avoir l'italique pour pas qu'il y ait de confusion parce que sinon euh=euh vous avez des=des=des noms euh qui sont très différents <↑> en français et en breton donc du coup les gens peuvent considérer que c'est deux directions différentes ils ne=ils ne peuvent pas interpréter ça comme euh deux euh : noms pour la même chose <↓> donc il fallait bien faire une distinction et donc c'est celle qu'on a choisi > et j' pense que ça XX

RLS : d'accord

SM : mais < y a par exemple des fois où le nom breton et le nom en toponymie par exemple bon reprend directement le nom breton donc on a qu'une appellation on en

recherche on fait pas deux fois en italique hein donc on essaie comme ça d'alléger un peu les choses et euh

RLS : oui surtout que là y a pas de processus de traduction puisque que c'est le même

SM : ben oui donc voilà bon c'est bon en fait régulièrement on a ça quoi on a collègue Saint-Louis euh voilà c'est comme ça que ça se traduit etc. alors on a constitué d'ailleurs une base de données <↑> c'est-à-dire tout ça c'est informatisé et donc on a une base de données donc main'enant quand on passe un nom en français on a la traduction en breton qu'on a déjà utilisé quoi on essaie XXX

RLS : d'accord XX ce soit assez cohérent

SM : ça va main'enant ça a été assez long au départ <↑> mais main'enant ça=ça va très vite parce que en fait la plupart des noms on les a=on les a=on les a indiqués quoi

18.10

RLS : oui j' pourrais vous demander une copie de ces documents < ?>

SM : oui oui bien sur alors ici par exemple ben vous voyez euh donc là on va euh alors donc sur le panneau LA bah euh carrefour untel vous voyez on a euh on a tout ce que l'on doit faire > alors là c'est au carr- < chaque carrefour en fait on a les=les nouveaux panneaux qui sont rajoutés donc les anciens panneaux ne sont pas modifiés mais les nouveaux panneaux c'est donc ça c'est les panneaux Ploemeur euh : voilà donc collègue Saint Louis voilà donc euh

RLS : d'accord

SM : celui-là n'étant pas modifié on=on remplace pas le panneau pour XX le remplacer hein

RLS : ouais ouais

SM : main'enant tous les panneaux centre-ville sont centre-ville kreiz ker mais les anciens panneaux restent pour l'instant quoi 'fin voilà mais bon donc on a

RLS : oui parce que j'imagine que ça coûte CHER de remplacer un panneau

SM : oui mais c'est pour ça qu'on a pas remplacé les anciens panneaux et on les fait au fur et à mesure du renouvellement et euh par exemple tous les ans main'enant on a un budget voirie un budget jalonnement et tous les nouveaux jalonnements qu'on met en place se font sous cette appellation là quoi

19.13

RLS : en parlant de ce type j' prends juste voilà l'affichage Ploemeur vous savez combien ça coûte à peu près < ?>

SM : ok c'est pas tellement le panneau qui coûte c'est la mise en place XX

RLS : d'accord=d'accord

SM : alors bon en fait ici vous voyez bon par exemple sur euh là cette année-là on a fait tous ces carrefours là quoi on a rajouté des panneaux sur tous ces carrefours là et sur tous les panneaux qu'on a rajoutés on a mis d' la signalétique bilingue <↓> * alors bon voilà ça c'était euh : en 2000 quoi voilà bon à chaque fois il y a un document comme ça ce document là est à envoyer à / <→> ça concerne aussi la piscine du Bois du Château mais la piscine du Bois du Château <↑> c'est des des signalétiques internes euh=euh=euh donc ça c'est le programme 2000 <↑> euh avec tous les panneaux on envoie ça à l'Institut Culturel <↑> qui vérifie qu'on a rien oublié dans les appellations <↑> et puis après on a des=on a des fiches euh des fiches comme celle-là <↑> qui sont des

RLS : celle-là peut-être < ?>

SM : voilà qui sont avec toutes les appellations français breton on a tout ça et main'enant on arrive à avoir un fichier très complet c' qui fait que le gars qui fait la signalisation * euh il arrive/ > il a fait d'ailleurs des cours de breton (depuis donc) il a commencé à avoir une culture bretonne <↑>

RLS : hum

20.25

SM : alors qu'il était pas du tout bretonnant <↑> ** < et il arrive main'enant à se débrouiller euh il a=il a suffisamment d'expérience pour main'enant faire des propositions qui sont validées facilement et rapidement par l'Institut Culturel quoi mais y a jamais y a toujours un ou deux noms sur lequel y a une petite hésitation euh parce que ça dépend aussi XXX le breton n'est pas aussi net que ça y a des interprétations y a des écoles un peu aussi donc tout ça se mais là on a affaire à des spécialistes souvent c'est des débats entre eux **moi j compte les points quoi moi je moi je comme je ne suis pas du tout bretonnant je / mais c'est pas mal finalement parce que du coup je moi je=je=je gère ça avec bon sens je ne suis pas dans une école ou dans une autre donc je les vois un peu débattre en eux oui mais untel machin oui mais untel a dit que etc.** <↑> moi j' leur dis bon attendez < le bon sens c'est peut-être CA ça ça sera à peu près compréhensible par tout le monde (et lisible) et en général c'est là-d'ssus qu'on s' rallie faut avoir du bon sens aussi faut pas non plus euh=euh j' pense qu'on a eu la chance de travailler avec des gens <↑> l'Institut Culturel l'Office de la langue Emglev Bro an Oriant avec des gens qui qui sont v'nus LA avec un grand esprit d'ouverture et de vraiment trouver une réponse pragmatique concrète et compréhensible par tout le monde hein donc euh à partir de là ça marche

21.52

RLS : oui surtout faut que ce soit positif oui oui c'est sûr hum hum ok < vous êtes à la mairie de Lorient depuis combien de temps < ?>

SM : {souffle} 77

RLS : d'accord <↓> vous avez toujours eu cette fonction de d'adjoint à la voirie < ?>

SM : oui

RLS : d'accord ok donc vous avez effectivement pu voir euh

SM : voilà j'ai vu l'histoire on a commencé on est=on est comme dans toutes les villes <↑> c't-à-dire la demande elle est pas si vieille que ça enfin elle commence à émerger dans les années 80 quoi à peu près ** < donc au départ un peu sous la pression alors bon au départ on a été très réticents

RLS : hum hum

SM : > comme beaucoup d'ailleurs on nous a dit mais : non ça va compliquer les choses ça va rendre illisible ça va coûter cher tous les arguments XX dans ces cas là < et puis euh et puis=et puis ben on a réfléchi <↑> on a rencontré plusieurs fois les associations et puis finalement on a réus- 'fin on a trouvé des=des formes qui étaient parce qu'au départ y avait des gens qu' étaient pour puis y avait des gens qu' étaient contre alors c'était vraiment un débat très très tendu donc finalement au bout du débat <↑> on a trouvé une forme qui était acceptée par tout le monde

RLS : hum hum

SM : et qui progressivement quand même se voit (sur les panneaux d' la ville quoi)

23.10

RLS : et là les motivations à ce moment là d'être CONTRE contre ce processus d'affichage euh

SM : > oh c'était plus des balbuties que des arguments

RLS : voilà c'était plutôt une ligue euh une ligue anti-bretonnants ce genre de

SM : ouais enfin y a pas vraiment d'anti-bretonnants > dans les élus faut pas < mais bon y a euh : bon c'était plus des arguments qui viennent un peu des services quoi hein

RLS : d'accord

SM : de=de prudence des choses comme ça < pas mesurer les conséquences que ça a et qu' ça (aura) quoi et finalement ça n'a pas de conséquences financièrement par exemple ça n'a pas de conséquences <↑> puisqu'on a le même budget et que la / le panneau que vous avez une ligne ou deux lignes c'est le même panneau

RLS : ça change rien

SM : ça change rien du point d' vue du coût donc euh bon c'est vrai que la première demande qui était d' changer tous les panneaux on a dit non on va pas changer tous les panneaux ça coûte trop cher donc on va mettre en place une politique qui petit à petit va faire que les choses vont apparaître quoi

24.06

RLS : ok j'ai juste deux petites questions avant de terminer <↑> euh on entend souvent dire que le fait d'afficher comme ça du=du bilinguisme en fait un peu partout <↑> euh créerait davantage de lien social entre les personnes entre les usagers en fait et puis donc ça aurait un réel impact 'fin le lien entre culture et économie du coup deviendrait vraiment de plus en plus pertinent

SM : ben culture et économie je sais pas entre culture et vie quotidienne oui

RLS : donc ça veut dire que là le lien social donc existe

SM : c'est un peu différent je pense que les / quelque part euh les gens euh parce que dans une population comme la population de la ville de Lorient y a effectivement des gens qui viennent de l'extérieur qui sont nés quelque part en France euh qui sont à Lorient depuis plus ou moins longtemps <↑> en plus c'est un port donc c'est un endroit où ça bouge où etc. donc euh : y a deux réactions y a ceux qui sont vraiment bretonnants et qui tiennent à cette identité là euh ils s'y r'trouvent évidemment leur identité donc ils sont euh très très valorisés j' dirais par ça quelque part fiers un peu de ça c't-à-dire qu'ils se sentent plus intégrés dans le=dans le territoire

RLS : hum hum

SM : donc ça fait partie de leur=de leur plus grande intégration dans=dans=dans le fonctionnement d'une ville <↓> et on sait bien que le gros problème qu'on a dans les agglomérations aujourd'hui c'est que=c'est que les gens se sentent euh partie prenante de l'identité que forme la ville la ville c'est=c'est un lieu où on décide d'habiter ensemble * si on se sent partie prenante de cette identité là <↑> ben on se sent mieux on participe plus on est on se sent plus intégré plus à l'aise ça fait partie de cette/ et puis pour ceux qui sont de l'extérieur <↑> euh finalement euh ils ont une démarche différente qui consiste à euh apprécier quelque part d'arriver dans un territoire qui a son identité <↓> <→> moi j 'suis pas bretonnant d'origine j' suis pas breton d'origine j'suis pas né en Bretagne j' suis marié à une Bretonne donc je suis j' me définis toujours je suis cousin je suis < Breton par alliance puisque je me suis marié à une Bretonne <↑> mais j'ai été élu au conseil (régionale) j' suis du terroir ça fait trente ans qu' chui él- 'fin vingt-sept ans qu' chui élu c'est=c'est=c'est énorme<↑> quand même donc euh=euh j' me sens vraiment dans la ville etc. <↑> < et quelque part le c- ce sujet là

m'a am'né à=à peut-être retrouver une dimension de la ville que je n'avais pas c't-à-dire une dimension que la ville elle existe elle a son histoire elle a sa culture elle a /c'est=c'est pour ça que sa toponymie pour moi est importante et que c'est=c'est le maintien de cette tradition là <↑> qui ne veut pas dire du tout fermeture euh=euh non évolution euh ou non modernité <↑> mais qui dit que bah la ville elle a son histoire elle a son existence

RLS : d'accord

SM : donc moi j' trouve 'fin les deux y trouvent quoi les deux parties euh les populations y trouvent quoi moi j' trouve que c'est = c'est mieux 'fin moi j'ai toujours du plaisir quand je vais euh à l'extérieur XXX ce que j' recherche c'est toujours euh connaître un peu l'hisTOIre du pays l'histoire de cette civilisation <↑> ou de cette région <↑> ou de c'est ça qui fait euh j' dirais la culture euh la culture euh en général c'est ça qui sans ça y a pas de culture

27.40

RLS : donc à la question est-ce que le fait d'afficher euh LA culture bretonne en fait crée du lien social vous répondez

SM : < OUI oui oui je pense que ça crée du=du=du ça=ça contribue à c' que les gens d'origine bretonne se sentent plus intégrés dans la ville et ça contribue à ce que les gens qui ne sont pas d'origine bretonne prennent conscience que cette ville a une histoire bretonne <↓> donc dans les deux cas ça=ça XX

28.06

RLS : d'accord ok *** très bien *** et vous êtes originaire d'où euh

SM : de Vendée

RLS : > de Vendée

SM : ** > moi j'ai connu la Bretagne par mes=par mes j'ai connu la Bretagne par mes d'abord au lycée (on vivait) à Nantes donc euh mais enfin bon à l'époque euh j'ai connu la Bretagne dans les Bretons qui venaient de Bretagne au même lycée que moi quoi et p'is ensuite j'ai XXX et puis après et j' me suis marié à une Bretonne donc euh voilà < ma femme s'appelle (Beudec) * (Beudec) c'est breton

RLS : c'est breton c'est vrai ((rires)) donc vous avez adopté la Bretagne

SM : voilà et puis j' me suis installé presque à mi-chemin entre Quimp- puisqu'elle est de Quimper <↓> donc j' me suis installé presque à mi-chemin en fait entre Quimper et la Roche-sur-Yon parce que XX 'fin pas tout à fait à mi-chemin c'est plus près de Quimper XX

RLS : hum très bien bon ben je vous remercie

Yannick Menguy

00.00

YM : XX en Bretagne on a un vocabulaire de du monde politique bon pour moi c'est surtout depuis 2004 depuis euh les propositions de la liste ps euh : aux régionales que euh ce terme là a été vraiment développé quoi avec l'exemple euh 'fin le programme de politique linguistique et euh souvent pour l'instant en Bretagne on a tendance à

réduire le euh la politique linguistique au pas nous en fait on jusqu'à maintenant on n'utilisait pas le terme politique linguistique on disait action en faveur de la langue euh bilinguisme XX donc c'est intéressant quand on va voir euh ailleurs un p'tit peu c'est de s' rendre compte que euh les panneaux c'est euh un domaine relativement restreint <↑> c'est un domaine de politique qui est vraiment passif c'est-à-dire que euh :=euh : on met les panneaux <↑> mais euh bon tout effectivement tout le monde peut les voir <↑> * mais euh mais ça ne=ça ne forme pas des locuteurs <↓> on peut avoir des panneaux bilingues partout et=et=et=et avoir une langue qui est morte hein <↓> qui n'est pas utilisée <↓> donc en fait il vaut mieux appréhender le problème des langues euh des langues minoritaires et des langues qui peuvent moins être utilisées hein moins répandues et moins utilisées si on veut 'fin déjà il faut avoir conscience de l'état des lieux de la langue sur laquelle on travaille et en plus après savoir quels objectifs on donne quoi donc c'est pour ça nous sur la commune là on est dans la réflexion aussi un p'tit peu sur euh sur tout ça qu'est-ce qu'on veut faire comment on le fait pourquoi on le fait donc euh dans le terme de politique linguistique il y a le terme politique ça veut dire euh réflexion ça veut dire euh objectif et ce dans un cadre aussi qui est plus global avant nous euh sur Pluguffan euh donc euh on a=on a commencé donc à travailler depuis 2001 en gros sur ces questions là

RLS : ok

YM : hein en sachant que euh donc 2001 c'est la les élections c'est la c'est ici l'arrivée d'une nouvelle équipe une équipe d'une autre couleur politique que la précédente <↑>

RLS : hum hum

YM : hein euh dans un contexte pour tout te dire hein le bord politique gauche

RLS : hum hum une mairie ps quoi

YM : oui oui le=le=le la maire est ps > mais bon on est dans une p'tite commune c'est-à-dire qu'il y a très peu de gens qui sont écartés

RLS : d'accord

02.25

YM : voil- donc c'est euh la première fois que la gauche qui arrive à la commune <↑> depuis l'histoire de euh {S} depuis les élections municipales hein * alors on est dans une commune de moins de 3500 habitants * donc au niveau des élections c'est un mode panachage <↑> hein c't-à-dire que tu peux euh tu ne votes pas pour une liste tu votes pour des noms tu peux voter une liste entière bien évidemment mais euh on décompte les voix PAR candidat ** alors la situation antérieure je vais vous faire un petit bref un résumé sur la situation en politique la situation antérieure > donc c'était euh enfin tu sais c'est une commune où il y a eu pas mal de crises politiques la situation antérieure c'était 1 élu de gauche pour 22 élus de droite d'accord < ?> et là au premier tour euh on a 22 élus à gauche et 0 élu à droite <↓> au deuxième tour ben on a complété la liste le seul élu qui nous manquait est passé donc euh entre 2001 et 2005 soit près de XXX il y a eu donc une équipe qu'était / municipale / qui était uniquement composé d'élus de gauche <↓>

RLS : < ok

YM : hein <↑>

RLS : hum hum

YM : ce qui n'est pas sans

RLS : sans conséquence

YM : sans conséquence aussi et même internes <↓> euh donc ça a été un terrain favorable pour euh :: parce qu'il y a eu euh travail en amont déjà sur la question de la langue <↑> et juste pour finir sur la situation politique je dis jusqu'en 2005 pa'ce qu'on a eu une petite crise interne qui a amené à des démissions <↑> euh qui ont entre : il y eu 7 démissions si tu veux pour des raisons politiques il y a eu une autre personne qui est partie parce qu'elle déménageait donc euh comme le tiers de la liste est a quand un tiers des sièges quand il manque un tiers des sièges t'es obligé de refaire une élection partielle et donc résultats de ces partielles qui ont eu lieu début septembre sur les 8 sièges à pourvoir 6 pour la gauche et 2 pour la droite donc depuis là le mois de septembre il y a 21 élus gauches et 2 droites alors en 2001 donc euh dans le programme de campagne euh comme en 97 où y avait des élections encore partielles parce que c'est les élections partielles ici à Pluguffan on avait mis en avant euh (un p'tit groupe de candidats) la question de la langue <↓> < alors au départ on a travaillé sur euh sur l'identité euh bretonne en général <↑> tout simplement parce que il n'y avait pas euh pas de euh façon simple * d'exprimer la question euh donc il existait euh une charte qu'on appelait la charte communale d'action bretonne <↑> qui a été mise en place par des élus euh droite et gauche hein lors d'une association qui s'appelle (Amzer Nevez) qui était un moment du temps euh présidée par Jean-Yves Cozan

RLS : hum hum

YM : tu connais sans doute de nom euh donc c'était un document j'ai envie d' dire c'est un p'tit peu pas notre cheval de Troie mais que'que chose de simple pa'ce que quand tu as affaire à des élus ou des gens qui ne sont pas encore élus c'est pas forcément aisé d'aborder ces questions là et de de qu'ils arrivent à voir concrètement de quoi on parle parce que pour des gens qui s'intéressent ça va mais pour la plupart des gens euh

RLS : c'est un peu étrange oui

YM : c'est un peu étrange tout ça donc on a travaillé là dessus <↑> alors euh je dois l'avoir en =en annexe ici tu vois ** donc c'était une charte : qui a eu le mérite d'exister parce que il n'y avait rien d'autre donc euh mais qui mélangeait un p'tit peu tous les domaines la langue l'identité donc par exemple quand elle parle euh d'un côté officialiser la langue l'identité favoriser le bilinguisme donc tout ça c'est un peu la même le même domaine l'enseignement l'action culturelle c'est aut'e chose notre patrimoine c'est carrément aut'e chose <↓> *** donc là tu vois on n'est pas du tout en=en / le terme politique linguistique il n'apparaît pas du tout > quoi <↓>

RLS : ouais ouais

YM : euh on parle de panneaux mais on parle aussi de euh : bon de toponymie euh de bull'tin municipal ici on va parler de euh d'identité dans les entreprises le DRAPEAU bon tu vois ça n'a rien avoir avec=avec la langue <↑> euh=euh enfin on va parler dans le patrimoine d'utiliser plutôt des=des dans les constructions des=des matériaux euh de la région traditionnels (argot hein)

RLS : hum hum

YM : donc voilà donc ça a été un petit peu le=le=le la façon de=de comment d'amener le sujet <↓> bon en même temps moi je travaillais euh : à titre bénévole avec (Tir ar Vro) là et puis l'office de la langue bretonne <↑> euh sur un document qui va=qui va bientôt sortir d'ailleurs qu'on a=qu'on a appelé le bilinguisme dans votre commune <↓> ** alors euh l'idée en fait c'est un document en fait qui est qui va servir à inciter les=les élus à=à amener les les actions dans ce domaine là > quoi <↓> donc y a une première partie je ne l'ai pas avec moi mais y a une première partie qui présente la langue dans tous les domaines de sa présence aujourd'hui

RLS: ça va sortir quand ça < ?>

08.07

YM : ça sortira euh 'fin on doit fixer une conférence de presse > quoi euh pour euh * et non après je parlais d' l'office parce que (t'es) tu les a déjà rencontré donc euh faire le lien avec l'office parce que nous on travaille avec eux aussi donc évidemment comme=comme CADRE un p'tit peu technique aussi quoi euh donc on a=on a / on est parti sur ce document * en fait que j'ai testé en fait ici puisque (il était tout neuf) pour euh pour avancer <↑> et donc c'est là qu'on a abordé la question en fait de=de politique linguistique <↓> et on est parti sur l'idée comme j' te disais d'abord de définir un p'tit peu euh l'aspect politique de la question <↓> donc euh bon pour euh pour faire simple voilà comment on a procédé <↓> donc on mis en place d'abord un groupe de travail sur la question en interne hein et le groupe de travail a commencé à trav- à=à étudier d'abord la charte communale d'action bretonne puisque c'était le : truc de départ on a tout regardé en détail et puis on a décidé de=de c' qu'on allait appliquer <↓> *

RLS : hum hum

YM : alors on a fait si tu veux la différence entre les actions d'abord qui euh n'entraînaient pas de dépenses importantes hein par exemple euh je sais pas moi euh tu=tu mets c'est pas encore c'est pas c'est pas encore fait et c'est loin d'êt' fait le papier à en-tête d'une mairie bilingue <↓>

RLS : oui

YM : euh ça demande pas une dépense faramineuse à moins de vouloir tout changer d'un coup mais tu là on est dans une politique où on attend que le stock de papier monolingue soit

RLS : disparaisse

09.49

YM : voilà terminé y en a plus et puis là > on change <↓> euh < après y a d'aut'es domaines où ça d'mande des investissements <↓> > importants <↓> donc c'est tout c' qui est signalétique <↓> donc on a déjà fait la différence entre ces 2 ces 2 mondes et à partir de ça euh donc de la charte euh (d'amzer nevez) plus des documents que moi j'avais sur lesquels on avait travaillé avec l'office donc qui comprenaient en deuxième partie un espèce de type pour XXX c'est-à-dire que je vais voir un élu euh j' lui dis il faudrait que vous fassiez des trucs > importants <↓> et il va m' dire ouais mais bon à la limite même si je suis d'accord euh : moi je connais rien euh qu'est-ce que je peux faire

RLS : hum

YM : alors donc premier=premier chapitre il propose des actions simples et troisième euh troisième question que pose l'élou ouais mais ça va me coûter combien tout ça

RLS : ouais

YM : hein <↑> donc < bon dans le document on répond ou on tente de répondre un p'tit peu XXX à tout ça <↑> et on a une quatrième partie qui est j'ai envie de dire pourrait XX ** euh : donc euh à partir de euh du groupe de travail on a définit en plus de des actions de la charte communale d'actions bretonnes c' qu'on a appelé un programme d'aménagement linguistique <↓>

RLS : hum hum <↑>

YM : ** hein et qui a débouché sur ce programme sur un dossier de subventions <↓> *** pour nous XX aménagement linguistique sur 3 ans ** donc euh qui donc définit d'abord dans le premier chapitre si l'on veut la politique linguistique et euh son

contexte politique c'est-à-dire pourquoi=pourquoi on l' fait quelles sont les raisons qui nous poussent à avoir cette politique euh par rapport à nos idées plus larges euh en tant que=que commune où mène euh : une politique de gauche comment ça s'inscrit là d'dans ensuite ben on explique un peu c' qu'on va / le contenu du programme là que tu as ici et puis euh après t'as l'aspect financier quoi donc euh d'abord sur l'aspect financier on a fait on a d'abord réaliser une étude une pré-étude par euh pour une entreprise pour savoir pour pouvoir chiffrer L'ENSEmble du programme *** euh évidemment on l'a=on l'a programmé sur plusieurs années hein parce qu'on ne pouvait pas euh XX donc t'as par euh t'as par domaine euh ce que ça coûte

12.29

RLS : parce que concrètement un panneau de rue ça vaut combien < ?>

YM : un panneau de rue ça vaut euh ça dépend dans quelle matière tu l'utilises et quel=quel stand- quel standing tu veux donner à=à ta ville nous euh un panneau de ville doit coûter 50 euros hors taxe

RLS : ouais et un panneau d'entrée de ville ça coûte combien ça < ?>

YM : ça je pourrai pas te dire parce que euh

RLS : ça coûte assez cher ça

YM : nous on l'a pas euh c'est=c'est une politique qu'a eu le département dans les années 90 et donc le département a payé tous les panneaux d'entrée

RLS : hum hum

YM : ouais donc on a=on a d'abord donc euh sur l'aspect technique fait faire la pré-étude <↑> hein donc pour savoir où on était où on allait <↑> et ensuite donc on a construit le dossier de subventions mais en y mettant notre réflexion (c'est pour ça) là j' vais aborder c' que j'ai avec moi ici euh la réflexion politique c'est-à-dire que euh * on a placé notre action vis à vis du breton dans un cadre je vais dire presque euh international euh sur l'aspect vraiment politique <↓> pourquoi=pourquoi on mène cette politique <↓> on la mène euh vis à vis des langues euh des langues minoritaires en général c'est-à-dire que euh évidemment ici on est en Bretagne et avec le breton comme langue minoritaire mais ce la façon de voir les choses <↑> euh on aurait la même vision des choses et la même euh j'ai envie de dire la même euh la même attention si si on était au Québec par rapport au français ou une langue euh amérindienne > tu vois c'est=c'est euh donc euh c'est rattacher euh la promotion du bilinguisme et XX la sauvegarde d'une langue minoritaire <↑> euh c'est-à-dire rattacher ça donc à des valeurs universelles <↓> on est dans le domaine de l'universel on n'est pas pour euh on ne défend pas SA langue on défend LES langues minoritaires en tant que patrimoine de l'humanité tel que défini dans=dans les textes internationaux <↓> donc on s'est basé euh (pour notre) programme là on fait référence à des=à des textes internationaux en particulier évidemment à la charte européenne des langues régionales et minoritaires <↑>

RLS : oui hum hum

YM : euh donc on le=on le=on le on cite ce texte là

RLS : c'est un document que j' connais bien <↑>

14.47

YM : voilà <↑> donc bon d'abord on fait un état des lieux de la langue <↑> ensuite on (va vers) l'Unesco puisque le travail qui a été fait sur les langues sur la situation des langues et d'ailleurs le breton est dans les mal loties <↑> et puis sur quels principes reposent nos choix politiques <↓>

RLS : hum hum

YM : hein donc on cite euh donc la définition d'une politique linguistique de soutien à la langue et à la sauvegarde du soutien à la à la sauvegarde du développement d'une langue minoritaire ne trouve sa pertinence que si elle est basée sur des valeurs universelles qui traduisent de façon plus large un attachement à la sauvegarde de l'ensemble des langues du monde <↓>

RLS : hum hum

YM : hein donc on a

RLS : ok oui mais c'est clair hein

15.25

YM : voilà donc on cite euh / donc on a travaillé à partir de ça euh donc sur la charte européenne mais aussi sur un autre document qui n'a euh pour l'instant pas abouti mais qui est euh une déclaration universelle des droits linguistiques <↑>

RLS : hum hum

YM : voilà donc euh c'ui d' Barcelone c'est un document qui date de 96 alors je sais pas où ça en est euh main'enant l'état des euh honnêtement c'est intéressant puisque euh on est / la charte européenne bon tu sens que c'est un cadre européen <↓> parce que t'as affaire pas mal à des pays où le niveau de vie est à peu près euh égal alors que là t'es dans des situations totalement euh > totalement diverses <↓> < euh donc on voilà à mon avis c' qu' est important c'est ça hein c'est d'abord le fait qu'on ait une vision euh politique de la question et donc on s'est fixé aussi des objectifs c'est-à-dire que bon on peut voir euh on aurait pu dire on met l'école bilingue <↓> ça c'est tu vois ça c'est le premier niveau de réflexion on peut dire bon il faut que la langue bretonne soit sauvée <↓> > **mais ça ça veut dire quoi** ça veut rien dire sauvée effectivement elle est sauvée puisque XXX le latin est sauvé bon après euh le mieux c'est d'envisager le euh la langue comme un outil de communication <↓> pour qu'une langue soit vivante il faut qu'elle soit utile donc on est on est plutôt dans ce cadre là quoi et euh évidemment on a aussi quand même des gardes fous c'est-à-dire que on travaille dans le cadre légal <↑> c'est-à-dire que la langue officielle c'est le français <↑> on est dans le cas du bilinguisme hein donc euh c'est c' qu'on met dans notre programme on peut rappeler d'une part que ce soutien à la langue bretonne se fait dans le cadre du bilinguisme et la langue française n'est en rien ni déf ni minorisée ni défavorisée euh la politique linguistique est trop est basée sur la pro la proposition et l'incitation et non sur l'obligation donc là on n'est pas dans le cadre XXX euh donc de proposition euh pour la p'tite histoire euh il y a des éléments de notre euh dossier de subventions qu' on été repris par euh dans le programme de la région **

17.55

RLS : le texte qui est sorti en décembre 2004 là

YM : voilà=voilà ouais y a des éléments qui on été qui on été XXX dans ce texte mais en fait ce texte il reprend euh il reprend quasiment un peu ce qui avec quelques modifications mais euh notre programme qui était inclus dans le programme global du p s pour les régionales c'est=c'est

RLS : hum hum

YM : c'est quasiment la même chose bon ce qui est vrai bon si on prend un peu de recul si on regarde pas dans tu sais que c'est la première fois qu'on a un texte qui s'appelle politique linguistique

RLS : exactement exactement ouais

18.21

YM : donc c'est ça euh un peu le truc que moi que je retiens <↑> bon euh tu dis bon euh c'est vrai qu'il faut être prudent <↑> en même temps il y a UN élément quand même moi que je retiendrai quand même qui est euh le c'est quasiment le seul élément qui euh qui fixe un objectif c'est pour l'enseignement <↓> et là il y est donc c'est un petit objectif mais bon c'est la première fois qu'on a un objectif bon c'est vrai que dans d'aut'es domaines il fixe pas tellement d'objectifs <↑> euh si il dit quand même qu'il faut essayer 'fin le but c'est de stopper la perte ((légers rires)) des locuteurs <↓> bon après on dit pas on pourrait dire par exemple parce que si on prend l'Unesco l'Unesco il dit * sur l'enseignement pour qu'on ait euh un début de redressement d'une langue il faut que 30% des gamins > soient scol- soient scolarisés dans la langue <↓>

RLS: ouais et puis euh

YM: euh 'fin euh scolarisés non soient XX

RLS : ouais enfin ou reÇOIVENT=reçoivent cette langue là en tous cas

YM : voilà maî- maîtrisent la langue non mais toutes façons c'est vrai que euh * oui c'est=c'est euh là on rentre vraiment dans le cœur de des choses c'est-à-dire est-ce que l'aménagement linguistique pour prendre ce qu'on appelle nous l'aménagement linguistique c'est quelle est la fonction de l'aménagement linguistique en sachant que dans une langue minoritaire telle que le breton <↑> euh moi je pense à l'heure actuelle hein alors c'est pas ni blanc ni noir parce que y a = y a =y a quand même des gens qui le lisent <↑> euh le breton <↑> mais euh mais c'est vrai que c'est autant la signalétique c'est autant la valorisation de=de la langue en tant que pour les gens qui ont une vision dévalorisée de la langue que=que un aspect pratique ** évidemment bon euh dans=dans une euh j'ai envie d' dire dans une dans un pays où une langue n'aurait aucun statut et qui une langue qui est parlée par 90% de la population (nan mais là même pas) parce que là c'est un besoin hein euh si on a une langue enfin une région où on a 90% de monolingues dans la langue minoritaire <↑> mettre des panneaux au moins bilingue c'est vital hein parce que ils ont besoin parce que sinon ils ne savent pas euh c'est un peu comme dans les pays où au temps de la colonisation si vous ne mettez pas de panneaux euh XXX il paraît difficile de savoir si les gens sont éduqués dans leur langue mais autrement ils peuvent / voilà donc euh donc l'aspect euh l'aspect un peu euh des idées des valeurs et puis après donc le contenu * euh une ligne directrice aussi quand même c'est-à-dire que euh euh l'idée aussi force c'est que euh on n'est pas là pour euh je vais prendre un exemple mettre des panneaux et puis bon ben ça y est ** pareil notion de politique il faut dans le temps dans la durée XXX donc voilà mais c'est une ligne directrice hein une action de fond inscrite dans la durée qui avec un convetionn'ment de l'office là ça c'est pour l'aspect hein et une réflexion permanente sur le sujet la mise en place d'un (travail) spécifique euh les actions de promotion

RLS : hum hum

YM : ça on a pas trop trop encore parlé là-dessus pour susciter l'intérêt inciter à l'apprentissage et j'aurais pu mettre rajouter main'enant et à la pratique parce que vous voyez ce que je veux dire et puis là on est plus dans la dernière partie des mesures à court terme visibilité et lisibilité de la signalétique conformément à {lecture rapide d'un extrait d'un texte} (22.06) après moi depuis j'ai un peu plus réfléchi à la question moi personnellement comment je vois une politique linguistique d'abord y a trois domaines l'aménagement linguistique rendre visible la langue dans la société euh la formation du locuteur à tous les âges alors public scolaire comme adulte et troisième axe c'est la

transmission <↓> pratique et transmission pratique des locuteurs des=des=des=des locuteurs de naissance et donc qui dit pratique

RLS : dit euh transmission

YM : dit transmission

RLS : hum hum

YM : avec euh pour les locuteurs de=de=de=de naissance évidemment euh on rejoint c' que tu disais euh valorisation de=de LEUR langue minoritaire euh à EUX

RLS : hum hum

YM : mais c'est des demandes qui sont / là nous on fait le plus facile l'aménagement linguistique c'est facile il suffit d'avoir la volonté politique on est dans notre domaine de compétence

RLS : (oui ou en tout cas) c'est très lié

YM : voilà le dernier point la transmission

RLS : c'est au bon vouloir (23.12)

YM : c'est au bon vouloir alors après c'est pour ça moi que je m'intéresse beaucoup à ce qui se passe ailleurs

RLS : > pour voir comment ça marche oui

YM : pa'ce que y a des choses qui se passent ailleurs comment ils font bon faut fouiller parce que y'a tellement de trucs

23.24

RLS : ouais mais en fait c'est 'fin c'est intéressant c' que tu dis parce que moi c'est vraiment la=la problématique de mon travail ça <↓> et y a des actions y a un contexte y a des endroits y a des gens et moi je cherche vraiment à savoir comment ça FONctionne <↓> alors j'ai récolté des tas d'informations sur euh voilà les outils <↑> les documents <↑> les réflexions <↑> les groupes de travail <↑> le pourquoi du comment <↑> MAIS euh c' qui est assez intéressant aussi c'est de voir CHEZ les décideurs institutionnels QUELS sont les objectifs à long terme si les choses sont posées sur le papier si les choses sont réfléchies si=si y a vraiment une continuité dans le temps aussi

YM : euh là aussi y a des=des choses qui avancent par XX

RLS : par pallier ouais

YM : par pallier tout le monde n'est pas au même niveau hein donc c'est aussi euh uniquement si tu prends historiquement un p'tit peu les Côtes d'Armor étaient en avance à un moment <↑> main'enant il se passe plus grand chose <↑> et euh le Morbihan a essayé de rattraper son retard et bon le Finistère je pense que on est au début d'un phénomène quoi de réflexion globale d'une réflexion globale y a encore peu de personnes élues qui l'ont ça va être=ça va être parcellaire c'est-à-dire qu' y en a qui vont=qui vont penser panneau d'autres qui vont penser plus patrimoine aussi des gens qui pensent langue patrimoine on n'a pas parlé du département tout ça va falloir qu'on parle de ça un peu mais euh que donc contrairement d'ailleurs à ce qui se passe euh en Corse ou au Pays Basque euh l'Etat refuse de mettre des panneaux bilingues directionnels sur les axes nationaux <↓> euh alors que en Corse XXX en Corse c'est le cas et bon quoiqu'en Corse peut-être qu'ils ont des dérogations en admettant euh de par leur statut mais au Pays Basque ils n'ont pas de statut particulier c'est le cas donc c'est bien {interruption de l'enregistrement} (donc faut quand même) accepter que les panneaux bilingues soient sur les voies express <↓> euh : dans le Finistère on a le droit à des panneaux bilingues pour les rivières les rivières qui sont traversées par la voie

express 'fin enjambées euh : et puis on a eu le droit aussi à la modification euh donc au niveau des limites de sorties sorties de voies express le Ker de X a été écrit de façon correcte par rapport au breton et c'est tout voilà euh

26.06

RLS : mais en fait en=en rapport avec Pluguffan là concrètement y a eu donc depuis 97 sur ce groupe de travail qui s'est mis en place

YM : nan 97 c'était c'est une élection c'est depuis 2001

RLS : d'accord donc depuis 2001 un groupe de travail <↑> où l'équipe a sorti donc ce document LA

YM : ce document mais a travaillé sur aut'e chose aussi parce que ici je parle que de l'aménagement linguistique mais euh bon je=je rentre vite fait dans le=dans le bon / donc je finis sur l'aménagement linguistique les actions concrètes

RLS : ok (26.36)

YM : les lignes directrices on les a vues <↑> mon cadre à moi personnel euh : d'aménagement linguistique euh apprentissage former l'interlocuteur et euh et comment

RLS : transmission (26.50)

YM : transmission <↑> donc ça c'est ma façon de voir les choses hein euh ensuite le contenu du programme donc ben là on est vraiment dans la signalétique en fait c'est de dire on va en trois ans a-alors le temps en politique le temps (c'est la vie) en général de la société donc c'est plus long <↑> c'est de sur une certaine durée on va dire trois quatre ans de=de tout passer en bilingue sur la commune tout ce qui relève de la signalétique

RLS : ok

YM : alors ça comprend donc euh ben on va passer dans l'ordre ce qu'on a fait des plaques de rue qui sont déjà posées euh ça va être la signalétique des bâtiments publiques directionnelle directionnelle (en c' qui concerne) les bâtiments publiques c' qui est directionnel aussi dans les zones d'activités <↑> euh la signalétique du patrimoine aussi directionnelle <↑> la signalétique de position sur les bâtiments publiques la signalétique à l'intérieur des bâtiments publiques euh la correction et euh : la mise sous forme corrigée euh de la signalétique des noms de lieux donc ça c'est c'est fait c'est nous ça non [YM parle d'un document qui est sur son bureau]

RLS : non c'est moi ((rires))

YM : ((rires)) d'accord j' regard'rai euh=euh donc y avait des articles dans la presse cette semaine j'ai fait une conférence de presse donc là comment on a procédé un p'tit peu p't-êt' que t'as rencontré d'autres plans ailleurs euh on a fait faire une étude toponymique par l'office <↑> (28.23) alors l'étude elle elle est basée sur le breton parlé à Pluguffan quoi c'est pas un truc euh universitaire où : tu vois (y a) du breton du XV^e siècle c'est le breton parlé aujourd'hui à Pluguffan <↑> donc le=le l- l'agent de l'office rencontre des locuteurs pluguffanais des locuteurs de naissance * et discute avec eux en breton pour aller d' chez vous au bourg vous passer par où donc là (le gars) du coup il va citer l' nom des fermes <↑> à partir de de tout ça euh il va consulter les archives départementales pour voir un p'tit peu si y a pas de:/ et puis il va proposer une étude complète ** avec une carte d'identité pour chaque toponyme ** donc la forme proposée normalisée <↑> * correcte * une transcription euh phonétique plus > ça c'est l'outil XX et puis les formes attestées (comme anciennes) * XX (normes orthographiques) donc là y a deux cents noms nous on utilise à peu près 130 c'est-à-dire que y a certaines formes

qui ont disparu parce que y'en a plus de besoin en termes d'aménagement en termes d'urbanisation donc on va garder ces termes-là en réserve alors nous on est allés un peu plus loin avec les panneaux puisqu'on a aussi profité euh tout ça est venu un p'tit peu en même temps (et heureusement) euh de la numérisation du cadastre <↑> > corriger le cadastre plutôt à partir de ces nouvelles formes hein

RLS : ok

YM : et donc euh et donc ça c'est la partie donc des=des panneaux de lieux-dits donc y a les panneaux de lieux-dits mais y a aussi les grands (plans) qu'on a en campagne donc en plus des panneaux directionnels <↑> et puis pour finir ben euh=euh y a les=les p'tits panneaux enfin des pas des p'tits panneaux mais des panneaux directionnels sur les=les routes départementales à l'intérieur de l'agglomération > qui sont de notre compétence en dehors de l'agglomération c'est=c'est d' la compétence du département

RLS : oui parce que là les panneaux d'entrée et de sortie de ville sont monolingues et pas

YM : non ils sont bilingues entrée de ville ouais ouais mais ça=ça fait depuis c'est même j' veux dire c'est pour le Finistère c'est déjà assez

RLS : vieux

YM : oui non=non voilà > c'était / on en parle même plus quoi euh donc voilà ça c'est le programme

RLS : d'accord

YM : après donc on a mis en place d'autres actions euh on soutient y a une action de soutien aux radios de langue bretonne on soutient radio Kerne (un p'tit) soutien financier on participe aussi on a des=des=des gamins qui sont résidents sur la commune et qui sont scolarisés à Diwan <↑> donc euh la règle ici c'est de donner le forfait scolaire > à tous les gamins scolarisés sur la commune <↓> donc à l'école privée donc forfait scolaire > comme Diwan est de fait de même statut que=que le privé y a le forfait qui est versé pour Diwan aussi donc ça c'est pour l'enseignement < on a euh on a eu des actions avec l'Office sur euh ya d'ar brezhoneg pour les entreprises c'est-à-dire que la mairie a envoyé un courrier signé de=de la maire à toutes les associations et entreprises de la commune pour les inciter à signer donc là tu vois on=on phénomène de d'incitation

31.30

RLS : ouais vous avez une belle association avec l'Office de la langue bretonne aussi quoi

YM : et alors on a on a un contrat de mission <↓>

RLS : ouais d'accord

YM : on a un contrat de mission qui reprend d'ailleurs euh ben le contrat le programme d'aménagement linguistique <↑> euh on a tous les mois un édito qui=qui paraît qui est bilingue traduit par l'Office on a donc euh des éléments de bilinguisme dans le journal municipal

RLS : > sur le document municipal oui

YM : voilà donc tu vois c'est bilingue tout n'est pas évidemment bilingue mais les titres en général euh les titres sont bilingues <↑> * euh donc on a donc l'Office a mis en place depuis p'tête un an un ya d'ar pour les communes donc ça euh ben nous on était déjà dans=dans un contexte favorable donc on a signé le niveau 2 (pour avoir une progression c'est assez politique) XX

RLS : d'accord

YM : on a euh donc tu connais ya d'ar <↑> un peu hein euh y a 28 articles proposés nous on en a retenu 18 <↓> sur 28 <↓> ** euh c' qu'on a fait autrement donc euh > c'est on propose pour les gens qui s' marient une cérémonie bilingue

RLS : hum hum

YM : on a aussi commencé à traduire un certain nombre de textes euh administratifs <↑> en se en prenant référence euh sur une étude qui a été faite par une avocate je crois une avocate basque euh elle a étudié le droit français et elle a regardé ce qui pouvait être fait dans le cadre actuel (selon la désignation sur les langues régionales hein) qui n'ont aucun statut ce qui était autorisé de puisque XX comme langue <↑> y a quand même des choses qui finalement on peut faire pas mal de p'tites choses donc les actes de=de documents de mariage ont été traduits et là on a traduit un certain nombre de=de=de choses qui relève plutôt de l'utilisation interne en mairie c'est-à-dire que là c'est pas encore en place parce que là c'est pareil parce que le papier n'est pas euh les réserves les=les fiches d'inscription pour réserver les salles pour les associations pour les particuliers les dossiers de subventions qui vont euh être envoyés aux associations à remplir sont bilingues tout est tout est bilingue donc on fait tout ce qu'on peut faire quoi

RLS : ok

YM : bon évidemment i' doit y avoir bon faut qu'on travaille là-dessus aussi euh XX on n'a pas de site Internet on n'a pas de site Internet mais euh ça m'arrive moi autrement au cours de travail ben de m'occuper donc euh des convocations

RLS : des comptes-rendus des convocations

YM : ouais pas les comptes-rendus encore des convocations bilingues évidemment euh pour les vœux les CARtes bilingues euh y a on essaie aussi de=de quand c'est possible de faire **des discours publics bilingues bilingues ou pas bilingues ça peut être traduction** donc euh y a pas mal de choses euh :

RLS : mais

YM : dans un autre cas un p'tit peu particulier on a aussi pris l'initiative alors c' qui est intéressant aussi c'est là j' reviens un p'tit peu à notre fonctionnement interne c'est que au départ bon y avait des gens qui étaient pas très branchés sur la question <↑> et p'tit à p'tit ben euh : y a des gens qui sont euh / p't-êt' pas dire acquis à la cause mais qui=qui sont pas des militants forcément mais qui trouvent ça norm- euh norm- tout à fait normal quoi c'est bien c'est normal et ce qu'on a fait autrement c'est=c'est dans le cadre de/ {tt} > du problème du (migrant) euh : y a eu une discussion (où nous demandions une subvention exceptionnelle) le problème de l'intégration XXX et puis y a quelqu'un qui a dit mais là on est en train de pallier ** les compétences de l'état c'est pas donc quelqu'un qui était pas forcément dans=dans=dans le domaine linguistique ben moi j' propose qu'on fasse qu'on vote un vœu * pour la modification de la constitution <↓> donc on a rédigé un vœu où on a la modification de la constitution adressée à Chirac avec copie euh à l'Unesco Parlement Européen pour la ratification de la Charte Européenne et puis euh l'intégration des langues dans les services alors j' l'ai pas amené avec moi mais bon donc c'est marrant copie donc aussi au Premier Ministre et puis au Ministre de l'Education Nationale > donc on a eu=on a eu quelques courriers c'est marrant donc c'est du symbolique c'est-à-dire qu'on va pas donc voilà euh bon c'est du symbolique c'est-à-dire qu'on va pas euh / < donc voilà euh :

RLS : et imaginons qu'il y est euh aujourd'hui un projet de : nouveau quartier * à Pluguffan est-ce que euh ça viendrait à l'idée de l'équipe municipale<↑> de donner * les noms des parcelles euh aux rues aux noms de quartiers

YM : tu veux dire euh utiliser la la micro-toponymie euh c'est=c'est une démarche qu'on a en général c'est de=de=de voir un p'tit peu si euh la toponymie donc effectivement souvent on va construire un lotissement sur une ancienne ferme sur les terres d'une ancienne ferme c'est en général de réutiliser ouais

RLS : ah ouais ouais c'est bien

YM : euh c' que l'on fait aussi évidemment main'enant systématiquement c'est que tout nouveau panneau est bilingue

37.01

RLS : ouais alors justement tu m'as expliqué la dernière fois que tout nouveau panneau est bilingue et qu'en plus les panneaux bilingues sont moins chers que les panneaux monolingues (37.08)

YM: ouais voilà voilà donc voilà là on a fait un travail un peu particulier <↑> c'est-à-dire que quand on a monté ce dossier de subvention euh moi je savais j'avais fouillé * un p'tit peu * je savais que la région aidait euh donc j'ai pris contact directement avec les gens qui étaient au pouvoir à l'époque (Cozan que j' connaissais un p'tit peu tout ça) <↑> et puis voilà un jour j'ai dit bon voilà moi j' suis élu à Pluguffan est-ce que tu peux / vous m' donnez des sous euh combien j' vous demande < ?> parce que j'ai vu que Pontivy ils ont a eu 50 % il m' dit demande 50 % ** finalement on a eu que 20 % parce que après comme c'était quelque chose qui était assez flou (fallait pas) faire pareil quoi on est vraiment aux balbutiements de choses carrées en matière de politique linguistique euh : Caudan avait bossé avec Thomin pour obtenir un truc du temps de De Rohan <↑> bon euh quand tu vois le compte-rendu j'ai lu le compte-rendu de la réunion de l'assemblée régionale ben donc X en fait tu te rends compte que c'est même pas Cozan c'est Thomin qui est à l'origine du truc euh : ça part dans tous les sens et puis bon quelqu'un qui demande mais bon alors qu'est-ce qu'on fait c'est adopté ou quoi l'aide aux communes et puis De Rohan qui dit oui oui c'est bon XX ((rires))

RLS : ((rires))

YM : c'est=c'est=c'est la bricole la plus totale <↑> donc c'est pour ça quand on avait consulté Cozan il nous avait dit demande 50 ** il se trouve qu'entre le moment où il me dit demande 50 et puis le moment où on envoie le dossier euh sur un débat sur le budget en 2002 j' crois 'fin j' sais plus euh l'assemblée a recadré les choses

RLS : XX (39.00)

YM : voilà et donc c'était du 20 % 'fin j'ai eu que 20 % enfin pour la pour la région MAIS en même temps donc bon y a d'autres personnes sur Douarnenez par exemple qui font des choses et tout ça euh ils voulaient mettre des panneaux bilingues pour une zone d'activité je crois donc y a un copain qui s'appelle Pascal (Dutout) qui est un ancien adjoint à Douarnenez là qui m'a dit ouais j'ai envoyé une demande au=au département > (la demande c'est une lettre euh) XX et p'is bon on pourrait p't-être faire quelque chose quand même quoi **ah ouais donc on a pris rendez-vous euh on a fait un courrier et puis bon comme on est du même bord politique donc y a pas de et puis c'est plus facile quoi on a rencontré l'adjoint à la culture on est arrivé au rendez-vous avec nos cravates* logique c'était un supérieur hiérarchique et finalement c'était qu'un mec (qui s'occupait pas d' ça) et euh donc on a rencontré euh X c'était X à l'époque qui s'occupait de la culture et puis Henri Le Gac qui s'occupaient de la langue et on leur a

fait une proposition donc ben nous voilà voilà notre dossier y a Douarnenez y a Landerneau aussi euh bon est-ce que vous pourriez pas faire comme la région quoi et puis ben au bout d'un an et demi parce que c'est relativement long et pis faut qu' ça et bien le département donc comme j' te disais a accepté / par contre ça ah ouais ça j'ai pas y a tellement de choses déjà / a accepté de créer donc deux lignes budgétaires et on doit on doit les avoir dans les XX

RLS : voilà c'est de ça dont tu me parlais l'autre fois votre fameuse <↑> ok (40.32)

YM : deux aides (deux lignes d'aides) une qui concerne ben la réalisation d'études toponymiques <↑> ***

RLS : ouais

YM : donc le coût de l'étude est aidé à 20 % alors en même temps une étude c'est bon ça peut avoir un coût mais c'est rien par rapport à / et euh c' qui NOUS nous intéressait plus * c'est parce qu'en fait notre étude à partir du moment où on a déjà un contrat de mission avec l'Office et que l'Office j' sais plus on nous avait dit que l'étude pouvait pas être (aidée) j' crois boh donc y avait un programme d'aide pour la signalétique *** > en gros ce qu'on a là quoi euh c'est-à-dire les plaques de rues bilingues ** euh les la signalétique directionnelle des bâtiments publiques de toutes façons c'est nous qui avons fait ça *** y a juste un truc qui nous XX c'est la signalétique intérieure X

RLS : à la charge de

YM : ouais voilà oh ça va pas loin hein c'est pas ça qui coûte cher

RLS : hum

YM : donc euh donc maintenant effectivement euh **quand tu poses une plaque de rue une plaque de rue qui coûte 50 euros hors taxe (...) c'est vrai que t'as quatre fois cinq 20 20 euros qui sont pris en charge donc il te reste oui 30 euros à la commune à payer donc si tu la fais bilingue ça te coûte 30 euros si tu la fais monolingue ça te coûte 50 euros**

RLS : ok

YM : pour les pour les finances de la commune

RLS : ouais ouais bien sûr ouais

YM : mais la=la=la=la plaque si tu veux ne va pas en elle-même elle va pas coûter beaucoup plus cher bon elle est un p'tit peu plus grande mais {pfff} c'est pas

42.38

RLS : donc en fait concrètement donc aujourd'hui à Pluguffan on en est LA euh avec un document euh qui éclaire très bien les choses et qui dit comment ça marche <↑> des actions du type à chaque fois qu'il y a un nouveau panneau il sera bilingue <↑> une aide du département en plus pour financer les panneaux

YM : juste je précise quand même euh nous on a décidé si tu veux de=de=de on aurait pu avoir une politique bon on est une petite commune donc on pouvait se le permettre d'une certaine façon euh on aurait pu avoir la politique de dire on va faire du renouvellement en bilingue seulement le renouvellement <↓> mais pour avoir les aides de la région et du département faut que ce soit une action programmée c'est-à-dire qu'on change toutes les plaques <↓> ** c'est pas une plaque la région ou les départements ils vont pas aider ** pour euh

RLS : pour un panneau de 50 euros

YM : voilà alors t'as quatre plaques dans l'année euh enfin j'exagère donc c'est et **puis faut montrer quand même et c'est l'intérêt <↑> que t'as une volonté politique vis-à-vis de la langue si c'est pour profiter de la situation euh**

RLS : hum XXX

YM : voilà donc nous la particularité de notre action c'est que c'est vrai que on condense un p'tit peu dans le temps euh toutes les actions de l'aménagement linguistique <↓> on fait tout dans une durée > qui est assez restreinte mais parce qu'aussi on est=on est pas une ville de 100 000 habitants évidemment une ville de 100 000 habitants ne peut pas changer toutes ses rues ses plaques de rues en un an

RLS : c'est sûr oui

YM: c'est pas l' même coût et c'est même pas

RLS : (oui matériellement faut pouvoir le faire en plus oui)

YM : et puis les aides ne concernent pas les villes de 100 000 habitants

RLS : ah oui d'accord y a une condition là-dessus aussi

YM : j'ai plus le chiffre en tête j'pense que c'est dans les 20 000=20 000=20 000 habitants

44.19

RLS : ok et donc euh : ouais j'allais dire après=après tout ça en fait quand vous êtes en Conseil Municipal vous dites bon alors voilà ya telle rue telle rue telle rue on va euh changer le panneau <↑> comment ça marche < ?>

YM : alors comment ça marche euh pour les plaques de rues euh j' vais te donner ça validation du programme de l'aménagement linguistique j' le fais vite fait 2001 définition du programme XXX demande de subvention étude toponymique 2003 signature du contrat de mission choix ** du modèle des plaques ** et des panneaux de lieux-dits donc on a commencé par euh plaques de rue et les panneaux de lieux-dits hein

RLS : d'accord

YM : euh tu veux=tu veux qu'on fasse ça qu'on détaille les ces deux =ces deux actions-là pour voir comment on l' fait concrètement c'est ça

RLS : ouais c'est ça ouais

YM : d'accord j'commence par (les plaques de rues)

RLS : parce qu'en fait ça marche euh ça marche pour tous les types de panneaux pareil <↑> ou c'est en fonction euh

YM : nous nous on a fait comme ça y a d'autres qui l'ont fait autrement d'autres communes euh y a des communes qui ont par exemple pour les plaques de rues ont voulu changer p'tit à p'tit tu vois sans prendre le problème globalement <↓> **(45.29)** nous on a pris le problème globalement <↓> c'est-à-dire que pour ma pré-étude moi j' suis allé voir la responsable des services techniques j' lui ai demandé y'a combien de plaques de rues sur la commune

RLS : d'accord <↑>

YM : y avait la liste des noms de rue et avec les plaques donc on a chiffré euh on a ces éléments-là ont servi à faire le devis

RLS : ok **(45.46)**

YM : donc j'ai fait la même chose pour les panneaux de lieux-dits

RLS : donc ça c'est les services techniques de la mairie qui te donnent toutes ces infos

YM : voilà j' lui ai demandé y a combien de=de panneaux de lieux-dits ben on a regardé (bon les noms de lieux hein) puis bon on a fait à la louche au départ pour la pré-étude on a tout détaillé quoi hein * plaques de rue les panneaux de lieux-dits la signalétique directionnelle bon là y avait pas grand-chose tout était quantifié comme ça <↑> ensuite concrètement quand on attaque une action donc * pré-étude euh accord de l'équipe municipale d'abord alors ça passe j' t'ai sorti ça aussi donc tu peux garder

ça c'est pour toi <↑> euh : donc j'avais fait ça euh <→> mise en en place d'actions dans le cadre de l'aménagement linguistique d'une action communale

RLS : ok

YM : phase préparatoire XX donc l'outil municipal met sur pied un groupe de travail <↑> à partir du document de l'Office donc on a on a défini les actions concrètes qui constituent le programme nous on a tout pris (...) du groupe de travail la culture chez nous et puis après c'est pas passé en conseil municipal parce que ben parce que y a pas de délibération sur le fait qu'on au départ qu'on=qu'on valide le truc ou PAS <↑> déjà en commission ça suffisait si tu veux

RLS : d'accord

YM : ensuite euh une entreprise pour une pré-étude pour déterminer les coûts la pré-étude est présentée dans les commissions disons compétentes LA c'est accepté ou pas si c'est trop cher on fait pas (...) pour préparer le dossier de subventions <↑> c'est là que la=la décision est importante le dossier de subvention est VALidé par le conseil municipal y a un vote en délibération c'est c' que tu as ici c'est c' que tu as là t'avais un courrier ch' sais plus où c'est euh ça c'est les normes de subventions ça c'est c' qui va c'est c' qui va avec quoi c'est ça tu vois délibération demande de subventions

RLS : d'accord (47.57)

YM : donc demandes de subventions donc LA à partir du moment où tu demandes les subventions c'est que tu veux faire les travaux

RLS : ouais ouais ok * ok

YM : d'accord <↑>

RLS : ouais ouais hum

YM : ensuite une fois que ça c'est FAIT <↑> * tu attends les réponses * des collectivités * qui donnent leur accord ou pas

RLS : hum hum

YM : (avec le taux ou pas) donc si le taux est conforme à ce que t'as demandé à peu près

RLS : ça marche

YM : ça marche tu continues <↑> donc là tu vois tu fais (si c'est) validé ou revu comme ici donc on a avec l'office un contrat de mission pour l'aspect technique <↑>

RLS : d'accord c'est obligatoire que ce soit avec l'office ça peut pas être avec quelqu'un d'autre

YM : ben disons que c'est le seul organisme c'est un peu un organisme qui a été mis en place par la région ** euh qui est un peu une référence s' tu veux sur toute la Bretagne donc euh : nous ça nous semblait euh logique on voyait pas QUI tu vois qui d'autre
48.47

RLS : si y avait quelqu'un d'autre qui s' 'tait proposé < ?>

YM : *** {pfff} j'en sais rien

RLS : ouais ok

YM : j'en sais rien euh : < ben à partir du moment où c'est un p'tit peu un truc euh un organisme officiEL quoi au départ qui a un caractère comm= comme l'Office de la langue galloise ou comme =comme d'autres organismes euh ça nous a paru évident de travailler avec eux bon donc après on a on les a rencontrés plusieurs fois et puis on a vu un p'tit peu comment=comment ils voyaient les choses aussi bon par exemple sur les études toponymiques ils nous expliquaient euh le côté aussi un p'tit peu normalisation c'est-à-dire que y a beaucoup de noms de lieux en Bretagne qui se ressemblent mais qui s'écrivent de façon différente donc l'idée c'était aussi

d'harmoniser parce que t'as aussi les services de sécurité qui prônent aussi une certaine harmonisation des noms de lieux quoi ker hascouet ou ker j' sais pas ker on va dire ker hascouet écrit de quinze façons différentes surtout que bon c'est une langue donc normalement y a une orthographe

RLS : ouais

YM : voilà donc c'est la norme euh donc à partir de là maintenant on rentre dans la phase pratique c'est-à-dire bon si tu prends les plaques les plaques de rues ben on a demandé des devis alors après t'as à savoir si t'es maintenant c'est des nouvelles règles mais on est sur les marchés publiques hein en fonction d' ton (temps) d' travaux

RLS : donc tu demandes les devis tu les envoies à qui <?>

YM : alors là on était à l'époque les règles étaient différentes étaient plus souples (50.23) donc en fait moi j'ai / j' m' suis renseigné avec d'autres communes <↑> pour savoir euh qui étaient les fournisseurs les principaux fournisseurs par exemple les gens les fournisseurs de plaques de rues les boîtes qui fabriquent les plaques de rues j' leur ai demandé des catalogues

RLS : c'est qui qui fait ça

YM : alors t'as l'entreprise La Croix <↑> qui fait beaucoup de signalétique t'as S.E.S t'avais une autre boîte euh

RLS : qui sont des entreprises LOCAles 'fin elles sont situées

YM : ah non non des trucs des gros trucs national ou international hein La Croix c'est national

RLS : ah ouais donc t'envoies ton devis à Paris je ne sais où au siège enfin

YM : voilà voilà voilà bon y a des agences locales quoi

RLS : d'accord

YM : t'as une agence à=à Quéven <↑>

RLS : d'accord

YM : t'as trois ou quatre donc tu demandes des devis <↑> en général ils sont sympas ils t'envoient euh des plaques alors après y'a l'aspect technique par exemple tu vois sur les plaques y a des plaques en alu y a des plaques en comment ça s'appelle j' me rappelle plus en acier en acier émaillé je crois alors le problème de l'acier émaillé c'est très joli c'est les plaques qui a à Paris tu vois XXX

RLS : d'accord

YM : mais dans une zone comme la Bretagne dans une région où tu as un climat tempéré euh et humide comme dit l'autre dès que t'as un éclat qui vient qui vient casser l'émail euh donc en dessous ça rouille quoi donc euh donc on a privilégié un=un matériau comme l'aluminium hein tu vois t'as le choix technique après t'as le choix esthétique

51.57

RLS : la graphie de la lettre le type de graphie

YM : alors entre c' que y a aussi ce que te propose la boîte quoi y a le prix évidemment le prix on va regarder le prix d'abord mais bon si tu veux le prix a fait très rapidement opter pour un pour le choix de boîte et après là-dedans on a privilégié en fait ça c'est celle qu'on trouvait la plus jolie c'est celle qui était la par le prix la moins chère donc y a pas eu de problèmes quoi mais y aurait pu hein donc c'est des choix en commission là là on a travaillé en commission travaux avec le groupe de travail sur la langue on associe les deux tu vois des fois on travaille XX

RLS : en sous-commissions

YM : si tu travailles avec le groupe de travail t'es obligé de passer en commission tu perds aussi du temps et bon là c'est du domaine des travaux c'est pas du domaine de la langue bon après y a eu bon euh le choix effectivement le choix de la police on était un peu limité XX y a des choses que tu maîtrises pas non plus des fois quoi donc j'aurais préféré une écriture plus visible ** bon il se trouve que bon ça fait trois ans que je suis élu quoi j' suis ça fait pas trente ans que j' suis / c'est pas des amis de trente ans donc après une fois qu'on a défini le modèle ** entre temps bien évidemment on a fait travailler l'Office sur les traductions <↑> alors il se trouve qu'on a mené de front deux choses volontairement d'ailleurs euh les plaques de rues la désignation des plaques de rues et la toponymie

RLS : hum hum

53.37

YM : donc euh maintenant j' vais revenir sur la toponymie (...) donc toponymie étude de l'office l'office va sur le terrain fait une étude ensuite nous on met en place euh **un groupe de relecture entre guillemets de sages (on peut dire) de bretonnants de Pluguffan bretonnants de naissance qui savent peut-être pas l'écrire ou le lire mais c'est pas=c'est pas le propos <↑>** euh : différents de ce qu'ont été enregistrés <↑> qui vont relire euh l'étude alors pas toute l'étude parce que nous déjà on aura sélectionné les toponymes dont on a besoin

RLS : oui

YM : donc on regarde avec eux on corrige on change on travaille avec l'office on dit bon ben voilà ça on vous proposerait plutôt ça euh c'est=c'est des=des détails genre on met l'article on met pas l'article bon sachant que l'office sera / a comme politique d'essayer de changer le moins possible les choses ** qui sont déjà en place euh l'idée c'est pas de revenir aux formes du XV^e siècle c'est des formes parlées aujourd'hui quand même

RLS : ok

54.40

YM : voilà au plus près du terrain donc une fois que euh donc on a mis en place ce groupe de relecture on leur a proposé de regarder ce qui a été proposé pour les plaques de rues pour les traductions comme ça

RLS : au niveau traduction

YM : de l'office

RLS : du breton vers le français ou du français vers

YM : du français vers le breton hein ouais c'est-à-dire pour les noms de rues

RLS : ouais

YM : alors dans les noms de rues ce qui est intéressant c'est qu'on a à peu euh près trois ou quatre domaines de=de désignation <↓> c't-à-dire que tu as les noms de rues qui désignent les patronymes tu as les noms de rues qui désignent les toponymes qui utilisent des toponymes <↑> et puis t'as en gros les autres * pour les toponymes la règle veut qu'on fasse comme pour les panneaux de lieux-dits c'est-à-dire qu'on utilise la forme c'est la règle de l'Unesco <↑>tu écris le toponyme dans sa langue d'origine conformément à son orthographe actuelle si le toponyme est en français tu écris en français dans ses règles d'orthographe française <↓> s'il est en breton on l'écrit en breton tel qu'on doit l'écrire aujourd'hui donc on a respecté on a essayé de respecter ces règles pour les plaques de rue mais politiquement c'était (trop) difficile à faire passer c't-à-dire que on a eu euh un p'tit peu de frottement là à ce niveau-là euh un

certain nombre d'élus euh n'était pas d'accord qu'on ben que les noms de rues changent des changements touchent une population beaucoup plus importante que dans une que dans un point de vue local quoi on a pas c'est vrai respecté la règle de l'Unesco et **on est parti sur une forme bilingue c' qui est dommage mais bon**

RLS : pour satisfaire aussi la population

YM : là c'était pas la population c'était plus politique

RLS : ouais ** ok

YM : bon c'est du compromis hein si tu veux un compromis bon p't-êt' que dans vingt ans ça sera pas un problème quoi tu vois c'était j' vais te prendre un de la liste (...) (inella) et izela donc normalement on aurait dû mettre rue straed garder seulement cette forme-là (kerrun izela) écrit correctement parce que là c'est=c'est bon c'est pas passé donc on a on a les deux formes quoi

RLS : d'accord

YM : alors ici c'est euh ici on a pas eu de problème ** on a rue straed XX=XX deux fois

RLS : hum * hum hum ** ok

57.23

YM : donc euh ensuite si on a enchaîné pour les plaques de rues une fois donc ça c'est=c'est bon euh c' qu'on a fait donc comme on a mené les deux en même temps euh : // bon j' finis sur les toponymes parce que (ça va être dur en même temps) une fois que le groupe de=de relecture a travaillé on a présenté ça en commission donc d'abord en groupe de travail puis en commission là donc c'est l'aspect politique hein d'accord pas d'accord bon euh en sachant que donc on a expliqué la démarche de=de par rapport à la population c'est-à-dire d'abord des présentations dans le bulletin municipal des propositions de correction hein de noms de lieux ensuite donc cette étude est en mairie pendant deux à trois mois avec un cahier de doléances donc là on a eu à peu près quinze ouais une quinzaine de personnes qui sont qui ont eu un avis négatif y a eu aussi des gens qui ont eu un avis positif aussi sur la démarche euh ensuite on a envoyé un courrier à toute tous les foyers alors c'était pas un courrier pour avoir un accord c'était pour expliquer on expliquait la démarche et puis voilà (on dit on a tout préparé XX) donc la période euh de concertation a duré un mois un mois et demi et ensuite ben le vote

RLS : d'accord

YM : la délibération et donc on a délibéré sur une nouvelle forme <↑> corrigée ** comme ça et chose qui est un petit peu nouveau euh même si donc le breton n'est pas une langue officielle beaucoup officielle en Bretagne <↑> euh **on a validé une forme bretonne**

RLS : pour toutes les rues ok

YM : **voilà les ces noms de rues en breton sont ont le tampon préfecture l'état a mis son tampon en sachant que la forme dite française reste la forme administrative** on a pas été jusqu'à parce que y a eu des problèmes techniques l'argument c'est des problèmes techniques c'est politique aussi euh parce que bon moi j'aurais aimé évidemment que l'adresse officielle des personnes soit l'adresse bilingue alors ça peut être lourd mais=mais bon on a les panneaux euh

RLS : ouais ouais ça a déjà bien avancé quand même

59.51

YM : voilà alors pour les=pour les lieux-dits donc après c' qui fait enfin avec les plaques ben les poser

RLS : ok donc c'est les services techniques de la mairie qui les posent

YM : ouais ouais pour les petites communes c'est ça bon p't-êt' que dans les grandes villes dans les grandes villes c'est posé par

RLS : oui parce que quand j'expliquais le panneau le coût du panneau à Rennes pour euh l'histoire de capitale

YM : oui oui mais là en plus

RLS : euh capitale de la Bretagne ou pas

YM : c'est l'état qui paie le panneau ou c'est la ville

RLS : non c'est la ville c'est la ville et euh en plus enfin là c'est la d d e qui apparemment se charge de tout en fait se charge de créer le panneau et de

YM : commander et de poser

RLS : voilà

(...)

RLS : donc voilà mais là je suppose que c'est pour les communes de plus de 100 000 habitants peut-être ou quelque chose comme ça peut-être un peu moins

YM : c'est peut-être aussi étudié par rapport au fait que t'as une route nationale parce que c'est compétence de l'état <↓> ** en fait dans les routes t'as trois niveaux tu as les routes nationales

RLS : ouais

YM : tu as les routes départementales qui sont gérées par le réseau appartient au département et maintenant depuis la décentralisation de 2000 : : euh 3 2003 p't-êt' ** enfin enfin les lois Raffarin y a une partie du réseau national qui est transférée au département une toute petite partie euh en Bretagne ça représente euh=euh quasiment rien ** malheureusement d'une certaine façon parce que si c'était tout était transféré on pourrait avancer sur le bilinguisme sur les voies nationales mais là on est encore coincé en tous cas c'est pas le département qui va le faire ils ont dû transférer en Bretagne les=les accès aux=aux voies express parce que t'as les pénétrantes par exemple à Quimper t'as une pénétrante qui va de la voie express jusqu'à la première sortie quand tu viens de Lorient Troyalach euh qui vient donc de Troyalach de l'échangeur jusqu'à pour les banlieues quimpéroises cet axe-là est actuellement national <↓> ça va passer au Conseil Général je crois t'en as d'autres euh c'est surtout ** quand t'as des nationales qui rentrent dans des agglomérations par exemple quoi

RLS : ok

YM : donc t'as ce niveau-là les nationales * départementales * et les voies communales alors les voies communales souvent t'as peu de signalétique hein nous on n'en a pas enfin si on en a un p'tit peu *** donc une fois qu' ça c'est voté pour les panneaux de lieux-dits c'est pareil hein c'est-à-dire que nous on a / on était dans des conditions au niveau marché publique qui nous permettait de ne pas faire d'appel d'offre par contre on avait demandé des devis on a fait un choix de panneaux <↑> euh alors y avait aussi par exemple tu vois euh tout bêtement euh le moment où j'avais fait une demande j'savais plus que Rostronen avait changé ses et eux avaient utilisé des panneaux en porte-à-faux qui permettaient d'être vus des deux côtés

RLS : d'accord oui

YM : donc ça coûtait plus cher on a fait le choix de rester dans un truc classique donc une fois que t'as / alors pour faire c' boulot-là enfin il faut quand même dire c'est que d'abord c' que j' vais j' les ai pas emmené avec moi parce qu'on peut pas tout amené euh : un relevé complet de la signalétique existante <↑> des 160 panneaux de lieux-dits <↑>

RLS : ça c'est les services techniques qui s'en occupent ah ouais ((rires))

(01.03.20)

YM : c'est moi qui l'ai fait

RLS : avec ta voiture tu te promènes sur les routes de la commune et puis tu notes

YM : voilà j'avais fait une fiche j'avais fait = j'avais fait euh j'avais fait une carte d'identité pour chaque panneau en notant sur son état de santé j'ai envie d' dire en quel état il est et sa forme **(01.03.40)** parce ce que ce qu'il faut dire c'est que dans l'ancienne équipe municipale y avait eu un début de changement de toponymie XX mais l'ancien maire lui il avait dit il avait fait faire une étude par c'était avant l'office de la langue bretonne c'était le service de la langue bretonne de l'Institut Culturel et il avait donc y a quelqu'un qui avait fait une étude <↑> et p'is bon qu' était très bien hein qui reprenait en gros ce que nous mais après il avait dit il avait présenté à la population dans le bulletin municipal bon ben maintenant vous choisissez soit la forme bretonne soit celle que vous avez maintenant donc y a à peu près un tiers qu'avait été corrigé quoi donc y a des panneaux qui sont bons qui ont pas été changés

RLS : ouais bon

01.04.20

YM : donc j'en suis où

RLS : euh à=à ton=ton p'tit voyage sur les routes de la commune <↑> ((rires))

(01.04.30)

YM : voilà t'as 160 panneaux là t'as 30 pages euh au micro là j'ai fait un truc avec une p'tite carte d'identité flèche à gauche flèche à droite 'fin sens de la flèche année en gros de l'âge du panneau quoi et puis après donc euh : parce que pour faire la commande de panneaux faut quand même savoir si la flèche est à gauche ou à droite

RLS : c'est mieux

YM : c'est mieux et une fois donc que ça c'est fait et que tout le travail préparatoire est fait donc tu commandes quoi tu commandes donc ça c'est validé y a deux temps dans la validation y a la validation du projet et après y a la validation des formes <↓>

RLS : ok

YM : seulement pour ce qu'on va dire ce qui est lié au lieu quoi

RLS : ok

YM : alors sur la signalétique directionnelle comme tu fais du bilinguisme y a pas euh quand tu mets mairie ty ker y a pas à délibérer on met mairie ty ker

01.05.30

RLS : d'accord ok et ça pose de problèmes à personne qu'il n'y ait pas d' délibération 'fin par exemple en posant même mairie ty ker y a jamais eu des œufs balancés sur la mairie quoi ((rires))

YM : non mais y a eu délibération si tu veux au départ quoi y a une délibération sur le fait que euh=euh la mairie décide de mettre en œuvre un programme d'aménagement linguistique qui comprend la pose d'un jalonnement directionnel des bâtiments publics

01.06.00

RLS : donc on s'en tient à ça et puis c'est tout mais la population n'a jamais réagi défavorablement à ce type de=à ce type de chose en fait

YM : euh : globalement non si tu regardes par exemple sur les panneaux les changements de d'orthographe hein de noms de lieux alors déjà c'est vrai qui sont y a pas d'énormes choses qui changent euh y a eu donc sur les 1500 courriers envoyés on

trouve une vingtaine de personnes à qui ça pose problème ou qu' ça a pu poser problème

RLS : d'accord ouais ouais

YM : alors c' qu'on a fait aussi j'ai pas fini quand même sur la démarche de concertation c'est que donc sur les vingt personnes qui n'étaient pas d'accord bon les gens qu' étaient d'accord y a des gens y a une dame qui venait de Paris elle me dit oh c'est super j' viens de voir dans le bulletin municipal ça fait trois mois que j'habite à Pluguffan que vous faites des choses pour la langue ah c'est bien et tout donc c'est la Bretonne qui revient enfin en Bretagne qui a vécu à Paris et 'pis là elle a profité j'aurais voulu euh donner un nom à ma=à ma maison comment on dit euh donc on l'avait mis en contact avec l'office voilà ouais y a des gens qui disent bon ouais c'est bien et puis y a des gens qui disent sont pas d'accord en fait la principale euh opposition si on veut c'est de dire c'est les gens qui comprennent pas y a des gens qui comprennent pas alors y a des gens qui sont opposés aussi d'un bord politique parce que c'est à gauche et qui vont

RLS : mitrailler euh

YM : mitrailler <↑> t'as les gens qui même s'ils vont au-delà de ça qui sont d' droite vont dire ouais moi j'ai dans mes archives j'ai dans le cadastre de machin la forme donc c'est c' qu'on a là-d'dans hein la forme quinze cent machin ça a toujours été écrit comme ça tu vois alors c'est là qui faut leur expliquer que ** euh tu leur expliques la règle de l'Unesco <↓> * alors bon ((rires)) s'ils en ont rien à foutre de l'Unesco tu peux pas

RLS : c'est leur problème oui

YM : tu leur dis voilà bon tu vas pas aller jusque là mais bon en fait pour essayer d'avoir une PAIX linguistique hein ((rires)) pour que les choses soient apaisées là-dessus tu prends une règle parce que puis c'qu'il faut aussi s' dire c'est que quand tu as une langue minoritaire si tu commences parce que y en a qui nous ont dit bah vous avez qu'à traduire faudrait traduire traduire les noms de ferme quoi ferme de ferme truc alors j' leur dis mais si on commence à faire ça <↑> dans 50 ans / on en a un exemple d'ailleurs sur Pluguffan / dans 50 ans le mot en breton il a disparu

RLS : ah bah oui

YM : c'est clair et là on avait un exemple y a 30 ans c'était en breton ça a été mis en français > les trois croix et quand nous on a dit ben nous on l' REmet en breton an ter kroaz alors là ça a été la crise sauf que y a des gens qui sont là dans la commune depuis plus de trente ans et qui savent que bon ils nous ont dit bon effectivement on a toujours moi j'ai toujours quand j' suis arrivé à Pluguffan c'était en ter choaz c'était pas les trois croix donc c' qu'on a fait donc on a été voir tous toutes les personnes qui avaient des soucis alors c'était marrant parce que souvent j'ai vu bon faut prendre deux heures hein ** tu viens alors tu discutes d'abord tu dis pas pourquoi tu viens ben ouais t'es en zone rurale t'es pas à la ville bon moi je j'allais toujours avec mon adjoint à la culture qui est vraiment ancré à Pluguffan le gars connu de tout le monde quoi c'est plus simple et puis bon rentrez bon ben on vient pour ben t'as mis un mot dans le bulletin enfin dans l' cahier ouais ouais ouais et puis bon vous allez boire un coup il ouvre la bouteille de rouge enfin et puis et puis le gars j' m'en rappelle bien parce que c' était assez hallucinant euh il commence à partir sur des trucs ah ouais y a l' mot-là j' te rappelle le mot-là et pis toutes les formes c'était avec une prononciation un accent c'était MEME le nom le nom d'où il habite le nom de la ferme en français il le prononce bien en breton si tu veux tel qu'on l'a écrit nous il s'appelle le nom c'est /tigo/avant

c'était (/tino/) et euh lui il prononce /tigo/ mais il était pas d'accord qu'on écrive /tigo/ * bretonnant <↑> ((rires)) TOUS les termes si tu veux TOUS les termes les noms de fermes qu'il a utilisés pendant les deux heures <↑> ** c'était en BRETON c'était le truc que nous on METTAIT quoi mais il était CONTRE alors ça c'est bon on atteint pt'-être des summum et puis t'as des gens qui on a eu quelques y a des marrants aussi quoi des gens qui sont contre parce qu'ils sont contre ** et on a eu un qui nous a dit ça sera le panneau actuel sinon y aura pas de panneau du tout tu vois déjà le mec avec son fusil quoi ben quand le mec des services techniques est venu changer le panneau

RLS : ((rires)) avec la pioche pour venir déterrer le truc
YM : voilà voilà quand le mec des services techniques est venu poser le panneau <↑> le gars lui a arraché le panneau des mains il a volé le panneau là on a pas porté plainte quoi mais bon à la limite on pourrait porter plainte quoi comme c'est un endroit où ils sont deux frères l'un à côté de l'autre il a refait pareil il a piqué l'aut' panneau aussi alors qu'on avait mis si tu veux une clause en oeuvre dès le départ là où y a des gens des difficultés sur sur la nouvelle forme on officialise au niveau du cadastre la forme corrigée mais pendant deux ans on va laisser le le vieux panneau pour laisser le temps aux gens le temps de se familiariser donc nous on voulait juste mett' un deuxième panneau XX tu vois y a quand même un mode même si les gens ont des difficultés on laisse le temps aux gens de / alors l'autre difficulté aussi qu'on a pu euh trouver bon c'est rare ça arrive quand sur un toponyme tu as euh la prononciation du toponyme en breton est différente de celui en français parce que les règles d'orthographe sont différentes par exemple Tangi t a n g i en français c'est /tãʒi/ alors=alors c' qu'on a fait pour faciliter euh tout ça c'est que quand on a édité dans le bulletin la liste des noms de lieux des nouveaux noms de lieux on a édité aussi un p'tit lexique de prononciation du breton <↓> euh que l'on mettra aussi quand on aura édité des panneaux des panneaux le plan de la commune on mettra un p'tit lexique pour expliquer comment

RLS : ah c'est sympa ça (01.12.39)

YM : comme ici tu vois ** donc par exemple ** avec exemples tu vois

RLS : ouais ouais c'est bien

YM : le n tilde ((ñ)) qu'on trouve en breton le breton réunifié si on veut on l' prononce pas ici <↓> en règle générale s' tu veux euh c' qui se passe c'est que les gens <↑> ce qu'on leur dit c'est que vous aviez l'habitude de prononcer vos noms de lieux d'une certaine façon ben grosso modo ça va pas changer <↓> parce qu'en général c'est juste l'orthographe qui tu mets un d au lieu d'un t souvent tu vois

RLS : oui et puis ça faut pas que ça change ça changera avec le temps mais mais c'est chez eux

YM : oui et puis même ils prononcent bien en breton en général la plupart du temps * la prononciation change pas sauf bon là Ker Tangi bon là y avait Ker Dangi parce qu'en breton ils le disent Ker Dangi mais c'est écrit Ker DanJI ** parce qu'ils sont ils ne maîtrisent pas la le breton à l'écrit ils savent pas l'écrire ni le lire donc **ils le prononcent tel qu'ils le / ils font référence à la langue à l'écrit qu'ils savent lire <↑> le français**

RLS : ah ben forcément

YM : ben ouais

01.13.56

RLS : et euh donc tu disais que t'es élu depuis trois ans ici seulement

YM : depuis 2001 donc ça fait pas trois ans hein

RLS : depuis 2001 ok et ça fait longtemps t'es t'es pas d'ici du coup

YM : **ben moi j'ai vécu 'fin j' suis pas d'ici** > enfin mes parents sont pas d'ici mais j'ai toujours vécu à Pluguffan euh mais non j' suis pas issu d'une famille historique tu vois une grande FERME (j'ai pas des terres euh)

RLS : et donc oui tu vis à Pluguffan forcément

YM : oui je vis à Pluguffan j' suis pas parachuté

RLS : et j' peux te demander ton âge aussi s'il te plaît

YM : 69³⁴²

01.04.30

RLS : et une p'tite dernière question très générale en fait par rapport à tout ça c'est est-ce que selon TOI il y a des liens entre euhc donc tout ce côté euh CULTure bretonne et ECONomie < ?>

YM : *** alors vas-y précise ta question

RLS : économie de de la commune <↑> du pays <↑> de du département <↑>

YM : forcément

RLS : et euh est-ce qu'y a vraiment une interaction entre les deux un lien entre les deux < ?>

YM : est-ce qu'il devrait y avoir ou est-ce qu'il y a < ?>

RLS : est-ce qu'il y a * pour toi < ?>

YM : c'est=c'est un peu vaste comme question comment j' vais répondre à ça euh bon j' vais p't-être pas répondre directement mais euh bon c'est clair c'est clair si tu prends l'aspect par exemple du point de vue économique **le tourisme * le fait d'avoir une langue minoritaire c'est un plus = c'est un plus parce que bien souvent c' qu' est assez étonnant d'ailleurs c'est que euh les gens les plus favorables à la langue ou à l'inverse les gens les plus réfractaires c'est les bretons eux-mêmes les gens les plus favorables c'est souvent les gens qui viennent de l'extérieur qui voient ça comme un atout** *** ils voient ça comme une richesse c'est pour ça qu'on qu'on dès le départ sur les principes c'était de faire le lien en disant euh / et même sur les toponymes / euh la langue bretonne elle appartient euh c'est le patrimoine de l'humanité c'est pas c'est pas la chasse gardée de quelqu'un ou de tu vois <↑> euh donc euh les panneaux les noms de lieux c'est pareil y'a des gens qui disent ben ouais c'est mon nom de lieu ben non c'est pas ton nom de lieu parce que comment on va dire comment on va faire si par exemple on te demande ton accord on va changer ton nom de lieu et toi t'es pas d'accord parce que tu dis c'est mon nom de lieu mais imagine t'es en location dans trois ans t'es plus là pourquoi toi tu vas quelle est ta comment dire pas ta compétence mais ton droit

RLS : ta prédominance ton jugement là-dessus

YM : voilà quel droit tu as bon parce que tu habites là < ?> quelles sont tes compétences dans dans une dans une langue tu la maîtrises pas t'es pas d'accord mais tu la maîtrises pas alors dis pas dis pas qu' c'est pas bien t'as l' droit d'avoir ton avis mais tout ça c'est c'est difficile <↑> même si t'es le propriétaire y a eu des gens avant toi y a une histoire le monde il a une histoire là on est dans le patrimoine quoi on est pas c'est comme si tu disais bon j' viens d'acheter un château là un beau manoir j'aime pas les manoirs j' vais virer toutes les pierres c'est pas moderne j' vais mettre du verre tu vas dire ah ouais ((rires))

RLS : ça pourrait être beau hein

³⁴² Yannick Menguy indique son année de naissance : 1969.

YM : oui oui mais tu vois / alors pour revenir sur l'économie bon y a des liens ouais euh bon en même temps euh j' vais faire référence à=à Fischman c'est pour l'instant la langue est pour l'instant perçue comme euh enfin en tant que langue de communication hein comme suffisamment forte pour euh pour être un plus pour l'économie réellement dans son utilisation elle elle est utilisée on va dire / probablement d'ailleurs / pour l'aspect symbole identité quoi on va mettre souvent on voit des pubs on va utiliser le breton mais c'est pour l'aspect symbole d'identité quoi on va mettre /souvent on voit tu vois des pubs où on va utiliser du breton mais c'est sous l'aspect symbole /euh mais c'est aussi logique puisque euh vu le nombre de locuteurs à l'heure actuelle les locuteurs s' tu veux l'utilisation elle est pas elle est pas réelle dans le monde dans le monde économique quoi

RLS : ok

YM : mais elle est c'est important que l' monde économique s'en inquiète aussi euh dans=dans les politiques globales c'est évident que tous les domaines de la société et c'est pour ça que d'ailleurs l'office l'a bien compris euh tous les acteurs de la société doivent être euh j' veux dire sensibilisés à=à : la langue alors évidemment on peut pas passer d'une société où euh y a une langue minoritaire à une société bilingue comme ça parce que si les gens sont la majorité des=des=des personnes sont monolingues sont majoritaires

RLS : *** bien on a fait un bon tour de la question

Romuald Renaud

00.00

RR: dans la trame (lot) la ligne (lot) c'est-à-dire actuellement la ligne jaune qu'elle franchisse la Loire puisque il y a des documents et des travaux très pointus qui prouvent évidemment que la ligne doit franchir la Loire puisque toute la zone Paimboeuf Pornic etc. ON a parlé breton et très souvent moi auprès de politiques ou auprès de d'acteurs x y quand j'appuie la chose j'aime bien avoir des documents même si ça paraît bateau mais la majorité des décideurs fonctionnent à style d'achat et quand je prends des documents de l'office ou euh de X etc. et que je vois une carte et que ça franchisse pas la Loire j' suis un peu alors j'explique oui mais bon y a des versions y a moult versions qui font que <↑> même si je ne suis pas un spécialiste sur ce sujet là euh je m'explique donc avec gens pardon avec des gens qui sont euh référents comme l'office et d'autres et je leur dis NOUS ça paraît bête mais c'est tellement déjà difficile chez nous si je n'ai pas d'éléments clairs à présenter je suis marron

RLS: oui vous êtes dans l'action 'fin c'est=c'est tout à fait euh

RR: oui et= et=et en fait pour votre information si j'ai euh on va on va faire un lien plus plus évident par rapport aux panneaux d'entrée bilingues liés par exemple à Pornic <↑> depuis très longtemps à titre personnel nous / ma stratégie pour faire en sorte que d'une façon historique culturelle adaptée on remplace le mot de Bretagne sans complexe <↑> * parce que je suis né dans le pays de Retz donc à Machecoul place forte de la XXX de Bretagne enfin j'vais pas vous faire un cours ici mais j'ai eu la chance d'avoir du côté de ma famille paternelle un un lien donc avec l'histoire de façon naturelle évidente héraldique et j'en passe et euh c'est vrai que bon moi j'ai 36 ans et quand je vois l'évolution en fait c'est un paradoxe plus ça va plus le la thématique Bretagne bretonne est présente alors euh j'allais dire de plein de façons d'ordres

différentes et de façons passionnantes passionnées mais aussi épidermiques pour certains et là on sait pourquoi parce qu'on a une trame implicitement donc politique Pays de la Loire qu' est là qui a son action ses moyens j' veux dire entre guillemets je critique personne mais stalinien <↑> dans la façon d'imposer <↑> euh donc on est très peu en fait et à se battre culturellement avec les moyens tout à fait légaux difficiles etc. donc euh voilà quand on a pas ça c'est plus dur <↓> et c'est vrai que moi c' qui=c' qui est fait dans cette différence entre autres c'est que je me suis servi d'un guide Gallimard Bretagne Loire Atlantique qui vous savez tous les guides donc Gallimard bon sont j' les trouve assez bien faits ça permet de bon y a pas besoin d'être pointu pour apprendre et pour=pour que ça soit assez intéressant savoureux et c'est vrai que dans tous les guides je crois maintenant parce qu'ils ont petit peu évolué euh il y a un=un exemple de donc de bilinguisme <↓> * par département et par ville d'un donc des départements et dans le guide Bretagne Loire Atlantique qui s'appelle maintenant Nantes donc Côte de Jade justement où Pornic est très présent avec le Pays d' Retz l'exemple bilingue de panneau d'entrée c'était Pornic Pornic Pornizh alors qu'il n'existait pas et pour votre information

03.35

RLS : mais ils ont INventé c' truc alors <!>

RR : le conseil général absolument <↑> quand il était dans le guide le panneau n'existait pas <↓> n'existait pas <↓> et euh alors que donc Guérande euh : Guérande le Pouliguen entre autre donc existaient quel paradoxe <↑> alors en fait moi ça m'a bien servi c'est-à-dire que en plus ce guide est offert par le conseil général quelle que soit sa sensibilité parce que avant il était à droite et maintenant à gauche et donc il offre en fait aux pardon aux nouveaux arrivants entre autre <↑>

RLS : oui comme la fait la Région Bretagne hum hum

04.10

RR : par exemple et l'exemple était dedans alors comme je bosse à titre professionnel j'allais dire très direct ou donc indirect avec les conseillers généraux j' leur disais les gars quand même en plus c'est d'dans=en plus c'est d'dans soyez=soyez cohérents quoi

RLS : hum

RR : ça été un des plus et en fait j'ai profité du festival Anne de Bretagne qui est un festival qui existe depuis 10 ans sur la Loire Atlantique qui a été d'ailleurs donc créé pour c'était un des moyens pour * euh faire en sorte que dans une ville différente du département chaque année à la fin juin * il y a une semaine d'expositions donc de conférences et puis à la fin de la semaine y a un grand défilé un petit peu à la trame de ce qu'on trouve un petit peu partout en Bretagne <↑> avec des podiums chants donc musiques etc. on s'est fait un petit peu fort de cet euh cet événement là pour que à chaque fois la ville qui accepte qui déjà fait la démarche d'accepter le festival avec subventions et tout ça donc ça nous permettait de dire ben en fait ça serait bien de placer des panneaux d'entrée quoi alors d'une façon pour moi qu'il n'y ait pas d'ambiguïtés intelligente au sens euh mais ça ça n'engage que moi euh c'est-à-dire que je suis par exemple euh né donc à Machecoul <↑> dans le sud extrême <↑> comme j' dis et en aucun cas si ce festival avait lieu à donc à Machecoul je ne proposerai aux politiques locaux de faire mettre des panneaux d'entrée bilingues Machecoul et ça fait en breton (Machicoul) je crois pourquoi parce que on a jamais parlé breton officiellement en tout cas en fait à Machecoul <↓> et pour moi le fait d'imposer des panneaux d'entrée dans dans des régions où linguistiques 'fin dans des dans des pays

dans des micro pays où on n'a jamais parlé breton à mon avis c'est une erreur stratégique de les placer parce qu'il y aura majoritairement des contre effets des contre réactions ça c'est je me suis permis de le dire plusieurs fois à donc à Thomin qui enfin lui il est très d'accord avec cette cette adaptation stratégique liée donc à la langue surtout ne pas en imposer partout et moi le premier ça me choquerait voilà

RLS: ok

06.26

RR : comme ça j' vous dis tout ça par rapport au côté donc bilingue et euh : pour fermer la boucle par rapport à ça euh Pornic on a des cours de breton des cours du soir alors with my french accent Kentelioù an Noz je crois ça s'appelle comme ça et c'est en (place) depuis maintenant 5 ans 5 6 ans bon ben y a euh entre 20 20 et 30 élèves alors ça suit toujours la ville de Pornic participe financièrement à la promotion donc de l'office hein par panneaux <→> et tout alors c'est vrai que j'ai la chance d'être à un poste qui me permet DE <↑> même si c'est pas ma mission première mais le maire avec qui je travaille qui est conseiller général et la première adjointe qui est charge entre autre de tout ce qui est culture animation sont pour **la chose**

RLS : ok

RR : voilà et c'est pour ça que il n'y a pas d'ambiguïté on sait très bien

07.13

RLS : ah ce n'est lié QU'A la volonté des gens ah c'est clair

RR: moi si je n'avais pas des politiques au-dessus qui 'fin qui comprennent que ça peut être un plus euh : tout au fond à travers l'électoral quelque part culturellement ils sont=ils sont pour déjà mais il y a quand même un quelque chose qui fait que et moi ça me permet de d'apporter mes=mes petits suppositoires adaptés

RLS: <↑> oui oui complè'tement

RR : voilà c'est comme ça que je fais <↓> donc voilà pour le côté le côté bilingue

07.39

RLS : et : euh donc vous avez quoi comme euh vous travaillez où exactement < ?> sur quel poste en fait < ?>

RR : moi je travaille à la ville de Pornic et je suis euh adjoint de=de donc de direction au dans le service technique j' suis en charge de tout ce qui est c'est dans la logistique alors euh la logistique c'est les services les festivités propreté publique tout ce qui est gestion des plages la thématique portuaire la mécanique et les points de suspension et parmi les points de suspension c'est-à-dire c'est pas c' que j' dois gérer donc directement mais c'est dès que ça touche à une promotion à trame historique liée donc à la Bretagne ça passe par mes soins * voilà c'est :

08.28

RLS : et donc vous m' dites que vous avez 36 ans vous êtes né à Machecoul ça comment ça s'écrit le nom de cette ville < ?>

RR : Machecoul <↑> M A C H E C O U L Machecoul qui est donc la capitale historique du pays de Retz ** je me suis permis de vous apporter des asp- des historiques synthétiques aussi j'ai fait évidemment qui sont validés par l'institut culturel de Bretagne avec lequel je travaille entre autre à chaque fois on fait les choses comme ça c'est-à-dire je leur fais quelque chose de pré-maché mais j'aime bien que les politiques donc avec qui je bosse voient que c'est estampillé quelque part qu'il y a une CAUtion <↓> d'instituts qui sont d'ailleurs euh donc financés en partie par le département de la

Loire Atlantique donc d'abord ça permet de dire à mes décideurs votre fric n'est pas perdu vous voyez on l'utilise pleinement et puis bon donc d'amener quelque chose donc de référentiel voilà

09.27

RLS : ok

RR : voilà

RLS : et euh c' que vous disiez à l'instant c'était assez intéressant selon vous la thématique bretonne est de plus en plus euh * PREsente en fait ça veut dire que vous êtes né à Machecoul vous êtes resté vivre dans cette région euh

RR : même si euh pour des biais donc de formation et j'allais dire donc scolaire universitaire je suis allé un petit peu sur la Vendée dans l'Ille-et-Vilaine et dans la Loire Atlantique <↑> à des fins professionnelles aussi mais j'ai toujours eu des attaches familiales amicales et puis quelque part je **j' vais pas vous la jouer hein quelque chose donc d'indéfinissable qui fait que mais** y a bien quelque chose qui nous nous raccroche à un coin euh et voilà et mais je ne savais pas vraiment quoi la qualité de vie donc certainement et puis c'est vrai que > côté donc sentimental enfin vous savez quand on quand y a quelqu'un qui fait que bon ben même si la vie peut faire que les choses changent mais euh < et puis ça m'a pris pleinement en fait euh j'ai eu la chance d'apprendre donc mon histoire très tôt > parce que mon père et mon grand-père étaient des passionnés entre autre d'histoire d'héraldie des choses comme ça donc à 7 8 ans j'apprenais la couleur des blasons des familles du coin etc. alors vous savez quand on a 8 ans c'est : / on pense pas à tout ça on est comme des chevaliers on a son truc et on vit dans cet univers moi j'ai fait ça tout l' temps mais euh et j'ai appris comme tous les p'tits entre guillemets les p'tits français quelle que soit leur région historique OU administrative l'histoire de France de Chine Etats-Unis etc.=etc. la révolution en France mais PAS l'histoire régionale et en fait <↑> euh ça m'a pris TARD comme la majorité des gens de mon coin ça m'a pris vers 20 ans <↓> 20 ans euh 20 ans parce qu'on a toujours un environnement j'allais dire musical <↑> qui est là un environnement culturel un environnement amical tout ça mélangé et puis donc à 20 ans généralement ben on a son permis de conduire depuis un an deux ans <↑> donc on va un petit peu plus loin de chez soi alors on fait le tour et c'est vrai qu'on a franchi donc la limite administrative de la Bretagne et on va dans donc dans les aut'es départements <↓> et tout ça donc mélangé a fait que <↑> euh et nous vous savez / pourtant Nantes avec tout ce que ça comporte hein y a pas pour moi y a pas de polémique la capitale de la de la y en a plusieurs mais tout dépend de ce qu'on entend par capitale de la Bretagne mais historiquement XXX (1936 1937 terminé après on peut dire ce qu'on veut c'est ça quand même hein bon <→> sauf que les nuits bretonnes y en a qu'un on peut me raconter ce qu'on veut etc.=etc. on n'est pas allé très loin) < euh mais des gens de ma génération et celle d'avant on apprenait jamais ÇA jamais=jamais alors c'est vrai qu'à l'école je me souviens dans les Tri-Yan la chanson de Michaud tout ça j' vous dis pas on a trotté comme des bêtes là dessus mais jamais un professeur un instit et tout ne nous disent vous savez d'où ça vient jamais donc ça vous revient un jour en pleine figure * et alors moi c'était déjà un p'tit peu fou fou passionné d'histoire au sens large mais autant j' sais pas Guerre de Sécession Premier Empire je cherchais sur les chevaux j'étais donc hussard de la République et puis XXX grec contre les Perses 'fin j'ai fait tout ça en REve mais y a un jour c'est autre chose c'est chez vous et donc euh je me suis dit mais c'est quand même incroyable un château du duc de Bretagne à Nantes <↑> euh pays d'

Retz doyenne donc des (armoiries) d' Bretagne <↑> places fortes sur les marches de la Bretagne etc. je me suis dit mais c'est=c'est inCROYable pourquoi on en parle jamais c'est pas dans les bouquins c'est rien <↓> * et généralement quand c'est compliqué ça me titille j'aime bien gratter derrière et voilà <↓> ça m'a pris comme ça <↓> et quand j'ai vu très vite pour la majorité quelle était L'INcompréhension pour ne pas dire le=le côté ANTI viscéral alors moi c'est sûr que quand on me fait ça ben je=je vais derrière et je veux savoir et je les emmerde en clair je vous l' dis avec hein on va pas voilà je me suis dit mais je vous emmerde je veux apprendre je veux savoir vraiment et quand j'aurai eu la prétention d'avoir fait le tour <↑> là je f'rai aut'e chose donc un jour j'ai eu la prétention d'avoir fait une GRANde partie du tour en tout cas <↑> et je suis rentré tout de suite je cherchais comme la majorité une association bretonne estampillée référentielle locale donc j'ai trouvé à Pornic donc une association un cercle culturel qu'était pas du tout un cercle de danse mais moi j'allais dire donc à la limite je m'en foutais <↑> je me souviens ça va vous faire sourire je cherchais quelque chose donc un jour j'avais entendu parler de l'udb et moi donc à 20 ans même si j'étais déjà enfin un passionné de d'économie d'histoire et donc de politique mais donc l'udb je ne savais pas ce que c'était vraiment j'ai appris que c'était donc une association beaucoup plus affirmée j'ai appelé pendant un an et demi à Nantes j'avais pas de réponse rien et puis un jour on m'a appelé en me disant écoutez / j' laissais des messages / apparemment la fédération avait quelques=quelques soucis à Nantes maintenant j' les connais bien évidemment on se croise de temps en temps on a de vrais liens mais voilà c'est pour vous dire que je me=je me foutais du type d'association à condition qu'elle milite culturellement intelligemment au sens large pour la Bretagne <↓> avec La Loire Atlantique et le Pays d' Retz évidemment donc euh au sein de cette association de Pornic très vite j'ai vu que ben y avait des gens donc pétris mais très peu <↑> d'une autre génération généralement <↑> plus âgés que moi <↑> et euh j'avais déjà donc 'fin des projets en tête <↑> j' voulais faire en sorte que on commence à en parler d'une façon mais douce si vous voulez <↓> * trop conscient de ce que les gens pensaient dans les discussions comme ça tous les jours quand je mettais le doigt sur le sujet <↑> (15.10) je me disais il faut qu'on trouve un une stratégie adaptée euh je vais pas dire euh édulcorée mais euh adaptée quoi donc je me suis dit il faut qu'il y ait des éléments il il faut peu de choses parce que le trop va tuer ça c'est sûr je me suis dit il faut peu de choses mais donc des choses adaptées et porteuses qui puissent être vues lues par une majorité de population du coin et pas du coin et euh pour qu'on commence à en parler donc autrement avec évidemment ben les pros et les antis mais euh voilà ce que je pensais et un jour je dis à mon président d'association il faudrait il faudrait mettre une stèle l'équivalent d'un petit monument au pied du château de Pornic <↑> y a plein de gens à passer sur la passerelle et euh donc voilà un lieu stratégique où passe une moyenne d'à peu près euh par été euh entre 30 et 40 000 personnes et je pèse mes mots à pied là dessus voilà c'est là qu'il faudrait quelque chose pour que {S} les gens XX <↓> (16.13) donc j'ai fait faire une stèle à trame associative au pied du château de Pornic <→> d'ailleurs je vous ai amené des photos des choses comme ça puisque il y a eu un peu de presse alors j'ai pas toute la presse qu'il y avait eu à l'époque parce que j'avoue j'ai pas tout gardé mais <←> donc quelques=quelques reportages magazines etc. pour ça <↑> alors j'étais assez content de mon coup parce que j'avais réussi à faire venir 2 personnes euh que j'avais vu à : 2 3 reprises puisque je fais partie de plusieurs autres associations en parallèle vous imaginez bien > du type CUAB Bretagne Réunion euh je travaillais avec donc le conseil culturel de Bretagne l'institut culturel des choses

comme ça * donc j'avais=j'avais contacté à l'époque euh Jean-Yves Cozan on était dans les années 99 alors c'est par rapport à la langue y avait Carhaix y avait tout ça c'était assez chaud et je voulais faire venir quelqu'un dont j'avais lu le livre qui était en qui était du MIEL qui était donc Claude Champaud dernier patron du CELIB vice-président du conseil régional en 97 donc qui lui est venu parce qu'au dernier moment Jean-Yves Cozan n'était pas venu parce qu'il y avait une méga manif à Carhaix et donc Claude Champaud était venu donc alors je vais pas vous la jouer à on était au pied du château de Pornic y avait une soixantaine de personnes euh Champaud était là j'avais fait venir 2 conseillers généraux du 44 parce que je voulais apporter une précaution à ce truc là et donc ça c'était bien passé y eu quand même une com qui a fait que et j'vais vous dire (17.48) je m'étais dit alors une stèle que j'ai fait alors à l'époque je travaillais dans le privé dans l'industrie donc j'avais fait faire les plans les moules je les avais fait faire par mes gars on a coulé on a sablé je faisais travailler d'autres entreprises en en signalétique et tout ça je leur avais dit vous faites ça comme ça comme ça comme ça bref voilà je me suis démerdé tous les soirs je montais mes blocs je collais donc à la colle X j'attendais que ça sèche enfin c'était fait ouais je sais que c'est donc avec le temps après on sourit mais c'est=c'est génial parce que quand=quand tout est en place on s' dit que XX donc on a eu raison euh et donc euh :=euh : ça a fait pas mal de bruit et la plaque qui était dessus je me suis dit par sécurité j'en avais fait faire 3 parce que je me suis dit elles seront pétées et en fait celle qui est en place est en place depuis maintenant presque 7 ans elle a jamais été cassée (18.38) euh comme quoi bon vous voyez parce que le lieu bon à la portée de tous mais bon ça veut rien dire d'ailleurs parce que maintenant c'est un jeu plus plus c'est à la portée de tous plus c'est visible plus c'est excitant de le péter hein c'est très souvent comme ça maintenant <↑> (18.51) et euh j'avais prév'nu <↑> chose que je fais cette année d'ailleurs parce que je vais profiter je vais profiter de l'officialisation de la signature de la charte niveau 1 avec l'office pour faire en sorte que la stèle soit traduite euh en anglais en espagnol en allemand qui sont les trois pays avec la ville de Pornic avec qui lesquels pardon la ville de Pornic est jumelée mais aussi en donc en breton <↓> ** donc pendant très longtemps j'ai fait faire en sorte qu'une=qu'une petite planche de bois prête qui est là toute nue généralement les gens viennent et se posent dessus pour lire le le texte en français > et en fait c'était fait pour ça <↓> donc ça va se faire cette année <↓> je vais je vais profiter de ça donc j'ai commencé par la stèle qui a fait un peu de bruit y avait un peu de presse locale tout ça

19.49

RR : donc et en même temps pa'ce que j'avais pas que ça comme projet j'en avais et j'en ai encore d'autres euh je cherchais un élément d'ailleurs > je vous ai je vous ai apporté d'aut' choses je cherchais un élément plus j'allais dire à la fois plus porteur et hum un outil qui aurait enfin j'allais dire adaptable sur plusieurs types de support et je je m' disais alors suite à à ce que à l'époque j'étais dans le privé et je vais tout mettre sur la table hein je suis désolé hein après je range je vais le faire

RLS : y a pas de problème

RR : je range et puis était sorti un un document à trame économique édité par le Pays de Retz Atlantique

20.49

RR : et en fait euh le Pays de Retz historique <↑> entité territoriale géographique etc. a été donc séparée administrativement y a pas que la Bretagne ça c'est un mal très

français * a été donc séparée en 2 <↓> la moitié au sud EST et la moitié nord OUEST en Pays de Retz Atlantique pour la moitié Nord-Ouest à l'époque c'était VINGT-DEUX communes

RLS : hum hum

RR : et le Sud-Est Pays de Retz Machecoul et Logne c'est-à-dire qu'ils ont gardé un = un : point donc nominatif donc Machecoul qui est d'ailleurs la capitale historique du Pays de Retz <↓> et euh donc je m'étais dit après la stèle mais (tout de suite) après l'année qui a suivi j'avais lu donc un document où euh c'est un cabinet qui avait fait ça qui disait que le Pays de Retz <↑> entre autre mais le Pays de Retz Atlantique <↑> * euh donc souffrait d'un manque de donc <←> de localisation pour les économiques industriels etc. ça me paraissait évident <↑> à l'époque j'étais dans l'industrie <↑> et euh c'était déjà évidemment euh sûr du fait que euh il nous manquait quelque chose d'évident en lien à la situation et à la localisation bretonne euh : donc j'ai fait quoi <?> j'ai pris cet élément donc ce document j'ai préparé mon projet en parallèle qui était un donc un drapeau = un drapeau à trame historique <↓> du Pays de Retz <↓> et j' me suis dit si il y a UN outil qui peut être utilisé quasiment sur tout type de support ** <←> privé public associatif sportif politique 'fin j'en passe c'est ça après pour ou contre c'est pas le débat je rentre pas là mais j' me suis dit il faut qu'on fasse quelque chose qui fasse mouche <↓> et ce que je voulais c'est surtout ETRE le premier 'fin pas moi je m'en fiche j'ai pas de droit là dessus ça me provoque pas d'érection c'est pas ça qui m' fait même si c'est important dans=dans donc philosophiquement mais (22.57) comme je=je ne savais que trop euh : que en parallèle on a des gens chez nous qui majoritairement 'fin qui sont une minorité de personnes mais aux postes clé c'est toujours comme ça qui sont euh j'allais dire pilotés par les PDL les Pays de la Loire à trame culturelle associative etc. et surtout sur toute la thématique historique par exemple <↓> vous voyez <?> c' qui fait que **d'puis 15 ans on a un véritable euh révisionnisme donc vérifié plusieurs fois où on=on essaye de nous dire que en fait on est pas breton enfin on n'est pas entièrement breton qu'on est autant breton que poitevin alors euh ça a lancé des querelles de grands spécialistes mais pour les spécialistes neutres y a pas d'ambiguïté hein on n'a jamais été poitevin <↑> on est sur la FRANGE alors avec des accords particuliers etc.= etc. <↑> comme euh :=euh j'allais dire toute la partie Ille-et-Vilaine avec la Normandie euh euh donc le Maine Anjou etc. <↑> 'fin vous voyez c' que j' veux dire <↓> mais on a bien senti et c' qui est=c' qui est intéressant c'est quand=quand on prend les ouvrages donc de référence * sur 40 ans * et on voit que plus ça va <↑> plus c'est édulcoré <↑> plus c'est transformé <↑> et moi tout d'un coup j'ai eu la surprise de lire des choses qui étaient euh à l'antithèse de ce que mon grand-père avait pu m'apprendre ou mon père ou d'autres gens c'était pas forcément en lien en fait avec ma famille mais j'avais jamais lu sur quel qu'ouvrage que ce soit que le Pays de Retz était autant poitevin que breton <↑> par exemple et puis tout d'un coup on présentait les bretons comme des MEchants envahisseurs donc y avait les méchants bretons et les gens qui X les gens qui X ça 'fin vous voyez c' que j' veux dire quoi <↓> je m' suis dit mais y a pas de hasard = y a pas de hasard c'est une façon très subtile de casser la chose <↓> en parallèle d'une de quelque chose sans acquis d'avance dans=dans l'hexagone ce que je dis à plusieurs personnes alors on le sait alors à Pornic on a changé ça ça y est c'est-à-dire au niveau du poste du plus maintenant c'est toute la trame architecturale alors ça j'ai plus de j'allais dire de chance pour vous en parler aussi parce que (25.06) c'est ma profession de base et je me souviens y a 20 ans maintenant j'étais jeune=jeune=jeune apprenti**

collaborateur d'archi <↑> où on a eu une grande réunion à la région ** euh qui donc subventionne euh d'une façon donc importante les=les grands travaux à trame euh (bâtimeux) où tout d'un coup on nous a dit ben voilà maintenant **les règles architecturales tout le sud Loire vous mettez de la tuile et de la tuile rose orange euh marron enfin tigrée <↑> vous faites construire de la maison provençale avec des enduits subtils coquilles d'oeuf mais y a des oeufs j' vais vous dire c'est ce que je leur dis avec le sourire moi je l'ai mangé pas parce que quand je vois les couleurs d'enduits rose orange donc des maisons de Barbie avec des je n'ai rien contre Barbie hein ça c'est (vis-à-vis) de pleins de gens c'est pas ça voilà c'est c' que j'appelle pour sourire donc des maisons de Barbie <↑> **et on a complètement CASSE l'architecture qui a toujours été euh : * plurielle dans le Pays de Retz <↓> comme= comme tous les pays de marches y a pas d'ambiguïté y a toujours eu autant de tiges de bottes enfin de tuiles avec des maisons basses des murs blancs à la chaux que des maisons plus nobles et bourgeoises avec de l'ardoise etc. évidemment la := la mixité euh architecturale culturelle la donc linguistique a toujours été présente <↑> évidente <↓> mais là tout d'un coup on a dit {pffffttt} terminé vous nous faites QUE du provençal et j' vais l' dire mais là maint'nant c' qu' i' y a ce qu'il y a c'est qu'on arrive (plus plus y a sourire) parce que euh j'ai fait = j'ai fait la chose un jour vous quittez donc euh Avignon à 8h le soir magnifique vous en avez plein les yeux pendant 8 jours c'est superbe c'est chaud c'est plein d' choses vous prenez la route vous faites 11h de route j' crois enfin 10 si on si on accélère bien vous arrivez à Pornic entre autre mais euh vous pouvez très bien dans le Pays de Retz et vous arrivez dans des lotissement neufs où vous avez la même architecture <↓> = la MEme architecture <↓> c'est quand même hallucinant donc euh voilà alors ce que je veux dire c'est que en parallèle de ces de ces outils LA <↑> **comment faire pour casser une identité j' répète plurielle mixte voilà comment on fait on impose UNE architecture UNIQUE qui n'a rien à voir on fait en sorte de placer des gens aux postes clé dans les associations d'historiens ou passionnés d'histoire et tout pour dire nan nan l'histoire du Pays de Retz c'est ça * et voilà comment on transforme l'histoire euh en parallèle de ce document là donc j'ai fait quoi * je euh il existait un=un drapeau historique dit du Pays de Retz qui est là je vais vous laisser le bouquin alors j' vous fais confiance <↑> je ne vous pose pas la question <↑> parce que j'ai pas eu le temps sinon j'aurais tout fait et à oui ah d'ailleurs tiens j'ai des choses là dedans euh j' sais pas si vous connaissiez bon il est sorti depuis quelques années euh édité par Coop Breizh ET il existait ce p'tit drapeau là qui était en vente en format 10 par 12 centimètres qu'on mettait dans les voitures etc. mais voilà mais on a jamais vu en fait donc flotté sur les bâtiments x y si vous voulez******

28.22

RLS : ok et on en voyait un autre <↑> que celui là < ?>

RR : non jamais ah non=non aucun=aucun y en avait aucun donc je me suis dit * l'outil existe * c'est celui là * donc euh je vais prendre le petit je vais le faire en plus grand je vais le présenter aux politiques locaux donc je vais préparer un=un :=un : donc un projet <↑> avec un financement un fournisseur etc. professionnel de la production de=de drapeaux dans le nord de la France hein que les collectivités ou que les communes peuvent faire travailler et euh j'ai : app'lé l'Institut Culturel de Bretagne etc.=etc. j'ai fait bétonner le truc parce que y avait un historique très=très basique très=très succinct et j'ai présenté ça aux syndicats du Pays de Retz Atlantique zone de Communes en commission promotion de tourisme etc. et puis bon j'ai bien vu que ça passait pas * euh apparemment les gens étaient un peu frileux et puis je leur dis mais bon à PART après auprès de quelques politiques que je connaissais autrement je leur ai

dit mais quel est le problème qu'est-ce qui fait que ça peut bloquer ils m'ont dit ben tu comprends ta croix comme quoi très souvent ça tient à peu de chose c'est le problème ** ils m'ont dit tu vois ta croix même si elle est c'est ce qu'on appelle une croix (resarcélée) qui c'est-à-dire la croix noire bretonne sur la croix blanche française qui est aussi le symbole de (l'amirauté) enfin pour les puristes évidemment c'est-à-dire un micro monde de passionnés ils m'ont dit ça fait enfin pour la majorité ils=ils ont trouvé ça un petit peu trop=trop prussien pour être gentil pour=pour pas dire pro ben oui vous voyez vous voyez comme quoi on voit une croix comme ça donc y a des gens qui ont des images euh la septième compagnie y en a même sur des chars et sur des avions je sais que c'est terrible (30.00) moi j' dis au secours MAIS c'est vrai <↓> j' me suis dit je / même si ça m' fait pas plaisir/ je m'adresse à des décideurs politiques et économiques don la majorité malheureusement ne sont pas des pointus en histoire encore moins locale alors si en plus ils pensent que ça fait (pro-prussiens)

RLS : ouais mais

RR : on est morts non mais

RLS : vous n' pensez que ça peut être une bonne excuse aussi

RR : ah c'est sur

RLS : voilà

RR : c'est sur non mais c'est sur mais j'en connaissais deux trois pour qui c'était=c'était=c'était trop 'fin leurs réponses étaient trop natures

RLS : hum

RR : naturelles pour qu'il y ait quelque chose donc de ce type derrière <↓> * donc j'ai fait quoi et comme quoi la preuve en est <↑> j'ai fait quoi < ?> j'ai dit je pars de cette trame là qui donc déjà existe

RLS : hum hum

RR : et j' veux faire quelque chose de plus adapté *

RLS : et

RR : c'était celle-là

RLS : j' pense à aut'e chose e-est-ce qu'il n'y aurait pas euh aussi une sorte de jeu où on est p't-être d'accord de :=de MARquer l'identité mais de n' pas S'IMpliquer dans cette identité

RR : ah aussi plein'ment ah mais

RLS : ça veut dire qu'il faut surtout pas qu'elle soit politiqu'ment euh : incorrecte

RR : tout à fait oui

RLS : ou politiqu'ment super marquée

RR : absolument=absolument=absolument mais c'est bien pour ça qu' dans ma démarche je tenais de façon bétonnée armée et bétonnée que des instituts référentiels sur les 5 départements apportent une caution <↓> * donc j'ai fait un travail euh=euh héraldico-réflexologique sur la chose en=en préparant tout un historique qui n'existait pas j'ai fait donc valider ça par ces=par ces instituts là <↑> * euh : et j'ai fait en sorte qu'il y ait des points = des points de donc de rappel à une trame d'évêché à une trame de département donc si / je sais c' qu'on va m' dire c'est pratique mais bien sur qu' c'est pratique mais euh j'ai fait ça donc de façon à c' que des gens puissent se REtrouver ou puissent REtrouver des=des évidences historiques parce qu' y a 5 (moutures) et pas 4 y a des raisons j'ai fait=j'ai fait tout une trame par rapport à ça <↓>

32.01

RR : donc qu'est-ce qui s'est passé < ?> présentant ça comme ça depuis plus d'un an ça faisait presque deux ans

RLS : c'est en quelle année ça < ?>

RR : c'était en 99 2000 <↓>

RLS : d'accord ok

RR : (c'était=c'était) la structure administrative du pays de Retz Atlantique accepte de financer une production de drapeau

RLS : hum hum

RR : pour les faire flotter au choix sur les musées des mairies des restaurants celles et ceux qui le veulent <↓> en aucun cas euh : il y aurait eu une imposition c'était pas quelque chose d'imposé <↑> euh c'est pas parce qu'il était j'allais dire mis 'fin donc il était sorti en production que tout l' monde devait le mett'e <↓> surtout pas je sais trop que c'est=c'est à chaque fois qu'on l'impose que les gens le prennent donc à contrepied et c'est surtout / sur une telle thématique <↓>

RLS : hum

RR : et moi c' qui m'intéressait dans la démarche et puis donc le côté efficace parce que ça représentait quand même un p'tit peu d' pognon c'était que des politiques locaux acceptent ça et FInacent ça * ça m' prouvait quand même que certains avaient pris un peu d' risques mais quelque part les risques étaient calculés en l' disant nous étions dans les années 99 2000 <↑> euh on avait eu encore une manif y avait eu un dernier sondage à 68 % où le département était pour la=la réunification la partie Sud-Loire c'était 63 % d'ailleurs j' vous ai am'né le le Ouest-France de l'époque alors là aussi j' vous laisse en main propre et 'fin c'était=c'était quelque chose qui avait fait que j'étais pas=j'étais pas idiot j' voulais présenter ça en trame de fond leur dire que y avait eu quand même un sondage spécifique

33.45

RR : bon j' leur avais dit y a des gens quand même qui suivent la chose même si le sondage n'a qu'une valeur de sondage XXX sur un échantillon x mais les décideurs quels qu'ils soient sont assez donc sensibles à ça alors j'avais fait j'avais : ça tout ensemble euh donc le drapeau est sorti <↑> *

RLS : ah oui c'était=c'était en=en lien en plus avec un sondage sur

RR : ben ça =ça c'est fait après ça c'était DEJA sorti si vous voulez mais je savais que quelque chose comme ça se=se profilait en fait à XX puisque je f'sais partie aussi de l'organisation de tout ça <↑> donc j' me disais que c'était quand même plus évident euh : alors le=le drapeau est sorti en production la presse locale / alors il faut savoir que chez nous en Sud-Loire *** qu'on soit passé dans le Ouest-France dans le Courrier du Pays de Retz

34.48

RR : c'est aux mains de gens / y a des mots d'ordre hein moi j' travaille j' connais j'ai des copains chez Ouest-France France 3 etc. on sait très bien qu' y a des ordres on casse la Bretagne quelle que soit la façon ça n' passera pas <↓> donc j'allais dire quand on l' sait c'est plus clair

RLS : ça veut dire que dans=dans les FAITS on interdit de faire passer des articles

RR : bien sur

RLS : traitant de tel et tel sujet

RR : ah bah bien sur ou alors on fait en sorte que justement ne passent en priorité que les articles anti même s'ils sont ultra minoritaires <↑> moi j'ai la preuve en travaillant

avec un organe de presse <↑> le type a été obligé de donc de m'avouer <↑> c'était le rédacteur en chef qui est encore en place <↑> qui est un vendéen <↑> qui est responsable du courrier du Pays de Retz donc Pays de Retz donc Sud-Bretagne y a pas d'ambiguïté <↑> mais qui a des mots d'ordre très clairs hein et lui aussi vous savez la fibre vendéenne <→> j' n'ai rien contre les vendéens mais les vendéens vous en connaissez (c' n'est pas ça hein) quand on sait c' qui s' passe c'est on comprend mieux en fait le pourquoi du comment <↓> mais il m'a dit donc on sait qu'on a 90 % de courrier suite à ça qu' étaient pros mais on en passera pas plus que ceux qui sont anti <↓> > bah oui <↑> donc quand j' suis le pékin moyen que je suis <↑> * ben quand j' lis le journal qu'est la Bible locale ben j' vois qu' y a autant de courrier pro ou anti ben j' me dis ben oui comme quoi c'est pas si c'est pas si important qu' ça et voilà mais tout est comme ça toujours <↑> toujours ça j' l'ai appris à mes dépends donc euh voilà < alors c'est très=très bien parti <↑> très=très fort <↑> beaucoup d'articles <↑> c'était hallucinant <↑> j'étais sur pas sur un nuage mais j'étais un peu vous savez **j'ai fait ça par passion** hein aucun=aucun sens (politique) et autre pensant que c'était un plus pour des économiques que j' connaissais pour des associatifs et puis en trame de fond RLS : dans votre esprit le côté euh donc culturel était À l'avance et PAR évidence lié au côté économique ou pas< ?>

RR : oui dites-moi pour moi oui < !> pour moi c'est INdissociable=indissociable mais parce que je / c'est lié à une :=une éducation <↑> c'est lié à une profession <↑> et puis euh **vous avez un goût profond et moi aussi si vous voulez** <↓> mais pour moi c'est clair et j' veux pas parler de mondialisation évidemment donc on peut aller jusque là mais y'a pas besoin de mettre en place une trame donc mondialiste <↑> pour se dire que euh les=les marchés sont tels les difficultés euh sont telles <↑> que on vend plus en tout cas mieux ou à d'autres marges quand on vend localisable et OU identitairement reconnu * et pour moi c'était Evident=évident <↓> **

37.34

RR : euh donc euh pour moi quelque part en trame de fond j' voulais faire quelque chose qui serve aussi <↑> à c' qu'un jour on l' voit flotter sur un mât sur une industrie par exemple sur un magasin sur un restaurant sur un producteur mais bon de choses x y si vous voulez autant qu' sur=sur un musée ou dans un bagad du coin **

RLS : hum hum

RR : voilà <↓> mais pour moi y a pas d'ambiguïté si un jour la * la réunification s' fait de quelle que façon qu' ce soit et euh : on peut en parler à des gens tant de gauche que de droite ça dépasse évidemment ce clivage là * on sait très bien de temps en temps je vois des gens du de loCARN de XX y a / euh : on l' sait toutes et tous très bien * si un jour ça s' fait c'est qu' la trame économique aura fait pression POUR que ça s' fasse et pas l'inverse le politique f'ra en fonction de l'économique et pas / quand on sait ça on sait tout

38.46

RR : euh : ce drapeau sort <↑> beaucoup d' courrier formidable félicitations alors je-j 'vais vous r'trouver l' truc en même temps formidable <↑> depuis l' temps qu'on l'attendait <↑> patati tatata <↑> euh bon et puis il se passe quelque chose qui a fait que ** il y a eu à Pornic c' qu'on a app'lé j' me souviens j'étais à l'iut d' Saint-Nazaire j'avais r'pris un cycle d'études universitaires ** et on m'appelle un matin en m' disant qu'est-ce que vous pensez donc de l'attentat qu' y a eu etc. euh donc avec le drapeau

sur le truc et sur=et sur le coup j' pige pas ** / ça m' f'ra des souv'nirs j' vais vous dire ça ** / XX > de=de quoi vous parlez /et c'était le rédacteur en chef du Courrier du Pays de Retz donc le vendéen anti breton qui avait été obligé de faire passer le côté porteur du drapeau pourtant i' s' l'est euh : * il (s'est) rangé la chose je le sentais bien je l'avais bien entendu et bien perçu mais bon et avec (un certain) X il m' dit qu'est-ce que vous pensez de donc de l'utilisation de votre : votre création

40.54

RR : y a jamais de hasard on s'aperçoit <↓> que donc qu'est-ce qui s'est passé ces types là ont sauté sur la chose pour dire vous voyez <↑> CREER dans quelque chose de pro breton <↑> euh sert à sert comme outil d'expression extrémiste

41.29

RR : donc quand y a eu ça en fait c'est pas une explosion qu'i' y a eu même si=si y en a eu

RLS : dans les faits <↑>

RR : y a eu un incendie criminel dans=dans une agence immobilière <↑> avec le drapeau qu' avait été fait donc à la BOMbe en disant euh :=euh : nettoignons la côte de :=de j' sais pas quoi

RLS : et pourquoi c'est cette agence immobilière qui a été choisie <?>

RR : ben justement ça été tout un truc il a fallu trouver des liens expliquer les subtilités

RLS : et y en a des liens < ?>

RR : en fait après deux ans mais là je parle le :: les gendarmes ont dit clairement qu'en fait euh la trame c'est qu' y avait certain'ment quelqu'un dont j' vais pas citer l' NOM qui n'aimait pas l' maire de Pornic qui était représentatif pro breton qu'avait sorti (cet outil) donc quelle meilleure façon de casser sans l' nommer le maire de Pornic qui avait euh une philosophie donc d'urbanisme euh qui (avait) ce drapeau là non mais j' vous dire c'était euh c'était kafkaïen

43.10

RR : et en fait comme j'avais une certaine euh une certaine morale au sens large sur cette / sur ce projet là suite à ça je suis allé voir le décideur principal le président du syndicat du Pays de Retz Atlantique le maire de Pornic pour lui dire écoutez si vous estimez que ça va porter préjudice euh : à votre stratégie de communication etc. j'arrête tout donc on arrête tout etc. <↓> et là j'ai eu la chance d'avoir un type qui m'a dit clair'ment vous savez m'sieur Renaud vous avez mis l' doigt sur quelque chose que j' connais bien que d'autres politiques grand public connaissent bien maint'nant vous êtes public quoi que vous pensiez parce que évidemment mon nom était dans l' journal j'avais mis comme un con vous savez quand on a pas l'esprit compliqué j'avais mis mon portable pour dire si ça vous intéresse app'lez-moi je vous dirai où on trouve le truc donc bref moi ce qui était très important et donc déterminant c'est qu' c' type là donc décideur politique au sens large à l'époque vice-président du conseil général de la Loire-Atlantique quand même premier vice-président m'a dit mais y a pas d' problème j'assume et j'assume faut surtout ne rien arrêter vous savez ça nous est arrivé une fois et ça vous arriv'ra d'aut'es fois comme à moi donc chacun à son niveau mais vous êtes maint'nant hautement reconnu vous avez fait quelque chose qui plaît qui est porteur mais qui gêne donc comme ça gêne ne vous inquiétez pas y a des gens qui trouveront des choses euh : disproportionnées pour essayer de=de décrédibiliser cette chose là 'fin de lui faire porter un autre parfum un autre (feuillage) donc j'ai très mal vécu ça

46.04

RR : en parallèle de ça on avait sorti donc un autocollant <↑> pa'ce que moi j' voulais qu' y ait deux types donc de support y a le drapeau et donc l'autocollant et euh alors tout ça avec des fonds privés j' me suis démerdé j' suis allé chez Leclerc chez : Pinault Bolloré j'ai écrit

RLS : oui

RR : il m' faut du pognon il faut que j' produise (mais pour donner) euh : parce que on sait très bien qu' chez nous c'est pas facile donc si en plus vous les=vous les vendez pour des passionnés ils vont ach'ter mais ça va r'présenter euh 5 % alors que c' qui m'intéresse ce sont les 95 autres % et encore je dis 95% les 15 20 autres % donc à chaque fois j' me suis en fait arrangé pour (piloter) ça par des économistes bretons donc le premier truc que j'ai sorti *** c'était ça du même format qu' le drapeau comme ça ça permettait d' faire un lien c'est-à-dire que pour les=pour les passionnés les puristes etc. on avait bien évidemment les : gwenn ha du les bzh ou bon : tout c' qu'on peut trouver sur le sujet mais donc on avait aussi notre autocollant du Pays de Retz

RLS : donc cet autocollant en 2000 aussi

RR : voilà en même temps qu' le drapeau

RLS : ok

RR : alors c' qui s'est passé c'est que chez nous euh := hum : les autocollants / c' que je voulais implicit'ement je voulais déculpabiliser les collectivités des industriels des associatifs de mettre donc un gwenn ha du

RLS : hum hum

RR : et je comprends j' suis né dans le sud extrême si j' puis dire et je sais toute la difficulté parce que hein 60 ans d' Pays d' la Loire 35 ans de=de=de=de stalinisme de déculturation sans équivalent dans l'hexagone en tout 'fin à tous les niveaux

RLS : oui p'is on touche les sensibilités euh économique je n' sais quoi euh

RR : y a plein voilà =voilà ben on sait très bien qu' les pdl comme les pdl c'est pas à vous qu' je vais l'apprendre en pib on sait très bien c' que ça r'présente c' que la Loire-Atlantique représente SEULE parce que ma passion première c'est l'histoire liée donc à l'économique * donc on sait c' que ça représente seule par rapport au B4 'fin Bretagne donc administrative ou au reste des pdl mais on sait très bien qu' la pompe à fric le cœur économique tant du=tant du B4 que des pdl c'est la Loire-Atlantique et on sait très bien qu' c'est le nœud du problème

RLS : hum

RR : donc associer une image identifiée ou identifiable sans complexe adaptée mais sans complexe bretonne dans le 44 <↑> évidemment pour les décideurs politiques économiques des pdl attention danger le temps passe les passions s'estompent avec des courriers incendiaires de part et d'autre pro breton anti breton etc. et je ça a été un crève-cœur à tel point que qu'ils ont failli réussir c't-à-dire faire en sorte que j'arrête tout et j'avais dit donc à mes potes de toutes les associations bretonnes culturelle que j' fréquentais que j' connaissais j' leur avais dit j' suis sur écoute et tout j' veux pas qu' ça vous crée d'emmerdements voilà <↓> donc ça a été assez duros et puis ben c'est comme le reste quoi hein c't-à-dire que : euh : même si c'est très bateau comme réflexion mais euh : j'ai compris tout son sens c' qui n' te tue pas te rend plus fort ben c'est vrai <↑> même si hum :

RLS : sur l' moment c'est difficile

RR : c'est difficile j' c' qui tue pas rend plus fort donc j' me suis dit bande de salopards vous (avez voulu) (49.36) maintenant c'est mon tour j' vais faire à ma façon donc j'ai décidé d'avoir une aut' forme d'implication et d'implantation à trame historique

culturelle bretonne j'ai fait faire d'aut' autocollants que j' vais vous montrer là alors même si c'est encore juste un support mais j' voulais faire quelque chose parce que ça ç-ça a été un succès fantastique on en a vendu 10 000 en :=en moins d'un an c'est fou quand même

50.08

RLS : y a combien d'habitants à Pornic < ?>

RR : Pornic < ?> donc on est 15 000 habitants

RLS : et dans l' Pays d' Retz < ?>

RR : ah là là alors très bonne question j'ai honte euh : j'ai honte je sais pas ça doit êt' X donc on doit êt' 3 je=je=je=je=je=je sais pas je sais pas en fait en plus c'est=c'est tellement évolutif donc depuis les 5 dernières années avec le boom de donc de l'immobilier les gens qui quittent les départements centraux pour r'venir sur les côtes donc autour de Nantes mais je : je vous trouverai ça

50.37

RR : donc j' me suis dit on va faire évoluer le produit etc. parce que (y a) plein d' demandes <↑> donc je suis passé de ça à ça [...] plus dynamique tout à fait

51.37

RR : et c' qui était important c'est ça qu' je veux dire c'était l'APPELation le PAYS de Retz évidemment je voulais prendre Bretagne sud simplement je ne tenais absolument pas à c' que un jour ** à trame je / euh : administrativo-juridique j' r'trouve avec un procès de quelle que entité qu' ce soit en disant voilà monsieur Renaud donc l'association à l'époque du cercle culturel (celtique) de Pornic vous avez pris quelque chose que nous avons qu'on a déposé etc. donc euh : j'ai cherché plusieurs dénominations alors évidemment en fonction du type de support je n'aurais jamais mis le même mais sur UN autocollant comme je n' voulais pas même si j' le voulais initialement prendre Bretagne sud j'ai pris sud Bretagne pourquoi <↑> pour bien spécifier que sans ambiguïté nous sommes le sud de la Bretagne on est aussi le sud de la Bretagne et que dans l'expression euh :=l'expression verbale euh : général' ment il est plus facile de prononcer sud Bretagne que Bretagne sud et d'ailleurs y a pas d'ambiguïté quel que soit donc les médias le centre Bre- le centre Bretagne ou le Nord-Bretagne est beaucoup plus employé que la Bretagne nord > ou que la Bretagne centre j'avais dit voilà c' qui fait sur un autocollant pour que ce soit simple après sur d'autres thématiques sur lesquelles je suis en train de travailler actuellement du type signalétique diverse panneau d'entrée ouvrage plus spécifique là y a des : hum : on peut parler de :=de marches de Bretagne de porte de Bretagne ou d' choses comme ça mais là=mais là je voulais volontairement que ce soit très simple * et que pour un français ou un=un anglophone un hispanique ou c' que vous voulez qu'on puisse comprendre qu'on puisse faire la : l-l-la=la traduction simplement ** donc j' vais vous l' faire avec my french accent south brittany vous voyez bien marqué et ben voilà on sait on peut traduire

RLS : hum hum hum

RR : donc voilà **ça me permettait ça nous permettait** de NOUS situer en sud Bretagne la Bretagne du soleil aussi euh : sans avoir un risque de nous faire attaquer par les entités morbihannaises au sens large voilà pourquoi

54.34

RR : et alors maintenant oui alors maintenant en fait euh : c' qui s'est passé c'est que : le : les salopards et je reste poli quand j' dis ça qui ont tenté de : évidemment de discréditer c' travail en lui donnant implicitement une trame extrémiste évidemment ça a fait euh y a eu d' la casse quoi euh :

RLS : ça veut dire on coupe les vannes ou les possibilités de financer

RR : oui ou alors ceux et celles qu'étaient pour oh non non j' préfère attendre ou euh j' verrai plus tard et en fait j' me suis dit X encore je préfère qu'il n'y ait que quelques villes ou quelques établissements mais phares

RLS : hum hum

RR : référentiels qui le mettent plutôt qu' un- qu'ils mettent le drapeau <↑> ou l'autocollant <↑> ou selon le choix mais donc surtout le drapeau <↑> euh :: plutôt qu'une majorité mais d'une façon très bon j'allais dire peureuse et qui l'enlève pour un rien etc.

RLS : hum

RR : donc il y a ** la ville donc de Pornic alors met mettait déjà le gwenn ha du vous savez même le président du département de la Loire-Atlantique Patrick Maréchal > qui Dieu sait si c'est un pro euh : on s'est vu y a quelque temps d'ailleurs sur un projet dont j' vais vous parler euh m'a dit à Pornic c'est incroyable ch' 'ais pas comment vous faites vous êtes une ville donc dans le 44 y a pas d'équivalent à mettre autant dans à mettre de gwenn ha du à l'année ch' 'ais pas on en met 4 ou 5 déjà et donc le drapeau du Pays de Retz qu'on met en parallèle et là une quinzaine à l'année mais il flotte aussi sur euh : donc les restaurants <↑> y a=y a donc une école <↑> y a des hôtels qui l'ont mis y a des particuliers <↑> euh plus loin autour du Pays de Retz euh y a d'autres y a des crêp'ries qui l'ont pris par exemple y a le=le MUsée du Pays de Retz donc à Bourgneuf entité représentative qui le met qui le fait flotter qui vend des autocollants etc. voilà et maint'nant on a et c'est CA qu' j'attendais enfin et c'est la première année on a des producteurs <↓> d'hûîtres * de sel * fromage * bientôt vins * fleurs 'fin c'est vous dire bon pourquoi parce que depuis deux ans dans l' cadre de salons de promotion des de produits donc du terroir à Nantes et à Paris plusieurs producteurs du Pays de Retz faïencerie de Pornic fromage le plus=le plus ancien d' Bretagne alors même si ça fait frémir certains ou certaines qui sont des puristes mais XX c'est pas le p'tit breton mais c'est le curé donc nantais c'était fait à Saint Julien d' Cancellles dans les années 1880 et qui maintenant est fait à Pornic depuis près d' 40 ans et historiqu'ment c'est le plus ancien fromage de Bretagne officiel répertorié donc des groupes comme ça <↑> quand ils vont à Paris dans un salon etc. mettent ils ont ce drapeau là et : avec donc autocollants et tout ça et très souvent on m' dit mais c'est incroyable on a tout donné euh : donc on aurait pu en vendre c'était fou (57.36) et donc cette année pour la première fois **j'ai 'fin j' dis j'ai c'est pas moi mais on a** des donc des hôtels restaurants donc aux Moutiers-en-Retz donc autour 'fin vous savez dans un rayon de 15 20 kilomètres qui maintenant ben donc l'affiche alors < évidemment ce n'est pas une majorité je reste tout à fait pragmatique sur le sujet mais ils sont tous situés à côté d'un port euh sur un axe routier autoroutier en plein marais breton voilà production d' sel qui vient et vend là-d'ssus à mort et on dit c'est porteur et on VEUT jouer cette carte là ça a permis donc c' que j' voulais déculpabiliser <↑> le fait que en jouant la carte bretonne euh : ben donc on pourrait avoir des problèmes mais en jouant=en jouant la carte sud Bretagne Pays d' Retz sud Bretagne c'est-à-dire un des pays historiques de la Bretagne historique <↑> c'est BEAUcoup plus facile et c'est pour ça qu' j'ai toujours dit <↑> j'ai toujours pensé <↑> on commence par ça et après on a beaucoup moins d'

complexe moins d' problème à mettre un drapeau breton plus officiel entre guillemets comme un gwenn ha du même si c'était pas la démarche première mais j' vous assure que **en clair ça permettait d' mett' de la de la Bretagne euh sur un support avec beaucoup moins de=de complexe**

RLS : hum hum

RR : ** il fallait absolument faire en sorte que l'entité l'identité visuelle héraldique du micro pays soit (acollée) XX alors c'est vrai qu'après pour les puristes on m'a dit t'es allé très loin tu t' rends pas compte c'est formidable (fin pour les uns) t'as réussi à mettre une croix noire la croix euh la croix de=de du pays indépendant etc. évidemment fin évidemment c'est pas forcément évident mais c'était absolument pas la trame de base j''tais pas parti là-d'ssus moi c''tait pas l' but mais c'est vrai qu'après pour les puristes et les gens d'autres générations qu' moi et j' l' dis au sens noble du terme on dit m'sieur Renaud hum : vous savez y a trente ans ou quarante ans si on avait fait ça on était tous en tôle et ((rires)) voilà bon ben j' leur ai dit heureusement qu'il y a eu un peu d'évolution même si y a plein d' choses

59.50

RLS : et aujourd'hui ce drapeau il a quoi comme sens pour vous alors < ? >

RR : et ben moi vous savez c'est très simple le sens c'est **ça permet de nous situer sans complexe en sud Bretagne extrême** je dis ça donc extrême avec un peu de sourire * euh : mais ça permet et même au fin fond sur les frontières extrêmes * de rapp'ler à certaines personnes que tiens y a un lien avec la Bretagne ben oui y a un lien donc avec la Bretagne c'est breton sans complexe et euh : c'est une des facettes j'allais dire plurielles de la Bretagne <↑> plurielle dans sa culture hein son architecture sa langue et tout ça <↑> mais comme les autres

01.00.33

RLS : et * pour vous il y a un lien avec la Bretagne ou C'EST la Bretagne < ? >

RR : ben CA fait partie implic'ement d' la Bretagne <↑> implic'tement <↑> et c'est pour ça qu' ça nous fait rager d'ailleurs <↑> quand je vois les nouveaux documents édités par le conseil régional de la Bretagne administrative qui et d'ailleurs ça m' choque à chaque fois met Bretagne et non pas région Bretagne alors j' comprends > j' suis pas idiot très souvent vous savez donc à chaque fois j' me mets donc à la place de l'autre moi j' fais comment moi évidemment <↑> et ça (me) rend fou d'abord parce que c'est pas LA Bretagne mais la région administrative Bretagne et surtout quand y a des politiques euh quand y a des stratégies d'explications de représentations de micro-pays (> en politique) des pays et qu' y a PAS la Loire-Atlantique * et quand y a la Loire-Atlantique c' qui est RARE associée à la démarche on a pas les micro-pays OFFiciels <↑> dans le cadre par exemple de la loi euh=de la loi euh

RLS : Chevèn'ement

RR : Chevènement par exemple excusez-moi qui avait enclenché donc la=la première vraie trame donc de politique des pays etc. alors qu'on est identifiés reconnus les structures sont en place elles évoluent en c' moment et moi j' me sers de ça POUR pour faire ça aussi * la Bretagne administrative ne prend pas ça en compte > on s' dit parfois putain les gars aidez-nous quoi bordel c'est pas facile alors < alors c'est vrai que d' temps en temps évidemment quand j' me r'trouve avec Thomin ou machin ou hum donc on en parle comme avec vous comme ça il m' dit < oui mais tu comprends bien c'est pas toujours comme on voudrait c'est pas pour (l' moment) etc. <↓> peut-êt' vous

êtes de gauche j' travaille avec l'équipe de droite J'AI des copains à gauche qui sont les décideurs aussi tout ça est hors cadre j' leur dis les gars si vraiment donc vous voulez euh y a des choses qui se s'raient faites <→> j'attends encore la véritable application de la commission mixte B4 et donc 44 sur le tourisme le sport la culture tel que c'était prévu et Bretagne réunie ancien cuab * propose ça depuis près de 10 ans ** alors on sait quel (effet station) on sait que depuis plus d'un an et ENCORE c'est pas d' la politique fiction on peut en parler avec des décideurs politiques de ces niveaux là sur un bureau comme vous et moi avec un muscadet ou un p'tit cognac comme vous voulez <↑> évidemment qu'ils vont v'nir le problème c'est que là c' qui s'est passé on s'attendait pas du tout à c' qu'on passe tous à gauche <↓> ** et nous en stratégie globale de combat on pensait qu' les pdl s'raient restés à droite que l' département donc du 44 s'rait passé à gauche et qu' donc **nous=nous les B4** on s'rait passé à gauche puisque tous les sondages tout=tout était fait pour qu' ça passe et comme ça <↑> on aurait pu Piloner les pdl POUR le 44 mais là l' problème c'est que {pfff} on est tous dans l' même camp euh on va pas / on a changé nos stratégies et voilà <↓> donc vous savez mais j' dis ça quand j'ai entendu ça de la part d'un président donc d'un département ou de gens autour j' ne suis pas tombé d' mon arbre je / en stratégie (là pareil) euh voilà mais=mais=mais

RLS : on en r'vient toujours à cette histoire de :

RR : mais ça m' rend fou=mais ça m' rend fou

RLS : implication limitée Implication dangereuse et du coup les excuses sont euh toutes les biens'vues en fait

RR : absolument mais tout à fait

RLS : j' dis ça sans aucun jug'ment d' valeur mais ça y ressemble quand même

RR : mais c'est ça vous avez tout à fait raison j' vous suis absolument [...] donc c'est pour ça qu' ça m' rend un p'tit peu fou euh voilà et on sait pas comment ça va s' passer parce qu'on sait très bien que la prochaine réunion qu'on aura avec Thomin donc moi je vais j' vais vous dire c'est pas qu' j'ai plus de chance mais ** quand je vois la difficulté directe euh entre le B4 et le 44 qui pourtant sont d'une même sensibilité politique qui pensent la même chose en lien à la région enfin c' que j'appelle la vraie région ou la reformation *** ben {S} euh :: y- y a eu un peu d' souplesse quoi j'ai souv'nir de propos de=de donc de **votre président** de région euh c'était très pertinent adapté et tout ça et on s'est dit ça y est c'est bon ENfin et puis en fait ben il a fait comme les autres (01.04.50) donc euh : voilà j' suis embêté et c'est pour ça QUE tout c'que je fais et c'que j'vais faire encore puisque j'ai d'autres projets en cours de=de finition de * d'étude ** en signalisation de financement également * je f'rai en sorte que des projets tels que que j'ai soumis à Jean-Pierre Thomin et au président du conseil général par exemple j'suis sur une stratégie d'panneaux d'entrée <↓> moi j'utiliserai toujours euh une trame une trame culturelle historico culturelle **implicite avec des liens économiques (01.05.30)** parce que ça doit être récurrent ça doit toujours aller d' paire pour moi c'est même si là bon j' le dis pas à chaque fois mais à chaque fois que j'écris quelque chose que j' propose quelque chose j'ai un p'tit dossier donc économique d'industries du coin qui disent que ceci ceci (sur) nous <↑> et quand j' dis chez nous donc j' vais assez dans l' Morbihan et donc dans l' Finistère sud on sait très bien qu' y a des micro-pays par tradition <↑> euh : qui n' sont PAS bretonnants et quand je vois déjà à trame associative les délires de Don Camillo ça m' fait pas plaisir vous allez m' dire et y a pas longtemps lors d'une assemblée générale entre plusieurs présidents d'associations j' leur avais dit les gars moi quand j' vous écoute j'

comprends hein parce que bon ça fait partie euh on sent qu' ça vient des tripes c'est en vous donc c'est bien mais j' comprends ça c'est viscéral sauf que les délires pour le gallo que je respecte pleinement et les délires pour le breton X etc. pour nous vous imaginez les difficultés qu'on vit qu'on a à trame administrative Pays de l' Loire etc. on essaie de faire en sorte et là on : =on sabre des stratégies COMMunes d'avancée parce que sur un sujet comme ça qu'est important <↑> qu'i' faut pas mett' de côté mais là vous êtes j'ai l'impression de voir un r'présentant des pays d' la Loire contre un r'présentant d' la Bretagne

01.06.49

RR : en fonction des supports administratifs officiels ou autres y a donc des formats de pavillons hein

RLS : oui

RR : donc des dimensions strictes et on a des=des lieux donc de pavois'ment qui peuvent être autres que ceux plus officialisés notamment les bateaux par exemple ou euh donc dans une voiture et depuis qu'il est sorti [l'autocollant – le drapeau] on a eu des : j' vais pas dire des centaines donc de demandes mais pas loin de plaisanciers de pêcheurs qui voulaient avoir leur drapeau du Pays de Retz sur leur bateau c' qui fait j'ai fait quoi j'ai app'lé les fournisseurs j' me suis démerdé pour trouver des 'fins je m' fais à chaque fois le centralisateur de ces gens intéressés j' connais les industriels comme ça ils paient moins cher enfin vous voyez on s'arrange donc on l' fait en format marine pa-par centaines que vous XX pour que donc vous leur disiez mais si c'est vrai ça existe chez les sudistes chez les sioux d' la Bretagne là au fin fond j' dis ça avec de l'humour mais voilà

RLS : en plus chez les plaisanciers y a un vrai marché

RR : y a un vrai marché

RLS : en général ce sont des gens qui Aiment personnaliser ET localiser leur outil de plaisance

RR : absolument=absolument

01.08.28

RR : donc le : euh :=euh la communauté de communes de Pornic va euh : va sortir un guide ** un guide touristique économique sur le Pays de Retz et notamment nord Pays de Retz Atlantique comme je vous l'ai dit mais y a une trame historique globale du Pays de Retz <↓> et donc on m'a d'mandé d'écrire pour ne pas qu' ce soit édulcoré vous voyez ce que je veux dire

RLS : hum hum

RR : qu'il y ait une trame historique bretonne implicite <↓> juste * et implicite <↓> euh ce guide là va être édité en plusieurs langues puisque c'est dans le cadre d'un d'une organisation que vous connaissez peut-être c'est dans le cadre d'une organisation qui s'appelle Stella Nice c'est à trame européenne entre plusieurs pays euh

RLS : ouais j'ai déjà ouais j'ai vaguement entendu parler d' ça

RR : à vocation développement sport jeunesse etc. donc c'est pour ça et là vous avez donc l'historique alors ça va vous permettre j'imagine vous qui êtes une pointue sur le sujet mais je suis sûr qu'il y aura 2 3 choses que vous allez apprendre et ça vous fera sourire en coin ** et euh je vous dis ça c'est très euh c'est=c'est dans le sens très=très positif quand je dis ça donc 2 3 choses c'est

RLS : ouais ouais

RR : ça nous fait toujours plaisir à nous de le dire alors c'est pour ça que même si tout ce que j'ai dit jus jusqu'à maintenant à part au tout début en lien donc avec votre affiche là on est sorti du contexte euh linguistique

RLS : non mais ça

RR : mais ça

RLS: ça fait partie de la même chose en fait

RR : mais c'est impératif pour comprendre <↑> parce qu'on part de ça effectivement pour donc arriver à ça <→> jamais j' n'aurais pu faire en sorte qu'il y ait des panneaux d'entrée bilingues si je n'avais pas commencé par ça <↓> je n'aurais ça c'est certain <↓> certain <↓> ** donc vous avez ça euh et=et=et en fait euh je reviendrai après aux=aux panneaux peut-être à trame donc départementale mais euh si maintenant j'ai des économiques alors à des degrés divers mais certains chefs=chefs=chefs d'entreprises qui m'ont dit on veut un drapeau on veut des auto-collants on veut afficher on veut le mettre sur notre produit on veut l'estampiller sur nos produits c'est quand même pour en arriver là sans Produit en Bretagne parce que c'est trop cher et c'est je ne vous dis pas avec l'entité départementale et nominative Vendée à côté c'est hallucinant parce que c' qu'on a chez nous c'est ça que peu savent ici euh c'est catastrophique chez nous c'est-à-dire que une entité économique spécifique comme la production d'huîtres l'ostréiculture <↓> * les producteurs du nord de la Loire Atlantique bénéficient de l'appellation Huîtres de Bretagne *** d'accord <?>

RLS : oui

RR : jusqu'à = jusqu'à la Loire <↓>

RLS : oui

RR : et en sud Loire y avait pas y avait pas d'appellation <↓> et qu'est-ce qui s'est passé et je vous le dis j' suis bien placé parce que 'fin bon j'ai des copains qui sont ostréiculteurs <↑> vendéens <↑> euh et de temps en temps j'allais=j'allais travailler chez eux c'est très intéressant et ça permet aussi de prendre la température de pleins de choses de l'identité de la philosophie du pourquoi du comment etc. et de leur façon eux de se de se regrouper en fait il font à trame d'un département ce que fait la Bretagne à trame de 5 départements enfin plus ou moins des 5 ça dépend ça veut dire quoi ça veut dire que le jour où il a fallu créer un :=un LABEL de vente (01.11.53) des huîtres produites dans le nord Vendée et dans le sud donc de la Loire Atlantique puisque en géographie c'est ce qu'on appelle c'est ce qu'on appelait avant la Baie de Bretagne qu'on appelle maintenant la Baie de Bourgneuf et qui est à cheval sur 2 départements <↓>

RLS : hum hum

RR : alors historiquement même si y a des gens qui ont du mal à l'admettre le nord Vendée était breton jusqu'à la Révolution jusqu'à la création des départements c'était breton et euh y a eu donc des producteurs vendéens <↑> et des producteurs DE la Loire Atlantique <↓>qui ne bénéficient PLUS <↑> de la possibilité de jouer la carte Bretagne * donc qu'est-ce qui s'est passé et à chaque fois c'est pareil production d'huîtres donc identité administrative vous vous allez comprendre qu'est-ce qu'ont proposé les producteurs notamment vendéens ils ont dit il faut un nom évidemment il faut qu'il y ait la Vendée <↑> ** ben il faut donc qu'il y ait donc la Loire Atlantique parce que ben ils représentent à peu près 40% 50% de la zone de production enfin il faut la Vendée bon ben on va faire quelque chose de très simple on va jouer donc la = la contraction Vendée Loire Atlantique achetez les huîtres de Vendée Loire Atlantique ah ouais mais c'est trop long bon ben on va trouver quelque chose de plus pratique on

va faire Vendée Atlantique c'est plus court * fluide * ça sonne pas mal on prend ça comme le syndicat de production vendéen était donc majoritaire c'est ce qui est passé chère madame quand vous allez acheter des huîtres à « Bourg-la-Forêt » au Moutiers-en-Rezt ou au Collet donc zone bretonne sud 44 historique production d'huîtres depuis mille ans au moins mille ans euh 'fin de façon donc officielle * euh est-ce que quand vous achetez une=une bourriche avec Vendée Atlantique est-ce que pour vous automatiquement <↑> implicitement <↑> vous pensez qu'une partie est produite sur la Loire Atlantique <↓> ben on a fait des études <↓> pour la majorité des gens c'est quoi <↑> * j'achète une huître qui est produite en Vendée sur la côte atlantique et voilà c'est à chaque fois qu'on se fait avoir comme ça donc en stratégie de communication et je reviens à ces gens qui font du sel des huîtres etc. pour la première année ils ont demandé ce drapeau là des autocollants l'entité Sud Bretagne et en me disant que Produit en Bretagne pour eux était très intéressant mais trop cher et c'est pour ça qu'il y en a même qui pour la première fois mais je ne les ai pas vu et j'irai voir ça dans quelques temps m'ont demandé l'autorisation parce que en fait ça je l'ai déposé *** à l'INPI <↓> je touche pas un centime d'euro de droit de quoi que ce soit puisque je voulais pas moi c'est chacune chacune chacun peut donc l'utiliser sans problème moi je j'ai toujours dit c'est celle ou celui qui prend les risques économiques de qui récolte si ça marche c'est normal voilà moi ça me permet juste d'attaquer une personne qui pourrait l'utiliser à de fins autres donc extrémistes comme ça c'est passé voilà sinon je m'arrête là

RLS : hum

01.15.00

RR : mais c' que j' veux dire par là c'est que pour la première fois l'identité euh Bretagne était intéressante et un label de vente ils m'ont demandé l'autorisation même de faire un petit euh un genre en petit tampon Produit en Pays de Retz sud Bretagne vous voyez parce que Produit donc en Bretagne c'est trop cher ils ne peuvent pas donc je sais qu'ils l'on fait cette année alors je ne sais pas jusqu'où c'est allé et puis ça permet dans la discussion à des gens de parler des panneaux d'entrée bilingues parce que je sais que cet été pour la première fois y a des gens qui sont venus visiter un domaine à production de sel en Sud Loire <↑> c'est vrai qu'on a du mal à s'imaginer jusqu'au XVI ème siècle 60% de l'or blanc breton était produit chez nous en fait en Baie de Bretagne de Bourgneuf en Retz Machecoul et X hein effectivement mais bon mais c'était quand même ça donc euh c'est vrai que les gens disent ah bon donc on achetait du sel ah bon pour la Bretagne à oui à mais oui à mais c'est vrai qu'on a vu donc des panneaux d'entrée bilingues Pornic Porniz racontez-nous et moi ça ma fait sourire en coin parce que c'était donc des producteurs <↑> qui donc quelque part devaient répondre à quelque chose auquel ils ne s'attendaient pas en lien à ça et le fait qu'il y ait un exemple au moins UN donc de bilinguisme permet aussi d'entériner le fait qu'on est en Bretagne et c'est pour ça qu'il ne faut pas s'y tromper une majorité 'fin une minorité de gens mais aux potes clé anti-bretons viscéraux pour des raisons politiques stratégiques x y ont tout fait pour que ça ne se fasse pas sauf que la chance entre guillemets pour nous <↑> c'est que les décideurs politiques de la ville de Pornic ** à trame de Pornic et du Pays de Retz ET départementale puisque donc le maire est toujours conseiller général euh expliquent ça sans complexe <↑> dans la mesure ou par exemple par rapport à l'Office la signature que l'on va faire sera du niveau 1 et jamais elle sera plus que ça parce que elle est adaptée à ce qui nous paraît le plus le plus juste historiquement et culturellement et on n'ira jamais plus loin * mais c' que j'espère aussi

parce que j'ai pas fait ça par hasard c'est que je me suis dit ça permettra aussi de déculpabiliser d'autres villes autour <↑> **

RLS : hum hum

RR : dont je sais que certaines associations dont je sais que certains économiques aimeraient bien jouer plus cette carte là il faut qu'il y ait un précédent * le problème c'est que temps qu'il n'y en a pas personne n'ose hein donc tout le monde se regarde sous la douche bon qui c'est qui ramasse la savonnette personne mais là c'est la même chose j' le dis avec comme ça en coin exprès mais c'est vraiment ça* maintenant ça permettra je suis persuadé de déculpabiliser certaines et certains bien sûr il va y avoir des crispations je suis sûr qu'il va y avoir certains traits de presse on sait qu'il va y avoir des panneaux tagués je le sais d'avance mais il n'empêche que ça va permettre d'en parler autrement et que d'autres gens autour se disent attendez eux donc ils l'ont fait pourquoi pas nous moi je sais que j'ai des / Emile Granville / pour ne pas l' citer j'ai pas besoin de dire qui c'est donc à Redon on m'a dit ah non c'est pas possible si toi t'arrives à faire ça à Pornic moi il faut absolument que je le fasse sur Redon alors je dis mon grand faut pas que t'hésites vous voyez c'est amusant

01.18.19

RLS : et quel intérêt exactement de travailler avec l'Office de la Langue Bretonne < ?>

RR : alors c'est très simple pour moi c'est comme l- = c'est comme l'Institut Culturel de Bretagne c'est je veux passer comme je travaille avec des politiques des décideurs politiques économiques je ne veux passer que par eux 'fin je porte un projet associatif que je présente à des politiques décideurs économique-politiques <↓> quand je dis donc économiques ceux sont eux qui financent et je veux que ce soit eux qui financent c'est plus dur mais c'est plus efficace c'est-à-dire une fois qu'ils ont signé après pour plus le faire c'est=c'est difficile <←> ça permet d'être appuyé de prouver à ces décideurs que on fait travailler on estampille la qualité de notre projet par un organisme référentiel reconnu * et surtout aussi euh financé par des entités administratives des 5 départements et à chaque fois 'fin moi petit mec du sud de la Loire Atlantique je ferai toujours tout pour que chaque projet que je fasse par un biais direct ou indirect soit cautionné même si quelque part je vais être très franc j'en ai pas besoin je le fais pas écrire moi j'arrive je vais les voir salut machin voilà c'est prêt * bon tu lis c'est toi le puriste c'est toi l' linguiste c'est toi ceci cela tu me prends tout ça quand même mais je veux ça parce que je sais que c'est donc adapté chez moi je l' dis pas parce que c'est super et que j'ai la science infuse absolument pas surtout pas d'ailleurs mais euh c'est vraiment donc un travail je vous assure de tous les jours de tous les jours

RLS : hum hum oui je veux bien le croire oui

RR : donc je leur dis voilà c'est ça mais je veux que tu me dises si c'est cohérent si pour toi si c'est bon si y a pas d' fautes etc. et tu m'estampilles et je et je=je fais en sorte que par deux biais <↑> * officieux ma pomme je veux dire auprès / ça y est j' crois que c'est bon ça y est ça a été difficile / j' fais croire que ça a été difficile en disant vous voyez ça a été difficile et tout mais je pense que ça va être bon <↑> je leur dis une fois que c'est donc entériné vous envoyez un courrier en bonne et due forme plein de couleurs partout signatures etc. allez-y qui forcément même s'il est d'accord à la base ou entre les 2 'fin à 51% il sera forcément caressé dans le sens du poil et quoi qu'on raconte il fonctionne aussi à ça voilà pourquoi je passe par l'office

RLS : ok d'accord

RR: et j'espère d'ailleurs c'est c' que j'ai dit à Thomin j'espère qu'à terme il y aura d'autres structures même si alors pour les puristes et j'en connais hein je : euh sur le sujet ouais mais l'office on a tel problème avec enfin le conseil culturel le machin=machin je dis écoutez les gars je comprends mais euh moi c'est pas mon problème enfin pas encore hein quand on sera rattaché réunifié tout ça je veux bien mais pour l'instant c'est pas le cas moi ça je m'en fous complètement moi ce que je veux c'est que ça se voit chez nous

RLS : ouais je comprends

RR : pour qu'on soit avec vous de façon à part entière après euh voilà

01.21.13

RLS : c'est pas gagné pour qu'il y ait d'autres structures hein

RR : c'est mais je me doute parce que la dernière fois que j'ai vu donc et Thomin et Maréchal alors Dieu sait si c'était euh à la limite / messieurs ** j'suis pas dupe je sais que ça ne se fera pas tout de suite alors qu'on pourrait <↑> on sait qu'on peut METtre pour des raisons que j'ai pas besoin d' citer ça s' f'ra pas * permettez nous d'avoir la langue c'est fait permettez-nous donc de voir euh la culture le tourisme le sport et donc si là on a ça alors évidemment y a 2 façons de voir la chose il y a le verre à moitié vide et donc à moitié plein si on a ça l'os c'est-à-dire faites comme si vous nous laissiez un os à ronger * j'aime pas dire ça mais faites comme si sauf que moi votre avec la moelle que je vais trouver d'dans si j'ai ça si on a ça on gagne * parce que en structurant parce que en utilisant ces facteurs clé <↑>

RLS : hum hum

RR : ça permettra au tourisme de façon officialisée aux cultures de façon officialisée et en sport ce qui est stratégique de retravailler autrement à 5 départements et bien sauf * que là ils m'ont dit oui et c'est là que je leur ai dit à même trame que euh donc l'office éta- établissement public d'intérêts communs reconnu financé etc. sauf que ben on sent bien que on sent bien que ça freine de 4 fers le projet j' leur ai que je leur ai soumis c'est ça les panneaux d'entrée je leur ai dit vous savez moi le premier je pourrais dire d'ailleurs y a encore dans des haies arrachées avec de la rouille partout y avait des panneaux dans le Pays de Retz il y a 35 ans vu que moi j'ai j'ai pas vu en place

RLS : des panneaux euh

RR : des panneaux d'entrée

RLS : bilingues

RR : non non pas bilingues je = j'e vais / des panneaux d'entrée * avec vous êtes en Pays de Retz enfin bienvenue en Bretagne Pays de Retz ou quelque chose comme ça

RLS : ah oui d'accord

01.23.10

RR : hallucinant 'fin maint'nant on pourrait le dire HALlucinant *** et je sais même plus si il y avait euh une phrase du type bienvenue 'fin donc degemer mat enfin je je suis même plus sûr j'ai des photos mais je dis voilà ça c'était il y a 35 ans 35 40 ans officialisation des PDL B4 etc. j'suis XX on a commencé l'acier on a fait en sorte que les haies poussent autour etc. quand les socles étaient trop trop bétonnés <↓> euh maintenant avec la la politique en place de déculturation et c'est peu dire <↑> si demain vous placiez un panneau d'entrée bienvenue en Bretagne à loger à Machecoul <↑> moi le premier je serai pas choqué sauf que il y a 99% de chance sur 100 enfin 99 allez 90 qu'il soit tagué qu'il soit cassé etc. * alors moi ce que je leur ai dit à mon avis il faut adapter ça / je leur ai dit c'est vous les politiques c'est pas moi /adapté ça à

l'échelle des pays c'est-à-dire nous je dis ça donc à Maréchal président donc du conseil général et je vais pas parler ici d'une stratégie où à terme l'échelon départemental disparaîtra on est bien d'accord je vais parler de pays donc je pense que ce qu'on a fait pour le Pays de Retz enfin ce qu'on a fait le petit truc qu'on a fait hein faut bien remettre les choses à leur place le petit truc qu'on a fait on peut faire en sorte qu'on ait des produits adaptés dérivés en communication en lisibilité en localisation et implicitement en lien avec une trame économique qui pourrait jouer <↑> là dessus et beaucoup n'attendent <↑> que ça notamment chez nous dans l'économie du vin <↑> je sais pas ça fait 15 ans que y a un très gros problème et y a des professionnels du vin qui sont en train de chercher comment jouer pour faire en sorte d'être reconnus localisables faire en sorte que leurs produits se vendent mieux <↑> et y a des discussions en ce moment sur j'en ai vu plusieurs pour rejouer la carte marches de Bretagne Sud Bretagne etc. <↑> parce que vins du jardin de la France je vais vous dire à part l'Anjou qui joue sa carte à tous les niveaux et qui gagne et tant mieux pour eux <↑> mais nous c'est même pas le peine ça ne marche pas donc je leur ai dit faites en sorte à mon avis qu'il y ait des panneaux d'entrée sur toutes les marches historiques de Bretagne

RLS : hum hum

RR: d'accord <?> on fait en sorte qu'il y ait un panneau qui ait la même trame bienvenue par exemple bienvenue en Pays de Vitré en Pays Retz en Pays de Clisson en Pays d'Ancenis en Pays de Dol-de-Bretagne en Pays de bon vous voyez ce que je veux dire tous les pays donc historiques frontaliers des marches * bienvenue au pays DE et en dessous on trouve une terminologie adaptée traduisable oui ça se dit traduisable nan tra qui peut se traduire qui peut se traduire très facilement dans toutes les langues et avec par exemple plutôt que dire à mon avis même si pour moi y a pas de problème mais je me mets toujours à la place des gens majoritairement anti * 'fin c'est pas la majorité qui sont anti mais ceux qui sont anti il faut trouver quelque chose qui passe mieux bienvenue donc <→> en Pays de Clisson de Fougères et de Vitré et en dessous par exemple porte de Bretagne pour ne pas dire marches de Bretagne on peut dire marches de Bretagne parce que c'est ce qu'il y a de plus juste c'est euh incontestable et incontesté sauf que qui sait ce que ça veut dire très peu de gens donc c'est une erreur stratégiq- je comprends moi le premier c'est ce que je mettrais sauf que c'est pas à moi que je veux faire plaisir pas donc à mes petits potes ou mes copines qui sont / évidemment donc il faut il faudrait donc à mon avis quelque chose de simple * d'évident * ah oui porte de Bretagne qu'est-ce que ça veut dire bon ben la porte c'est l'entrée XXX ET on fait en sorte qu'il y ait 2 blasons moi je suis contre donc les logos on peut en parler pendant des heures on sait que ça ne marche pas après je vais pas ça c'est une erreur stratégique ** on fait en sorte qu'il y ait les 2 blasons en trame de fond on met le blason de la de la région de la province c' que vous voulez un fond d'hermines et devant au 3 quarts on met le blason du pays historique ** et qu'est-ce qui se passe c'est là que je dis c'est vous les décideurs politiques et vous caressez dans le sens du poil vos politiques locaux ** qui ont parfois du mal à faire situer leur micro pays ** d'accord donc là vous mettez en avant implicitement placez le nom et vous vous le situez dans cette grande région reconnue internationalement parlant voilà messieurs à mon avis c'est vous les politiques mais vous jouez et vous gagnez sur les 2 tableaux

RLS : hum hum * hum

RR: donc euh moi je sais ce qu'ils en ont pensé je sais ce qu'ils m'ont dit de faire puisqu' on m'a dit bon ben je je suis je vais pas aller là dessus je sais pas si ça se fera

c'est comme le reste mais je suis intimement persuadé que ça fonctionnera <↓> je suis sûr de ça * en tout cas chez nous XXX c'est certain qu'il y ait des questions sur la langue et surtout je leur ai dit ne euh faites attention à l'échelon de signature ** surtout ne partez pas dans quelque chose qui s'rait justement perçu de façon opposée et vous vous mettriez des gens à dos et alors s'il y a eu donc alors je vais vous raconter je crois que je vous l'ai dit au téléphone mais je vous l' répète c'est juste là juste un trait voilà la situation de Pornic du Pays de Retz là aussi et vous vous comprendrez pourquoi euh c'est que j'avais donc profiter du festival Anne de Bretagne pour dire voilà ça serait bien de mettre des panneaux d'entrée bilingues je veux dire ça c'est fait en 3 jours j'ai vu le maire je lui ai ouais monsieur le maire ça serait bien donc le festival a lieu dimanche personne n'a pensé à ça parce que je ne veux pas me substituer à des gens qui ont hum hum j' dis ça serait vraiment mieux hein vraiment vraiment parce que c'est dimanche c'est vraiment dimanche on est mercredi donc euh je lui ai présenté le truc j'avais eu Vincent Vincent XX et je lui dis écoute démerde toi tu m'envoies moi des photos-montages etc. la Turbale et tout tu montres ça et je vais voir le maire et je dis voilà monsieur le maire ça serait bien d'avoir ça parce que alors en clair des panneaux officiELS par rapport à la démarche euh qui était peut-être au courant me dit ouais c'est très bien c'est très bien sauf que je ne veux pas ça je veux bien qu'il y ait des panneaux comme test ** je veux 4 panneaux plus petits à fond blanc et pas de = pas de rouge autour

01.29.35

RLS : donc des panneaux non officiels

RR : des panneaux non officiels mais quand même après c'est toujours pareil à moitié vide à moitié plein mais il était pas obligé je veux dire je vais pas rentrer ouais monsieur le maire XXX c'est surtout pas mon truc je suis euh plus qu'allergique et c'est peu dire donc je fais un peu la gueule je lui dis ouais mais XXX il me dit écoute fais ça je te laisse faire ça 3 jours t'as le pognon tu fais {sonnerie de téléphone portable} pardon et en fait il me dit voilà j' suis pas contre * simplement j' veux pas euh que ça crée trop de problèmes etc. moi i' sont mis en place je cautionne je finance tout de suite en trois jours donc j'avais pas vraiment l' choix ** on attend un an deux ans et si y a pas d' problèmes ok pour aller plus loin je n' suis pas un politique mais je savais j' me suis dit euh la majorité m'aurait dit non=non quelle que soit la façon je m' suis dit bon même si * vous voyez c' que j' veux dire <↑> j' me dis X mais bon donc y en a 4 qui ont été faits des (p'tits) qui sont en place mais qui ont fait beaucoup parler d'eux j' vous dis pas à l'office de la langue alors les sudistes extrêmes font un truc comme ça vous imaginez j'ai eu Lena Louarn j'ai eu tout ça alors on m'a fait des trucs * j' leur ai dit oui non mais c'est bien hein j'ai dit oui on est conscient m'enfin euh c'est pas on n'est pas allé sur la Lune hein euh ou sur Mars quoi donc j' leur ai dit moi je=je=je n' s'rai satisfait que quand on aura adopté officiellement la charte niveau 1 mais pour ça il faut que le conseil municipal notamment la commission culture soit d'accord 'fin c'est toute une démarche c'est pas comme ça euh :: en catimini et en fait moi c' qui m'intéressait ça aussi c'est intéressant quelle que soit la démarche c'est qu' la majorité d'une collectivité 'fin la représentation d'une collectivité quelle qu'elle soit s'exprime d'abord et s'exprime POUR majoritairement <↓> ** ça euh ma philosophie ma conception des choses c'est fondamental vous imaginez bien si on plaçait ça pa'ce que l- j'allais dire l' élu en tête en charge est pour mais qu' la majorité est contre et qui passe outre le jour où ça change ** déjà tout est enlevé et puis moi à titre personnel je s'rai pas ce s'rait pas moi quoi

RLS : hum hum

RR : > c'est pour ça que j' f'rai pas de politique mais < donc euh c'est pour ça que l' temps a passé on a travaillé sur la charte XX je l'ai vu plusieurs fois j' lui ai dit j' suis en train d' préparer des choses JE sais un peu comment ça s' passe faut=faut l' faire doucement hein et euh voilà donc l'année dernière ça été euh adopté à l'unanimité mais évidemment je fais l' truc à ma façon j' leur ai dit voilà ça permettra à Pornic d'être présent dans tous les guides de l'office etc. ça vous coûte rien alors évidemment ça coûte=ça coûte les panneaux ça coûte je sais l' coût qu' ça a m'enfin en proportion ce sont pas les mêmes budgets ce sont pas les mêmes répercussions c'est pas la même

RLS : ouais en sachant que le niveau 1 d' la charte n'inclut QUE les panneaux d'entrée et d' sortie d' ville et PAS les panneaux de rues <↑>

RR : oui 'fin que ouais d'accord ma chère mais quand vous en avez 30 sur une collectivité c'est hum 2500 balles le panneau

RLS : vous en avez TRENTe à Pornic <↑>

RR : ouais 30 et oui pourquoi parce que en fait donc on a 30 euh 'fin presque une trentaine parce que on a deux bourgs qui sont rattachés à Pornic

RLS : ah oui ok [...]

RR : [...] même sans bourg on en a hum : plus d'une dizaine hein <↑> entre 10 et 15 puisque donc la configuration du site fait que mais euh : y a les panneaux d'entrée y a la traduction de certains supports euh liés euh :euh donc au tourisme donc stèle etc. panneaux du château y a la traduction du site de présentation historique de la ville sur Internet alors là j' suis en train de refaire un historique justement puisque j' veux pas qu' ce soit la sous-merde qu'on a pondue euh bienvenue au pays d' Barbie c'est juste présentation du Pays d' Retz parce que là aussi ça fait son effet vous voyez maintenant c'est une carte donc touristique euh aux portes sud de la Bretagne le Pays d' Retz (s'étire) etc.=etc. alors évidemment pour la majorité c'est très peu d' chose pour nous c'est ENORMe bon parce que pendant très longtemps ça été tout sauf ça quoi

01.34.00

RLS : et donc les panneaux d'entrée de ville sont bilingues depuis quand vous m'avez dit < ?>

RR : donc y a quat'e panneaux d'entrée bilingues depuis [...] alors en fait j' me suis arrangé pour faire en sorte que les panneaux qu'étaient plus p'tits soient pas vraiment plus p'tits en fait et qu' ce soit presque pareil quoi

RLS : et au niveau d' la ouais d' la (police) que vous avez choisi < ?>

RR : droite comme ça pas=pas biaise ou pas

RLS : ouais mais ça c'est dans la charte aussi

RR : absolument=absolument mais en fait comme mes panneaux n'étaient pas très officiels j'aurais pu prendre quelque chose de volontairement très bien vous voyez c' que j' veux dire édulcoré euh mais c'est pas du tout c' que j' voulais faire bien au contraire j' voulais faire vraiment une l'approche de la phase 2 * c'était en juillet 2003 < mais oui bien sur j' vais vous dire pourquoi c'était génial=génial le : festival Anne de Bretagne donc avait lieu fin juin donc je fais mettre les panneaux voilà Pornic Pornizh

RLS : zh à la fin

RR : oui euh : et donc euh au mois d' juillet on avait la dernière étape du tour de France 'fin l'avant-dernière étape avant Nantes * et qu'est-ce qui s'est passé * absolument génial * France 3 arrive donc moi 'fin bon je euh : pour la ville je : hum je gérais toute la thématique donc technique de la collectivité pour le tour de France donc c'est très

intéressant mais quand j' dis ça c'est ça veut dire plein d' gens à voir la structure et tout ça et si j' dis ça c'était quoi c'est que France 3 arrive pour des problèmes techniques Ouest-France met etc. est-ce qu' y a d' la flotte est-ce qu' y a des XX 'fin j' vous passe les détails donc je viens voir tout l' monde entre un gars de France 2 qu'était sur sa caméra qui montait partout qu' était en train de filmer le drapeau breton sur le port et tout qui m' disait moi j' suis de Ploudalmézeau donc bravo et tout ça 'fin vous voyez c' que j' veux dire quoi c'était rigolo et le gars de France 3 arrive il fait mais dites-moi parce que France 3 chez nous c'est France 3 Pays d' la Loire donc un stalinisme là on coupe tout alors oui bonjour oui=oui dites-moi donc y a des panneaux d'entrée donc en breton ça fait longtemps etc. alors j' fais {offf} ça fait bien 2 mois {rires} ça fait bien deux mois ah bon mais dites-moi euh=euh ça s'est fait comment etc. mais j' dis écoutez cher monsieur c'est pas compliqué prenez donc un rendez-vous avec le maire ça été décidé dans l' cadre d'un conseil municipal voté donc à l'unanimité dans l' cadre de la promotion de Pornic structure bretonne et tout et qu'est-ce qui s'est passé alors le type était comme un fou qui c'est qu'ils les ont filmés sur France 3 France 2 ça été pris en photo et j' vous cherche la photo parce qu'alors là j' vous dis pas on a eu des=des=des dizaines=et des dizaines=et des dizaines de courriers [...] c' qui fait que comme pendant tout l' tour de France on s'est cru en Australie sauf à Pornic où on était entre les Kerguelen et ch' ais pas où donc ça été la cata alors c' qui fait qu'i' s' sont bien marrés parce qu'avec les panneaux d'entrée bilingues et eux et à Pornic on est bien en Bretagne tout l' monde était sous la flotte etc. donc ça été un=un trait d'humour en lien aux panneaux d'entrée bilingues et y avait comment il s'appelle Sannier et tout ça là François qu'étaient là qui f'saient un peu d'humour là-d'ssus mais c'est pour ça quand vous m'avez posé la question sur les panneaux (vous saviez) je savais qu' y avait un lien amusant

01.37.43

RR : comme les guides parce qu'on a pas parlé des guides ça c'est une folie quand on voit que souvent <→> la Loire-Atlantique n'est pas dans les guides Bretagne c'est l'horreur <↑> parce qu'à ce moment là c'est pas guide Bretagne c'est guide région administrative Bretagne ou alors ça s'arrête à la Loire et on met en guide Vendée Poitou Charentes pour une question de praticité=de praticité pardon de format d' carte et tout mais attendez là donc j' suis persuadé que le fait de de faire en sorte qu'y a un panneau d'entrée bilingue 'fin qu'il le mette donc de façon plus officielle f'ra en sorte que le précédent * 'fin **ça déculpabilis'ra j' répète vraiment mais c'est hein** <↑> moi je je sais qu' j'ai des copains dans l' culturel à Saint-Brévin ou à Paimboeuf en plus qui ont des noms 'fin Paimboeuf XX XX qui eux entre guillemets n'attendaient que ça ah voilà j' savais bien qu' c'était là [il vient de trouver la photo] ** vous allez comprendre pourquoi <↓> Ouest-France pourtant Ouest-France donc Ouest-France (ça :) * {I} Ouest-France du 26 27 07 03 * voilà <↓> * alors ne vous étonnez pas si vous voyez des bandes autocollantes bretonnes sur des panneaux d'entrée sur la Loire-Atlantique y en a plein hein c'est not' façon voilà <↑> 'fin j' ne fais plus ça depuis longtemps hein > je plaisante ** les bandes autocollantes Bretagne y en a plein sur le 44 parce que ça nous a toujours permis de montrer à not' façon auprès d' certains politiques qu'on était attaché à ça mais on ne tient en aucun cas à détérior-) détériorer les panneaux et c'est l' paradoxe et j' vais vous raconter un truc qui va vous faire sourire j' vous assure quand on / quand JE mettais ça quand j'étais plus jeune euh c'est une bande autocollante si ça vous embête vous v'nez vous grattez avec votre ongle et vous enl'vez la bande * c'est

aussi simple que ça <↓> mais alors si je suis un anti breton viscéral <↓> comme y en a plein j' fais quoi <?> j' viens j' prends une bombe et j' fais un gros pâté noir parce qu'ils=parce qu'ils ben là après

RLS : et c' qui coûte la modique somme de 2500 euros

RR : le panneau faut l' traiter faut l' changer et tout plutôt que / et ça c'est très révélateur <↓> et euh en parallèle par exemple je vais faire en sorte malgré les difficultés que une équipe de la Loire-Atlantique notamment de Pornic et du Pays d' Retz fassent partie et Jean-Pierre Thomin a trouvé ça très bien il m' a dit ben oui faudrait absolument mais j' dis oui oui faudrait absolument mais j' lui dis mes p'tits messieurs c'est quand même vous qui pilotez et qui d'vez nous aider donc j'ai un accord tacite du maire de Pornic donc à titre de maire <→> mais président d' la communauté d' commune de Pornic c't-à-dire plusieurs villes du littoral du Pays d' Retz euh de faire en sorte que l'année prochaine parce que cette année ce s'ra trop tard mais qu' l'année prochaine on ait des membres 'fin des sportifs pluridisciplinaires à thématique voile nautisme qui intègrent l'équipe bretonne des jeux nautiques interceltiques

RLS : d'accord

RR : ouais voilà ça ça fait partie des choses sur lesquelles j' suis en train d' travailler alors j' répète ça fait pas du tout partie de c' que j' fais officiellement mais c'est c' que j' fais aussi en parallèle parce que j' tiens absolument à c' que ça aussi ça s' fasse il FAUT qu' y ait des liens comme ça

RLS : hum * hum hum ok

01.41.03

RLS : ouais donc là on est vraiment dans : le : culturel + économique = promotion de

RR : oui parce que moi moi donc vous imaginez bien que les jeux nautiques interceltiques le salon à Paris ou à Nantes <↑> drapeau autocollant historique Bretagne une partie langue photos panneaux d'entrée bilingues des choses comme ça <↑> tout est lié mais y a des économiques qui vont suivre évidemment et qui sont DEJA intéressés *** mais c' qu' y a c'est qu'il faut les aider

RLS : parce que c'est rigolo plusieurs fois vous avez utilisé l'adverbe implicitement mais c'est pour ça qu' je vous posais la question tout à l'heure est-ce que c'est un LIEN avec la Bretagne ou est-ce que pour vous C'EST la Bretagne

RR : ah non non c'est ah oui

RLS : c'est toutes les questions d'implication et le FAIT d'utiliser

RR : ouais euh

RLS : le mot implicite euh

RR : d'abord y a deux raisons comme tous les gens très timides qui se sont soignés tout seul on a plein d' tics et plein d' défauts * d'élocution alors même si c'est pas toujours mais c'est pas à vous qu' j' vais l'apprendre 'fin j' pense qu' vous avez bien compris {I} et ça on peut pas tout enl'ver c'est l' problème et : deuxièm'ment quand j' veux dire implicit'ement évidemment C'EST la Bretagne **pour cette personne** c'est la Bretagne viscérale évidente naturelle c'est une personne en plus d'une génération qui a vécu la Bretagne EN Loire-Atlantique dans l' Pays de Retz sans complexe euh : voilà alors quand je précise implicit'ement c'est parce que tout est pas toujours évident

RLS : hum hum

RR : et c'est une déformation aussi puisque général'ement je m'adresse à des gens qui n'ont pas la même situation que vous la même analyse des choses des mots etc. voilà pourquoi

RLS : cette question de l'implication est quelque chose de : / qui m'interroge beaucoup en fait

RR : non mais ben le : j' vais vous dire c'est : / je suis le premier parfois à on s'arrête on prend un verre on s' dit merde j' suis là c'est beau c'est super mais j' suis (naze) en clair ça veut dire * quoi* ça veut dire qu'on est très souvent peu nombreux pour pas dire seul on s' sent seul mais on s'aperçoit que en étant peu nombreux on fait des choses en très peu d' temps moi j'estime que J'AIME=J'Alme en parler à des gens qui sont là d'puis longtemps bien plus longtemps qu' moi <↑> et puis qui sont nés ici ou pas qui à Pornic dans l' Pays d' Retz depuis 20 ans 30 ans et j' leur dis mais objectivement quelle évolution tu vois est-ce qu'on en entend parler plus qu'avant est-ce que tout ça et y a pas d'ambiguïté tout l' monde va m' dire y a 20 ans on en parlait pas comme ça

RLS : hum hum

RR : c'était pas du tout comme ça et des et par exemple des panneaux d'entrée bilingues à Pornic y a 20 ans c'était euh alors que c'est un paradoxe on se pensait breton beaucoup plus naturellement mais on aurait jamais mis jamais accepté de panneaux d'entrée bilingues enfin quand j' dis accepté on y aurait jamais pensé *** mais en une génération=en une génération <↓> euh les résultats d' la déculturation des pdl est telle que même à Pornic les gens qui se sentent naturellement bretons et qui ont des postes à responsabilité notamment culturelle comme la première adjointe a compris que euh : que c'était très bien et qu'elle était pour qu'elle se sentait pour mais vous voyez c' que j' veux dire

01.44.24

RLS : c'est FORT le mot qu' vous employez déculturation vous pensez qu' y a vraiment eu des actions dans ce sens qui étaient marquées COMME tel

RR : ah oui oui j- attendez moi j'ai 36 ans alors c'est pas encore trop vieux c'est plus trop branleur mais c'est pas encore trop vieux j'ai souv'nir euh : j'ai souv'nir de :=de livres de guides où à chaque fois que le mot breton Bretagne était placé c'était euh : envahisseurs contre la population 'fin vraiment à chaque fois c'était négatif c'était HALLucinant euh hallucinant et euh ou alors la collaboration la trame de la collaboration vous savez euh : j'ai la chance comme d'autres j'espère d'avoir eu de la famille qui a connu la guerre qui s'en est sorti qui a résisté qu' a été déporté des choses comme ça qui m'ont toujours dit et comme je suis alsacien par ma mère ça m' permet d'être assez / deux régions à identités fortes et particulières j' vais vous dire on se- on se s'rait jamais permis de faire le quart de c' qu'on a fait chez nous chez eux c'est comme si un jour on leur disait voilà le département du Bas-Rhin n'est plus en Alsace mais en région Rhin Rhône Strasbourg en fait est PAS la capitale donc de l'Alsace et l'a jamais vraiment été donc on vous a fait croire mais 'fin etc. etc. et la langue donc alsacienne 'fin j' vais pas rentrer dans l' débat langue dialecte j' suis pas assez (puriste) j' ne parle pas l'alsacien ou bon quelques=quelques conneries mais euh : donc à chaque fois quand on parlait histoire euh les grands-parents alsaciens ou des gens proches m'ont dit mais on comprend pas=on comprend pas c' qu'on a dit sur la Bretagne ou sur la=la=la=la notamment à trame donc de collaboration très souvent donc on m' a dit c'est l'arbre qui cache la forêt <↓> alors quand j'étais plus jeune je n'avais pas compris l' sens maintenant ça y est c'est assimilé mais ça ça m'a toujours vraiment= vraiment choqué et déculturation je pèse mes mots j'ai=j'ai des copains des copines qui ont des postes à responsabilité dans des lycées

RLS : hum hum

RR : * je n' connais pas UN lycée en France où vous avez des=des manifestations sportives alors là je pousse exprès mais en fait non parce que c'est ça arrive alors c'est vrai que depuis que François Fillon est plus Président c'est (officiel) m'enfin c'est pas : on sait c' qu'il a dit on sait c' qu'il veut etc. <↑> les jeunes vous aviez la fête des lycées des Pays d' la Loire où tous les gosses par centaines ont leur tee-shirt ma région les Pays d' la Loire ont des drapeaux les Pays d' la Loire vous savez j'ai vu ça quand j'avais=j'avais 20 ans quinze vingt ans sur la Chine la Corée du Nord la RDA j' voyais encore des grandes manifestations sportives par exemple OU c'était ça nous c'est=c'est hallucinant on a jamais vu ça ailleurs <↓> par exemple vos plateaux repas quand vous mangez jusqu'ou ça va vous bouffez ma région les Pays d' la Loire <→> vous l'avez sur vot'e tee-shirt vot'e plateau r'pas vos trucs vot'e porte-clefs vos autocollants gratos qui sont délivrés etc.=etc. 'fin c'est / et la presse <↑> la presse de tous les jours alors là maintenant on essaie de nous faire passer pour des ligériens on a tout cherché (ligatlante) ligériens ligmachin parce qu'on veut pas dire breton alors à chaque fois donc on les r'prend mais non non non nous sommes des bretons des bretons d' la Loire-Atlantique mais des bretons alors c'est=c'est voilà j' peux c'est pas en trente secondes mais donc y a des exemples hallucinants uniques <↑> dans l'hexagone
RLS : ok

01.47.51

RR : déculturation ça c'est sur ** et pour la langue n'en parlons pas <↓> ** 'fin pour LES langues

RLS : y a des écoles **Diwan**

RR : à **Pornizh** euh dans=dans l' Pays d' Retz <?>

RLS : oui

RR : non y a eu des d'mandes parce que alors ça c'était l' truc dès qu' y a eu un panneau ouah Romuald c'est super on va etc. j' leur ai dit hop hop hop les gars attendez c'est pas comme ça vous êtes fou ou quoi euh pour l'instant comme j' vous l'ai dit y a une trentaine de personnes qui suivent des cours du soir de breton

RLS : À Pornic

RR : à Pornic on sait qu' y en a un euh on sait que y en a un à Clisson y en a un petit peu même si c'est un petit peu au sud c'est plus le Pays de Retz mais euh y en a un à Saint-Brévin y en a autour enfin bon euh

01.48.33

RLS : c'est une association c'est ça <?>

RR : oui oui mais pour avoir plus de euh plus de précisions n'hésitez pas à appeler euh l'office de la Langue parce qu'il travaille en en collaboration

01.48.46

RLS : et vous vous parlez breton <?>

RR : Absolument pas comme l'alsacien et c'est pour ça alors très souvent on me dit mais comment tu peux être aussi euh 'fin bon porter ça pour la langue par exemple que tu ne pratiques pas mais je dis y a y a aucun problème quel est le rapport y en a pas c'est euh je peux te faire donc la même chose pour euh donc l'inuit ou pour des cultures que j'estime qui on fait toute leur place avec leur langue mais c'est pas pour autant que je vais parler l'inuit *** alors de temps en temps évidemment je sais je me dis merde il va bien falloir pas pas pas au sens il va falloir c'est comme y a plein de gens qui me charrient de temps en temps j'aime bien dire tiens je te passe mon sucre

enfin c'est une image moi aussi je peux enfin voilà mais ça s'arrête là mais et ça aussi **c'est donc un paradoxe mais c'est un argument qui fait très souvent mouche auprès de politiques décideurs** ah oui mais vous les bretons comment moi breton mais pas du tout alors ça généralement ça les laisse perplexes c'est ça qui m'amuse aussi donc euh j'avoue que je m'en serre un petit peu de ce de cette non pratique là évidemment vous imaginez bien que si je me suis permis de vous dire tout ça comme ça c'est parce que votre démarche c'est que je sais que je peux me permettre

RLS : ah oui oui bien sûr

RR : j'ai pas à réfléchir et puis bon donc voilà mais vous imaginez bien que donc quand on travaille avec des politiques enfin quand je dis politiques même locaux tout ça c'est très adapté édulcoré en fonction XXX

RLS : ah < bien sûr bien sûr

01.50.19

RR : mais c'est euh et euh oui c' que je peux dire aussi c'est que euh on s'attendait quand on a mis les 4 premiers panneaux d'entrée à Pornic à une levée de boucliers une sorte de levée de boucliers on a eu un courrier UN courrier de quelqu'un qui a dit euh oui j'habite à Pornic je suis vendéen Pornic est en Vendée je ne supporte pas etc. y en a toujours un y en aura toujours un mais c'est vrai que comme on a une euh chez nous vous savez euh la majorité des gens qui viennent acheter dans le Pays de Retz et tant mieux pour eux d'ailleurs il faut le faire s'il en reste un petit peu il faut en profiter encore euh les prix explosent comme partout sur la côte ceux sont des gens sarthois mayennais vendéens angevins enfin toute la couronne parisiens très peu de bretons administratifs mais ça aussi si y a des morbihannais et y a des gens dont d'Ille-et-Vilaine sud qui viennent aussi mais donc la majorité ne sont pas des bretons et ne se sentent pas et absolument pas * euh et c'est vrai qu'on a qu'on a peu de gens viscéraux mais les gens viscéraux c'est c'est quelque chose quoi c'est hallucinant alors avec des arguments à tomber par terre et même si vous êtes intelligente adaptée douce etc. ludique dans dans vos explications y a un temps ou vous dites bon alors je prends quoi une hache une tronçonneuse alors je dis c'est pas possible quoi c'est dur enfin on évite hein je vous assure juste un truc tant que j'y pense

01.51.44

RLS : j' vous coupe et comment ça s'est passé pour le choix de l'écriture Pornizh i z h à la fin vous avez fait des recherches euh

RR : alors ça a été très je travaillais avec des puristes à Pornic

RLS : c' que vous appelez des puristes c'est quoi en fait < ?>

RR : qui ceux que j'appelle donc des puristes ce sont des gens dans dans l'associatif qui parlent breton qui ont parlé breton donc avec leurs parents ou qui parlent encore breton qui qui ou et ou qui ont étudié donc la langue bretonne euh :: alors oui y a toujours normalement ça ne devrait pas être Pornizh mais Porzhniz parce que ceci cela alors je répète je ne suis pas un linguiste donc je ne vais pas

RLS : P O R Z H N I Z

RR : **oui c'est ça alors Porzh et Niz voilà euh mais bon alors après je vais vous dire c'était très simple je leur dis moi je veux passer par un institut référencé référentiel auprès des collectivités et des décideurs politiques euh moi que ce soit Porzhniz ou Pornizh je ne veux pas choquer les gens pour qui c'est la passion c'est la recherche et tout ça <↑> mais si moi euh l'institut référentiel je répète a décidé que ce serait Pornizh et bien je présenterai Pornizh voilà je n'allais pas moi à mon micro niveau**

déclencher une gué-guerre de spécialistes sur euh sur le sujet euh parce que là ce serait encore des gens anti n'auraient été que trop contents une fois plus de dire et même entre eux tu vois là dessus ils ne sont pas foutus de s'entendre et euh voilà je ne voulais surtout pas ça hein

RLS: ouais ouais c'est clair donc c'est l'office qui vous a proposé euh

RR: ah oui oui absolument

RLS : cette : écriture là

RR : absolument

RLS : ok *** ok donc j' vous ai interrompu y a 2 minutes pardon

01.53.42

RR : non nan nan je vous en prie c'était pour vous dire alors sur le Pays de Retz vous me posez la question alors ça c'est pas tout frais puisque je m'en étais servi je m'en étais servi donc euh servi euh 99 le Pays de Retz activité touristique très saisonnière concentrée sur juillet et août même si avec les 35 heures y a une évolution certaine euh mais primordiale pour le développement économique du pays la population passe de 58 000 alors je suis sûr qu'on est entre 65 000 entre 60 et 65 000 depuis hein y a pas photo oh oui oh oui 65 000 c'est sur bon allez la population passe de 65 000 habitants permanents à 500 000 l'été voilà ça vous donne une idée euh 70% de la clientèle euh donc était euh 70% de la clientèle française est originaire du grand ouest bassin parisien ouest euh et puis y a une clientèle étrangère représentant 20% des nuitées commercialisées et en 92 donc euh le tourisme représentait 2 971 emplois dont 985 permanents enfin bon

RLS : ouais mais vous devez avoir des chiffres sur ça plus actualisés dans les revues économiques XXX

RR : bien sûr bien sûr nan mais c'est pour ça que j'ai comment je vois ça ça a été euh je voulais juste chercher la preuve qui qui m'avait servi parce que je voulais me servir d'un document édité donc par des politiques économiques représentatifs POUR présenter ça pour dire je comprends votre problème il peut y avoir ça comme outil

RLS : ouais

RR : je cherche euh les difficultés de de localisation euh et après je vous fiche la paix je vous laisse faire

01.55.23

RLS : nan mais ça m'intéresse parce que là en fait ce que je comprends c'est que vraiment la situation pour pour Pornic et plus largement pour le Pays de Retz c'est de trouver les outils nécessaires et suffisants à la promotion de de l'endroit <↑>

RR : ouais

RLS : pour euh VALider et valoriser EN PLUS l'appartenance historiquement bretonne

RR : tout à fait

RLS : de euh de ce secteur là

RR : tout le tout le noeud du débat est là c'est-à-dire en plus DANS le Pays de Retz vous avez une franche sud-est dans les terres à Machecoul etc. qui ne se considère très très peu bretonnante sauf pour les gens qui connaissent leurs anciens mais pourquoi parce que je vous dis depuis depuis 40 ans le problème des PDL c'est qu'ils ont officialisé une une structure avec tous les moyens détachés de la Bretagne et qu'est-ce qui c'est passé au sein de cette structure économique-administrative <?> * des départements tels que la Vendée et le Maine-et-Loire ont pu jouer et jouent à MORT leur identité propre à l'instar d'une région historique ou administrative la Vendée ça

marche grâce à une trame historique de Vendée militaire qui est un une zone comme vous le savez territoriale qui a regroupé comme vous le savez 4 départements dont le sud de la Loire-Atlantique Maine-et-Loire XX etc. et l'actuel département de la Vendée donc ils se servent de ça <↓> le Maine-et-Loire joue à MORT sa carte d'Anjou nominativement <↑> qui est acceptée en panneau d'entrée d'ailleurs bienvenue en Maine-et-Loire Anjou donc euh vins vins d'Anjou festivals

RLS : les châteaux

RR : et j'en passe les châteaux en plus ce qui se passe et ils ont tout à fait raison maintenant que l'entité Val de Loire est reconnu par l'UNESCO ben ils collent à cette charte là et à cette trame là donc sur là dessus ils gagnent et en plus dans une région administrative qui s'appelle Pays dits de la Loire ** évidemment <↑> et un jour alors je vous dis ça j'avais c'était l'ancien président du conseil général j' crois que c'était ma première rencontre avec un président département au sein du CUAB Bretagne Réunie maintenant hein j'avais 20 hein ça fait 10 ans et on lui dit mais monsieur le président excusez moi c'est pas possible permettez nous tout simplement d'avoir sur le panneau d'entrée au niveau donc départemental Bretagne historique ou quelque chose comme ça non non hors de question ben on lui dit attendez c'est possible pour la Vendée c'est possible pour le Maine-et-Loire maintenant quand je vais vais en Sarthe ou en Mayenne je lis le Maine libre <↑> radio Maine <↑> < l'université du Maine <↑> là y a pas de problème Maine transport <↑> les gens enfin l'économie joue cette carte là et nous on pourrait pas c'est quand même hallucinant ouais mais / je vous le fais évidemment euh oui mais si nous on ne le fait pas c'est la fin des Pays de la Loire si donc la Loire Atlantique joue négativement permet de se localiser Bretagne de quelque façon que ce soit c'est la fin des Pays de la Loire <↓> terminé ** et c'était le président du conseil général je vous dis ça euh y a pas y a pas d'écrits mais donc mais donc on était une vingtaine à table mais ça on le sait très bien le noeud du problème il est là

Edith Rivoal

00.38

RLS : donc vous vous êtes le docteur Rivoal <↑> c'est ça < ?>

ER : oui Rivoal Edith <↓> ouais voilà oui donc j' travaille ici depuis * **très longtemps** <↑> *** depuis 1984 j' suis à l'hôpital

01.00

RLS : vous êtes à l'initiative de cet affichage comment l'idée est née < ?>

ER : alors bon en fait moi euh : euh j' m'appelle Rivoal mais c'est mon mari qui s'appelle Rivoal **moi je n' suis pas née en Bretagne je suis d'venue bretonne par euh p- euh par mon mariage** quoi si l'on veut et donc euh ben : j-j'ai pas passé mon enfance <↑> en Bretagne non plus <↓> hein et quand j' suis arrivée là j'ai vu que tout était écrit les noms des villes les noms des gens 'fin tout tout était écrit en breton et j'ai eu envie de comprendre qu'est-ce que ça voulait dire et j' me suis inscrite au cours du soir et donc euh j'ai PAS cette :=cette espèce de honte : à parler breton à parler du breton qu'ont les gens du cru à qui on : a fait des=des misères eux-mêmes ou leur génération précédente <↑> quoi moi j' viens d'ailleurs j'trouve ça que c'est une langue ((légers rires)) qui doit vivre <↑> quoi et pas de / qui hum j' n'ai aucune réticence quoi mais je

comprends bien <↑> que=que les gens d' la génération d'avant on leur fait honte tout ça et que i-i-i-ils ont encore du mal à entendre parler ou à c' qu'on l'apprenne aux p'tits enfants et qu'on l'écrive sur les murs j' comprends bien ça mais moi donc euh : je m' suis dit tiens pourquoi pas dans notre service que ce soit écrit sur euh : < déjà=déjà on parlait breton un peu entre nous parce que pour me : pour me faire des travaux pratiques par rapport à mes cours de breton y'avait à l'époque un brancardier qu'était vraiment très bretonnant de nature <↑> quoi de naissance et donc tous les jours on échangeait quelques mots euh et encore aussi dans l' service quelques personnes qui parlent breton et j'essaie d' temps en temps de faire un p'tit début d' conversation 'fin ça va jamais bien loin et donc euh **on parlait breton déjà tout fort** dans l' service et on r'marquait que les patients qui sont là à attendre et ben ils écoutaient y'en a qu' ça intéressait y' en a qu' faisait sourire : et donc c'est de là qu'est venue l'idée que parler ça suffisait PAS fallait écrire quoi l'écrit ça=ça dure plus longtemps donc j-j' l'ai écrit au directeur de l'hôpital pour lui demander l'autorisation d'envisager une signalétique bilingue comme on était en plein travaux on devait agrandir tout ça fallait tout=tout refaire les panneaux donc euh voilà ** bon il a dit qu'il était pas contre oui oui ((rires)) il a dit pourquoi pas=il a dit pourquoi pas et puis bon après dans l' service les gens les avis étaient partagés bon y' en a qui trouvaient pas ça intéressant personne n'était vraiment hostile <↑> hein mais bon les gens trouvaient tiens une idée saugrenue un peu quoi et puis bon ça s'est fait on a obtenu parce que y' avait soit disant un surcoût pour écrire en breton en plus sur les panneaux on a obtenu une aide financière euh : du conseil euh : régional ou général oui général oui du Finistère <↑> * et p'is bon les panneaux sont faits maintenant ils restent effectivement euh voilà ça dure plus qu'une parole qui s'évanouit dès qu'on a fini d' parler

RLS : ouais tout à fait ouais hum

ER : et bon bien sur ça sert pas aux gens à trouver leur chemin hein c'était juste une démarche culturelle

03.48

RLS : et hum vous pensez que ça a un impact quand même sur euh=euh les patients < ?> par exemple euh

ER : alors on a PAS trop d' retour de temps en temps il y en a qui en parlent y' en a qui en parlent et on a eu par contre y'a une maman mais y'a déjà y'a longtemps une dame qui était venue accoucher ici p'is elle a du venir faire une radio avec son bébé et sur son courrier d' sortie elle a écrit ah mais à la radio c'est bien c'est tout écrit en bilingue et pourquoi pas dans tout l'hôpital <↓> et donc elle a écrit ça sur son bull'tin d' sortie et donc le service qui s'occupe de=de=de d'éplucher les bull'tins de 'fin les=les courriers quoi de sortie des gens là nous avait fait retour d-de ce message là mais autrement y' a assez peu d'autres d' temps en temps quand même l-les ouais les gens ils r'gardent ils en parlent on met aussi des p'tits livres à feuilleter pour les enfants dans la salle d'attente des p'tits livres en breton aussi bon d' t' façon c'est plein d'images y'a des jeux y'a même pas b'soin d' savoir lire pour faire on voit que les enfants ils feuilletent aussi et les parents aussi

RLS : ok très bien

ER : c'est la même démarche tout ça

04.41

(+ écouter 12.11 à 12.46 : possibilité de 12 langues sur le scanner, c'est le français qui est mis de base, ER répète que ça rend service aux turques)

RLS : donc là le personnel vit avec cet environn'ement bilingue

ER : oui oui oui

RLS : et tout s' passe bien

ER : oh ben oui oui

RLS : ça crée des liens p' -être entre les personnes ou ça a suscité des conversations des échanges sur ce sujet < ?>

ER : ben avant qu' ce soit fait oui on en parlait un peu : maintenant ben c'est=c'est là sur les murs ça fait partie des murs on avait aussi euh dans la même démarche aussi quand on a changé notre scanner mais ça fait déjà / c'était en 99 quand on l'a changé/ y'avait des voix préenregistrées pour dire aux gens d'arrêter d' respirer d' respirer tout ça et donc on a=on a préparé on a des fois des=des gens turques qui n' parlent pas français et donc on avait trouvé quelqu'un une dame turque là qui était d'accord de dire arrêter d' respirer d' respirer tout ça en turque <↑> p'is on l'avait mis en breton aussi bien sur on l'a en anglais on l'a en toute sorte de langue euh (on peut) y'avait eu un article dans l' journal comme quoi le scanner de l'hôpital parlait breton <↓>

RLS : tout à fait j' m'en souviens hum hum

ER : voilà

05.35

RLS : et vous avez des personnes pour qui vous utilisez la version bretonne < ?>

ER : oh on a du faire une fois pour un enfant de chez diwan un grand qui parlait très bien français aussi bien sur hein c'était c'est pour s'amuser enfin c'était pour s'amuser * ça sert pas à communiquer en fait parce que tous les gens qui parlent breton ils parlent français aussi donc euh mais euh ça sert à c' que l' breton soit présent * on avait fait une fois on avait mis une fois donc c'était le brancardier dont je vous parlais tout à l'heure là <↓> qui avait donc dit les phrases en breton dans l' micro pour les mettre dans le * = dans le * dans le scanner <↓>

06.09

RLS : et : donc quand vous m' dites que ça sert à c' que le breton soit présent c'est que ça représente quand même quelque chose qu'il soit euh qu'il soit présent

ER : ben oui <↑> parce que donc ben si=si il est pas un minimum présent ben il va mourir <↑> **s'il n'est nulle part ailleurs que dans les écoles hein faut qu'i' soit oui <↑> faut qu'on l' voit qu'on l'entende qu'on le parle euh**

06.35

RLS : et vous êtes originaire d'où < ?>

ER : ben moi j' suis un p'tit peu saltimbanque en fait j'ai pas de racines géographiques précises je suis née à Marrakech mais bon je suis pas marocaine pour autant ((rires))

RLS : d'accord et votre mari lui il parle euh

ER : oh oui

RLS : breton <↑>

ER : lui il est breton il parle <↑> / lui il comprend plein d' choses il parle pas vraiment il vient de Plonéour Ménez là <↑> c'est un p'tit pat'lin du centre Finistère là et euh : dans son pat'lin ça arrive encore qu'on entende des gens parler breton dans la rue ou dans les bistrots ou dans les commerces hein

RLS : et vous dans votre cercle familial peut-être avez-vous de enfants et peut-être parlez-vous breton avec eux vous avez transmis le : cet élément là < ?>

ER : ben {pfff} j'ai r'gretté que pendant toutes leurs / ils sont grands main'enant ils ont dans les 20 ans/ et j'ai r'gretté pendant toutes leurs études scolaires ils ont fait toute leur scolarité en Bretagne et ben jamais on leur a appris un mot d' breton quoi **j' les ai pas mis non plus dans des filières spéciales** j' me dis ils pourraient apprendre une p'tite chanson un p'tit proverbe une p'tite comptine que'que chose ben rien du tout < **mais bon quand même euh** baignant dans l'ambiance d'ici ils ont quand même appris mots <↑> i-ils savent euh ils savent des mots <↓> et p'is à la maison moi ça m' concernait <↑> donc j' leur donnais p'tites phrases aussi en breton alors mais on peut pas dire qu'ils savent parler breton ils ont une p'tite culture <↑> euh

RLS : d'accord

ER : voilà un peu d' vocabulaire <↑>

RLS : et donc vous continuez vous à l'apprendre < ?> euh

ER : oh oui moi j' vais toujours aux cours du soir 'fin j' suis abonnée / aux cours du soir ou à des cours de conversation aussi puisqu' y a pas d'endroit pour parler euh dans la vie spontanée on est obligé d'aller un peu euh dans des cours de conversation dans des réunions comme ça qui y a un peu partout <↑>

RLS : ouais ouais tout à fait donc ça fait longtemps qu' vous=vous apprenez l' breton 'fin

ER : oui ça fait 20 ans que j' vais aux cours du soir ((rires))

08.43 :

ER : alors c'est que le circuit des patients externes donc qui est bilingue hein l'aut' côté du service le couloir pour les malades hospitalisés n'est pas du tout euh * bilingue* il n'est que > français <↓>

08.56

RLS : hum vous : p't-être avez-vous l'intention qu'un jour ça euh :

ER : ben faut au moins entret'nir tout ça parce que comme donc y' a eu encore des travaux y'a certains panneaux qu'on doit refaire main'enant quand tout s'ra fini euh=euh de bouger quoi donc on va euh s'efforcer qui soit bien refaits en bilingue **ceux qui doivent être faits** quoi

RLS : ouais d'accord et donc dans le service des patients hospitalisés peut-être qu'on y viendra aussi un jour

ER : faut voir pourquoi pas euh hum hum

RLS : vous pensez qu' ça pourrait avoir une fonction euh quelconque que ce soit installé dans le service des patients hospitalisés par exemple que ça crée un=un climat euh rassurant ou ce genre de :

ER : ouais sur'ment ça fait parler d'aut' chose que d' la maladie quoi oui un des intérêts principaux c'est de **distraire** les gens de ce pourquoi ils sont là quoi par exemple bon c'est pas du tout du breton mais y'a une chose qui marche très bien aussi dans la salle d'attente du scanner IRM là au secrétariat (qui est à côté d' vous) on a mis une vertèbre de baleine euh bon c'est un gros objet ça impressionne p'is bon les gens pendant qu'i' pensent aux baleines et tout ça et ben ils ont moins mal (voilà) * au dos <↑> ((rires)) et voilà c'est des démarches comme ça quoi sortir les gens de leurs petits soucis quoi euh personnels <↑>

10.24

RLS : est-ce qu'il y a d'autres services au sein de l'hôpital qui : pourraient faire de même ou qui ont fait de même au niveau d' la signalétique

ER : non=non le directeur m'avait répondu il y a longtemps quand j'avais posé la question la première fois il m'avait dit ben oui pourquoi pas commencez on verra mais bon y 'a personne d'autre qui a : suivi mais nous-mêmes bon c'est vrai qu'on pourrait faire aussi le couloir interne ben oui c'est vrai et puis on a fait / on a privilégié le côté externe quand même parce que bon euh := euh il passe du monde qui vient de=de 'fin qu'est pas malade qu'est pas hospitalisé <↑> euh ben on est pas on s'est dit Quimper on est pas n'importe où quoi même les gens que ce soit **les gens locaux vacanciers ou touristes les étrangers** qui sont par là qui sont obligés d' venir nous voir et ben ils sont pas dans n'importe quel hôpital n'importe où ils sont en Bretagne hein euh ((rires)) voilà

11.13

RLS : et hum : qui euh : qui a : construit en fait le texte du panneau < ?>

ER : alors on s'est adressé en fait à l'office de la langue bretonne <↑> là pour être sur de pas faire des erreurs de=de grammaire de d'orthographe tout ça donc c'est eux on leur a donné le tous les vocabulaires qu'on voulait utiliser <↑> donc **ils ont dit comment fallait l'écrire**

RLS : d'accord c'est eux qui ont construit le texte d'accord

12.46

RLS : et pensez-vous que : l'environnement bilingue dans lequel on est ici et dans la ville par exemple Quimper regorge quand même de d'un certain affichage bilingue est-ce que vous pensez que le la=la culture environnante qui est là puisse avoir un lien avec le développement économique de la ville de : euh l'hôpital <↑> de euh voire même de la région par exemple

ER : oh je n' sais pas du tout répondre à cette question là la culture c'est une richesse mais comment ça peut avoir des débouchés économiques ça je sais pas euh ((légers rires)) je peux pas je sais pas répondre à cette question

RLS : et pensez-vous que à euh au sein même de l'hôpital le fait donc de cet environnement puisse par le bouche à oreille ou ce genre de choses puisse favoriser le fait que les patients viennent ici plutôt que=plutôt qu'ailleurs ou pas du tout

ER : oh ça peut pas fai-/ favoriser grand chose non c'est c'est vraiment **c'est un p'tit plus culturel** mais après pour euh=euh j' pense pas qu' ce soit un critère de : les gens ils viennent parce qu'on leur a dit qu'on s'occup'rait bien d'eux pour la qualité d-du service médical quoi j' crois pas vraiment que ça puisse intervenir ça

RLS : ok <↓>

14.00

RLS : et est-ce qu'il y' a des=des personnes à l'accueil ou quand on est patient et qu'on va rencontrer le ben toutes les personnes qui vont faire les radios etcaetera <↑> est-ce qu'il peut y avoir aussi euh le euh le service en breton en fait est-ce que les personnes peuvent euh assurer le service en breton si quelqu'un débarque et ne parle que breton par exemple

ER : ouais {pfff} y' a très peu d' personnes du service qui parlent vraiment breton y' a beaucoup qui comprennent quelques mots bien sur mais y' a très peu qui parlent et en plus les bretonnants qui parlent pas français c'est dev'enu extrêm'ement rare c'est des

gens qui sont cent'naires quasiment et euh ça m'est arrivé une fois de recevoir une dame cent'naire qui parlait que breton donc j' lui ai fait une échographie j' crois et donc j'ai essayé de lui dire le résultat en breton et sa fille qu'était là qu'a-qu'avait 80 ans était vexée que je parle breton à sa=à sa mère comme si c'était un signe de=de de pauvreté intellectuelle de parler QUE breton quoi alors que moi j'étais toute contente d'essayer d' faire des efforts et tout et donc sa fille était vexée <↑> hein elle me dit mais dites en français elle comprendra bien quand même voilà donc pour dire où on en est la honte qu'on a inculqué aux générations précédentes hein

15.15

RLS : et donc si vous aviez à définir euh TROIS choses en fait si vous aviez à définir euh l'usage et la fonction qu'on fait de ces panneaux là vous diriez quoi < ?>

ER : ** bon ben donc c'est=c'est une démarche CULTurelle hein=hein <↑> donc ce / ça rappelle aux gens qu'ils sont pas n'importe où mais qu'ils sont en Bretagne <↑> ça rappelle aux gens que la langue traditionnelle de la Bretagne c'est le breton <↑> euh et c'est une langue qui=qui est signifiante quoi qui peut tout exprimer qui peut exprimer des choses médicales ça j' l'ai expliqué <↑> et p'is euh=euh y' a un p'tit côté affectif quoi pour les gens qui se sentent concernés ça leur fait chaud au cœur de voir du breton sur le mur <↑> voilà

RLS : et ensuite donc la dernière chose si vous aviez à :=à résumer euh les : * les motivations pour lesquelles cet affichage a été mis en place vous diriez donc la : {quelqu'un frappe à la porte} euh est-ce que vous diriez la même chose pour les motivations qui ont / qui étaient présentes avant d' mettre cet affichage en place <→> donc une démarche culturelle est-ce que vous ajouteriez autre chose

ER : euh non non j' vois pas trop / j' sais pas trop qu'est-ce qu'on peut

RLS : ben votre motivation profonde à VOUS était donc CA ce=ce côté affectif dont vous avez parlé

ER : ouais ouais OUI bien sur oui

RLS : le fait de n' pas oublier la=la langue de la faire perdurer dans la vie sociale de cette

ER : ouais ouais oui d'essayer de=d'essayer de laver la honte qu'on a fait aux générations précédentes <↑> en refaisant vivre cette langue euh devant tout l' monde en public

RLS : oui oui 'fin global'ment donc vous êtes satisfaite de=de cet affichage

ER : ah oui je suis très contente parce que sur l' moment c'est vrai qu' ça été assez d'énergie mais main'enant c'est fait il reste là tous les jours euh oui

RLS : ouais vous étiez seule à l'initiative de=de cette démarche < ?>

ER : euh : oui c'est une idée qu=qui vient de moi <↑> mais bon euh après y' a quand même certaines personnes du service comme notre surveillant là André Le Faou là qu'était / qui se sentait bien concerné qui m' sout'nait bien <→> bon parmi (les personnalités) personne n'était hostile y'en a qui soutenait volontiers y' a des personnes pour des raisons personnelles affectives tout ça qui se sont / qui se sentaient bien euh * / euh qui me sout'naient bien dans cette démarche là c'était mais au départ c'était mon idée oui

RLS : d'accord et est-ce qu'il a fallu vraiment que vous DEfendiez cette idée auprès de la direction même si elle n'a pas semblé être hostile au départ est-ce qu'il a fallu qui vous alliez présenter le projet par exemple ou expliquer les motivations ou ce genre de choses < ?>

ER : euh un peu les gens étaient plus passifs que hostiles hein euh oui vraiment personne était hostile donc il a fallu euh avoir un peu d' sous pour le surcoût là mais bon ça fait / (ça se comprend) oui nan les gens étaient plus passifs euh que hostiles oui vraiment donc il suffisait de dire oui oui nous on veut on est motivé on veut absolument qu' ça fasse tout ça et puis ça suivait quoi

18.07

RLS : et pensez-vous que ça fasse partie des missions du service public que de devoir proposer ce genre de=de choses un affichage bilingue voire pousser un peu plus loin un service en=en breton la possibilité de s'exprimer en breton et d'être reçu en breton < ?>

ER : ça fait partie des tâches du service public euh {pfff } moi j' trouve que=que oui puisqu'on est en Bretagne et que cette langue existe moi j' trouve que oui mais bon j' comprends que=que tout l' monde ne raisonne pas comme ça

RLS : en même temps ils sont en train de s' dév'lopper de plus en plus en Bretagne ne s'rait-ce que dans les mairies par exemple euh la volonté d'avoir un affichage interne = interne au bâtiment (c'est aussi) que=que chose de fort de proposer des formations euh au personnel en breton au=au sein d'un hôpital ça existe les : / la formation des personnels dans d'autres domaines que leur activité professionnelle < ?>

ER : oui oui on peut s'inscrire à des cours de peinture euh tout c' qu'on veut

RLS : et le breton fait partie des formations qui sont offertes < ?>

ER : hum moi j'ai été une semaine euh faire un cours d'une semaine intensif en breton **y' a longtemps déjà hein** mais j'ai pas osé demander le remboursement de la formation ((rires)) peut-être qu'ils auraient accepté hein

Jean-Jacques Troadec

00.00

RLS : j' voulais savoir comment euh cette idée euh : était NEE en fait 'fin comment ce magasin est né et comment la signalétique bilingue DANS c' magasin est née < ?>

JJT : ** alors comment c' magasin est né ben c'est **parce que on crée un supermarché parce que y a un marché**

RLS : oui

JJT : et p'is qu'i' faut voilà <↑> hein c'est tout **p'is l'envie de créer des emplois p'is de faire aussi une entreprise tout ça**

00.22

RLS : vous êtes euh : DANS l'entreprise super u depuis longtemps <↑> ou euh

JJT : euh nous c'est un peu particulier c'est que l-le : m-moi j'ai été pendant longtemps 'fin pendant longtemps ch'squ'à mes 34 ans * euh j'ai été salarié dans=dans le groupe <↑>

RLS : hum hum

JJT : intégré

RLS : hum

JJT : euh j'étais en poste de responsabilité que ce soit directeur de supermarché d'abord c't-à-dire donc salarié directeur de supermarché ensuite j'ai été directeur régional * euh d'une chaîne de supermarchés XX directeur commercial aussi d'une aut'e chaîne * de

supermarchés mais j'ai toujours voulu me mettre {toux} avoir mon entreprise indépendante

RLS : hum hum

JJT : euh ::: parce que j' crois qu'une entreprise elle doit rester à taille humaine * pour moi c'est primordial et euh j'ai rejoint system u c'tait en=en : deux mil- 1990 où j'ai repris une entreprise dans l' Morbihan * c'était un super u <↑> euh : system u a une particularité c'est que c'est une coopérative un peu comme euh le mouvement Leclerc

RLS : d'accord

JJT : où on est donc associé à une coopérative et euh client en même temps

RLS : ok

JJT : c't-à-dire que chaque point d' vente euh nous on est une structure juridique ici qui est une société anonyme mais qui a des parts sociales dans la coopérative mais j-je paie des factures ma société paie des factures 'fin c'est un truc intercommunal quoi

RLS : d'accord ok

JJT : et je voulais travailler dans un système comme ça pourquoi <↑> pour pouvoir euh premièrement maîtriser ma vie <↑> ou du moins essayer d' la maîtriser

RLS : hum hum

JJT : ((rires)) parce que j' crois qu' c'est primordial euh faire l' métier que j'- que j'aimais comme j'aime ce métier là et euh : par la même occasion faire passer aussi mes idées à travers que ce soit le mode d'aménagement de mes équipes ou des messages à faire passer à travers l'entreprise quoi * j'ai une = j'ai une / on parle souvent de comment de phénomène d'entreprise citoyenne

RLS : oui

JJT : j-j'essaie = j'essaie de := de : faire en sorte que mon entreprise ait une attitude citoyenne

RLS : hum hum

JJT : c't-à-dire qu'elle est là pour faire du résultat et pour se développer <↑> * mais elle est là aussi pour participer à une vie locale associative tenir compte aussi de : quand on parle de développement durable etc. c'est que : euh : le 30 mai on va ouvrir un petit magasin hein j'expliquais ça à XX tout à l'heure à Nouvoitou qui est une commune à côté

RLS : oui hum

JJT : où on SAIT / c'est pour rendre service à la population / on sait on va perdre de l'argent dès l' départ c'est certain on en gagn'ra jamais parce que euh : c'est pour le / pour aider pendant un moment à êt' / c'est un engagement de la municipalité locale de Nouvoitou pour aider la population âgée à faire des courses alimentaires de base etc. près d' chez eux et moi j'ai pris un engagement de deux ans et puis ensuite ben euh le temps qu' la municipalité trouve des solutions durables pour euh = pour euh pour rendre service à la population quoi hein

RLS : hum tout à fait

JJT : ou qu' la commune se développe ça permet d'am'ner la population d'un supermarché quoi hein

RLS : hum hum

JJT : voilà

RLS : ok

JJT : **alors ça c'est une des raisons l-l-l- l'aut' raison pour le bilinguisme c'est que euh : comment euh je suis né à Carhaix**

RLS : hum hum

JJT : alors pour certains c'est une tare ((rires)) donc je viens du centre Bretagne et euh donc je suis fier d' ma région je suis d' la génération des gens qui euh à qui on a tout fait pour décourager de parler breton ** je suis en plein dans cette génération là

03.46

RLS : hum vous avez quel âge s'il vous plaît < ?>

JJT : j'ai 50 ans

RLS : ok

JJT : donc j' suis né en 56

RLS : oui

JJT : donc j'ai fait mes études / j'ai fait des études supérieures / j'ai eu mon bac en 74 ensuite j'ai fait une école supérieure de commerce etc. mais comment euh=euh MES parents n'ont jamais favorisé c'était la génération qui euh ils avaient été marqués eux par le fait de dire tu n' crach'ras pas par terre et tu ne parl'ras pas breton <↑>

RLS : hum

JJT : et donc y avait / inconsciemment hein / de leur part y avait pas un souci de transmettre la langue bretonne * loin d' là * au contraire même < ils parlaient breton entre eux lorsqu'ils voulaient nous XX et c'est comme ça qu' j'arrive à comprendre le breton parce que quand on sait que les parents parlent de / passent au breton parce que : ils n'ont pas envie de qu'on comprenne ça motive l'enfant pour savoir c' qu'ï disent quoi donc c'est ((rires)) donc c'est comme ça qu' j' comprends le breton

RLS : hum hum

JJT : et : j' le parle pas couramment malheureus'ment loin d' là euh : mais j'ai - j'ai l'ambition de l' parler parce que à partir d' l'année prochaine j' vais prendre des cours de breton > parce que j'aurai un peu plus de temps libre devant moi donc euh

RLS : ** ok

JJT : ça c'est l'une des raisons l'aut'e raison c'est que j'ai=j'ai :=j'ai : j'ai donc des parents euh qui sont issus du milieu rural j'ai euh :: deux frères <↑> dont l'un donc c'est Christian Troadec qui a créé le festival des vieilles charrues

RLS : hum

JJT : euh : on a un esprit d' famille assez soudé chez nous on est comme toutes les familles c't-à-dire qu'on s' chamaille d' temps en temps mais vis-à-vis d' l'extérieur on est toujours solidaires < et avec Christian on a souvent évoqué pas mal de :=de : pas mal de choses et notamment c' qui avait / notre société est mal faite quoi notre société est mal faite <↑> parce que on vit tous dans des filières

RLS : hum

JJT : qui s' connaissent pas du tout donc on a dit que on=on a le monde de l'enseign'ment <↑> on a le monde on va dire intellectuel <↑> on a l' monde culturel à côté euh qui se / ça ça fonctionne assez bien entre l'enseign'ment et l' culturel c'est hein

RLS : oui y a des pass'relles

JJT : y a beaucoup de pass'relles <↓> donc ça fonctionne bien <↑>

RLS : hum

JJT : euh y a l' monde économique

RLS : hum

JJT : euh y a l' monde du spectacle etc. et puis y a des éléments qui s'ignorent quoi qui n' fonctionnent pas du tout ensemble quoi chacun est dans son canaux dans son canal

chacun suit sa route et euh à mon avis y a comme une certaine euh ** / < la non communication crée une certaine méfiance

RLS : hum

JJT : ou une certaine incompréhension entre l- entre les=entre les entre les différentes filières

RLS : ** hum

JJT : **** et l' discours était de dire euh ce s'rait quand même sympa qu' l' culturel et l'économique se=se rejoignent quoi <↓>**

RLS : ** ouais **

YM : parce qu'on s'aperçoit souvent en plus que euh lorsque l' culturel et l'économique euh se rejoignent <↑> euh souvent l' culturel est gagnant <↑> mais l'économique n'est pas perdant non plus quoi

RLS : oui tout à fait oui * hum *** et

JJT : donc c'est un peu pour toutes ces raisons là quoi

06.53

RLS : ok * et vous n'avez pas un=un autre frère qui est à la mairie de Carhaix < ?>

JJT : c'est lui c'est Christian

RLS : ah c'est lui d'accord

JJT : c'est lui qui a créé les vieilles charrues et qui après est passé à la mairie voilà

RLS : d'accord ok très bien

JJT : vous voyez <↑>

07.02

RLS : et donc ce magasin a ouvert euh fin mars c'est ça <↑>

JJT : oui le 21 mars oui

RLS : le 21 mars 2006

JJT : alors l-l-l- / mais mon engag'ment date de : {toux} / j'avais pris un engag'ment c'était en l'an 2000 * donc y a comment l'office de la langue bretonne par l'intermédiaire de sa présidente qui est Lena Louarn

RLS : oui

JJT : que vous d'vez connaître j' suppose

RLS : oui oui=oui

JJT : qui avait créé ben à Carhaix au à l'espace Glenmor y avait eu une :: dans l' cad' de ya d'ar brezhoneg

RLS : hum

JJT : où les entreprises s'engageaient donc euh : à utiliser la langue bretonne donc voilà

RLS : tout à fait hum c'est dans la charte

JJT : exactement <↑> et donc j'étais l'un des signataires mais on exploitait à l'époque un petit magasin en centre ville à Vern-sur-Seiche <↑> ** euh et : j'avais dit à Lena quand j'avais signé lorsque je créerais mon nouveau point d' vente * je je f'rai tout pour promouvoir la langue quoi <↓>

07.52

RLS : donc je comprends qu' c'est l'office qui a : qui a fait la signalétique en fait qui a proposé le lexique qu' vous avez utilisé < ?>

JJT : alors j- j' vais vous dire j' vais vous répondre autrement ceux qui DISENT que c'est drôl'ment compliqué * d'écrire

RLS : ah ma question n' sous-entendait pas du tout ça hein ((rires))
 JJT : nan nan nan nan mais j' veux vous dire que / c'est drôl'ment compliqué de mett'
 du biling- un système bilingue en place avec eux y a pas plus simple quoi
 RLS : hum
 JJT : parce que euh j'ai appelé l'office de la langue bretonne j' leur dis voilà j' démarre
 mon projet est-ce que vous êtes d'accord que toutes les entreprises que j' vais
 rencontrer et qui vont travailler pour nous en termes de communication euh je leur
 donne vot' numéro et ils vont vous donner l' texte et vous traduisez pas d' souci **
 donc systématiquement dès qu' j-j-j- je donnais le numéro de téléphone de l'office d' la
 langue bretonne
 RLS : hum
 JJT : le nom bien sur ils s' mettaient en relation dans mon dos et toutes les traductions
 étaient faites en simultané entre toutes les entreprises (qui ont travaillé avec nous) ça a
 été REMARquable
 RLS : donc des=des gens les=les types d'entreprises mais quelles = mais quelle
 entreprises vous avez euh < ?>
 JJT : ben tout c' qui est signalétique alors euh
 RLS : oui d'accord ok j'ai compris
 JJT : vous comprenez hum < ?>
 RLS : oui d'accord * hum hum * ouais <↑> ok
 JJT : ça posait un problème 'fin
 RLS : ceux qui vous ont fait
 JJT : un souci d' traduction <↑>
 RLS : les panneaux tout ça quoi
 JJT : voilà parce que vous avez des bouts vous vous adressez à
 RLS : d'accord
 JJT : et c'est donc c'est très=très souple quoi hein
 RLS : ok
 JJT : et p'is après j'ai vu dans la presse que que Lena Louarn disait que l'activité euh
 était de plus en plus importante au niveau locuteurs de la langue bretonne mais j' veux
 bien l' croire parce que c'est vrai rien que pour not' dossier à nous le nombre d'heures
 qu'on a du y passer
 RLS : oui et puis leur statut va changer euh enfin c'est prévu
 JJT : exactement

09.19

RLS : mais à c' propos 'fin c'est intéressant parce que donc cette signalétique LA
 JJT : oui
 RLS : euh=euh : donc vous avez FAIT la liste du lexique parce que / alors c'est un avis
 PUR'ment personnel mais quand on s' promène moi j'ai l'impression de voir beaucoup
 plus de signalétique que dans un supermarché traditionnel <↑> où c'est beaucoup
 plus euh * signalé <↑> où les=les catégories d' produits sont davantage signalées et
 est-ce que vous vous êtes ADAPTES à=à la langue bretonne parce que certaines choses
 n'étaient pas euh
 JJT : non
 RLS : forcément très traduisibles
 JJT : non non
 RLS : ou ce genre de choses

JJT : non=non=non=non=non=non non parce que comment euh=euh : on est parti / not' métier d' base c'est quand même le commerce

RLS : ouais

JJT : et donc j'ai travaillé avec des concepteurs sur ce supermarché parce qu'on a fait un truc un peu différent <↑> donc on avait une équipe un peu différente aussi une équipe légère mais un peu différente et euh l'un d'entre eux faisait partie de not' groupe de travail c'est=c'est une société qui s'appelle Scouarnec vous voyez

RLS : hum hum

JJT : pas breton du tout non plus <↑>

RLS : ((rires))

JJT : la société est basée à Nantes elle s'appelle s k s il est originaire de Spézet à côté d' Carhaix mais ça c'est le hasard ça n'a rien à voir (...) et donc tous nos / parce que la cession du magasin a duré un an et demi à peu près <↑> et à chaque fois dans tous nos rayons dieu sait si on en a eu son leitmotiv lui c'était mais est-ce que t'as pensé au consommateur **

RLS : hum

JJT : la question c'est toujours ça on prend une décision sur l'emplacement d'une porte l'emplacement d' ceci cela mais est ce que t'as pensé au client * est-ce que l' client va être heureux chez toi ici donc le breton pour vous dire le breton n'est v'nu n'a=n'a=n'a / le breton c'est une langue mais ce n'est – c'est là pour euh ben si=si on a mis en breton c'est pour sauvegarder la langue bretonne on sait bien qu' c'est une p'tite action mais j' pense quand même aujourd'hui on est les=les gens qui sont les plus vus quoi ou=ou les gens qui prétendent le plus quoi et je pense que (imperceptivement) les clients qui passent chez nous qui s' disent lui il a mis en breton alors on les seuls dans l' pays rennais à :: l'avoir fait <↑> hein en Haute-Bretagne <↑> euh certains disent ils est complètement je pense qu'il doit y en avoir quelques-uns aussi comme ça mais comme euh=euh inconsciemment je pense que les gens vont euh l'intégrer dans (leur) fonctionnement et y a moyen à mon avis de réintroduire la langue bretonne dans la vie quotidienne quoi < ils vont pas parler breton pour autant hein

RLS : hum hum

JJT : mais ils vont s'habituer à l' voir quoi si demain un deuxième commence un troisième commence etc.

RLS : oui votre collègue disait tout à l'heure que :=que quand euh 'fin dans les premiers jours en fait y a des personnes qui sont v'nues s'adresser à elle en breton à l'accueil 'fin ça a favorisé c' contact là en fait

11.56

RLS : mais le fait que vous soyez implantés en Ile-et-Vilaine est-ce que pour vous ça a eu un imPACT euh quelconque ou est-ce que ça a suscité chez vous une réflexion particulière parce que vous êtes implantés en Ile-et-Vilaine ou que vous implantez l'hyper u dans le Finistère ou en Ile-et-Vilaine ça a le même POIDS la même signification pour vous est-ce que y a quelque chose là-d'ssus < ?>

JJT : j' vais vous répondre bizarrement p't-êt' j' pense que euh le supermarché aurait donc INStallé donc dans le Finistère <↑> le fait qu'on ait une signalétique en breton euh l'impact pour la langue bretonne aurait été plus faible

RLS : hum hum

JJT : parce que là-bas y a une sensibilisation qui est beaucoup plus forte qu'ici donc en l' mettant ici j'étais conscient que j'allais plus * interpellé les gens que dans le Finistère

** d'ailleurs y a eu une réaction de d'un=d'un lecteur dans Ouest-France qui m'incendie complè'tement dans le ((rires)) truc euh surtout moi mon but n'est pas de dire aux gens vous ne devez pas parler français vous devez parler breton je pense que les gens sont euh / c' que j' trouve euh DOMmage c'est que on est l'une des seules régions françaises ou d' l'hexagone à avoir une langue et la laisser perdre c'est / c'est le l' genre de truc vous savez qu'on euh quand on a trente ans 'fin quand j'avais trente ans j'étais moins conscient d' ça quoi mais c'est quand on vieillit où on s' dit mais qu'est-ce qu'on va laisser à nos enfants et : une langue c'est quand même beau quoi et c'est un peu dommage qu'elle se perde alors que / ils pourraient v' nir nous dire dans deux ou trois générations euh à cette époque là ils avaient une langue et ils n'ont pas su la transmettre quoi voilà

RLS : ouais tout à fait

JJT : ce qui est quand même un peu dommage quoi

13.35

RLS : et pour vous euh ici euh le bilan là deux mois après est vraiment positif en ce sens pour vous ça a vraiment un écho positif de d'avoir fait cette action de=de bilinguisme au sein du magasin < ?>

JJT : ah=ah je=je suis certain qu' c'est positif ça j'en suis certain le- euh : que ça va êt' la révolution non je suis certain qu' là non plus euh : y a des=y a des / après y a XX c' qu'on appelle les vrais bretonnants qui euh qui auraient tendance à habiter plutôt au nord de Rennes je sais qu' certains auraient tendance plutôt à venir faire leurs courses chez nous parce que euh : = parce que le=le (par) sympathie un peu quoi mais parallèlement donc on est une entreprise donc euh on aide diwan Rennes par exemple quoi donc depuis longtemps déjà donc euh chaque année je fais un chèque à diwan Rennes parce que j'estime que : / voilà donc après c'est=c'est tout un hein <↑> c'est un phénomène qui fait que euh

14.28

RLS : et ça fait exactement l' lien avec ma prochaine question est-ce que selon vous cette signalétique a quand même un IMPACT sur l'activité de votre magasin

JJT : **je sais pas et à la rigueur je m'en contrefous**

RLS : **hum ouais pour vous c'est vraiment pas euh**

JJT : **ah non le but c'est pas d-de le tiroir-caisse**

RLS : **'fin une des fonctions ça pourrait l'être même si aviez à les décliner et même si elle arrivait en bas d' l'échelle vous auriez PU l'envisager à un moment donné vous dire tiens p't-être qu' ça aura quand même un certain impact**

JJT : non j'y crois pas à ça j'y crois pas par contre j-je pense que c'est un peu le phénomène euh :: on est aux portes de la Bretagne <↑> y a l' Maine-et-Loire à côté on est aux portes de la Bretagne <↑> donc on est une des portes d'entrée de la Bretagne donc on est une des portes d'entrée d' la Bretagne même si la porte principale est peut-être celle de Paris euh : mais il est certain que euh les gens qui viennent de : des aut' départements français quand ils arrivent ici pour ceux qui veulent faire le plein faire leurs courses etc. ils doivent se- 'fin moi j'estime que lorsqu'on est breton et qu'on a la chance d'avoir une région comme on a <↑> on peut dire attendez vous voyez on a not' langue aussi alors on ne la parle peut-êt' pas tous très bien y a plus beaucoup qui la parlent peut-êt' mais on veut la garder et puis vous faire partager en disant voilà chez nous c'est CA 'fin ch' sais pas quand vous allez à l'étranger quand vous allez n'importe

où vous êtes curieux d' savoir comment fonctionnent les gens qu'est-ce qu'ils ont comme richesse <↑> donc il faut qu'on les fasse partager

RLS : ouais

JJT : c'est un peu l'idée quoi * l'autre élément plus important à mon avis c'est que l'idéal serait que mes collègues mes concurrent dupliquent quoi

RLS : hum ouais vous attendez euh vous attendez ça quoi < ?>

JJT : ah mais ce s'rait ça l'idéal quoi < mes voisins le f'raient j' s'rais heureux quoi

RLS : ouais ouais

JJT : mon principal concurrent à côté l' f'rait j' srais heureux je pense que quand vous communiquez sur quelque chose n'importe quoi il faut être en cohérence avec ses propres valeurs quoi

RLS : hum hum * hum * hum

JJT : si c'est de l'artifice que vous l' faites pour faire du commercial pour ça marche jamais quoi parce que nous on=on l'a mis en breton mais je pense pas qu'après j-j- j' suis pas allé l' crier partout quoi

RLS : ouais ouais

JJT : on a eu un article dans l'Ouest-France sur le bilinguisme

RLS : ouais mais 'fin

JJT : j'étais pas à l'initiative du truc parce que y a comment y a euh : ch' sais pas si vous connaissez (Danielle Le Bello)

RLS : non

JJT : qui euh : euh fait comment le qui a fait le concept des hôtels Celtia

RLS : oui hum

JJT : voilà et pour notre inauguration on avait voulu faire un truc on avait l' bagad de Vern qu'était l- / alors ça aussi pardon ça permet de dire à l'adjoint à la culture de Vern / j'connais très bien les politiques et surtout ceux d' la mairie de Vern / euh aux vœux c'tte année j'ai dit à l'adjoint à la culture j'ai dit Jacky euh : euh tu vas êt' obligé de mett' toutes les rues qui viennent du centre ville de Vern au Val d'Orson au moins en breton ** pourquoi qu'i' m' dit ben parce que là-bas on va communiquer en breton j' lui dis et donc si tu veux pas êt' déphasé il faut que

RLS : ouais

JJT : c'est une façon de l'interpeller

RLS : va falloir s'adapter ((rires))

JJT : voilà c'est une façon d'interpeller les gens un peu quoi

RLS : ouais ouais

JJT : hein vous voyez un peu quoi

17.10

RLS : mais l'impression qu' ça m' donne dans votre magasin ça fait quand même très NOUVEAU concept où euh c' que 'fin c' que j' ressens en étant ici c'est qu' y a quand même une recherche de proximité avec le client dans la configuration de=de

JJT : vous avez vu dans les rayons les vendeurs sont avec les clients vous avez vu

RLS : ouais mais c'est ça en fait dans ne s'rait-ce que dans l' rayon 'fin à la fromag'rie <↑> c'est pas l' rayon fromage quoi donc à la fromag'rie de mettre en place une sorte de service complètement différent de c' qu'il y a ailleurs DANS la configuration j' dis bien et 'fin est-ce que c'était vraiment 'fin est-ce que j' me trompe ou est-ce que c'était vraiment voilà une sorte de nouveau concept ou euh 'fin y a une nouvelle organisation des choses POUR rechercher cette proximité

JJT : c'est une façon d' voir la vie un peu c'est ça

RLS : hum hum

JJT : mais le commerce (y a des gens autour de nous) le commerce c'est un échange entre nous les gens c'est une façon de voir les relations avec les gens autrement voilà quoi

RLS : donc le bilinguisme y participe complètement

JJT : ah mais certain'ment

RLS : ça participe à la cohérence de l'endroit

JJT : certain'ment et pour rev'nir à=à comment à (Danielle Le Bello) donc elle a créé le concept Celtia et puis pour l'inauguration donc on avait le bagad de Vern qui était là pour l'inauguration officielle <↑> ici au supermarché et j'avais voulu faire après une seconde soirée qui a un peu moins bien marché mais 10 jours après <↑> pour les gens qu'étaient pas invités à l'inauguration en disant après tout ils sont tous nos clients donc on fait une soirée un samedi soir c'était le samedi 1^{er} avril c'était pas un poisson et donc la soirée et on avait les Trompettes du Mozambique ch'ai pas si vous connaissez

RLS : oui hum

JJT : donc on avait les Trompettes du Mozambique et (Danielle Le Bello) est une fan des Trompettes du Mozambique et elle avait su par hasard qu'on avait et elle m' dit Jean-Jacques est-ce que j' pourrais v'nir mais viens bien sur voilà et c'est elle donc quand elle est v'nue elle a découvert quoi c' qu'on avait fait quoi * ce soir là* et elle m' dit oh j' vais en parler à comment il s'appelle (Guéneq) à au Ouest-France (...) j' vais l'app'ler c'est formidable c' qu' t'as fait etc. et c'est comme ça qu' c'est paru dans Ouest-France autrement j'aurais jamais app'lé quoi parce que vous voyez

RLS : ouais vous l' faisiez pas pour ça quoi

JJT : non non non sauf si ça peut donner envie aux aut' d' l' faire quoi

19.15

RLS : j'ai r'marqué qu' y avait pas de rayonnage spécifique pour les produits régionaux <↑> 'fin qu' c'était euh

JJT : on en a un

RLS : il est pas euh

JJT : on en a un

RLS : y a un rayon < ?> avec

JJT : oui on a beaucoup d' produits régionaux d'dans on l'a app'lé alors on l'a pas app'lé produits régionaux ** dans tous les rayons on a des produits qui sont issus de la Bretagne voilà

RLS : oui voilà oui c'est ça que j'ai

JJT : on a un aut' rayon où euh :: on a des produits régionaux mais on l'a pas app'lé produits régionaux on l'a app'lé produits ethniques et là on a euh : on a les produits mexicains on a les produits anglais les produits italiens les produits espagnols les produits portugais les produits du Maghreb et puis une autre ethnie encore la Bretagne quoi ((rires)) y a plusieurs endroits (...) on a essayé d' favoriser au maximum les produits bretons quoi

RLS : et donc il n'y a pas c' qu'on trouve habituellement soit un triskell ou une hermine en bout d' rayon pour indiquer qu' c'est là qu'on va trouver les produits d' la région Bretagne

JJT : non on a pas b'soin d' le dire parce que c'est des produits qui sont / en plus on a d' la chance d'avoir des entreprises qui font des produits d' super qualité <↑>

RLS : hum

JJT : en général

RLS : ouais ouais

JJT : alors nous euh moi j' considère mon métier on est là pour / on peut influencer les gens mais on a pas fait du matraquage non plus quoi

RLS : hum hum

JJT : et j' pense que l'être humain il est=il est adulte il a l' droit d' choisir en son âme et conscience c' qui va faire vous comprenez on est pas là pour faire du rent' dedans à tout prix quoi

RLS : ouais ouais

20.40

RLS : vous êtes adhérent à produit en Bretagne < ?>

JJT : oui

RLS : d'accord

JJT : oui

RLS : j'avais pas y a pas l' logo à l'entrée

JJT : euh il est là dans le placard et c'est pas collé

RLS : d'accord

JJT : j'ai pas eu l' temps d' l' coller (...) mais alors après c'est des soucis j'ai tous mes papiers à entête à refaire <↑> et on a plus d' papier à entête et on a plus d' courrier à entête et du coup ben comme j'ai pas l' temps d' m'occuper pour la traduction là d'puis quelques jours et ben on fonctionne sans papier à entête

21.14

RLS : et le personnel euh parle breton chez vous < ?>

JJT : non alors ça c'est c'est encore une aut' un aut' souci <↑> 'fin un souci (...) j'ai une idée mais j'en parlerai que lorsque j' la réalis'rai euh j'ai une idée là-d'ssus mais ça n' se f'ra qu'avec des volontaires

RLS hum hum

JJT : mais je pense d'ici deux ou trois ans

RLS : pour le moment là vous n'avez personne qui euh

JJT : non mais je crois savoir comment m'y prendre

RLS : qui s'est déclaré ((rires)) bretonnant

JJT : si je sais je sais qu' certains certaines s'raient d'accord de parler d'apprendre à parler breton ** je sais mais=mais je sais comment j' vais m' y prendre ** mais j' vous l' dirai quand j' l' f'rai

RLS : hum hum

22.02

JJT : mais en gros le schéma est de dire le schéma est de dire que si des salariés parlent breton dans l'entreprise qui est en Bretagne euh=euh : c'est un plus professionnel <↑> c'est un plus intellectuel <↑> culturel et professionnel et les plus ça mérite d'être rémunérés

RLS : hum

JJT : voilà

RLS : ouais et puis ça peut être une valeur ajoutée pour votre magasin

JJT : exactement et pour tout l' monde donc (effectiv'ment) euh

RLS : hum très bien

JJT : voilà
RLS : merci beaucoup

Gwénaël Debray

00.16

GD: en fait euh : moi je à l'origine j' m'occupe d'animation culturelle au sein du festival et euh j'ai hérité en fait de pas mal d'activités qui étaient réunies dans le passé sur un site qui s'appelle l'espace Bisson * et euh qui avait vocation entre autre euh ben de euh de relayer un p'tit peu c' qui s' faisait en Bretagne euh pendant le Festival Interceltique <↑> et euh du coup par analogie en fait Jean-Pierre Pichard m'a confié le :=le partenariat entre l'office de la langue bretonne et le festival <↓> à l'automne dernier <↓> et euh : et c'est comme ça qu'en fait que j'ai eu cette fonction supplémentaire qui est de faire le lien entre l'office de la langue bretonne et le Festival Interceltique mais je ne suis pas responsable de la logistique en fait ch' suis là pour créer quelque part 'fin = 'fin générer une impulsion euh faire en sorte que les gens se rencontrent euh mais pas euh je n' fais pas de logistique pure

RLS : parce que euh su- sur le site du festival le partenariat avec l'office il date de quand en fait c'est récent <↑> ou pas

GD : c'est récent sans dire de bêtise ça doit faire à peu près trois quatre ans grand maximum <↓>

RLS: parce que c'est si j' comprends bien ça veut dire qu'il y a une signalétique bilingue qui a été mise en place avec ce partenariat 'fin j' vous dis ça parce que moi j'ai pas l'impression d'en avoir VU :

01.40

GD : euh non euh en fait c'est c'est le problème c'est que bon grosso modo il y a trois quatre ans <→> je crois que c'est il y a trois ans plutôt il y a eu un : / une convention une charte qui a été signée entre le festival et l'office bretonne <↑> et euh on a communiqué en fait à l'époque sous cette CHARte je dirais c'est la seule chose qui a été faite * c'est juste de cette communication <↓> après euh derrière il n'y a rien eu euh : de 'fin visiblement de concret qui a été fait <↑> et euh puis la personne qui était chargée de ce pat- ce=ce cette relation euh de faire le lien entre l'office de la langue bretonne et le festival <↑> a arrêté le festival il y a deux ans et du coup personne n'avait repris euh la suite et comme et comme en fait il y a dans cette notion de partenariat de charte il y a aussi quelque part euh ben des comptes à rendre à la région <↑> euh y a des subventions qui sont quand même destinées justement pour :=pour la langue bretonne et bien là il était temps de faire quelque chose cette année et c'est la raison pour laquelle à l'automne on m'a=on m'a demandé de=de prendre en charge la question <↓>

02.40

RLS : d'accord parce que c'est c' que j'allais dire c'est la charte ya d'ar brezhoneg que vous avez* signé c'est ça <↑>

GD : oui

RLS :et même si euh=euh l'institution signe le niveau minimal y a quand même une sorte d'obligation de euh d'un certain type d'affichage

GD : oui on n'est pas dans le cas d'une contractualisation avec euh des de- des des demandes de résultats et tout ça mais bon

RLS : oui d'accord c'est une sorte de certification plutôt

GD : ouais voilà exactement et puis c'est une question de relation de confiance aussi c'est vrai qu' les relations qui sont instaurées entre une organisation comme le festival et la langu- l'office contrairement peut-être aux mairies ou à certaines institutions sont différentes c'est pas sur le/

03.18

RLS : ouais j'en ai l'impression hum hum et donc ça signifie qu'à partir de là depuis l'automne euh y a vraiment quelque chose qui s'est mis en place pour cette année proposer euh

GD : euh alors y a eu des réunions euh il y eu euh des moments de réflexions qui ont été mis en place et euh à l'issue d' ça en fait on a dégagé donc des* des AXES<↑> * euh=euh de travail<↑> et euh parmi lesquels il y a également il y a la signalétique dans la ville <↑> pendant le Festival Interceltique <↑> on a également envisagé de : mettre en bilingue tous les panneaux qui sont présents dans le bureau du Festival Interceltique <↑> avec les fonctions de chaque personne donc en bilingue <↑> et euh on a également envisagé aussi de euh de euh de de faire évoluer la présentation des spectacles en bilingue ** sachant que ça s' faisait déjà en fait à l'origine moi je faisais déjà la présentation sur euh sur un site pendant un trempl- un concours donc un tremplin de groupe folk <↑> qui a lieu au festival depuis de nombreuses années depuis dix ans même et moi depuis 98 je l' faisais <↑> et je continuais sur le nouveau site dans lequel je je travaille depuis 2 ans <↑> et euh il n'y a que dans ce site là en fait où les présentations de groupes sont faites en bilingue et l'objectif c'est euh de s'associer notamment avec radio Bro Gwened pour euh essayer de le faire dans d'autres lieux bon ben là cette année on va essayer de l' faire en plus de l'espace Bretagne donc l'espace dans lequel j' travaille * au cabaret <↑> alors au cabaret ça fonctionne l'après-midi et le soir <↑> et notre objectif c'est d' le faire ET l'après-midi et le soir * de manière à ce que il y ait une présentation en bilingue sur ce lieu <↓> pour ensuite faire évoluer euh alors c'est pas qu'une question euh alors y a une question de volonté du festival aussi parce que c'est un paramètre à prendre en compte euh dans le fonctionnement technique dans le timing de euh du spectacle <↑> et c'est aussi d'un autre côté ben trouver des moyens des euh trouver des personnes qui euh soient prêtes à acheter toute une soirée pour euh faire une annonce toutes les heures ce qui n'est pas forcément euh non plus euh évident donc euh là cette année on commence euh pour aussi euh quelque part l'idéal c' serait de tout faire en un an mais euh c'est=c'est quasiment impossible euh c'est un très gros déficit à relever et je pense que ça peut décourager plus d'un donc moi la vision des choses que j'ai pour ce partenariat <↑> c'est de faire petit à petit mais de FAIRE contrairement peut-être à ce qui avait été fait envisagé dans le passé il y a 3 ans il y avait de grands projets de grandes idées mais au bout du compte il n'y avait rien eu donc là c'est d'avancer petit à petit mais d'avancer sûrement

06.08

RLS : ok vous êtes une grosse équipe au festival à vous charger de cette question < ?>

GD : ça dépend=ça dépend d' quel point de vue on se place parce que par exemple la dernière réunion qu'on a=qu'on a faite il y avait euh des personnes euh qui étaient là pour leurs euh compétences culturelles linguistiques et d'autres qui étaient là parce qu'elles s'occupent de la logistique de la signalétique d'aut' des partenaires euh donc euh à cette occasion on était euh 8 8 9 on a fait intervenir aussi quelqu'un de la radio Bro Gwened parce que radio Bro Gwened émet du festival chaque année donc euh on avait également un représentant ce qui nous a permis aussi de ben d'aborder la question de la présentation des spectacles <↑> et puis euh et puis en fait c'est vrai que euh sur cette question là j'ai eu l'occasion l'an passé avec les directrices de la radio de d'évoquer le problème <↑> et euh et moi c'est un reproche que je ferai en fait en général aux acteurs et puis aux militants entre guillemets de la langue bretonne c'est que il y a beaucoup quand même d'attentistes en général et euh au Festival Interceltique ça fait euh ça fait XXX très bien le festival cette année XXX et euh le festival c'est vraiment pas le LIEU où faut être attentiste c'est un moment où tout est possible mais dès lors que c'est préparé que c'est il faut il faut préparer quelque chose et c'est vrai que dans le milieu culturel breton en général on est encore souvent à=à décider les choses sur l' coin d'une table ou euh et c'est pas forcément la manière de faire aujourd'hui qui est prise en considération dans le monde actuel on fait pas les choses au hasard il faut que ce soit préparé et c'est vrai que c'est quelque chose qui a du mal à rentrer dans les mœurs alors c'est que souvent on nous disait souvent au festival y a pas assez de breton et le festival est contre le festival n'est PAS contre mais le problème si au festival il n'y a pas quelqu'un qui PREND en main les choses qui prépare des choses * avec des gens qui s'engagent *sur qui on peut compter <↑> effectivement il s' passera rien le festival ne viendra pas euh c'est pas le festival en lui même mais c'est la culture du festival dans sa globalité qui fait qu'on ne viendrait jamais chercher les gens en les prenant par la main en leur disant voilà on aimerait bien si tu pouvais faire ça euh on va vous suivre ça ne s'est jamais passé comme ça et pour quoique ce soit d'autant plus sur la langue bretonne et c'est vrai que souvent y a mal donne y a une incompréhension par de la part du public ou des gens qui sont extérieurs au festival qui pensent le festival en fait ne fait rien pour la langue bretonne parce que le festival n'en a rien à faire ou parce que le festival non c'est pas vrai le festival c'est une association avec des membres et même si euh c'est un gros budget même si c'est une grosse organisation ça reste une association et après c'est l'émulation qu'il y a au sein des membres qui fait qu' y a des projets qui sont euh mis en avant qui sont concrétisés ou pas c'est pas le fait que = que le directeur ou le staff de permanents décident dans l'année on va faire ça donc là en fait j'ai pris aux mots quelque part voilà pour l'année prochaine non seulement on a on a établi des lieux avec un cahier des charges sur la présentation c't-à-dire le temps pour l'intervention et cætera euh avec euh des personnes des noms c'est un projet que j' suis en mesure de présenter et ce sera forcément accepté <↑>

09.10

RLS : hum hum quand euh quand=quand vous parlez d'attentisme à l'instant vous avez eu des vraiment des reproches signifiés de la part de personnes se baladant sur le festival

GD : oh oui tout le temps <↑> tous les ans <↑>

RLS : c'est qui ces personnes c'est des militants à chaque fois < ?>

GD : non non non c'est vraiment euh y a de tout y a des militants et puis il y a des gens extérieurs alors y a des gens qui ne connaissent pas du tout le breton mais qui viennent à Lorient qui viennent en Bretagne d'jà c'est souvent des gens qui sont déçus même des étrangers que i-ils s'imaginent euh qu'en Bretagne on parle en breton en fait au quotidien et ils ont beaucoup de désillusions lorsqu'ils constatent qu'en fait c'est pas du tout le cas <↑> et euh c'est vrai qu'au festival on nous le reproche assez régulièrement même pour des gens qui savent pas lire l' breton ils veulent avoir cette marque un petit peu d'identité régionale

10.03

RLS : mais ça c'est intéressant parce que ça veut dire qu'il y a REellement une demande sociale euh qui existe qui est présente et qui souhaite euh la présence du breton dans l'environnement euh < alors dans l'environnement du festival c'est une chose mais à priori la demande sociale existe d'après ce que euh

10.21

GD : la demande sociale elle elle existe surtout de l'extérieur de la Bretagne <↓>

RLS : d'accord

GD : le problème c'est que les bretons ils ont ils ont un petit peu honte de leur langue ils ont même si c'est pas on est plus à l'époque de nos grands-parents les anecdotes d'un d'un copain qui passait un concours euh d'entrée euh à l'équivalent de l'IUFM pour l' privé et il voulait prendre breton en option et sa grand-mère du côté de Langonnet qui lui disait mais va pas prendre breton tu vas t'attirer des ennuis ça va 'fin c'est on est plus là mais n'empêche les bretons sont pas forcément fiers de leur langue et euh il y a quand même un petit problème avec la langue bretonne pourquoi parce que la langue bretonne n'est pas valorisée en dehors de la Bretagne comme la musique l'a été par exemple avec Alan Stivel euh ou euh les Nuits Celtiques à Paris tous ces mouvements là font que euh la musique bretonne est venue à Paris donc c'est quelque chose qui est bien donc c'est pas ringard alors que le breton ça reste en Bretagne alors c'est vrai que quand on est quand on baigne dans le milieu culturel moi j'avais il y a quelques années à la FAC j'avais lancé euh le Café Breton qui n'a pas continué ensuite mais euh à cette époque là j'avais des lectrices qui étaient v'nues y avait des Galloises des Irlandaises euh et c'était très intéressant <↑> parce que euh ça montrait vraiment que le breton euh intéressait euh les personnes à l'étranger mais euh mais en Bretagne on a du mal il faudrait peut-être que qu' y ait quelque chose une reconnaissance vraiment je pense nationale alors si la reconnaissance nationale elle vient pas d'une politique et ça a l'air d'être mal barré jusqu'à présent c'est peut-être à nous de la provoquer aussi elle a été provoquée avec la musique maintenant euh puisqu'il y avait un leader notamment Jean-Pierre Pichard main'enant euh pa'ce qu'y avait un leader notamment Jean-Pierre Pichard main'enant au niveau de la langue y a pas l'équivalent à Jean-Pierre Pichard et Jean-Pierre Pichard est quelqu'un qui parle pas breton quelqu'un qui a pris comme combat la musique et c'est d'jà un sacré combat et euh on a pas=on a pas l'analogie pour euh pou-pour la langue bretonne et CA ça c'est un p'tit peu dommage et c'est vrai que si dans le passé il y a eu des gens comme Glen Mor et cætera c'est euh c'est quand même une époque qui euh qui est un p'tit peu loin de nous <↑> parce que la culture surtout la langue bretonne c'est quelque chose de très fragile et qui peut subir des turbulences TRES facilement surtout dans l'état dans lequel elle est aujourd'hui et c' qui s'est passé il y a 30 ans aujourd'hui n'a plus d'effet la création de diwan et cætera ben on voit bien que ces mouvements là se sont

estompés donc il faudrait vraiment aujourd'hui quelqu'un euh qui prenne en charge ceci qui porte des projets via des relations y a pleins de chefs d'entreprises y a y a un monde politique très ouvert en Bretagne sur la question <↑> et aller porter la langue bretonne jusqu'à Paris le plus LOIN possible pour justement qu' les bretons aient un miroir de ce qui se passe en Bretagne ce qui est leur langue <↑> qu'ils soient beaucoup plus positifs de que ce qu'ils considèrent aujourd'hui

13.14

RLS : ouais y a 3 questions qui me qui me viennent je vous les donne dans l'ordre en fait je voulais vous demander si c'est si c'est vraiment en ressenti PERSONNEL c' que=c' que vous êtes en train de me dire ou si c'est vraiment une constatation générale qui est partagée par euh par l'ensemble des personnes que vous côtoyez et dans ce secteur et de manière plus générale dans=dans votre entourage <↑>

GD : non c'est euh je pense que c'est vraiment personnel <↓> parce que euh 'fin les différentes expériences que j'ai eu dans le domaine culturel euh m'ont amené à cette réflexion après je pense pas que euh <→> ça peut paraître un peu prétentieux ((légers rires)) de dire ça mais je pense pas que tout le monde a forcément toutes les billes pour arriver à cette réflexion là c'est le fait d'avoir côtoyer divers=divers milieux qui m'ont euh <→> qui m'ont permis d'arriver à cette réflexion et c'est vrai que souvent et c'est ça qui est dramatique en fait c'est que euh et ça hors militants enfin les gens qui habitent en Bretagne quand je discute avec eux euh à l'occasion de repas ou de euh on discute de la langue bretonne et bien on s' rend compte qu'il y a un énorme déficit ils n'y connaissent absolument rien <↑> * la signalétique bilingue les systèmes orthographiques euh y a vraiment une méconnaissance et c'est vrai que souvent c'est ce que je dis alors effectivement sur le système orthographique que ce soit en interdialectal ou en klt ils peuvent s'en tamponner <↑> maintenant quelque part euh c'est quand même leurs impôts qui euh qui servent à payer ces panneaux qui coûtent TRES chers (enfin soit dit en passant) et euh à partir du moment où on a une prise de parti sur l'interdialectal et l' klt ben oui ils comprennent plus pourquoi il peut y avoir débat euh

14.52

RLS : ouais euh je souris parce que ça a été une des motivations en fait à vous rencontrer quand euh je ne savais pas exactement comment fonctionnait la signalétique SUR le site du festival pendant ce temps LA et euh j'avais euh conservé le cas d' Tarti Breiz en fait où je me disais c'est quand même : incroyable que à Lorient Breiz soit écrit comme ça juste z à la fin enfin la variété me semblait vraiment étonnante mais d'après ce que vous me dites 'fin on y reviendra tout à l'heure mais apparemment c'est 'fin c'est pas euh il n'y a pas eu vraiment concertation aussi pour ce genre d'affichage euh

15.23

GD : ben c'est-à-dire que la norme aujourd'hui c'est quand même le KLT * et que c'est la langue de l'office de la langue bretonne donc quelque part on est un p'tit peu contraint aussi de euh de s'y faire mais c'est vrai qu'au festival on a on est plusieurs quand même à être pour l'alphabet dialectal et c'est vrai que fatalement euh y a des choses qu'on a avec lesquelles on a plus de mal surtout en pays vannetais c'est vrai qu'autant le KLT dans le reste de la Bretagne ça ne pose pas de problème <↑> mais en

pays vannetais c'est vrai que le KLT c'est euh on ne le voit pas du tout de la même manière

16.00

RLS : euh ouais tout à fait euh quand vous parliez de la demande sociale qui existe à l'extérieur de la Bretagne <↑> est-ce qu'on peut considérer que la demande sociale elle existe DANS le cadre du festival <↑> ou est-ce que ça s'élargit à une demande pour une signalétique bilingue qui s'rait vraiment PERmanente qui s'rait vraiment PRÉsente dans euh dans Lorient et euh et ses environs pour ne pas dire euh sur toute la Bretagne quoi

GD : euh c'est clair euh je suis convaincu que quand les=les gens viennent en Bretagne et particulièrement à Lorient où ailleurs * ils sont très euh ils attendent énormément de euh justement de savoir qu'ils sont en Bretagne <→> c'est-à-dire que Lorient c'est-

RLS : ouais donc c'est global c'est pas PROpre au festival

GD : ouais voilà bon euh Lorient c'est une ville qui a été détruite à 90 % par la seconde guerre mondiale et euh c'est vrai qu'en termes d'empreintes architecturales Lorient on ne peut pas dire forcément que elle se distingue de Rouen ou d'une autre ville qui a été reconstruite après la guerre on ne se sent pas plus en Bretagne à Lorient euh de ce point de vue là qu'ailleurs donc c'est vrai après ils attendent des signes importants ils veulent se sentir <↑> en Bretagne c'est c'est normal et ça passe par la signalétique

17.09

RLS : j' vous pose juste m=ma troisième euh question qui me venait par rapport à la conversation de tout à l'heure <↑> euh vous disiez que en ce moment y a vraiment une politique régionale qui est favorable à/ qui est dynamique en plus dans le sens de la promotion et la valorisation de la langue bretonne <↑> euh quels rapports vous entretenez avec euh Jean-Yves Le Drian PERsonnellement mais dans son équipe plutôt par rapport justement à ce que vous êtes en train de mettre en place pour le festival en sachant que Jean-Yves Le Drian ben Lorient c'est sa ville et euh qu'il est quand même euh à l'initiative de la première politique linguistique qui a été mise en œuvre dans la région <↓>

17.50

GD : actuellement j'ai pas de rapport euh avec Jean-Yves Le Drian à ce propos ni avec personne de son équipe à vrai dire

RLS : y a pas du tout euh d'échanges ouais

GD : pour l'instant il n'y a pas eu d'échanges les échanges ont été uniquement euh entre moi et l'office de la langue bretonne et p'is au sein du festival mais pas au delà c'est d'ailleurs 'fin juste pour rebondir sur euh cet aspect justement ouverture à la nouvelle linguistique en Bretagne c'est bien mais en même temps c'est à double tranchant <↓> ça dépend euh qui=qui euh qui l'exploite cette ouverture et euh c'est vrai que j'suis pas persuadé qu'aujourd'hui ça soit exploité de la meilleure manière la meilleure manière possible parce que y a évidemment alors un intérêt après alors Jean-Yves Le Drian je=je ne le connais pas bien donc est-ce que ça a un intérêt uniquement politique ou euh alors euh vraiment une volonté personnelle que la culture bretonne soit reconnue <↑> 'fin ça j' peux pas en juger je ne le connais pas je sais pas mais bon c'est vrai qu'il n'y a peut-être pas forcément tous les tenants et les aboutissants tout

l'historique aussi euh la connaissance du réseau relationnel en Bretagne pour euh justement accorder sa confiance en fait euh trop facilement des fois ou euh s'engager dans des projets qui ne sont pas forcément les bienvenus euh donc c'est euh c'est un peu à double tranchant <↓>

19.22

RLS : ** euh : du coup j' passe tout de suite à la question de : d- du rôle de la signalétique des fonctions de la signalétique de la signalétique bilingue <↑> à votre avis <↑> * est-ce qu'il est-ce qu'il y en a et si rôles et fonctions de la signalétique il y a quels sont-ils < ?>

19.40

GD : ben le=le rôle de la signalétique <↑> euh le rôl- le rôle premier c'est euh c'est ce que je disais tout à l'heure c'est d'identifier euh=euh Lorient par exemple comme une ville appartenant à la Bretagne et donc y a une culture par conséquent <↓> sa fonction ben sa fonction c'est euh c'est aussi pour les enfants qui euh sont scolarisés euh dans les filières euh bilingues ou euh diwan <↑> * c'est euh c'est pour toutes les personnes euh qui ont envie d' pratiquer le breton <↑> parce que quelque part euh quelqu'un qui sort des cours de <→> aujourd'hui on a beaucoup de personnes qui arrivent à la r'traite sur Lorient euh qui prennent des cours de breton ou ailleurs <↑> et euh je pense qu'il y a une réelle frustration quelque part lorsqu'on sort du cours d' breton et finalement qu'on r'tombe dans un milieu totalement francisé et alors que justement euh c'est quand même ça fait partie des p'tites=des petites joies quotidiennes du néo-bretonnant c'est de sortir dans la rue et puis d' voir les panneaux qu'il avait vu pendant peut-être 10 ans <↑> et dire ah maintenant j-je comprends euh je comprends da bep lec'h c' que ça veut dire et euh ça c'est très important <→> si on fait la promotion de l'apprentissage de la langue bretonne <←> il faut que derrière il y ait des outils types pédagogiques mais des moyens structurels aussi pour que les gens s'épanouissent <↑> enfin qu'ils ne fassent pas seulement que d'assister aux cours <↑> parce que parler le breton c'est pas forcément évident on connaît pas forcément des gens surtout **quand on habite en ville** à Lorient où y a pas beaucoup de monde à à parler breton malheureusement <↑> et euh et c'est bien au moins qu'il y ait cet aspect visuel cet aspect écrit qui existe

21.20

RLS : hum ** et euh quel lien il y a entre le projet que vous êtes en train de mettre en place POUR le festival et l'environnement bilingue qui est déjà présent dans la ville de Lorient < ↓> est-ce qu'il Y A encore / <→> alors ça veut dire plusieurs choses <←> est-ce qu'il y a un travail euh en commun avec la mairie de Lorient et une équipe qui s'est chargée de la mise en place de la signalétique bilingue < ?> ou alors est-ce que vous faites ça euh ben en totale autonomie < ?> et est-ce que vous tenez compte dans l'environnement déjà bilingue dans lequel vous êtes à Lorient ou pas en fait <↓>

21.57

GD : alors ben en fait pour l'instant ch' tiens pas compte de l'environnement mais ça ça tient à moi et ma façon personnelle de travailler c'est que : j'ai toujours euh des objectifs à courts moyens et longs termes <↓> là le court terme c'est vraiment de FAIRE démarrer cette charte qu'il y a entre le Festival Interceltique et l'office de la langue bretonne avec euh vraiment en démarrage une amorce et avec des choses simples et

efficaces qui peuvent être mises en place rapidement <↓> tout ça c'est l'ambition euh de c'tte année et euh voire même de l'année prochaine si euh on n'est pas satisfait pleinement de c' qu'on aura fait c'tte année sachant que dans ma vie privée aussi j'ai des j'ai pas mal de choses donc c'est il faut concilier tout ça é-également <↑> euh après sur le moyen terme c'est effectivement de pouvoir harmoniser tout ça <↑> avec euh avec la mairie de Lorient les initiatives qui sont déjà prises je sais que qu' y a une commission à Lorient qui euh qui est dédiée à cette tâche là donc c'est euh c'est de justement d'harmoniser en dialoguant avec ces personnes là et puis à plus long terme mais ça faudra voir avec les (bons) auparavant c'est pourquoi pas aussi bien aller faire bénéficier ces compétences là ailleurs dans d'autres villes v'nir en appui de l'office de la langue bretonne sur d'autres missions peut-être d'autres festivals qui souhaiteraient entreprendre la même démarche faire partager l'expérience

23.20

RLS : concrètement euh là le festival c'est : bientôt <↑> euh : qu'est-ce que qu'est-ce qui S'RA réellement mis en place <↑> ou qu'est-ce que vous imaginez vous qui s'ra euh=qui s'ra mis en place au niveau des actions euh d-du bilinguisme < ?>

23.38

GD : < alors ce qui s'ra mis en place cette année c'est euh donc l'affichage d-d-dans le bureau <↑> *

RLS : oui

GD : c'est euh la signalétique alors toute la signalétique la nouvelle signalétique en fait <↓> qui va qui va être euh conçue cette année <↑> puisque chaque année y a des panneaux qui sont volés qui sont détériorés donc euh on en reproduit chaque année donc cette signalétique là la nouvelle elle va être conçue en bilingue <↑>

24.02

RLS : alors c'est quoi comme signalétique < ?>

24.03

GD : par exemple euh=euh le l-les lieux de spectacles <↑> de cabarets euh (tout ça) bon Lann Sevelin ça s'ra pas forcément nécessaire de le traduire mais parc des expositions et cætera qui s'ront traduits donc en breton <↑> palais des congrès enfin il y a un tas de petits termes qu'on pourra traduire <↑> 'est la présentation euh des spectacles en :=en bilingue sur au moins 2 sites c'est-à-dire l'espace Bretagne d'un côté et le cabaret de l'autre

24.31

RLS : donc ça c'est oral c'est pas écrit

24.34

GD : oui ça c'est pas écrit (oui là on est dans) l'oral

24.36

RLS : y aura un système d'orientation aussi au sein des sites du festival

24.40

GD : alors les sites ne sont pas suffisamment grands pour avoir en euh on en avait en français il n'y a pas de euh

24.47

RLS : oui d'accord et euh par exemple sur le :=le village celte il y aura des p'tites choses euh

24.52

GD : alors sur le village celte c'est déjà fait <↑> alors après on va=on va alors je pense que cette année à l'automne dernier quand Jean-Pierre Pichard m'a demandé de prendre en main ce dossier * c'est=c'est un p'tit peu dur hors festival bon y a on=on arrive toujours à imaginer quelque chose à :=à essayer de revoir le passé mais il y a pas=y a pas mieux en fait que d'être DANS le festival pour vraiment prendre en compte la situation et c'est d'être aussi le travail de c'tte année c't-à-dire ça je vais pas le faire tout seul je vais être accompagné de personnes plus compétentes que moi en en langue bretonne et on va sillonner un peu le festival et voir euh où on peut faire les choses alors peut-être XXX on va se rendre compte que il y a certains trucs qui ne vont pas en termes d'orthographe ou comme là cette année on a déjà fait pour le programme sur le programme aussi on s'était rendu compte que il y avait des choses qui étaient pas clean qui étaient incomprises d'une année sur l'autre avec des erreurs donc euh le programme aussi a été revu avec plus de traductions bilingues on a mis l'accent sur le bilinguisme (mais en) programme officiel=programme officiel

25.55

RLS : ok oui c'est vrai j' vous=j' vous posais la question sur le village celte parce que c'est un lieu assez symbolique du=du festival mais effectivement y a déjà le cas de tarti breizh et puis toute la=toute la traduction des menus ça ça existe déjà <↑> et euh la monnaie voilà oui et puis en plus sur le panneau à l'entrée qui indique ce système de monnaie <↑> oui c'est traduit > si j' me trompe pas

GD : oui oui et la monnaie qui est le pesked c'est traduit en bilingue oui

26.23

RLS : d'accord euh je n'ai pas pensé non plus vous poser la question sur votre âge vos origines le lien que vous avez à la langue et les fonctions que vous avez au sein du festival et peut-être en dehors aussi si vous avez un autre métier

GD : alors euh : j'ai 26 ans *** qu'est-ce que vous voulez savoir d'autre < ?>

RLS : euh d'où est-ce que vous v'nez si vous êtes originaires de euh

GD : alors je suis=je suis lorientais <↑> lorientais euh lorientais je euh

[26.56

RLS : si vous souhaitez répondre allez-y je peux couper // {l'entretien est interrompu par un appel téléphonique auquel le témoin souhaite répondre}}

27.01

RLS : euh oui alors vous êtes né vous êtes originaire de Lorient <↑> vous êtes né à Lorient < ?>

GD : ouais je suis né à Lorient j'ai passé euh : quasiment tout=tout mon temps à Lorient euh je suis parti après pour des raisons professionnelles sur Quimper <↑> * Vannes * donc je suis jamais parti très très loin ** et donc je suis toujours resté euh dans les environs <↑> j'ai euh commencé à apprendre le breton en seconde * je crois qu'on a 15 16 ans quand on est en seconde a peu près et euh autrement j'ai aussi euh suivi des cours à l'école de musique de Lorient bombarde et biniou koz ** le Festival Interceltique je j'ai commencé quand j'avais 13 ans <↓> ** et depuis euh j' suis donc j'ai commencé très jeune normalement c'était pas très légal mais à l'époque c'était moins strict qu'aujourd'hui euh à partir de 18 ans j'ai commencé à prendre en charge à être responsable d'un concours <↑> ** d'un concours de groupe folk et euh depuis 3 ans j'ai

pris en : la responsabilité d'un site qui s'appelait l'espace festival qu'est devenu ensuite l'espace Bretagne ** et je m'occupe en fait de=de pas mal de choses je m'occupe donc de l'espace Bretagne euh en fait j' me / j' coopère avec 2 acolytes un qui s'occupe surtout de la partie restauration et un autre qui s'occupe de euh de la scène en soirée et moi je m'occupe de la scène dans la journée sinon je m'occupe aussi d'un je suis responsable d'un : d'un pôle stage et atelier dans lequel y a des stages de musique irlandaise donc il y a tout un atelier avec quasiment tous les instruments qu'on peut trouver en musique irlandaise euh également des cours de danse irlandaise des cours de langue bretonne de gallois de gaélique l'atelier de broderie et puis un autre aussi qui est qui est qui a démarré l'an dernier qui se situe derrière l'hôtel Morvan c'est le square Henriot avec des associations d'artisans et p'is euh cette année y aura une scène y aura des jeux bretons

29.22

RLS : d'accord vous êtes bénévole ou :

GD : moi je suis bénévole <↓> ouais l'exposition de costumes bretons au palais des congrès aussi c'est moi qui ait en charge la responsabilité de c'tte expo

RLS : vous avez un autre emploi à côté <?>

GD : oui j' suis agent sncf

RLS: d'accord donc ça doit prendre un temps fou

29.36

GD : ben en fait pas vraiment parce que euh je euh en fait je euh je délègue pas mal en plus je travaille avec des gens qui sont en général très compétents quand même dans leur fonction donc euh quand on sait bien s'entourer quelque part j' dirais que ça limite quand même énormément le travail alors c'est sûr que si j'avais une vision un peu mégalo en me disant y a que moi qui sait faire je suis le meilleur et personne sait faire aussi bien que moi je pourrai pas <↓> ça s'rait impossible main'enant euh il y a des gens avec qui je travaille depuis euh 10 ans donc je leur fais confiance euh pour certains ils savent euh ils sont plus compétents que moi dans=dans l' domaine c'est pas moi qui vais apprendre à faire de la broderie ou à faire de la peinture sur velours donc j' dirais y a pas=y a pas de problème et puis là mon objectif d'ici peut-êt' d'ailleurs l'année prochaine c'est d'jà passer la main aussi sur certains sites à des gens qui travaillent avec moi depuis 2 3 ans qui commencent vraiment à prendre de la bouteille à savoir comment ça fonctionne pour faire autre chose au festival parce que c'est quand même ça l'objectif moi je=je me contente pas uniquement à accumuler les les grades et puis XXX euh l'objectif c'est qu'il y ait avant tout quelque chose d'intéressant d'un point de vue culturel à proposer au public et euh : et puis voilà après peu importe qui le fait du moment que la personne est compétente qu'elle a qu'elle a le même esprit c'est=c'est très bien

30.58

RLS : euh hum vous disiez que vous avez APPris le breton au lycée à partir du lycée et c'était un choix personnel ou dans votre famille y a cette culture de la langue qui est déjà présente <?>

GD : non pas du tout en fait c'est=c'est un choix personnel * c'est euh : moi je suis né à Lorient et donc j'ai baigné je suis un peu comme Obélix en fait je suis tombé dans la marmite quand j'étais p'tit <↑> donc très jeune déjà quand j'avais 7 ans euh j' partais le premier dimanche euh le premier samedi autour du parc du Moustoir euh voir les=les=les sonneurs <↑> ça m'impressionnait énormément * et rien que d'entendre la

musique euh du festival euh c'est euh i-il s' passait quelque chose et donc euh voilà j'ai=j'ai voulu aller au festival parce que j'avais envie d'aller voir des spectacles je / c'est pour ça que j'y ai travaillé assez tôt <↑> * et euh et ensuite j'ai voulu apprendre la musique parce que justement j'étais fasciné par euh par la=par la musique par la puissance des instruments donc ça euh c'est <→> c' qui a fait que j'ai voulu commencer la musique et la langue bretonne en fait c'est pour la même raison c'est que au début j'ai pas fait trop attention au breton j-j' y étais pas très sensible et puis euh : arrivé un p'tit peu avant euh avant le lycée ça a commencé à me titiller quand même je disais j'aimerais bien comprendre et euh y avait ce manque là euh en fait j'ai comblé le manque dans euh en m'inscrivant à au lycée au cours de breton * euh j'ai fait seconde et première en option facultative <↑> et euh comme j'étais pas un cador en maths en première L <↑> j'ai euh j'ai pris langue vivante 3 breton c' qui fait qu'en fait au bac ma spécialité c'était l' breton je faisais ça en troisième langue vivante <↓>

RLS : hum hum hum

GD: c' qui a fait sourire beaucoup de (personnes) parce que troisième langue vivante pour le breton j'ai eu l' droit à pas mal de remarques me disant mais non le breton ce n'est plus une langue vivante et à la fac j'ai continué une année euh aussi

32.46

RLS : ok et donc dans votre famille personne :

GD : personne <↓>

RLS : personne ne parle euh breton quoi

GD : non <↓>

RLS : donc il n'y a pas d'échange aujourd'hui avec vos parents vos frères et soeurs si vous en avez euh

GD : non euh c'est ça euh c'est ça qui est le plus difficile et que j' comprends chez=chez les autres néo-bretonnants c'est vrai que dès lors que l'on n'est pas dans le milieu euh dans un milieu familial favorable de c' côté là c'est très difficile de l' parler de l'enrichir de euh et puis même tout simplement de l' conserver <↑> <→> c't-à-dire que chaque année je dirais il y a vraiment qu'au festival que je que j'ai l'occasion de m'exprimer en breton et y a effectivement toujours un p'tit temps d'adaptation avant que euh la structure des phrases revienne en tête bon la compréhension en général c'est euh c'est pas trop grave parce qu'on peut écouter à la radio la télé euh c'est vrai qu'en termes de compréhension euh j'ai pas trop de soucis mais euh par contre à contrario l'expression elle * pose=pose des problèmes

33.34

RLS : hum hum ok et pour rev'nir euh sur le=sur le fil euh * 'fin qu'est-ce qu- qu'est-ce que diriez euh comment vous répondriez à quelles sont euh les motivations finalement pour résumer un peu euh quelles sont les motivations de euh de l'affichage bilingue ou de la mise en oeuvre d'un affichage bilingue euh sur le sur=sur le fil sur le TEMPS du fil

GD : ben les motivations c'est euh affirmer l'identité culturelle bretonne au sein du Festival Interceltique pendant ces 10 jours ***

RLS : ok *** donc ça affirmer l'identité culturelle c'est vraiment LA motivation principale

GD : oui

RLS : *** y en a pas d'autres euh ** qui vous viennent euh

GD : en termes de motivation je pense que c'est=c'est vraiment la euh la motivation première après euh les autres motivations *** y a pas euh c'est c' que j' disais t' à l'heure en fait par rapport euh à au fonctionnement du festival

RLS : hum hum

GD : c'est pas une personne qui parle d'une seule voix du festi- 'fin on a un représentant à l'heure actuelle qui est qui parle très bien qui s'appelle Jean-Pierre Pichard qui (s'exprime) très bien mais il euh il est pas l-le porte parole je veux dire au sein à l'intérieur du festival c'est pas LE porte parole après ce sont des voix en fait le festival qui euh qui demandent certaines choses SI= si ces voix là ne=ne s'expriment pas <↑> si elles s'engagent pas aussi derrière un un euh à traduire ces expressions par des faits et bien rien=rien ne se fait

35.11

RLS : ok et vous pensez qu'il pourrait y avoir une motivation euh économique aussi euh derrière euh cette envie de : * de bilinguisme < ?>

GD : ben euh alors là après c'est une supposition je / est-ce que=est-ce que par rapport à la région en termes de subventions y a euh y a que'que chose c'est possible mais j'ai pas euh j'ai pas la réponse et euh j' peux pas je n'en sais rien ce s'rait une possibilité mais ça serait < la seule possibilité en fait parce que derrière ça y a pas euh on / le festival n'aura pas plus ou moins d'argent en fonction des signalétiques **y a pas d'impact économique direct sauf si** euh mais ça c'est en coulisse euh j'ai pas j'en sais rien peut-être qu'en coulisse la région met un petit peu la pression pour que y ait plus de bilinguisme en contre partie de subventions mais je pense qu' y a que Jean-Pierre Pichard peut-être le président du festival Jacques-Charles Morice qui > peuvent le savoir tout ça quoi

36.14

RLS : ouais ouais mais donc selon vous potentiellement il pourrait peut-être y avoir des euh des=des=des imPACTS plus indirects sur euh sur les résultATS en fait ça pourrait avoir des retombées indirectes sur le fil malgré tout

GD : plus en termes d'image en fait

RLS : ouais

GD : pas=pas=pas au point de vue économique *

RLS : hum hum

GD : mais bon euh l'image j' crois à son importance aussi

RLS : c'est lié oui

GD : c'est lié mais euh delà à le quantifier ce serait euh à mon avis très difficile de quantifier la retombée économique euh en termes d'image c'est euh c'est évident

36.45

RLS : hum hum hum ok euh <←> pensez-vous qu'il puisse y avoir une sorte de recherche de proximité avec les gens à afficher aussi de manière euh bilingue < ?>

GD : c'était le cas parce que y a beaucoup de gens qui sont contre hein le- les affichages bilingues <↓> en Bretagne <↓> enfin j' sais pas dans votre étude si vous avez eu l'occasion de rencontrer euh ça dépend aussi

RLS : ça dépend

GD : ouais mais euh 'fin euh c'est pareil point de vue expérience personnelle d'étude personnelle quand on discute euh c'est euh bon y a des gens qui ont de la sympathie mais y a aussi euh pas mal de personnes qui trouvent que ça surcharge les panneaux que c'est pas forcément euh

37.26

RLS : ah ouais ça c'est un point de vue général mais euh à la limite si on prend QUE le cas du=du fil <↑> donc sur le TEMPS de ce festival <↑> dans euh SUR LES SITES de ce festival est-ce que vous pensez que ça peut créer une sorte de euh de proximité ou de lien social entre euh entre les personnes < ?>

GD : *** ça pourrait si euh si les gens au niveau local étaient plus impliqués dans l'action euh culturelle linguistique mais euh mais malheureusement j' pense que si un étranger euh alors un étranger euh ((RIRES)) si un non bretonnant euh passe par là et demande à quelqu'un euh ah ça veut vraiment dire ça ce mot là ou s'il voit un mot traduit en 3 mots enfin j' trouve / j'ai pas d'exemple en tête immédiatement mais si quelqu'un demande i- il a quand même de forte chance de tomber sur quelqu'un qui s'ra incapable de lui expliquer et euh et donc ça va s'arrêter là ** et c'est vrai que même nous au festival je veux dire pour aller encore plus loin il faudrait que chaque hôtesse ou hôte d'accueil aussi euh à la limite soit euh pas forcément bilingue mais euh au moins ait des compétences en=en langue bretonne de manière à pouvoir éclairer euh certains visiteurs sur les questions qu'ils auraient sur la langue bretonne soit via le programme soit euh via la signalétique et ça aujourd'hui c'est euh c'est impossible quand on a euh sur une équipe ch' sais pas de 30 euh hôtesses et hôtes au festival si y en a 2 qui euh qui connaissent un peu le breton c'est déjà bien

38.55

RLS : y a une demande vous pensez des=des visiteurs euh des participants au festival de savoir euh ce que signifie tel ou tel mot ou euh y a vraiment un questionnement là dessus < ?>

GD : y a=y a une demande euh y a forcément une demande après la demande elle est pas euh elle n'est pas forcément non plus énorme j' pense que en y a peut-être 'fin j' sais pas y a peut-être que 3% des personnes qui viennent au festival et qui s'y intéressent main'enant là où c' que j' trouve dommage c'est que si on est pas capable de répondre à ces 3% ces 3% qui sont en général ces gens là c'est des personnes qui euh qui en parlent autour qui sont engagées alors qui peuvent être engagées soit en bien soit en soit en négatif et euh c'est ces personnes vraiment qu'il faut euh justement euh auxquelles (j' dirais) il faut s'intéresser

39.40

RLS : ouais hum hum ouais tout à fait euh je pensais / j'ai pas pensé vous demander aussi tout à l'heure à propos de la mise en place de l'affichage bilingue sur le site du festival euh en fait la demande a émané de qui exactement donc Jean-Pierre Pichard vous a missionné sur euh sur ce dossier là en fait depuis l'automne mais donc euh la demande a émané DE Jean-Pierre Pichard ou de personnes autres euh

GD : j'ai pas l'info

RLS : vous n' savez pas ouais

GD : non honnêtement je sais pas euh

RLS : mais c'est=c'est pas euh par exemple euh c'est pas v'nu de VOUS qui avez fait euh la demande de euh

GD : non non alors après c'est pareil que (y a t'jours) des hypothèses c'est peut-être le conseil d'administration XXX c'est peut-être la région j' pourrai pas vous dire qui euh

RLS : ok

GD : et c'est euh c'est Jean-Pierre Pichard qui s'est euh qui s'est tourné vers moi pour euh pour prendre en charge le dossier

40.28

RLS : ok euh je reviens sur euh=euh la variété de langues dont on parlait tout à l'heure <↑> donc euh vous disiez que sur euh l-là vous avez déjà vous travaillez avec l'office de la langue bretonne vous avez dit donc pour la signalétique interne du bureau par exemple du festival c'est l'office qui s'est chargé de proposer euh

GD : bon voilà en fait nous on=on dresse à la limite la liste des termes dont euh dont on a besoin donc qui c'est transmis à l'office de la langue bretonne <↑> qui lui fait la traduction qui fait la traduction et renvoie la traduction et après à nous de mettre en forme enfin sur le=le=le support c'est nous qui décidons euh

RLS : d'accord c'est sous cette forme là de toute façon que vous choisirez y aura pas de discussions sur euh sur la proposition euh de l'office

GD : alors ça c'est que'que chose dont on avait parlé en réunion effectivement mais euh qu' a pas été formalisé ensuite euh c'est vrai que euh comme je disais t' à l'heure y pas mal de personnes qui sont sensibles à l'interdialectal au sein du festival et euh on s'était laissé effectivement sur cette hypothèse là cette solution de pouvoir discuter des termes avec l'office de la langue bretonne main'enant quelque part euh j' dirais que ** y a pas d'engagement euh l'engagement c'est de mettre en=en bilingue main'enant euh 'fin sauf preuve du contraire on nous a pas dit forcément qu'il fallait forcément le faire en klt ou euh qu'on se qu'on respecte absolument <→> les modes de l'office de la langue bretonne euh l'office de la langue bretonne est là en tant que prestataire de service pour les=les administrations les euh les=les=les=les collectivités etc. et euh c'est et nous à la limite nous on leur demande de traduire et eux ils traduisent ça s'arrête là quelque part

42.13

RLS : hum hum 'fin ceci dit euh : dans=dans plusieurs cas euh dans les alentours de Lorient ils ont proposé des variétés vannetaises euh sans euh 'fin spontanément en fait j' prends le cas de sur la commune de Ploemeur * qui a travaillé avec l'office de la langue bretonne * sur la signalisation touristique qui est euh qui est sur les chemins des kaolins ch' sais pas si vous voyez où c'est tout ce qui est affichage de la chapelle Saint-Léonard tout ça c'est euh c'est de la variété

GD : d'accord

RLS : euh vannetaise sur une petite proportion de euh de formes de mots ou de locutions donc c'est la variété locale elle est quand même euh elle semble être quand même assez présente de cette manière là en fait donc si ça s' trouve là vous avez déjà reçu les=les planches de l'office avec les traductions < ?>

GD : non pas pour l'instant

43.02

RLS : pas pour l'instant ok d'accord * euh : une question qui résume euh davantage euh tout c' qu'on a dit depuis tout à l'heure <↑> euh est-ce que vous diriez qu'il y a aujourd'hui une politique linguistique au sein du Festival Interceltique * au sein de l'équipe

GD : non non y a pas de politique linguistique au sein de l'équipe y a=y a une démarche naissante <↑> une réflexion naissante qui pourrait aboutir euh là d'ssus euh

y a des=y a des débats euh personnels euh y a des choses qui s' font euh dans en groupe très très restreint euh à 2 3 mais pas euh pas de politique globale y a pas euh

RLS : y a pas de PLAN quoi

GD : y a pas de plan à part euh celui qu' j'ai euh que j'ai mais y a pas de plan collectif

RLS : oui d'accord pas de plan collectif

GD : c't-à-dire q' j-je comme c'est moi qui ai la responsabilité de c' dossier là <↑> c'est évident que moi j'ai mon plan * main'enant euh pour l'instant étant donné l'engagement aussi euh des acteurs qu'ont été conviés plusieurs fois j' peux pas dire que ce soit collectif c'est vraiment le mien mais après c'est t'jours pareil il ne tient qu'aux autres de=de dire moi je voudrais qu'on s'oriente vers ça euh dans ce cas là oui pourquoi pas et on en discute à plusieurs et on valide <↑> pour l'instant c'est=c'est pas ça on est malgré tout euh on est t'jours dans une démarche un petit peu attentiste et ça je=je m'y attendais de toute manière

RLS : oui parce que finalement euh vous pourriez quand même être euh l'instigateur d'une certaine ligne de conduite <↑> pour euh pour l'avenir finalement

GD : ouais mais faut=faut que ça rebondisse derrière l-le problème

RLS : ouais ça c'est le principe de l'association

GD : le problème c'est ça c'est que

RLS : une vraie volonté des membres euh

GD : exactement p'is euh et puis faire en sorte que ce soit une priorité euh c'est vraiment un problème culturel faut que ça rentre dans les mœurs et c'est euh et ça c'est pas euh enfin c'est loin d'être gagné autant faut être euh faut être positif autant faut pas non plus être trop optimiste tout de suite quoi et euh par exemple la liste de mots qu'aurait du être envoyée ne ne l'a pas été euh forcément et euh ça c'est clair que c'est pas une mauvaise volonté d' la part des personnes qu' étaient chargées d' ça mais c'est qu'actuellement à j moins 18 du festival elles ont d'aut' priorités qui sont aussi louables mais euh le festi- euh la langue bretonne pour l'instant ça au sein du festival n'est pas mis au même niveau que les autres priorités

RLS : d'accord

GD : et ça euh ça s'ra pas euh ça s'ra pas du jour au lendemain c'est un travail euh il faut euh alors ça peut / beau-beaucoup critiqueront en disant que c'est euh voilà c'est décourageant moi je pense pas j' dis ouais p't-êt' qu'il faudra 3 5 ans pour que le breton devienne une priorité au même titre que la préparation logistique d'une salle de concert ou euh ou autre chose <↑> ça prendra peut-être 3 5 ans mais il vaut mieux que ça prenne 3 5 ans et qu'on se dise ça prendra du temps mais au final ça=ça se fasse que de dire au ben non c'est pas normal le breton devrait tout de suite être pris en compte et qui se passe jamais rien * **aujourd'hui c'est un peu ça la=la=la finalement la politique**

RLS : ok

GD : mais pas la langue bretonne elle n'est pas les acteurs de la langue bretonne ne sont pas unis ils sont divisés ils sont attentistes euh et puis

RLS : je=je vous d'mande juste de préciser pour être sûre de euh de c' que signifie attentiste pour vous

GD : c'est euh ils attendent que ça vienne

RLS : ok hum hum d'accord

GD : ils attendent des propositions ils attendent qu'on vienne les chercher ils attendent ** et euh et j' pense que contrairement euh contrairement au milieu musical qui lui est beaucoup plus euh beaucoup plus uni fédéré ne serait-ce que (b a s) je veux dire si on

arrivait à faire l'équivalent pour la langue bretonne de c' qui a été fait dans le milieu musical ça euh ça aurait une gueule complètement différente on=on=on s'rait pas dans la problématique actuelle

47.02

RLS : et c'est QUI les acteurs de la langue bretonne selon vous < ? >

GD : ben y a l'office de la langue bretonne <↑> y a dihun <↑> y a div yezh <↑> y a diwan <↑> euh ** c'est / les=les=les principaux acteurs de la langue bretonne après y a les initiatives locales y a les cours breton euh faits dans un l'arrière salle d'un bar euh ça se passe en à Lorient mais ça se passe à Rennes ça se passe un peu partout y a des cours dans les facs euh c'est c'est tout ça donc y a pleins d'initiatives mais y a pas y a pas de fédérations c'est c'est on fédère pas les gens attendent euh alors c'est vrai que y a beaucoup j' pense que c'est aussi le fait que y a peut-être pas eu de soutien pendant euh avec les politiques pendant euh pendant de nombreuses années et donc du coup aujourd'hui les gens sont restés dans la dynamique où il faut se plaindre et où rien arrive alors que ch' suis pas convaincu que ce soit la meilleure manière pour qu'il se passe quelque chose

48.01

RLS : qu'est-ce que vous pensez de euh de l'idée que la langue bretonne est aujourd'hui une langue produit c'est une langue une langue un peu commerciale ou qui sert à faire un peu de commerce

GD : *** ben j' dirais que c'est=c'est p't-êt' VRAI dans certains cas ça l'est certainement euh et quelque part euh ben pourquoi pas * pourquoi pas parce que c'est pas forcément=c'est pas forcément mal je veux dire un=un supermarché comme l'intermarché à Vern-sur-Seiche j' crois

RLS : super u oui

GD : ouais super u qui euh qui traduit tout <↑> qui met tout en bilingue dans son=dans son magasin peut-être c'est commercial peut-être que c'est pour vendre plus euh maintenant il ne changera pas du jour au lendemain il ne remettra pas tout en français donc euh ouais p't-êt' que c'est commercial mais tant mieux parce que au moins c'est fait et euh on n'exploite pas euh justement assez ce cet aspect là euh à bon escient et **alors que l'économique et l' culturel et ça c'est une conviction profonde qu'on a au Festival Interceltique par contre l'économique est lié au culturel et le culturel souvent précède l'économique** **

RLS : le culturel PRÉcède l'économique

GD : le culturel précède l'économique <↓> souvent on s' trompe en fait c'est euh aujourd'hui l'é-l'écueil de=de pas mal de personnes c'est que / maintenant j' trouve que l'économique précède le culturel alors que c'est=c'est=c'est l'inverse c'est les liens culturels c'est les liens d'amitié aujourd'hui des gens compétents y en a partout * = des gens compétents y en a partout des initiatives y en a partout l'innovation y en a partout euh tout le monde est bon tout le monde travaille qu'est-ce qui fait la différence ensuite < ? > c'est que vous et moi on s' connaît qu'on a des points communs qu'on a des valeurs communes et ces valeurs ça c'est ça c'est soit la religion c'est soit le sport mais c'est aussi la culture et euh et la culture c'est un formidable moyen justement pour (précéder) l'économie le=le=le chef d'entreprise qui vient au Festival Interceltique il attend pas à ah il ne souhaite pas forcément après ça dépend des personnes mais en majorité il ne souhaite pas forcément à être reçu comme CHEF d'entreprise important

apportant tant de KE au festival donc euh avec que'que chose de normé en face euh bon vous avez ça ça ça comme prestations il veut quoi il veut être reconnu comme un copain du festival avec qui on va boire un coup avec qui

RLS : ouais enfin ça c'est la culture du festival (effectiv'ment)

GD : mais mais ailleurs c'est pareil <↑> un politique Jean-Yves Le Drian quand euh quand il vient euh au festival ou quand il vient dans d'aut' domaines il laisse tomber la cravate il prend un air décontracté pourquoi parce qu'il a envie <↑> il=il aime cet aspect là <↑> et il veut il veut en faire partie c'est=c'est pareil pour tous les les personnes par exemple les acadiens qui sont v'nus ou les australiens cette année ils=ils aiment cet aspect là en Bretagne justement cet aspect l'aspect culturel l'aspect festif l'aspect convivial de=de la Bretagne et euh on se doit de leur apporter et effectivement à partir du moment où on a ces relations qui s'instaurent ben derrière les partenariats sont pas du tout les mêmes on n'est pas sur un mode de calcul où on va donner euh mille k e en fonction de euh tant d'affichage etc ça se fait beaucoup plus naturellement c'est dans c sens là que on est convaincu que c'est le culturel qui précède l'économique

51.24

RLS : hum qu'est-ce que vous pensez du concept entreprise citoyenne 'fin j-je vous pose cette question parce que quand on parlait du super u de Vern-sur-Seiche en fait euh le directeur de ce magasin euh disait que lui envisageait plutôt la situation comme euh ben il a voulu créer une entreprise citoyenne euh

GD : oui par rapport à (l'expansion) de la langue bretonne

RLS : puisqu'il reverse aussi une partie des bénéfiques de son entreprise à diwan tous les ans <↑> donc c'est vraiment dans cet esprit là qu'il a voulu euh qu'il a voulu le faire en disant j'espère que les concurrents vont piquer l'idée parce que ça serait vraiment quelque chose qui démarre et est-ce que vous vous êtes un peu dans la même démarche de euh de créer une sorte de euh d'outil citoyen <↑> si on peut utiliser cette expression pour que ça se perpétue ailleurs enfin pour que ça se pourSUIVE en fait

GD : moi personnellement ou le festival

RLS : les 2 <↑>

GD : *** 'fin

RLS : vous j'ai cru comprendre que c'était un peu le cas dans le sens où vous espérez que euh ça va vraiment euh ça va vraiment se poursuivre et peut-être proposer vos services ou les services que vous avez mis en place dans d'autres cadres donc ailleurs <↑> mais pensez vous que c'est aussi une philosophie de l'ensemble de l'équipe du festival < ?>

GD : ben u-une philosophie de l'ensemble de l'équipe euh non je ne suis pas persuadé d'autant plus

RLS : y a pas de discussion sur ce sujet là euh

GD : en fait le festival c' qui s'est passé que avant on avait euh des gens très compétents culturellement <↑> mais pas forcément sur d'un point de vue économique et administratif <↓> et euh ces dernières années euh notamment euh enfin euh par conséquent en conséquence du :=du problème euh budgétaire qu'on a eu on avec l'économie très important 2003 euh et puis y'a d'autres structurations on est on s'est énormément professionnalisé sur l' côté administratif et économique en r'vanche on a un p'tit peu perdu l' côté culturel c'est pas non plus catastrophique mais euh on y a fait un peu moins=moins attention puisqu'on avait un enjeu très=très important et **c' que là par contre autant dans les relations l' culturel précède l'économique autant**

((rires)) pour le festival si euh l'économique s'effondre on fait plus d' culturel du tout non plus faut pas perdre ça d' vue donc euh c'est p't-êt' une priorité et ça on peut pas non plus le nier aujourd'hui on : / ce s'rait bien d' retrouver un p'tit peu l'équilibre entre les deux donc c'est pour ça qu' c'est pas forcément l' cas aujourd'hui on a=on a des personnes qui s'y intéressent c'est clair tout l' mon- / au festival tout l' monde est sensible à ça mais de là à s'engager et à s'investir beaucoup plus que=que main'enant y'a du travail encore à faire

54.05

RLS : ok * et euh donc pour euh terminer euh tout à l'heure : on=on parlait de : des fonctions de : l'affichage <↑> du rôle de la signalétique donc identifier la ville et son appartenance et cætera <↑> et pensez-vous que la LANgue bretonne en elle-même a une fonction spécifique <↓> aujourd'hui <↓>

54.32

GD : ben la langue bretonne elle a=elle a plusieurs fonctions euh : déjà c'est une fonction euh d'ouverture d-de=de l'esprit <↑> c'est euh pour les enfants un formidable moyen de s'ouvrir aux autres langues que=que l' français <↑> pour différentes raisons déjà parce que c'est une langue qui XX du français par une construction une grammaire une syntaxe qui est différente du français et c'est très important pour euh bah l-la=la construction en fait de l'enfant <↑> c'est euh c'est aussi à l'ouverture à d'autres=d'autres sons qui sont utiles aussi pour l'apprentissage de langues par la suite et euh d'un point d' vue social euh c'est euh c'est très important pour l'identité d' la région * par rapport euh à son rayonnement euh national puis international mais euh c'est aussi important pour redonner une fierté aux bretons de ben d'appartenir à :=à cette région de leur prendre conscience de l'histoire de=de cette région et euh aussi qu'ils aient plus confiance en eux qu-qu'aujourd'hui parce que c'est que l' breton est réputé comme travailleur et humble c'est=c'est bien c'est très=très chouette mais quelque part aussi bien d'un point d' vue culturel et économique on aimerait aussi q' d' temps en temps il soit aussi un peu plus ambitieux et j' pense que la question de l'identité culturelle bretonne passe par là et donc par la langue si on arrive pas à=à sauver notre langue j' pense que on aura=on aura perdu euh on aura perdu un grand pan de la culture bretonne et de c' qu'est la Bretagne la Bretagne ça reste quand même les paysages parce que la=la musique=la musique même si on a réussi à la sauver euh elle est pas encore intégrée euh dans l'esprit de tout l' monde que ce soit en Bretagne ou ailleurs j' me rappelle d'un dessin dans Le Monde à l'époque de Dan ar Braz et l'Héritage des Celtes euh y a- y avait un dessin qui disait c' que j' préfère dans la musique bretonne ce sont les ballades irlandaises et c'est vrai que mal- on est encore là pour la musique aujourd'hui et j' pense pas que la musique suffise à elle seule à sauver euh l'identité bretonne il faut=il faut aussi la langue mais alors pour que la langue soit acceptée c'est=c'est un gros travail de faut décomplexer les bretons par rapport à la langue c'est pas une langue de ploucs c'est pas une langue de fachos c'est pas une langue c'est un peu pour ça et ça passe par une volonté politique par des médias efficaces et si tout l' monde assume ça oui la langue bretonne peut reprendre du poil de la bête et euh redev'nir quelque chose de très important pour le lien social pour la reconnaissance à l'extérieur d' la Bretagne et euh pour tout c' que les gens attendent de la Bretagne <↑>

57.14

RLS : alors j'allais vous d'mander euh quels sont les enjeux d' l'affichage bilingue aujourd'hui est-ce que vous pensez y avoir répondu avec c' que=c' que vous v'nez d' me dire ou < ?>

GD : ben oui les enjeux c'est ça c'est c' que j' disais tout à l'heure aussi c'est=c'est l' fait d'apporter d' la matière à ceux qui ont la volonté d'apprendre le breton aujourd'hui de continuer à le parler si on apporte pas cette matière euh on ça-ça sert à rien on y arriv'ra pas <↑> si l' breton c'est uniquement du virtuel dans une salle de classe c'est sur que ça n'a pas grand intérêt et on peut parler d' langue morte main'enant si on veut vraiment q' ce soit une langue vivante oui faut=faut la voir il faut l'entendre y a les radios y a la télé et puis dans l' quotidien y'a la signalétique ça=ça fait partie de cette démarche

58.02

RLS : ok ** une dernière question quelles sont pour vous aujourd'hui les perspectives d'av'nir de la langue bretonne < ?>

GD : ** alors les perspectives d'av'nir c'est euh c'est un pronostic assez compliqué puisque comme j' disais t' à l'heure y'a déjà une grande partie d' la population qui euh qui s' désintéresse ou qui a pas forcément un regard objectif sur la langue bretonne parce que ils n'ont pas les tenants et les aboutissants ils n'ont pas la conscience donc j' dirais pour répondre à cette question là moi-même j'ai pas j-j'ai pas le niveau de connaissances suffisant pour faire un pronostic après y'a les envies oui j'ai envie qu' la langue bretonne continue à exister <↑> main'enant d'un point de vue réaliste euh je pense que elle a encore=elle a encore ses chances mais que on est dans les dernières années où on peut faire que'que chose

58.59

RLS : vous pensez que la génération qui suit euh y'aura plus=y'aura plus cette volonté < ?> ou y'aura plus les moyens pour (faire des choses) < ?>

GD : y'aura plus les moyens=y'aura plus les moyens parce que déjà y'a=y'a eu une rupture j' dirais aujourd'hui on est un peu comme <→> la coupe du monde vient d' se finir c'est un p'tit peu comme un MUsclé qui s'est déchiré et sur lequel il resterait encore quelques fibres musculaires fragiles mais elles sont encore là et on peut s' permettre de consolider l' muscle main'enant le problème c'est que ces fibres musculaires elles ont 70 ans passés et que quand elles vont partir et ben le muscle il cèd'ra complètement et là pour l' réparer ce s'ra très=très dur alors y'a toujours des moyens chirurgicaux élaborés pour pouvoir le faire mais euh on marche plus d' la même manière et euh et c' qu'est dommage c'est qu' là on a moyen encore d'opérer et de remarcher quasiment normal'ment mais si on le fait pas dans euh les 5 à 10 ans qui viennent effectivement on aura beaucoup d' mal

59.56

RLS : oui mais en tout cas la langue produit dont on parlait tout à l'heure pourra p't-être palier euh

GD : on s'ra=on s'ra dans la langue produit euh on s'ra dans la langue aussi des militants mais militants pas forcément dans l' bon sens du terme la langue euh la langue récupérée la langue instrumentalisée ** et euh et là les détracteurs de du milieu culturel et d' l'identité bretonne pourront utiliser c't argument à c' moment là euh à bloc c-c'est clair alors qu'aujourd'hui ils l'utilisent déjà pourtant nous on a les

arguments d' réponse <↓> on a=on a les bretonnants on a de naissance on a toutes ces personnes là <↑> et on a on utilise pas cette arme là aujourd'hui

01.00.36

RLS : hum hum ok et une question plus anecdotique euh vous n'avez jamais eu envie de :=de mettre en œuvre une signalétique bilingue au sein d' la gare sncf de Quimper < ?>

GD : euh ben au niveau d' la sncf c'est euh c'est compliqué en même temps <↑> y'a pas énormément de panneaux ou des panneaux sortie :

RLS : j' vous dis ça parce qu'y a l'exemple de la gare de Gwengamp de=de ((légers rires)) > Gwengamp > de Guingamp euh qui=qui ça y est c'est sorti une quinzaine de jours j' crois quelque chose comme ça

GD : ouais j'ai pas=j'ai pas entendu de réflexion

RLS : mais c'est pas quelque chose de très officiel hein c'est une association loCALE qui a=qui a décidé de=de mettre ça en œuvre en corrélation avec la gare sncf mais c'est EUX qui ont proposé des panneaux tout faits et qui sont v'nus les installer

GD : j' pense=j' pense que c'est possible mais ça ne viendra pas d' la sncf euh depuis euh 2002 y'a une contractualisation en fait qui s'est faite entre les régions et la sncf en termes de transports puisque les régions sont devenues autorité organisatrice en matière d' transports et les=les régions en fait euh demandent concernant la sncf de nouvelles choses alors si demain euh Jean-Yves Le Drian ou un autre euh il n'a p't-êt' pas eu l'idée d'ailleurs c'est p't-êt' une idée à lui soumettre hein <↑>que la sncf en contrepartie ben des=des des compensations financières données par la région à la sncf euh : mettre en place une signalétique bilingue euh j' pense que c'est p't-êt' envisageable < ?> main'enant d' la sncf ça=ça viendra pas d'elle ça a un coût y a d'autres investissements actuellement qui sont prioritaires à la sncf pour 'fin faire face à la concurrence dans les années à v'nir par contre si la région le d'mande euh et dans le contexte actuel il est bien évident que euh vous pouvez êt' sur que du jour au lend'main euh toutes les gares bretonnes

RLS : ça s'met en route

GD : ah oui oui c'est

RLS : ouais ouais ok bon très bien merci

Remerciements

Mener un projet de recherche tel que la thèse est une indéniable aventure au travers de laquelle les encouragements, l'écoute, l'aide des uns et des autres ont été un facteur de motivation très important. En 1999-2000, l'entreprise de la recherche a commencé par des travaux sur la toponymie et la micro-toponymie de Ploemeur, commune du Morbihan. Depuis cette époque, Philippe Blanchet a dirigé mes travaux. Je le remercie pour tous les conseils qu'il a pu m'apporter et la confiance qu'il m'a témoignée.

Mon intégration à l'équipe de recherche ERELLIF et mon investissement à l'université de Rennes 2 ont fortement contribué à ma formation de chercheuse et m'ont permis de rencontrer de nombreuses personnes, que je n'oublie pas aujourd'hui.

Je tiens à remercier également très sincèrement l'ensemble des informateurs qui ont accepté de répondre à mes questions et qui ont répondu aux enquêtes. Et aussi l'équipe de la rédaction du Ouest-France de Lorient, particulièrement Yann Lukas, pour leur collaboration. L'affichage bilingue et symbolique en Bretagne est un sujet qui a permis de longs échanges, parfois personnels, toujours très riches. Ma recherche s'est voulue socialement investie. Et dans ce cadre, l'importance de la Cité en tant que ressource et sujet de recherche est cruciale. La coopération avec les acteurs de la Cité est une nécessité pour que les recherches en Sciences Humaines et Sociales tiennent toute leur place et soient attractives. Le temps que chacun m'a accordé a permis un recueil de données important mais a aussi permis des échanges encourageants entre divers acteurs de terrain.

Je remercie aussi l'équipe de l'ADEFOPPE, service de formation continue de l'université de Bretagne Sud, qui m'a encouragée dans la finalisation de ce travail.

Je tiens également à remercier du fond du cœur ma famille et mes amis qui ont été un soutien permanent. Plus particulièrement, mes parents qui ont toujours tout mis en œuvre pour que je poursuive ce travail dans les meilleures conditions. Bertrand, Richard qui m'ont aidé à moderniser ce travail par un support numérique. Ewan pour son savoir-faire de géographe. Romain, Alban, David, Maïwenn pour leurs relectures attentives et amicales.

Enfin, je remercie Gérald, qui chaque jour, m'a soutenu sans faille et encore au-delà, dans la conduite de cette recherche. Sa confiance, son écoute ont été pour moi une ressource motivante. Il m'a permis de surmonter les doutes et a fait en sorte que l'ensemble de cette aventure scientifique, personnelle et intellectuelle se déroule au mieux.

Titre : Une analyse sociolinguistique des marquages du territoire en Bretagne : Toponymie, affichage bilingue, identités culturelles et développement régional

Title: A sociolinguistic analysis of territory marking in Brittany: Toponymy, bilingual posting, cultural identities and regional development

Mots-clés :

Sociolinguistique urbaine, affichage public, identités culturelles, culture régionale bretonne, développement régional, communication publique, publicité, valorisation, analyse de discours

Keywords:

Urban sociolinguistics, public signs (road signs), cultural identities, Breton regional culture, regional development, public communication, advertising, valorisation, discursive analysis

Résumé

La recherche TIBED consiste à réorienter les recherches dans le domaine de la toponymie et de l’affichage public vers une approche sociolinguistique qui vise à établir les significations sociales actuelles et les enjeux économiques de la présence et de l’utilisation de toutes les formes d’affichage public bilingue et symbolique en région Bretagne. Cette perspective engage une réflexion autour de la langue régionale, participant à la fois à un patrimoine culturel et à une dynamique socio-économique, le tout dans le cadre d’une évolution récente de la place de ces langues dans la société française. Les toponymes ainsi que les autres formes d’affichage (publicité par exemple) sont des marqueurs forts de l’identité culturelle régionale et nous envisageons cette recherche dans une perspective socio-économique qui entre dans le cadre de la valorisation des patrimoines, des identités et des territoires bretons.

La partie 1 explicite le contexte sociolinguistique de la Bretagne. Le dynamisme et l’affirmation de l’identité culturelle de la région permettent de saisir ce sur quoi est basée la mise en place de l’affichage bilingue et symbolique. La partie 2 permet de mesurer la présence de l’affichage bilingue et symbolique, d’en comprendre les mécanismes. La communication renvoie à des pratiques sociales, des pratiques discursives (les images étant aussi des discours), des acteurs de transmission, des processus de transmission, des moyens de transmission dans la fusion de contextes et d’un ensemble de significations. Par le moyen de différentes enquêtes et de méthodes d’analyse, la partie 3 permet d’évaluer les motivations, les perceptions et effets pratiques et symboliques notamment dans la création d’une image de la Bretagne (marketing territorial, publicité, médias, collectivités locales) et de réponse à une demande sociale. Enfin, une mise en perspective présente les enjeux de l’affichage bilingue et symbolique ainsi que des propositions destinées aux décideurs institutionnels et privés, économiques et culturels.

Abstract

The TIBED research consists in bringing forward an innovative sociolinguistic approach to toponymy and public signs, which aims at establishing the current social significance and economic repercussions of the presence and use of all forms of bilingual and symbolic public signs in Brittany. This work consists in a reflection on the regional language, a part of both a cultural heritage and a socio-economic dynamics that should be studied taking into account the recent evolution of the place of these languages in the French society. The toponyms as well as the other forms of signs (advertising, road signs for example) are meaningful markers of the regional cultural identity and we consider this research from a socio-economic point of view that contributes to the valorisation of the Breton heritage, identities and territories.

Part 1 clarifies the sociolinguistic context of Brittany. The dynamic and assertive cultural identity of the region certainly is a basis for bilingual and symbolic public signs / advertising. Part 2 aims at measuring the presence of bilingual and symbolic signs and understanding the mechanisms of their creation. Communication refers to social practices, discursive practices (pictures also being speeches), actors of transmission, processes of transmission, transmission resources in the fusion of contexts and a set of significations. By the means of various investigations and methods of analysis, part 3 shall make it possible to evaluate the motivations, symbolic perceptions and practical effects, especially in the creation of an image of Brittany (territorial marketing, advertising, media, local communities) as a response to a social request. At last, a broader contextualised analysis makes it possible to present the repercussions of bilingual and symbolic signs, as well as to make proposals intended for the institutional and private economic and cultural decision-makers.