



HAL
open science

Normalisation d'une langue régionale dans la sphère économique : de l'utopie à la réalité : le cas de la langue bretonne

Denis Pichon

► To cite this version:

Denis Pichon. Normalisation d'une langue régionale dans la sphère économique : de l'utopie à la réalité : le cas de la langue bretonne. Linguistique. Université Rennes 2, 2016. Français. NNT : 2016REN20049 . tel-01803522

HAL Id: tel-01803522

<https://theses.hal.science/tel-01803522v1>

Submitted on 30 May 2018

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.



UNIVERSITE BRETAGNE LOIRE

THESE / UNIVERSITE DE RENNES

sous le sceau de l'Université Bretagne Loire

pour obtenir le titre de

Docteur De l'Université de Rennes

Mention : Breton et Celtique

Ecole doctorale Sciences Humaines et Sociales

présentée par

Denis Pichon

Préparée au Centre de Recherche Bretonne et
Celtique - Rennes, EA n°4451

Normalisation d'une langue
régionale dans la sphère
économique :
De l'utopie à la réalité

Le cas de la langue bretonne

Thèse soutenue le 15 décembre 2016
devant le jury composé de :

Hervé LE BIHAN

PU, Rennes 2 / *président*

Charles VIDEGAIN

PU émérite, Pau-UPPA / *rapporteur*

Martine BERTHELOT

MCF-HDR, Perpignan-Via Domitia / *rapporteur*

Immaculada FABREGAS ALEGRET

PU, UBS Lorient / *examinateur*

Gwendal DENIS

PU, Rennes 2

Directeur de thèse



UNIVERSITÉ RENNES 2 – HAUTE BRETAGNE
Unité de Recherche
Ecole Doctorale - Humanités et Sciences de l'Homme

Sous le sceau de l'Université Bretagne Loire

**Normalisation d'une langue régionale dans la sphère économique :
De l'utopie à la réalité**

Le cas de la langue bretonne

Thèse de Doctorat

Discipline : Breton et Celtique

Présentée par Denis PICHON

Directeur de thèse : Gwendal DENIS

Soutenue le 15 décembre 2016

Jury :

- M. Herve LE BIHAN, PU, Rennes 2 (Président)
- M. Charles VIDEGAIN, PU émérite, Pau-UPPA (Rapporteur)
- Mme Martine BERTHELOT, MCF-HDR, Perpignan-Via Domitia (Rapporteur)
- Mme Immaculada FABREGAS-ALEGRET, PU, UBS Lorient (Examinateur)
- M. Gwendal DENIS, PU, Rennes 2 (Directeur de thèse)

« ... Dans un contexte démocratique, tous les choix ne peuvent se traiter comme la supériorité de la majorité sur la minorité... »

Joshua Fishman

Je dédie ce travail à Joshua Fishman (1926 – 2015), pour sa vision humaniste et pour ses travaux sur la revitalisation linguistique qui m'ont passionné.

Résumé - Diverrañ - Abstract

Normalisation d'une langue régionale dans la sphère économique : De l'utopie à la réalité.

Le cas de la langue bretonne. (Résumé)

Ce travail de recherche entend considérer la revitalisation linguistique dans la sphère économique comme un projet. Cela implique de déterminer un point de départ et ce qui y a conduit. C'est l'objet de la première partie du travail, qui retrace l'évolution de la langue au fil des siècles, ce qui est l'échelle de temps la plus adaptée pour comprendre l'évolution des langues. Viennent ensuite les conditions d'environnement, trois aspects sont abordés : les outils de la langue, la quantité et le niveau des locuteurs dans une situation d'offre et de demande d'emplois. Enfin, le dernier outil concerne la méthodologie et le suivi d'une revitalisation linguistique. La seconde partie éclaire la situation des tensions internes à la sphère économique, entre les vitesses d'évolution des activités humaines et numériques. La suite est consacrée à la valorisation des initiatives de revitalisations linguistiques contemporaines dans le monde des entreprises. Les deux aspects principaux concernent les possibilités d'utilisation de la langue minoritaire et la gestion des facteurs humains liés à une telle démarche. Enfin, la troisième partie concerne une expérimentation de revitalisation linguistique dans l'entreprise de l'auteur, ce qui lui a permis de confronter utopie et réalité d'une telle initiative.

Mots clés : revitalisation linguistique, économie, entreprise, breton, langue, minoritaire, régionale, valorisation

Normalizadur ur yezh rannvroel er bed an armerzh : Eus an utopiezh d'ar gwirvoud.

E-keñver ar brezhoneg. (Diverrañ)

Al labour imbourc'h-mañ a ginnig sellout ouzh advuhezekaad ar yezhoù minorel er bed an armerzh evel ur raktres. Ar pezh a dalv spisaat al lec'h loc'hañ, ha penaos emeur degouezhet eno. Pal al loden gentañ an hini eo, hag a ziskouez emdroadur ar yezh a-hed ar c'hantvedoù, skeul amzer dereat evit meizañ emdroadurioù ar yezhoù. Dont a ra war-lerc'h aozioù an endro ha tri anezho zo bet studiet : ostilhoù ar yezh, kementañ hag adrummañ ar vrezhonegerien e-keñver kinnig ha goulenn al labour, hag a-benn ar fin, metodologiezhoù evit lakaat e pleustr ha heuliañ advuhezekaad ur yezh.

An eil lodenn a ziskouez tennerioù diabarzh war dachenn an armerzh etre tizh emdroadur faktorioù denel ha niverel. D'an talvoudegezh an intrudu a-vremañ er bed an embregerezhioù, eo gouestlet ar peurrest eus al lodenn. Daou dra a zo bet studiet pizh : peseurt implij eus ar yezh vinorel ha penaos merañ faktorioù denel liammet gant an difrae.

Evit echuiñ, an trede lodenn a zo gouestlet d'ul labour pleustrek advuhezekaad ar brezhoneg en embregerezh oberour al labour-mañ, ar pezh en deus roet dezhañ da lakaat tal-ouzh-tal utopiezh ha gwirvoud an difrae.

Gerioù alc'hwez : advuhezekaad yezhoniel, armerzh, ekonomiezh, embregerezh, brezhoneg, yezhoù minorel, yezhoù rannvroel, talvoud.

Normalisation of a minority language in economy : From utopia to reality.

About the case of breton language. (Abstract)

This research work considers reverse language shift in economy as a project. This involve defining a starting point and understanding how this situation came up. It is the aim of the first part which shows the evolution of breton language on several centuries, the appropriate scale to understand language evolutions. Then comes the environment conditions, three aspects are studied : language tools, numbering and level qualifications of the speakers in front of current supply and demand situation. Then, the last tool considered is the methodology and the follow-up of minority language revitalisation. The second part is dedicated to tensions generated in economy between the evolution speed of human activities versus numeric ones. Then comes valorisation of contemporary initiatives regarding language revival in companies. Two main aspects are considered : the possibilities offered by minority languages and managing human aspects linked to such initiatives. Last, the third section is dedicated to an experimental minority language revitalisation performed in the company of the author of this work, which allowed him to put face to face utopia and reality of such an initiative.

Key words : reverse language shift, language revitalisation, economy, company, breton, minority language, valorisation

Remerciements

Tout au long de ces cinq années, c'est la passion de la découverte qui m'a permis de faire ce chemin et cette thèse en est aujourd'hui l'aboutissement.

Mes premiers remerciements vont vers les membres de ma famille et de mon entourage *capiste* qui, dès mes premières années, sans s'en rendre compte, ont éveillé en moi cet intérêt pour la langue bretonne, une langue à part qui n'avait pas droit aux honneurs de l'Ecole.

Ensuite, la volonté d'en savoir plus m'a conduit à m'intéresser à la langue d'une manière plus structurée et je remercie tous ceux qui ont su éveiller en moi cet intérêt plus théorique sur la langue bretonne. Bernez Audic de *Ti ar Vretoned* à Montparnasse, Anne Broussault de *Skol an Emsav*.

Je remercie les salariés et stagiaires de l'entreprise *Askorn Medical* pour leur ouverture d'esprit et pour m'avoir permis d'expérimenter la mise en pratique d'une langue minoritaire dans une entreprise.

Au fil de cette thèse, j'ai cité de nombreuses personnes qui ont éclairé ce travail de différentes manières, lors de rencontres, de discussions et d'échanges de points de vue : Lena, Malo, Fañch, Reun, Steven, Patrice, Lukian, Jacques, Alan, Andrev, Claudie, Bruno, Patrick, Guillaume, Gwenaël, Yves, Daniel, José et bien d'autres encore.

Je remercie aussi Chantal mon épouse, Sandrine Nicoué, Cédric Choplin qui ont bien voulu accepter la lourde tâche de relire ce travail et de me faire part de leurs commentaires avisés.

Enfin, je remercie mon Directeur de thèse, Gwendal Denez, pour son soutien et ses conseils tout au long de ces cinq années, le Président du Jury Herve Bihan, pour m'avoir fait découvrir les travaux de Joshua Fishman et avoir déclenché ma passion pour les processus de normalisation des langues minoritaires. Enfin, je remercie Mme la Professeure Martine Berthelot, Mme la Professeure Immaculada Fabregas-Alegret ainsi que M. le Professeur émérite Charles Videgain, tous venus de loin et parfois de très loin, m'éclairer de leurs connaissances et honorer de leur présence ce jury de thèse.

Trugarez vras d'an holl.

Sommaire

RESUME - DIVERRAÑ - ABSTRACT	4
REMERCIEMENTS	5
SOMMAIRE	6
INTRODUCTION	8
PARTIE I : UNE LANGUE ET SES OUTILS	11
1) LA LANGUE BRETONNE	11
a) <i>Des origines indo-européennes</i>	11
b) <i>Les différentes phases</i>	16
c) <i>Superpositions chronologiques</i>	57
d) <i>Bilan sur l'histoire du breton</i>	64
2) LE VOCABULAIRE CONTEMPORAIN	67
a) <i>Les dictionnaires</i>	67
b) <i>L'accessibilité numérique</i>	70
3) LES LOCUTEURS DANS L'ECONOMIE.....	76
a) <i>Formation des brittophones autonomes</i>	76
b) <i>Emplois et nécessité de la langue bretonne</i>	79
c) <i>Emplois et breton comme avantage</i>	80
4) VITALITE D'UNE LANGUE MINORITAIRE DANS LE MONDE DU TRAVAIL	81
a) <i>Les évaluations directes</i>	81
b) <i>Les outils de l'UNESCO</i>	99
c) <i>La méthode de Joshua Fishman</i>	107
d) <i>Mesure de normalisation d'une langue minoritaire dans la sphère économique</i>	139
e) <i>Bilan sur la mesure du dynamisme d'une langue minoritaire</i>	146
5) CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE	149
PARTIE II : UNE LANGUE MINORITAIRE DANS LE CONTEXTE PROFESSIONNEL	153
1) LA SPHERE ECONOMIQUE.....	154
a) <i>Définition de la sphère économique</i>	154
b) <i>Evolution historique de l'économie : simulation</i>	156
c) <i>Découpage de la sphère économique</i> :	161

2)	LES INITIATIVES DE REVITALISATION.....	164
a)	<i>Les initiatives privées</i>	164
b)	<i>Les organisations politiques et administratives</i>	282
3)	ENTREPRISES ET LANGUES MINORITAIRES	293
a)	<i>Le sentiment d'appartenance à une région</i>	294
b)	<i>Les entreprises qui vont vers la langue bretonne</i>	307
c)	<i>Les interviews</i>	360
4)	UTILISATION DES LANGUES MINORITAIRES DANS L'ECONOMIE	387
a)	<i>La langue comme objet d'études</i>	388
b)	<i>Objet de formation</i>	389
c)	<i>La langue élément de différenciation moderne</i>	391
d)	<i>La reconnaissance identitaire : le symbole et l'image</i>	396
e)	<i>Moyen de communication vernaculaire</i>	417
5)	CONCLUSION DE LA PARTIE II.....	421
PARTIE III EXPERIMENTATION : L'ENTREPRISE ASKORN-MEDICAL.....		430
1)	LA GENESE D'UNE DEMARCHE.....	430
2)	LA COMMUNICATION INTERNE.....	431
a)	<i>Les premières démarches</i>	431
b)	<i>La signature de la charte « Ya d'ar brezhoneg »</i>	438
c)	<i>Les difficultés et écueils</i>	440
d)	<i>Langue minoritaire et effet fédérateur</i>	453
3)	LA COMMUNICATION VERS L'EXTERIEUR	455
a)	<i>L'environnement actif</i>	455
b)	<i>L'environnement passif</i>	456
4)	LES PHASES DE NORMALISATION	457
a)	<i>Etre deux pour échanger</i>	457
b)	<i>Le thésaurus</i>	460
c)	<i>Le risque linguistique</i>	462
5)	CONCLUSION DE LA PARTIE III.....	464
CONCLUSION GENERALE.....		468
BIBLIOGRAPHIE		476
LISTE DES ANNEXES		485
DEFINITIONS		489
SIGLES		490
LISTE DES ILLUSTRATIONS.....		491
LISTE DES TABLEAUX.....		496
RESUME - DIVERRAÑ - ABSTRACT		497

Introduction

Pourquoi s'intéresser aux langues minoritaires et tenter de les faire vivre ? A cette question, Joshua Fishman¹, sociolinguiste américain, propose deux réponses qui font appel à des références humanistes. En premier lieu, il mentionne l'aspect moral d'une science au service de ceux qui souffrent de ne pas pouvoir contribuer à apporter leur pierre à la construction de l'humanité. Dans un contexte démocratique, tous les choix ne peuvent se traiter comme la supériorité de la majorité sur la minorité, en particulier dans les aspects culturels et linguistiques. La « victoire » temporaire des uns ne peut justifier la disparition définitive des autres. La racine de la langue prend naissance aux confins de la pensée pour l'expression des idées. La langue est un moteur de l'humanité et leurs diversités en sont la richesse. En second lieu, les langues s'inscrivent dans un processus lent formé au cours des siècles et des millénaires qui nous ont précédés. Le schéma économique actuel imposé par la recherche de productivité maximale et mondialisée requise pour satisfaire toujours plus les besoins de certains, sans attention aux laissés pour compte, montre une accélération de plus en plus rapide. Une langue n'a pas de pouvoir intrinsèque, par contre elle peut être instrumentalisée comme étant l'une des composantes qui permet d'afficher une puissance temporelle et toute temporaire. De ces différences de vitesses et de perception naissent des tensions destructrices. Pour ceux qui ressentent leur langue comme un héritage culturel, le sacrifice de cette richesse patiemment élaborée au cours des siècles, ne peut disparaître sur l'autel des victoires temporelles soient-elles économiques ou politiques.

La cause des langues minoritaires comporte en elle un élément majeur qui tient à la morale et au respect des hommes, là où les démocraties sont des instruments qui font perdurer non pas un équilibre harmonieux entre les hommes, mais un outil très pratique qui justifie la loi du plus fort pour l'élimination du plus faible.

L'expression « normalisation d'une langue minoritaire » peut être comprise comme un télescopage de mots qui s'opposent. "Normaliser" et "minoritaire" sont deux mots dont l'un fait référence à la normalité, à l'utilisation quotidienne et le mot minoritaire renvoie à l'exception, à ce qui n'est pas la majorité.

¹ Fishman Joshua *Can threatened languages be saved?* Ed Fishman J. Collection : Multilingual matters 2001 p 462-463

Ma problématique est de déterminer, avec l'appui d'exemples concrets, si une politique linguistique visant à normaliser une langue minoritaire dans la sphère économique est un objectif qui peut s'insérer réellement dans ce segment particulier de la vie sociétale, ou si de telles initiatives relèvent uniquement du domaine de l'utopie. Dans le cadre de ce travail, j'ai choisi un chemin en trois étapes pour traiter de la normalisation d'une langue régionale dans la sphère économique. La première étape nous amène à considérer la sphère économique comme étant un échantillon de la société en général. Examiner l'évolution de la place d'une langue dans la société et tout spécialement le passage d'une langue majoritaire à une langue minoritaire permet d'appréhender comment se sont opérées les transformations au fil des siècles, ce qui est l'échelle à laquelle les variations d'une langue se mesurent. Il ne s'agit nullement d'imaginer faire le chemin en sens inverse pour restaurer une langue minoritaire dans sa situation « initiale » un tant soit peu que l'on puisse définir ce stade initial qui existe uniquement dans un espace-temps particulier qui sera toujours relatif. Un tel retour dans un environnement en perpétuel changement n'aurait pas de sens, mais comprendre les zones de pouvoir qui ont été progressivement désertées par la langue devenue minoritaire sur son espace géographique, jusqu'à la planification de sa disparition, présente un intérêt. Si les sphères de pouvoir ont changé dans leur importance relative, ces sphères existent toujours aujourd'hui. Le monde économique est l'une des sphères du pouvoir et il est indispensable de voir comment elle s'est déconnectée progressivement de l'usage de la langue bretonne.

Avant d'entreprendre une action sur les langues, il s'agit aussi d'évaluer les outils que l'on a à disposition pour entreprendre la tâche. Une langue est un outil de communication, constituée de mots qui à l'instar d'un jeu de briquettes emboîtables, portent chacun des sens élémentaires, qui s'insèrent dans des phrases pour définir des notions plus sophistiquées. Les mots et leur disponibilité sont essentiels pour une utilisation aisée dans un environnement en perpétuel mouvement. Au-delà des mots en adéquation avec l'environnement, il est important d'avoir des utilisateurs, des locuteurs, qui vont donner vie et sens aux mots et à la langue. Pour une bonne compréhension du potentiel de locuteurs disponibles, je les ai quantifiés et qualifiés, ce qui permet de cerner la population disponible pouvant devenir des acteurs réels d'une revitalisation linguistique. Enfin, tout projet nécessite un point de départ, un point d'arrivée, une méthodologie pour parcourir ces deux points et une mesure des progrès accomplis. Cela est particulièrement vrai quand l'importance de la tâche fait qu'elle s'étale sur plusieurs décennies voire plusieurs siècles. Cet exercice permet en outre de savoir comment la revitalisation linguistique dans un secteur particulier de la société, comme ici la

sphère économique, trouve son sens dans un projet plus global. En outre, il permet de définir comment le projet s'interconnecte en amont et en aval de façon à ce que l'une des extrémités du projet puisse bénéficier de fondations solides et que l'autre extrémité puisse aussi prendre appui sur un support amont qui lui donne une direction et du sens. La mesure des progrès accomplis passe par une quantification et une qualification. Dans le cadre d'une revitalisation linguistique, il est nécessaire d'inventorier les outils de mesure à disposition et de choisir les plus adaptés à la nature des paramètres à quantifier.

La seconde partie de ce travail est consacrée à l'utilisation de la langue bretonne dans le contexte économique. La première étape proposée est de définir ce qu'est l'économie et de placer la sphère économique sur une perspective temporelle à l'aide d'une échelle compatible avec l'étude des langues. Pour travailler simultanément sur l'économie et les langues, il est nécessaire de comprendre l'évolution de l'économie sur une perspective de plusieurs siècles. Pour pouvoir appréhender la sphère économique, il est nécessaire de comprendre comment elle s'articule en sous-ensembles et d'examiner leur évolution pour mieux affiner les actions de revitalisation linguistique, porteuses de résultats concrets. La perspective historique permet de comprendre la place de la langue minoritaire dans la société en général et de mieux cerner l'évolution de son utilisation. Depuis le milieu du XIXe siècle, des initiatives ont été menées en faveur de la revitalisation de l'utilisation de la langue bretonne. Ces initiatives sont l'œuvre d'individus, d'associations ou d'organisations non gouvernementales. Les réussites et plus encore les échecs sont une source de richesses pour les futures générations de militants de la revitalisation linguistique dans le monde économique.

A l'aide de différents corpus, nous répondrons à la question de savoir s'il existe aujourd'hui encore au XXIe siècle un terrain, propice à la revitalisation de la langue bretonne dans la sphère économique. Dans l'affirmative, nous tenterons de cerner les acteurs de ces revitalisations linguistiques et leurs angles d'approche par rapport à la tâche à accomplir pour inventorier l'éventail des utilisations possibles d'une langue minoritaire dans un contexte économique.

Enfin, une courte troisième partie de ce travail est consacrée à une expérimentation réalisée en vraie grandeur, sur une durée de dix ans, dans une entreprise bretonne dont l'activité est indépendante de la culture ou de la langue bretonne. Les enseignements de cette expérience permettent de valider et de mettre en perspective l'utopie et les réalités quotidiennes de l'implémentation d'une politique volontariste de revitalisation linguistique de la langue bretonne dans le cadre d'une entreprise.

Partie I : Une langue et ses outils

Cette première partie a pour but d'exposer la situation de la langue bretonne au fil des siècles en fonction des paramètres qui ont pu l'influer en ayant une attention particulière à la sphère économique marchande. Nous examinons son évolution, par rapport à son environnement, de l'époque romaine aux portes du XXI^e siècle. Grâce à cette perspective longue, nous pouvons mieux comprendre l'évolution générale d'une langue qui passe d'un statut de langue majoritaire à un statut de langue minoritaire.

Toujours dans une perspective d'illustration situationnelle de la langue, il est important dans le cadre d'une revitalisation d'une langue minoritaire, de faire un état des lieux de la situation actuelle des outils de la langue et des locuteurs brittophones.

Enfin, il est vain de se lancer dans un projet sans avoir à sa disposition les guides permettant de mesurer les coordonnées du point de départ de l'initiative, les coordonnées du point d'arrivée, le chemin à parcourir et d'inventorier les éléments nécessaires pour parcourir ce chemin (temps, finances, enthousiasme...). Le dernier paragraphe est consacré à la mesure de la revitalisation des langues minoritaires et les moyens possibles pour atteindre ce but.

1) La langue bretonne

a) Des origines indo-européennes

S'il est avéré par diverses fouilles archéologiques² qu'il y avait en Armorique une activité humaine depuis plusieurs millénaires avant notre ère, nous ne connaissons rien de leurs langues, hormis les traces de leur passage, rien de leur mode de communication n'a résisté au temps. L'origine exacte des peuples celtes est encore controversée³. Les Indo-européens s'étendent progressivement dans toutes les directions, à partir d'une période comprise entre le

² Menez Dregan à Plouhinec (29) Découverte d'un foyer datant d'il y a 450 000 ans. (visite sur les lieux).

³ Voir travaux et publications de Marija Gimbutas, Colin Renfrew, Igor Diakonov, Iaroslav Lebedynsky, Merritt Ruhlen, Bernard Sergent, A Martinet et Georges Dumézil.

VIIe et le IVe siècle avant notre ère. Les travaux de Georges Dumézil⁴ mentionnent des structures tribales, basées sur trois piliers : le sacré et la souveraineté, le guerrier et la vie de la société civile (production et reproduction). A partir d'un creuset qui se situait dans une zone qui correspondrait aujourd'hui au sud des Balkans, au nord de la Turquie et au sud-ouest de la Russie, ces peuplades migrent peu à peu dans toutes les directions au fil des siècles et vont évoluer en plusieurs branches distinctes. A partir de ce noyau central, les différentes tribus auraient émigré dans plusieurs directions : le Caucase, l'Asie centrale, l'Iran, l'Inde et l'Europe de l'Ouest où l'on va retrouver les Grecs, les Italiques, les Celtes les Germains et les Slaves. On peut suivre leurs progressions grâce aux traces qu'ils ont laissées, comme par exemple leurs sépultures en forme de tumulus et à leur datation par les techniques modernes. Leur langue est ce que l'on appelle communément l'indo-européen. De cette langue il n'existe aucune trace écrite, les éléments de connaissance de cette langue ont été établis à partir de l'étude de la comparaison des langues entre elles, afin d'en déterminer les éléments communs donc puisés dans un substrat commun et les éléments divergents. Les Celtes constituent l'une des principales branches issues de cette émigration qui occupent progressivement toute l'Europe de l'Ouest et se ramifient encore en différentes peuplades. Loin d'être des barbares, ils avaient un haut degré de civilisation et une conception de l'organisation des villes. Pour exemple nous avons la ville de Hallstatt qui étend son influence sur un vaste territoire situé entre Bohême et Bourgogne, entre les VIII et V siècles avant notre ère. Cette civilisation hallstattienne était de forme aristocratique dans laquelle la stratification de la société était basée sur la richesse.

A partir du Vème siècle avant J.-C., cette émigration se poursuit. Les Galates vont s'orienter vers l'Anatolie située dans la Turquie actuelle. Les autres peuplades celtes vont progressivement et d'une manière assez désordonnée, poursuivre leur établissement vers l'Europe de l'Ouest vers une zone incluant la majeure partie de la France actuelle, la Grande-Bretagne, l'Irlande, le sud de l'Allemagne et plus à l'est, la Bohême. Les Bretons appartiennent aux antiques peuplades celtes. Les Celtes nous sont surtout connus sur plus d'un demi-siècle, par les descriptions laissées par d'autres peuples tels que les Grecs ou les Romains : Hécatée de Milet (500 ans av. J.-C.), Hérodote (450 ans av. J.-C.), Xénophon (aux environs de 430 av. J.-C.), Platon (300 av. J.-C.), Polybe (200-123 av. J.-C.) Posidonios 137 – 57 avant J.-C.). Strabon, Tite-Live 66-17 avant J.-C.) Plin l'Ancien (23-79 après J.-C.) ainsi

⁴ Dumézil Georges, *Mythes et dieux des Indo-Européens : précédé de Loki, Heur et malheur du guerrier* collection mille & une pages, éditions Flammarion, 2011

que César⁵. Au travers des inscriptions qu'ils ont laissées, il est bien certain que les Celtes maîtrisaient l'écriture et utilisaient différents alphabets (grec, romain ou parfois un mélange des deux), mais leurs traditions étaient principalement basées sur l'oralité. Si dans le temps l'oral peut sembler se perdre, surtout par rapport à l'écrit, il existe chez les peuples celtes une stratégie de transmission par l'oralité dont les traces peuvent perdurer des siècles et faire preuve d'adaptation progressive, alors que la probabilité qu'un écrit subsiste au fil des siècles, peut paraître bien faible et aléatoire du fait de la fragilité des supports utilisés. Il faut donc retenir que l'oralité a la double faculté de se transmettre au-delà de la pérennité des supports et qu'elle possède en elle-même, une puissance autoadaptative dans une communication qui doit toujours s'actualiser et être tournée vers l'avenir. Cette adaptation permanente oblige à des recherches méticuleuses de différentes strates temporelles et spatiales pour permettre de déterminer ce qui appartient à une période donnée ou à un lieu donné. Le schéma ci-dessous tiré du livre de Daniel Leeman⁶ synthétise la lignée des différentes langues issues de l'indo-européen :

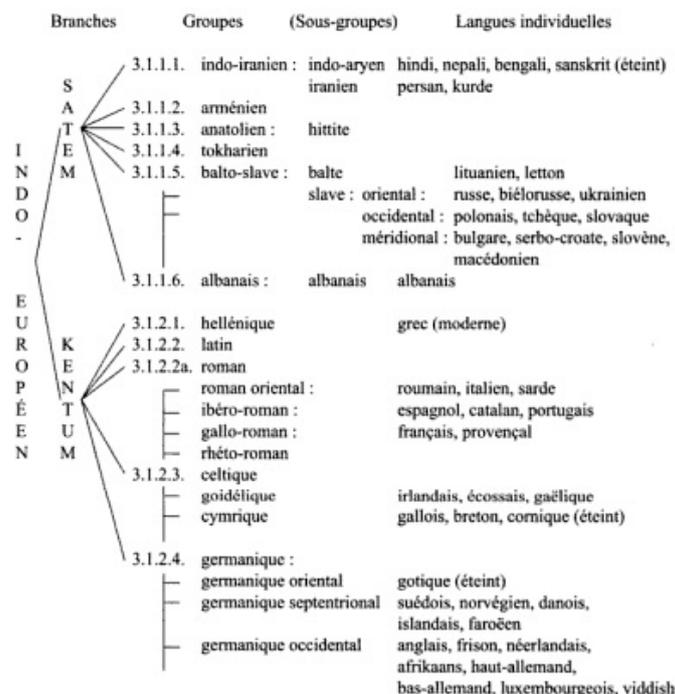


Figure 1 : Lignée des langues celtiques. Source Daniel Leeman

⁵ Monnier Jean-Jacques – Cassard Jean-Christophe (sous la direction de). *Toute l'histoire de la Bretagne des origines à nos jours*, éditions Skol Vreizh 2012 p 42

⁶ Leeman Danielle, « *Delbecq, Nicole, dir. (2002) Linguistique cognitive. Comprendre comment fonctionne le langage* » édition De Boeck-Duculot, Bruxelles, coll. « Champs linguistiques » p199

Au niveau des langues issues de l'indo-européen, en Europe, la branche celtique se décompose en plusieurs ramifications : (nom français / nom breton)

Le celtibère / keltibereg au niveau de la presqu'île ibérique.

Le lépontique / leponteg dans la péninsule italique

La langue gauloise / galianeg qui couvrait une très grande partie de l'Europe continentale

Le gaélique / gouezeleg

Le brittonique / predeneg

Ces langues se divisent en deux familles. Il y a d'une part les langues celtiques du continent, apparues avant notre ère : le celtibère, le lépontique et le gaulois, langues qui ont toutes disparu aujourd'hui. Il y a d'autre part les langues celtiques insulaires apparues au début de notre ère. Elles se divisent en deux parties : les langues gaéliques aussi appelées langues celtiques en « q » : l'irlandais, le mannois et l'écossais et d'autre part les langues brittoniques aussi appelées langues en « p » : le gallois, le cornouaillais insulaire, le breton et probablement le picte aujourd'hui disparu.

Il est difficile de déterminer l'âge exact d'apparition d'une langue, mais les traces qui ont été retrouvées permettent d'avancer une période d'apparition pour les langues celtiques dérivées. Pour la langue celtique originale, il n'a pas été possible de déterminer de localisation géographique précise, ni une date d'apparition. Par contre pour les ramifications, l'état des connaissances⁷ permet de cerner les dates d'apparition et parfois de disparition de ces langues. C'est ainsi que le celtibère est apparu entre 300 et 100 avant notre ère, le lépontique entre -700 à -400, le gaulois (Gaule cisalpine et transalpine) : entre -300 et -200, le brittonique est attesté à partir de 100, mais existait probablement bien avant. Dans leur livre Collingwood et Myres⁸, proposent l'année 600 avant notre ère pour l'apparition de la langue brittonique sur l'île de Bretagne, sachant qu'il n'a pas été possible d'établir la présence de noms de rivières ou de lieux prébrittoniques. Le gallois est attesté depuis les années 800, le cornouaillais insulaire depuis les années 800 aussi, l'irlandais est attesté par les écritures ogams depuis environ 350 et sous sa forme cursive depuis 750, le mannois et l'écossais gaélique sont attestés depuis le XVI^e siècle. L'aspect qu'il faut retenir ici est la perspective chronologique qui existe entre les langues, leur apparition, leur évolution et leur disparition le cas échéant.

Par rapport aux populations existantes aux époques où ces langues étaient parlées, aux tout premiers siècles de notre ère, à l'issue de la période romaine, l'Armorique comprenait environ

⁷ Le Bihan Hervé, *Les langues celtiques*, cours SUED C4A7S1 Master 1 Université Rennes 2 2008 - 2009

⁸ Collington & Myres *Roman, Britain and the English Settlements*, ed Biblo & Tannen Publishers 1936 p18 - 19

200 à 300 000 habitants, ce qui est l'équivalent d'une ville moyenne d'aujourd'hui. La population des villes s'apparentait plus à celle de nos villages actuels avec des populations comprises entre 2000 et 4000 personnes. La Gaule avait une population comprise entre 3 et 6 millions de personnes en fonctions des périodes considérées (entre l'époque romaine, les invasions barbares et l'émigration venues de l'île de Bretagne). Comme l'objet de ce travail fait état de l'utilisation d'une langue dans l'économie, la quantification, même approximative, des populations en présence permet aussi de dimensionner ce qui peut être attendu d'une perspective économique à des périodes reculées.

A partir du III^e millénaire av. J.-C., les Germains, les Romains et les Daces forment trois blocs qui établissent une période de relative stabilité génératrice de croissance économique. Cette croissance se manifeste par l'apparition d'une nouvelle catégorie influente : la bourgeoisie commerçante. La création de nombreuses villes va engendrer une compétition entre elles afin d'étendre leur pouvoir économique de différentes manières, par l'utilisation de leur monnaie. C'est ainsi que l'Armorique se divise en cinq zones qui correspondent aux zones d'influence des tribus : les Osismes à l'ouest, les Vénètes au sud, les Namnètes au sud-est, les Riedones au nord-est et enfin les Coriosolites au nord. Pour Léon Fleuriot, la proximité du peuple armoricain avec celui de l'île de Bretagne a toujours été réelle et attestée par de nombreux témoignages du début de la période hégémonique romaine⁹, en particulier celui de César¹⁰, « *On croit que leur doctrine [celle des druides] est née en Bretagne et a été apportée de cette île dans la Gaule ; de nos jours encore ceux qui veulent en faire une étude approfondie vont le plus souvent s'instruire là-bas* », Fleuriot insiste sur le fait qu'une telle proximité ne peut s'expliquer que par une similitude de croyances et de langue.

Si on se concentre sur la période préromaine de l'Armorique, il est avéré, qu'il existait un commerce bien antérieur à la conquête romaine. Les travaux d'archéologie ont révélé les traces d'objets d'art, d'armes de guerre ou autres objets usuels (éléments d'habillement, couverts, poteries, amphores...) bien loin de leurs lieux de production. Ces échanges se faisaient de proche en proche, de l'Italie à l'île de Bretagne¹¹. Il est bien difficile de trouver des traces tangibles des éléments ayant permis ces échanges de biens, mais sans nul doute des hommes ont communiqué pour arriver à mener à bien ce commerce.

⁹ Fleuriot Léon, *Les origines de la Bretagne*, édition Payot 1999.

¹⁰ César Jules, *De Bello Gallico*, traduction L. A. Constans, livre VI, chapitre XIII <http://bcs.fltr.ucl.ac.be/CAES/BGVI.html#debut>, site visualisé le 20 07 2016

¹¹ Monnier JJ et Cassard JC (sous la direction de), *Toute l'histoire de la Bretagne des origines à nos jours*, éditions Skol Vreizh 2012 p 67 et suivantes

Cette courte section sur l'origine de la langue met en relief la difficulté qu'a l'historien des langues à accéder à des sources tangibles.

Pour une société dont la communication et les rites sont principalement basés sur l'oralité, c'est au travers de l'étude minutieuse de récits et de contes que le linguiste tente de déceler certains indices de nature à faire progresser les connaissances.

En ce qui concerne la langue bretonne, si les contes et les récits nous sont parvenus de manière fragmentée, les données économiques sont plus facilement visibles au travers des fouilles archéologiques. Il est possible de déterminer la richesse numéraire, mais aussi artistique et architecturale des divers acteurs de la société en question et de mesurer à différentes périodes, l'étendue des échanges commerciaux.

Avec le développement des techniques et l'effet de la romanisation, au fil des siècles, les traces deviennent plus nettes et plus nombreuses. La connaissance de la langue bretonne se développe, soit au travers d'écrits en breton, ou par l'intermédiaire d'érudits voyageurs (on ne peut encore parler de philologues ou de linguistes) qui décrivent la langue.

b) Les différentes phases

On distingue plusieurs périodes dans l'évolution de la langue bretonne. La chronologie linguistique est marquée par des ruptures liées à des événements extérieurs à la langue elle-même, par exemple des engagements militaires ou coloniaux, des évolutions scientifiques, ou des crises économiques, sachant que ces différents événements ne sont pas toujours indépendants les uns par rapport aux autres.

Predeneg ou brittonique, avant le VI^e siècle.

Le predeneg ou brittonique est le nom que l'on donne à la langue importée par les migrants venus de l'île de Bretagne. De chaque côté de la Manche, cette langue semble être la même ce qui engendre une situation d'intercompréhension complète entre les Bretons devenus continentaux et les Bretons insulaires.

Henvrezhoneg ou breton ancien, du VI^e au XI^e siècle.

Après la chute de l'Empire romain, les structures administratives du pays cèdent. Les invasions de l'île de Bretagne par les Angles, les Saxons et les Jutes, chassent progressivement les Bretons insulaires vers l'Armorique. Un même peuple se trouve scindé

en deux parties de chaque côté de la Manche. Ce flux migratoire massif, modifie la distribution de la population armoricaine, au point que la langue utilisée en Armorique continentale devient le brittonique insulaire et il y aura une totale intercompréhension jusqu'au XI^e siècle, au sein de ce même peuple géographiquement séparé par la Manche. A partir du XII^e siècle, la situation change.

Krennvezhoneg ou breton moyen, du XII^e au XVI^e siècle

A partir du XII^e siècle, le gallois va peu à peu se différencier du cornique et du breton. Les langues restent compréhensibles pour les uns et les autres, mais leurs différences sont plus marquées, c'est ce que nous confirme Gottfried de Strasbourg¹², dans son "*Tristan et Isolt*" au XIII^e siècle. Il mentionne dans les capacités linguistiques de Tristan, le breton au côté du gallois. A leur tour, le cornique et le breton se différencient même si de chaque côté de la Manche les personnes se comprennent et ce jusqu'au XV^e siècle.

C'est à partir du XII^e siècle que le breton du pays de Vannes commence à se différencier des autres, sans affecter l'écriture utilisée en littérature, qui restera commune jusqu'au début du XVII^e siècle.

Brezhoneg rak-modern ou breton prémoderne, du XVII^e au XVIII^e siècle

C'est à partir du XVII^e siècle que les différents dialectes du breton s'affirment dans chacune de leur région : le cornouaillais (Kerne), le léonais (Leon) et le trégorois (Trégor) formant ainsi ce que l'on appelle le breton KLT, par opposition au vannetais. L'intercompréhension au sein de la Bretagne devient plus difficile et ce sont les marchands « polyglottes » opérant aux frontières linguistiques des différentes régions linguistiques qui assurent la circulation des biens aux « frontières ».

Brezhoneg a-vremañ ou breton moderne, du XIX^e au XXI^e siècle

A partir du XIX^e, l'évolution de la langue bretonne connaît une décélération importante de son utilisation, avec l'arrivée massive de la langue française par différents canaux, dont le tourisme et les médias de masse. C'est aussi la fin du monolinguisme breton : le français fait alors office d'alternative à la pauvreté et représente un véritable ascenseur social vers les promesses d'un avenir meilleur face aux bouleversements de la société bretonne qui vit une véritable révolution, principalement sur le plan agricole.

¹² Monier JJ et Cassard JY (sous la direction de), *Toute l'histoire de la Bretagne des origines à nos jours*, éditions Skol Vreizh 2012 page 159

Au-delà de cette revue rapide des évolutions à différents stades, de la langue bretonne, une perspective plus globale et chronologique peut favoriser sa compréhension et mettre en perspective son intérêt économique comme outil de communication dans un espace d'échanges. La portée géographique de cette communication a changé au cours des siècles et cela s'est fait concomitamment avec les évolutions de la langue, dans le cadre d'un lien de causalité. La fresque chronologique située en annexe¹³ est une tentative de mettre dans une même perspective, les aspects économiques, sociétaux et linguistiques du peuple des Bretons au cours de son histoire.

Enseignements de la chronologie succincte

L'usage des premières traces d'écriture qui nous ont été rapportées par les archéologues était destiné à des opérations de commerce¹⁴. La langue écrite à une place capitale dans l'économie. Elle permet d'établir un lien important entre des opérations économiques qui engagent et une certaine permanence de ces engagements au-delà même de la vie des personnes qui les ont contractés. Nous pouvons constater cette situation plus de trois millénaires avant notre ère.

Les premiers échanges économiques en Europe de l'Ouest

L'hypothèse la plus couramment admise sur la population de l'Ouest européen est une première phase de peuplades tribales, qui se sont établies au fil du temps et qui ont laissé des traces il y a au moins 400 000 ans en Armorique. Plus proche de nous, durant la période du néolithique, s'est développé un commerce que l'on peut qualifier « d'international ». L'objet en était l'échange de produits « industriels » dans le sens où ces produits étaient fabriqués en grandes séries et déjà dans un but de commercialisation sur de longues distances et non plus pour un besoin local à visées purement domestiques. Ces fabrications étaient composées de poteries, de pointes de flèches, de haches, ou objets de cuivre. En Europe, ces échanges sont avérés entre l'Espagne, l'Irlande, la Bretagne et plus généralement avec l'Europe du nord. Entre -5000 et -2000, il existait déjà des échanges sur des distances remarquables compte tenu des moyens de transport et des infrastructures disponibles. A ces époques, la mer et les rivières étaient les moyens de communication plus pratiques et plus sûrs que les routes. Les

¹³ Annexe 1 : L'évolution de l'utilisation de la langue.

¹⁴ Bottéro Jean, *Mésopotamie : l'écriture, la raison et les dieux*, éditions Gallimard, 1997

échanges économiques impliquent nécessairement une communication et des échanges verbaux, dont nous ignorons tout à ce jour.

A partir de la période du bronze ancien, 2000 ans avant notre ère, la structure de la société va changer, sans que l'on ait des précisions sur les événements qui se sont produits. Les populations commencent à se sédentariser : la notion de richesse et sa matérialisation se fait jour sous forme de métaux ou d'alliages qui prennent le qualificatif de « précieux » : or, argent et bronze. Le commerce s'établit de la Méditerranée au nord des îles britanniques. A la notion de richesse des éléments précieux est associée une notion d'esthétisme qui ne cesse de se développer. L'une des hypothèses partagées par les linguistes est que le gaélique et le brittonique étaient la même langue aux Ve et IVe siècles avant notre ère. Si tel est le cas, nous avons une vaste étendue géographique qui partage la même langue ce qui facilite la création d'une zone potentielle d'échanges économiques dans une certaine sécurité linguistique et culturelle.

Naissance d'une civilisation

Gwenaël Leduc (1951 – 2006) Professeurs à l'université Rennes 2 a consacré sa carrière à l'enseignement et à la recherche sur la civilisation bretonne, tout particulièrement durant la période médiévale. Dans l'un de ses cours¹⁵ de civilisation que j'ai pu trouver des informations intéressantes sur des points sur la langue et les évolutions politiques et économiques. Les descriptions de Jules César indiquent que les Vénètes sont un peuple de marins très adroits, mais les échanges économiques sont principalement matérialisés par les monnaies des Coriosolites qui sont les plus répandues selon les découvertes archéologiques menées sur l'île de Bretagne. Cela nous est confirmé par les fouilles archéologiques menées au Yaudet-en-Ploulec'h qui était l'une des principales agglomérations des Osismes, peuple situé sur la partie septentrionale de la péninsule armoricaine. Les recherches les plus récentes permettent d'attester d'un commerce qui existait déjà avant notre ère, dès les IIe et Ier siècles av. J.-C., entre les deux côtés de la manche¹⁶. Cela nous renseigne sur deux points : les relations économiques existaient déjà entre l'Armorique et l'île de Bretagne bien antérieurement à l'arrivée des Romains, avec une reconnaissance des monnaies des Coriosolites sur l'île de Bretagne. On peut donc émettre plusieurs hypothèses : soit que les deux peuples entretenaient des relations suivies et de confiance pour croire en la valeur d'une

¹⁵ Leduc Gwenaël, *cours de civilisation bretonne 1*, Université Rennes 2, cote BZH 4420 bibliothèque Breton & Celtique. (sans date)

¹⁶ Galliou Patrick et Cunliffe Barry, sous la direction de Lemoine, Louis ; Merdrignac, Bernard. *Corona Monastica moines Bretons de Landevenec, le Yaudet-en-Ploulec'h Côtes d'Armor au haut Moyen- Âge* Presses de Rennes 2004 p251

monnaie créée outre-Manche, soit ces personnes formaient un seul et même peuple juste séparé par la Manche, soit des habitants du continent se sont établis outre-Manche en emportant leur monnaie avec eux. Les opérations d'échanges commerciaux nécessitent obligatoirement une entente sur la valeur des biens échangés. Cette valeur perçue peut être réelle ou spéculative et ne nécessite pas une organisation marquée de la société. Il existe bien d'autres témoignages des échanges économiques entre l'île de Bretagne et l'Armorique : la découverte de poteries et de leurs fragments qui permettent de dater l'époque de leur fabrication. Ces objets se retrouvent en nombre de part et d'autre de la mer de Bretagne, ils ont l'avantage d'être de production et d'utilisation relativement courante, de ne pas être de fabrication onéreuse et de bien se conserver dans le temps. Le fait que ces objets fassent partie du quotidien indique que les échangés n'avaient rien d'exceptionnel. D'autres objets d'échanges sont plus précieux, mais tout aussi anciens : les haches et autres bijoux.

A partir de -800, les Celtes commencent à structurer leur population en fonction de leurs richesses matérielles ou spirituelles. Cette première civilisation est connue sous le nom de civilisation de Hallstatt, elle est suivie par celle de la Tène ce qui nous amène à l'ère contemporaine. Durant cette période, les langues évoluent significativement, même si le bloc gaulois conserve un degré d'intercompréhension et une identité de culture. Les civilisations normalisent les règles du commerce et leur efficacité en recherchant un profit par rapport à des valeurs potentielles sur des volumes marchands toujours plus importants. C'est aussi un moment durant lequel les premières civilisations européennes constituent des centres qui s'identifient clairement. D'une situation nomade et peu ancrée sur un territoire bien défini, on assiste à une sédentarisation porteuse de changements notables : un lieu où se créent et se concentrent des richesses de toute nature : artistiques, industrielles et commerciales avec sa composante spéculative, un ordre établi bâti sur les richesses relatives des individus, ainsi qu'une caste guerrière pour la défense des richesses accumulées et éventuellement pour la conquête de nouveaux territoires. Ce passage d'une situation nomade à une situation plus sédentaire centrée sur les richesses crée des différences entre les civilisations. De ces ségrégations est né un commencement de diversification lente, mais progressive des langues. Cette évolution peut être de nature aléatoire comme la prononciation des mots, le positionnement des accents toniques, mais aussi liée à l'activité économique des peuples concernés. A chaque invention se rattache un nouveau vocabulaire, sans cesse en renouvellement. Sur la seconde moitié du dernier millénaire avant notre ère, les échanges avec le bassin méditerranéen se renforcent. La péninsule italique atteint après les Grecs, un degré de civilisation supérieur à ses voisins. Cette supériorité se caractérise dans différents

domaines tels que l'art, la politique, la gestion, la planification et l'administration, la production en grande quantité ce qui engendre le commerce à grande échelle avec toute l'Europe et le bassin méditerranéen. Cette supériorité va de pair avec une supériorité militaire. Bien connue depuis longtemps par les marchands romains qui voyageaient dans toute la Gaule, Jules César déploie une politique hégémonique sur l'ensemble des territoires de ses voisins et mène ses armées vers la conquête de la Gaule.

La conquête de la Gaule

La conquête de la Gaule est rapide au début et de modestes batailles décident du sort de vastes territoires. Par la suite, les progressions les plus lointaines (construction du mur d'Antonin au milieu du deuxième siècle de notre ère) sont plus ou moins stables car sujettes à des fluctuations et des combats incessants entre les populations soumises et pacifiées associées aux Romains d'une part et les « barbares » d'autre part. La conquête de la Gaule s'est accompagnée de l'apport d'une nouvelle langue venue par l'intermédiaire du conquérant : le latin. Quatre siècles et demi de présence romaine n'ont pas éliminé les langues autochtones comme le gaulois, par contre, une partie de la population a appris à maîtriser la langue du conquérant. Cette pénétration est visible sur les stèles mortuaires et sur les inscriptions gravées sur les bâtiments urbains. Les Romains ont su mettre en place une administration efficace des pays conquis et ont favorisé une politique d'intégration audacieuse, ce qui leur permettait de compter a priori sur la loyauté des élites des pays conquis. Cette assimilation passait nécessairement par une phase d'intégration de la langue latine. A aucun moment la langue ne semble avoir été un obstacle à l'accomplissement des objectifs des Romains, qui autour de la construction de villes et de voies de communication terrestre, favorisent à leur profit, les économies locales et les expertises des peuples colonisés. Sur les mers, les Coriosolites prennent le relais des Vénètes et continuent à entretenir les échanges entre l'Armorique, l'Espagne et l'île de Bretagne. D'après les historiens de l'époque, les Romains ont égorgé tous les marins vénètes, à la suite de la bataille décisive qui a permis à César de soumettre l'Armorique en -56. La disparition des marins ne leur permet plus de maîtriser les mers comme ils le faisaient auparavant, du moins dans un premier temps.

A leur arrivée en Armorique, les Romains notent la proximité de la langue gauloise parlée par les habitants de l'Armorique avec celle des Bretons insulaires. En effet, ils connaissaient bien leurs ennemis car ils avaient commercé avec eux pendant de nombreux siècles. Pour faire l'objet d'une telle observation, on peut donc émettre l'hypothèse que les proximités

linguistiques et culturelles entre les Bretons insulaires et les habitants de l'Armorique étaient bien supérieures à la proximité linguistique entre les Armoricains et les autres Gaulois continentaux. Cette remarque me semble importante au regard des relations privilégiées qui ont existé et qui ont été rapportées dans les textes anciens.

Le « language shift », le changement de langue, entre le gaulois et le latin, n'a pas affecté la population d'une manière identique. L'acquisition de la nouvelle langue était proportionnelle à l'intérêt de chaque individu non pas pour la langue elle-même, mais pour ce qu'elle pouvait véhiculer et permettre en tant qu'accès à un « mieux vivre » proposé par une civilisation plus avancée. Ce changement linguistique ne semble pas avoir été imposé, mais s'est installé par attrait des perspectives offertes : honneurs, enrichissements matériels, position sociale... Ce changement ne pouvait être que progressif, via une étape de diglossie.

Par rapport aux interactions entre le brittonique et le latin, Kenneth Jackson, nous éclaire sur l'utilisation du brittonique outre-Manche aux époques du predeneg/brittonique et du vieux-breton. Son étude concerne les langues utilisées sur l'île de Bretagne du I^{er} au XII^e siècle¹⁷. Il considère différentes périodes qui peuvent être emblématiques d'une confrontation occupant-occupé faisant suite à une invasion militaire et nous reprenons plus particulièrement ici les aspects linguistiques et économiques. L'occupation de l'île de Bretagne par les Romains s'étend de 43 avant notre ère à 410 après J.-C..

A la fin de la période romaine, le Yaudet continue de recevoir des marchandises d'origine des pays méditerranéens. L'Armorique semble donc avoir été une plaque tournante d'un commerce international florissant indépendamment de la situation politique et des périodes considérées. Les auteurs des études sur ce village¹⁸ nous font état qu'il a été « *Trouvé au Yaudet black burnished ware originaire du Dorset ainsi qu'une phalène de bronze (Wessex), qui atteste des échanges dans les années 360, ce qui au-delà des pièces retrouvées peut questionner sur l'origine des populations occupant le promontoire à cette époque, sans doute étaient-ils venus pour une part d'entre eux, de Bretagne insulaire en tant que militaires. ...* » Les échanges d'objets usuels matérialisés par des fragments de poterie et d'objets en bronze d'origine insulaire, retrouvés au Yaudet prouvent qu'au IV^e siècle (date des objets retrouvés), il existait des échanges commerciaux entre les deux côtés de la Manche et que loin d'être épisodiques, ces objets usuels montrent que les échanges n'avaient rien d'exceptionnel. Après

¹⁷ Jackson Kenneth. *Language and history in early Britain : a chronological survey of the Brittonic languages, first to twelfth century A.D.* University press, 1953

¹⁸ Galliou Patrick et Cunliffe Barry, sous la direction de Lemoine, Louis ; Merdrignac, Bernard. *Corona Monastica moines Bretons de Landevenec, le Yaudet-en-Ploulec'h Côtes d'Armor au haut Moyen- Âge* Presses de Rennes 2004 p253

410, il est probable que les communications entre l'île et le continent aient été sérieusement réduites. Sur le plan linguistique, l'assimilation de mots nouveaux se produit principalement dans le sens civilisation dominante vers la civilisation dominée. Cela est le cas pour les innovations conceptuelles ou pour les innovations techniques. Il est possible d'illustrer ceci par la supériorité des Romains pour la construction des ouvrages tels que les ponts. Au mot d'origine celtique « briva », succède le mot d'origine latine « pontem ». A la fin de la période de domination romaine on retrouve dans la langue celtique, environ 800 mots qui ont été empruntés au latin. Il semble que le bas latin ou latin vulgaire ait été parlé par une assez grande partie de la population de l'île de Bretagne, même si celui-ci est grandement altéré par le substrat de la langue locale. Kenneth Jackson cite le cas d'un fabricant de tuiles, qui signe sa production par une inscription latine, tout en signalant qu'il faut se garder de généraliser l'utilisation de la langue latine en Bretagne insulaire sur cette seule base écrite. A une période où la communication vernaculaire était essentiellement orale, les traces écrites sont d'un niveau de langue plus élevé et la langue utilisée n'est pas celle du quotidien, mais la langue officielle. La langue vernaculaire ne peut donc se déterminer par rapport aux seules traces écrites qui subsistent. Le latin partagé par les classes supérieures locales, par les marchands et les riches paysans pouvaient assurer l'interface linguistique entre la population d'occupation et la population locale, moins instruite et de langue exclusivement celtique. Ceci est confirmé par Collingwood & Myres¹⁹. Dans des zones reculées des « low-lands », des objets romains ont été retrouvés en petite quantité, même si les structures plus fondamentales constituées par l'architecture par exemple n'ont pas été affectées par la période romaine. La présence d'objets romains dans un environnement celtique laisse supposer que des échanges ont eu lieu entre les Romains de langue latine et les Bretons d'origine celte. Le latin a été utilisé par différentes classes de la population, en premier lieu par la classe dirigeante chargée du gouvernement et de l'administration de la province. Au moins au début de la colonisation ces postes ont été assurés par des expatriés venus de Rome ou des pays déjà sous domination romaine depuis un certain temps. Après la romanisation, des élites locales ont pris le relais. De nombreuses inscriptions confirment l'utilisation du latin dans l'armée et son administration. Bien qu'il soit avéré que les armées romaines regroupent un nombre important de soldats ayant des origines diverses et donc des langues différentes, le latin était la « lingua franca » en son sein. La grande variété d'origine des soldats intégrés dans les légions romaines est mise en évidence par Collingwood et Myres d'après leur étude des noms inscrits sur les tombes des

¹⁹Collingwood & Myres, *Roman, Britain and the English Settlements*, ed : Biblo & Tannen Publishers, 1936, p 225

légionnaires décédés²⁰. Par rapport à l'activité économique, à l'arrivée des Romains, les Celtes de l'île de Bretagne étaient peu nombreux et regroupés en tribus ou clans qui au gré des événements pouvaient nouer des alliances éphémères en fonction des circonstances. Il est peu probable que les habitants de ces zones rurales aient été profondément affectés par les changements linguistiques, sachant qu'ils pouvaient vivre en autarcie au sein de leur communauté. La seule nécessité de parler la langue des occupants était de procéder à des échanges de biens ou de services avec eux, ou avec les marchands venus de différentes contrées de la Gaule, de Grèce ou de l'Italie. Entre eux la « lingua franca » de l'époque ne pouvait être que le latin.

Dans les premiers temps, l'activité économique est liée à la présence des troupes. Collingwood et Myres font état d'un nombre d'accompagnateurs des troupes combattantes qui peut atteindre jusqu'à 100,000 personnes. Ces accompagnateurs sont composés de marchands et de personnes qui assurent la logistique des légionnaires. Cette présence militaire est essentiellement localisée dans la partie des « low lands ». Cette zone était la plus latinisée, au détriment de la langue celtique.

La période d'occupation romaine en Bretagne insulaire correspond aussi à la première phase de christianisation des zones de religion celtique. La langue utilisée pour la christianisation était exclusivement le latin et même si cela a uniquement concerné les zones urbaines des « low-lands », l'influence de la christianisation sur la latinisation de l'île de Bretagne ne doit pas être négligée. On peut donc dire que dans cette première situation de contact linguistique entre le brittonique et le latin, dans un gradient continu on retrouve trois situations :

- 1) Le latin est la langue du pouvoir, de l'administration, de l'armée de la religion et de la haute société.
- 2) Le bilinguisme concerne les riches paysans et les marchands.
- 3) Le brittonique reste la langue de la population autochtone.

Dans un second temps Kenneth Jackson, nous décrit l'évolution linguistique durant la seconde période de la présence romaine sur l'île de Bretagne, celle du début de son déclin à partir d'Antonin dans les années 145. A la fin de la période romaine, le gaulois continental a quasi disparu. La pénétration du latin est fortement aidée, par la propagation de la religion chrétienne qui s'est faite au départ de Rome. Les langues celtiques insulaires, moins confrontées au latin par une présence romaine plus légère et durant un temps plus réduit,

²⁰ Collingwood & Myres, *Roman Britain and the English Settlements*, ed : Biblo & Tannen Publishers, 1936 p 182-183

continuent à se transmettre et à exister. L'introduction de la langue latine ne s'est pas faite d'une manière brutale, mais d'une manière très progressive par persuasion et acculturation. Sur le continent, les Bretons sont de plus en plus présents en Armorique au gré des mutations au sein des légions romaines. François Falc'hun²¹, a consacré une partie de ses recherches à la langue bretonne et à son évolution linguistique, du fruit de ses recherches il nous indique que très tôt, bien avant la période de l'occupation romaine, la Bretagne disposait de ressources minières. Leur exploitation s'est prolongée parfois jusqu'au XXe siècle. Les principaux gisements sont l'étain (Pénestin) et le plomb argentifère (Huelgoat et Poullaouen). Ces gisements étaient exploités par les Romains et selon toute vraisemblance avant eux par les Gaulois. Au-delà des ressources minières, la Bretagne exploitait le sel qui était le seul élément disponible pour la conservation des aliments jusqu'à une période très récente²². Par rapport à l'état des connaissances sur le sujet, la transition linguistique continentale s'est faite d'une manière « naturellement acceptée ». François Falc'hun²³ avance une hypothèse par rapport à la manière dont les échanges interpersonnels liés aux activités commerciales ont vraisemblablement eu lieu. Pour lui l'importance du réseau routier (voies romaines) et l'urbanisation de la Bretagne, avec gîtes d'étape tous les 40 à 50 km et relais tous les 12 à 15 km sont les signes du développement d'une activité économique intense (magasins pour le fisc, militaires, lieux de culte, hébergements, foires...), les carrefours économiques (foires, marchés, pèlerinages) sont des lieux où est utilisée une langue évoluée qui contraste avec celle des zones reculées restées plus archaïques. « ... *Les échanges économiques posent le problème des langues dans le cadre des transactions. Le bretonnant qui voyage avec sa marchandise parle le breton, l'acheteur lui parle la sienne aussi, ils vont développer un nouveau langage commun, empruntant aux deux langues pour se comprendre. Cet équilibre dans les échanges sera fonction du niveau de culture des deux personnes, du prestige de leur origine... les carrefours économiques (foires, marchés, pèlerinages) sont des lieux où est utilisée une langue évoluée qui contraste avec celle des zones reculées restées plus archaïque* »²⁴. Cette remarque fait référence à une situation selon laquelle, à partir de deux langues, les locuteurs qui communiquent formeraient une nouvelle langue hybride ajustée en

²¹ François Falc'hun Bourg Blanc (1909 – 1991) mène une carrière d'éclésiastique et universitaire à Rennes et à Brest. Il consacrera ses recherches universitaires à la langue bretonne et sera controversé par rapport à certaines de ses thèses, en particulier celle qui a trait aux liens qu'il établira entre la langue gauloise et la langue bretonne.

²² Expérience personnelle : la conservation de la viande de porc (kig-sal) dans un grand charnier rempli de sel était une pratique courante jusqu'aux années 1970 dans le sud-Finistère.

²³ Falc'hun François, *Histoire de la langue bretonne d'après la géographie linguistique* édition Presses universitaires de France Rennes, Impr. Réunies, 1963, p48-49

²⁴ Falc'hun François, *Histoire de la langue bretonne d'après la géographie linguistique* édition Presses universitaires de France Rennes, Impr. Réunies, 1963, p 65.

fonction de leurs connaissances. Cette hypothèse d'autoadaptation de la langue est du domaine du possible pour des langues proches, mais elle est loin d'être la seule et il en existe d'autres en particulier lorsque les langues ne sont pas apparentées. Dans une relation économique avec enjeux, la communication est essentielle et doit permettre que la transaction se fasse d'une manière sécurisée, sans occasionner de soucis ultérieurs liés à une mauvaise compréhension ou interprétation. La langue de choix est donc celle qui offre une sécurité maximale : les échanges peuvent se faire de proche en proche, avec des ajustements minimes, mais aussi grâce à un interprète, ce qui est mentionné dans différents textes historiques²⁵ quand les enjeux sont d'importance, où par l'utilisation d'une « *lingua franca* », qui à l'époque pouvait être le latin. Les locuteurs vont choisir naturellement la méthode qui est la plus sécurisante pour les deux parties en présence.

Une autre hypothèse est de considérer que les langues celtiques avaient toutes une certaine proximité entre elles, surtout à ces périodes reculées. De ce fait, le substrat des langues indo-européennes celtiques ou celui des langues qui vont en découler, ont pu servir de « *lingua franca* » et jouer le rôle de ce que l'anglais est à l'activité économique mondiale de nos jours.

Au-delà de ces hypothèses, il faut retenir que des échanges économiques à l'échelle de l'Europe ont existé avant et durant l'ère préromaine. Quelles qu'aient été les langues utilisées, elles n'ont jamais été un obstacle à ces échanges. Les interfaces linguistiques ont pu revêtir plusieurs formes possibles, soit des interfaces linguistiques interpersonnelles individuelles soit des interfaces linguistiques institutionnalisées. Il est clair que ces échanges économiques avérés ont bien eu lieu et que les langues utilisées ont permis ces échanges, dans des conditions de sécurité linguistiques satisfaisantes. La langue de l'échange est une nécessité, mais sa nature importe peu par rapport à l'objectif économique poursuivi.

En conclusion, après les victoires militaires, les Romains apportent grâce à leurs avancées dans nombre de domaines, une situation économique favorable pour l'ensemble de la population. Si cette situation bénéficie à toute la population, elle l'est d'une manière déséquilibrée et cela se retrouve au niveau de la langue. Les Romains vainqueurs sont les bénéficiaires principaux du système qu'ils ont mis en place et les autres se contentent de ce qui leur est laissé, sans que ceci soit négligeable. Avec la supériorité militaire et économique est venu le latin et ses variantes, qui au bout de 4 siècles et demi de présence, s'est substituées au gaulois continental.

²⁵ Annexe 7 : La Bretagne vue par ses premiers historiens

Les nécessités de défense de l'empire et la forte mobilisation des troupes sur le front est de l'empire, entraînent un premier déplacement des populations insulaires vers l'Armorique, dès la fin du IV^e siècle. Cet établissement se fera d'une manière sporadique au début et massive à la fin. Les Bretons vont s'établir sur toute la côte nord de la Normandie et de la Bretagne et même plus loin encore.

La période post-romaine

A l'issue de la chute de l'Empire romain, seules subsistent les zones gaéliques et brittoniques insulaires. On note que c'est sous l'Empire romain que le gaélique va opérer une expansion vers l'est à partir de l'Irlande vers l'île de Man et vers l'Ecosse, au détriment du brittonique. En termes de zone géographique d'intercompréhension potentielle, on peut dire que celle-ci est fortement réduite à l'issue du départ des Romains.

Kenneth Jackson décrit des interactions limitées entre le brittonique et le latin durant la période de l'occupation romaine. Par contre, le phénomène de réappropriation des sphères du pouvoir par le brittonique, à l'issue de l'occupation des Romains, s'est produit d'une manière originale. Il y a eu en premier lieu un déclin économique, une désertification des villes en faveur de regroupements au sein des zones plus rurales qui ont retrouvé une certaine vie autarcique peu propice aux échanges et à l'activité économique.

Le latin a certainement perduré après le départ des Romains, essentiellement au travers des structures de l'Eglise mais les dernières traces que l'on trouve sont datées des années 450 à 600, au moment où la Bretagne insulaire connaît de nouveaux troubles. A la crise économique, a fait suite l'invasion et l'occupation des territoires par les Angles, les Saxons et les Jutes, ce qui n'a pas laissé de place pour une transition durable vers le brittonique.

Cette seconde invasion de la Bretagne insulaire s'est faite contre un pays peu organisé, morcelé en clans qui pouvaient se combattre ou passer des alliances. Les villes étaient devenues inutiles car les populations claniques étaient autonomes. Les assaillants n'étant pas plus organisés, ils ne nécessitaient pas non plus de structures favorables au commerce.

Dans le domaine agricole, la structure romaine basée sur les échanges commerciaux à des échelles dépassant les nécessités de la culture vivrière a vite disparu faute de débouchés, pour laisser place à une agriculture tournée vers l'autosuffisance : l'approvisionnement du clan ou de la structure sociale. La demande n'existant plus dans les mêmes proportions, la structure économique a disparu.

La transition linguistique entre le brittonique et l'anglais reste mystérieuse et fait toujours débat, par le fait que le vocabulaire anglais n'aurait pas conservé de trace de mots

brittoniques. Le Pays de Galles, peu pénétré par la romanisation et par les invasions barbares, a quant à lui résisté et conservé à la fois l'essentiel de sa langue, de sa culture essentiellement orale et de sa structure sociétale.

L'absence de support écrit ne permet pas d'établir la manière dont les transitions linguistiques concernant la langue de Bretons insulaires se sont produites sur l'île de Bretagne. Il y a eu deux étapes, l'une temporaire et l'autre plus définitive.

La première a impliqué le latin apporté par les Romains, dans le cadre d'une invasion militaire doublée immédiatement par une mise en valeur des territoires conquis au profit des occupants. Nous sommes dans le cas d'une conquête durable motivée par des buts économiques.

La seconde conquête, menée par les Angles, les Saxons et les Jutes, était principalement militaire et destinée à la conquête de nouveaux territoires. Peu importait la culture préexistante, le but étant que les conquérants occupent l'île comme étant leur nouveau territoire en important avec eux leur culture et leur langue. Ce changement n'a pas laissé de trace d'un bilinguisme au moins temporaire, mais plutôt d'une substitution « radicale ». A la fin de l'Empire romain et de l'établissement en Armorique, Gwenaël Leduc met en évidence un certain nombre de liens et de différences entre les Bretons d'Armorique et les Bretons insulaires restés sur l'île :

- 1) Pendant bien des siècles encore, la langue reste un lien entre les Bretons de l'île et ceux du continent, sans pour autant qu'elle ne soit une coupure avec les autres habitants établis sur le continent.
- 2) Les émigrés ne sont pas des individus aux abois venus chercher refuge en Armorique, mais une émigration lente et relativement importante, dans laquelle, la famille et les structures de la société d'origine (culture, langue, religion, droit) vont perpétuer.
- 3) Les noms des habitants vont rester bretons.
- 4) A la fin de l'Empire romain, près de cinq siècles après leur victoire en Armorique, il n'y a pas d'éléments permettant de connaître les populations préexistantes à la migration bretonne. Ce fait notable par rapport à d'autres régions peut s'expliquer de deux manières, soit la péninsule armoricaine était déserte ou quasi déserte, ce qui ne semble pas être le cas car l'activité économique romaine en Armorique a laissé des traces, soit la faible distance qui séparait culturellement et linguistiquement les émigrés et le substrat local, en a fait un non-événement.

Une fois bien installés sur le continent, les Bretons continentaux continuent à utiliser leur langue et à commercer avec l'île de Bretagne en passe de devenir l'Angleterre. Le gallois et le

breton sont une langue commune jusqu'au IXe siècle. Après cette date, même si l'intercompréhension subsiste encore longtemps, des différences apparaissent. La langue reste ce que Gwenaël Leduc appelle un fossé avec le continent et un lien entre les îles.

La chute de l'empire crée une dépression économique et militaire sur l'Europe de l'Ouest et crée un phénomène d'aspiration pour tous ceux qui étaient aux frontières, exclus de la zone d'opulence relative de l'Empire. Il est difficile de savoir ce qui s'est passé durant la période que les Anglo-Saxons nomment avec justesse, « the dark ages », les âges sombres. Les peuplades de l'est, Huns, Goths et Vandales ont déferlé sur la Gaule occidentale, mais ils n'ont pas laissé de traces en Armorique. Par contre, sur l'île de Bretagne, la chute de l'Empire romain a déclenché une invasion de peuplades issues du centre-nord de l'Europe qui vont marquer très fortement le devenir des Bretons. Parmi ces peuplades, trois se distinguent particulièrement : les Jutes qui abordent l'île de Bretagne par le sud-est, les Saxons au centre-est et enfin les Angles plus au nord. Sur le front de l'ouest, l'île sera soumise à la pression des Irlandais qui s'établissent sur la côte ouest.

Cette invasion venue de l'est entraîne un recul lent, mais certain des populations bretonnes qui n'auront le choix qu'entre se soumettre et s'intégrer aux populations anglo-saxonnes ou de quitter l'île et de se réfugier principalement en Armorique. Face à l'action cumulée des Jutes, Saxons, Angles, Pictes et Irlandais, on peut imaginer que les Bretons devaient représenter une civilisation attractive tant économique que militaire, qui s'est retrouvée rapidement dans une situation de vulnérabilité, en raison des changements trop rapides (départ des Romains) pour une adaptation des structures à la nouvelle situation.

Le Vème siècle est celui de l'émigration massive des Bretons vers ce qui deviendra la Bretagne. D'un point de vue culturel et linguistique, les Bretons émigrés n'apparaissent pas très influencés par la période de colonisation romaine grâce à leur protection insulaire. Dans un article paru dans le bulletin de la société archéologique du Finistère²⁶, Léon Fleuriot²⁷ décrit la transition du gaulois au breton au début de l'arrivée massive de Bretons insulaires en Armorique. Pour lui, les deux langues parlées de chaque côté de la Manche ont des différences d'ordre dialectal qui n'affectent pas l'intercompréhension. La communication orale ainsi que le substrat linguistique ont permis la situation d'intercompréhension entre le protogaulois et le protobreton. Le bas latin quant à lui, est fort mal connu. Selon Fleuriot, les

²⁶ Fleuriot Léon, *Du gaulois au breton ancien en Armorique* bulletin de la société archéologique du Finistère - Tome CIX – 1981 p187 - 193

²⁷ Fleuriot Léon (1923 – 1987) est Professeur à la Sorbonne, spécialiste des langues celtiques et de l'histoire de la Bretagne gallo-romaine et du début du moyen-âge.

relations quotidiennes des deux côtés de la Manche, le nord de l'Armorique d'une part et la côte sud de la Grande-Bretagne permettent d'affirmer que les deux langues étaient similaires. Il mentionne aussi John de Cornwall, témoin oculaire du XI^e siècle, quand il parle de sa langue, il cite le *brittonicum* et non une langue dérivée locale, telle qu'est devenu plus tard le cornique. Tout en reconnaissant la controverse qui existe entre les tenants du protogaulois et les tenants du bas latin comme substrat ayant permis l'intercompréhension, Léon Fleuriot est convaincu que le protogaulois est une langue similaire au protobreton.

Dans son livre consacré aux origines de la Bretagne²⁸, Léon Fleuriot esquisse une explication possible relative à la manière dont les Bretons insulaires se sont installés en Bretagne armoricaine. Le premier point qu'il met en évidence est la proximité de culture et de langue qui préexistait à cette installation, sur une terre armoricaine qui était alors fort peu peuplée. Cela permet d'avancer l'hypothèse d'une colonisation pacifique entre des populations qui commerçaient entre elles depuis l'époque préhistorique. La seconde opportunité de rencontre entre ces deux peuples s'est déroulée par l'intermédiaire des armées romaines qui intégraient en leur sein des soldats des territoires conquis et pacifiés. Ce fut le cas des Bretons, qui se sont retrouvés avec leur famille, affectés au moins temporairement, en Armorique, mais aussi le long des côtes de ce qui allait devenir la Normandie et bien plus loin encore pour défendre les frontières séparant la Gaule romaine des Germains. Au fil du temps, les Bretons acceptent les règles de Rome et soutiennent les Romains quand ceux-ci seront en difficulté. Cela ne les empêche pas de tenter des prises de pouvoir contre Rome à différentes occasions. Cette incorporation dans les légions romaines a créé des opportunités de rencontre entre les Gaulois armoricains et les Bretons insulaires. La troisième vague de migration bretonne s'est faite sous la poussée des Angles des Jutes et des Saxons qui ont progressivement, mais inexorablement occupé l'île de Bretagne, dès le VI^e siècle. Les fouilles archéologiques du Yaudet prouvent que cette période troublée n'a pas empêché les échanges commerciaux et que les Bretons ont importé avec eux leurs techniques agricoles²⁹. Il a été trouvé au Yaudet des « ...traces de tessons d'amphores qui daterait de 475-550, servant au transport du vin de l'île de Chio au nord-est de la mer Egée ... » et des traces sont encore visibles de « ... l'importation de l'île de Bretagne vers la Bretagne continentale, des cultures en "lazy beds" avec le séchage des céréales dans des fours, est attesté lors du haut moyen-âge ce qui

²⁸ Fleuriot Léon, *Les origines de la Bretagne* édition Payot 1980

²⁹ Galliou Patrick et Cunliffe Barry, sous la direction de Lemoine, Louis ; Merdrignac, Bernard. *Corona Monastica moines Bretons de Landevenec, le Yaudet-en-Ploulec'h Côtes d'Armor au haut Moyen- Âge* Presses de Rennes 2004 p254 et 255.

confirme bien les mouvements de population et l'apport et l'échange de techniques "agro-industrielles. »

Cette vague de migration, la plus importante en nombre, s'est accompagnée d'un apport linguistique en Armorique. La situation initiale, à l'arrivée de la troisième vague d'immigration est la présence de deux langues d'origine celtique, le gaulois et le brittonique qui bénéficiaient toutes deux d'une assise de plusieurs siècles d'intercompréhension dans l'ouest de la péninsule européenne et du latin importé par les Romains.

Le gaulois est attesté durant les trois premiers siècles de notre ère et jusqu'au VI^e siècle en Auvergne. Le brittonique a été utilisé des deux côtés de la Manche tant que les relations économiques étroites entre la Cornouailles et la Bretagne armoricaine ont perduré.

Dans un article dédié au cornique et au breton au moyen-âge³⁰, Léon Fleuriot mentionne la fréquence des échanges entre les deux côtés de la manche et cela jusqu'au XVI^e siècle. Il souligne l'importance des échanges économiques et fait aussi la démonstration de la similarité entre le moyen-breton et le moyen-cornique. Une nouvelle fois, il fait le lien entre des échanges économiques suivis et une similarité de langue.

Le latin quant à lui a progressé à partir des villes comme Nantes, Rennes et Vannes, plutôt situées au sud de la péninsule armoricaine. Comme le fait remarquer Léon Fleuriot, sur cette zone, il est probable qu'une situation de bilinguisme latin – gaulois, ait pu exister.

Les noms de personnages de l'époque sont cités en latin ou en brittonique latinisé. Les noms de lieux sont marqués par la langue de l'époque où ils se sont stabilisés. Les noms de lieux se terminant en « ac » datent de la fin de la période romane tardive, les terminaisons en « eg » reflètent une faible influence romane dans la région. La « période romane » est la transition entre le latin et le roman qui se situe aux environs du VIII^e siècle, mais qui selon Léon Fleuriot s'est étalée du VI au IX^e siècle. La persistance à l'ouest de la péninsule de noms datant du V^e siècle restés exprimés en breton, atteste de la faible pénétration du roman. Du point de vue de la zone géographique de la langue brittonique, au VI^e siècle, la nouvelle zone brittophone continentale ne compense pas la perte territoriale et économique conquise par les Saxons et les Angles, soit toute la zone sud-est de l'île de Bretagne. Les échanges entre la Bretagne insulaire et la Bretagne armoricaine deviennent très intenses et débouchent sur la constitution d'un royaume double connu sous le nom de la Domnoné, établi des deux côtés de la Manche.

³⁰ Fleuriot Léon. *Breton et cornique à la fin du Moyen-Age*. In : Annales de Bretagne. Tome 76, numéro 4, 1969. pp. 705-724. doi : 10.3406/abpo.1969.2537 http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/abpo_0003-391X_1969_num_76_4_2537

A partir du VI^e siècle, de bataille en bataille les Jutes, les Angles et les Saxons repoussent les Bretons toujours plus vers l'ouest, aboutissant au morcellement du territoire de langue brittonique en zones disjointes, sans frontières communes. Le commerce par mer reste le seul lien entre ces zones. Les zones où le brittonique insulaire reste parlé sont la Cambrie, le Pays de Galles, l'ensemble Cornouailles-Devon ainsi que la Bretagne armoricaine. Le gaélique se stabilise en Irlande, en Ecosse et sur l'île de Man. La zone géographique d'intercompréhension potentielle se réduit donc encore. L'absence d'entités économiques ou politiques homogènes pour l'ensemble des zones disjointes accélère l'apparition de différences entre les langues de même origine. Il est difficile de savoir à partir de quel moment l'intercompréhension s'éteint sachant que cette évaluation est relative au niveau de langue et aux domaines d'utilisation, mais il est probable que l'intercompréhension potentielle entre le gaélique et le brittonique ait commencé à s'estomper d'une manière notable à cette période. Les linguistes s'accordent à dire qu'aux IV^e et V^e siècles avant notre ère, le gaélique et le brittonique étaient la même langue. On assiste donc à un premier morcellement de l'espace des langues celtiques en une zone brittonique et une zone gaélique. En dépit des voies de communication terrestres mises en place par les Romains, les habitants de la Bretagne armoricaine préfèrent se tourner vers les îles plutôt que vers le continent qui est pourtant à proximité géographique immédiate. Dès le V^e siècle, des clercs français et bretons se retrouvent de part et d'autre de la Manche. Pour les plus importants on peut citer deux cas : Britto qui au IV^e siècle est l'évêque de Trêves et Pélage originaire d'Irlande, qui au V^e siècle va développer une doctrine connue sous le nom de pélagisme. Aux V^e – VI^e siècles, saint Aubin / Albinus, est aussi reconnu pour parler le breton et le roman³¹. Pour ce qui concerne l'Espagne, Pierre David a étudié l'évêché de Bretoña, établi en Galice au sud de Mondoñedo au VI^e siècle et dont le nom atteste bien la présence de Bretons dans cette contrée³². On peut donc remarquer deux choses que souligne Léon Fleuriot, en premier lieu, l'émigration bretonne s'est étalée sur de nombreux siècles. Cette émigration lente et continue a donné lieu à un transfert de populations, mais aussi le temps de reconstruire et de structurer une organisation sociale importée de leur île d'origine. La population émigrée a concerné plus que des mercenaires enrôlés dans les légions romaines, mais une population entière, avec ces diverses classes sociales et ses différents corps de métiers : militaires, religieux, artisans, commerçants... Il ne semble pas que l'on ait eu affaire à des déplacements massifs d'urgence, qui impliquent l'intégration dans une structure ou dans un substrat plus ou moins accueillant,

³¹ Chadwick, Nora K. *Early Brittany*. ed Cardiff: University of Wales Press, 1969

³² David, Pierre. *Études historiques sur la Galice et le Portugal: du VI^e au XIII^e siècle*. Livraria portuguesa, 1947.

mais à une implantation dans un substrat favorable. En effet et c'est ici la seconde remarque de Léon Fleuriot, il existait une affinité de langue entre le gaulois et le brittonique qui favorisait l'intercompréhension des deux populations et une identité de religion, de culture et de valeurs.

A la fin de la période romaine, entre 470 et 490, les Bretons sont devenus continentaux, massivement établis en Armorique (qui va bientôt devenir la Bretagne), mais aussi disséminés dans bien d'autres régions qui constituaient la Gaule et qui sont autant de points d'ancrage pour s'établir et faire commerce. Ces Bretons venus par la mer, maîtrisent les routes maritimes, ce qui permet de faire commerce par des voies plus sûres que par les routes terrestres. C'est ce qui est confirmé dans cet extrait de la Vie de Magloire de Dol: « ...*il traversa la mer pour prêcher au peuple de la même langue.* » Extrait situé à la fin du VI^e siècle³³.

Saint Melaine de Rennes a joué un rôle dans le traité 497 entre Francs, Armoricains et Bretons. Il était un familier de Clovis. Saint Aubin né à Guérande savait le breton comme le roman et servit d'interprète dans les négociations entre Francs et Bretons. Les collaborations inter monastères allaient au-delà des divisions ou ressentiments politiques.

Toutes ces relations indiquent qu'il y avait, dès la fin de l'Empire romain une communication établie entre les Bretons et leurs voisins. Le bilinguisme de Saint Aubin montre que le système de communication pour les actes d'importance passait par des interprètes.

Durant la période post romaine les relations entre les Francs et les Bretons, vont se développer, en particulier durant le règne de Childebert (511 – 558).

La seconde immigration bretonne sera plus concentrée sur l'ouest de la péninsule armoricaine et elle sera de moindre importance. Cette concentration sur un territoire plus étroit entraînera une perception d'immigration massive, ce que ne fût pas le cas. C'est cette colonisation pacifique de l'Armorique qui va engendrer une organisation et une toponymie particulières à la Bretagne. Après avoir été chassés de l'île de Bretagne par les Angles, les Saxons, les Jutes et les Scots, les Bretons renouent très tôt des liens économiques avec les Saxons, qui viendront commercer en Bretagne continentale dès le 7^e siècle. Cette affinité est notable et elle se prolongera dans le temps. Les relations avec les autres peuples, comme les Goths par exemple, ne seront jamais porteuses de synergies, mais plutôt d'oppositions et de heurts. Une explication tient de la culture en général et à la différence de religion en particulier.

Le travail de Léon Fleuriot nous apprend plusieurs éléments sur les migrations des Bretons, sur leur langue et leurs échanges avec les populations qu'ils ont côtoyées au gré des premiers

³³ Gallo Yves Le et Balcou Jean, *Histoire littéraire et culturelle de la Bretagne* éditions Champion 1987 p12

siècles de notre ère. Toutes les explications qu'il avance font état d'échanges et de relations commerciales suivies entre les deux côtés de la Manche durant plusieurs siècles et d'une unité de langue et de culture bien avant l'arrivée massive des Bretons en Armorique. Ces deux aspects : langue et culture sont deux éléments facilitateurs pour entretenir de bonnes relations sur le long terme.

Les relations entre les Bretons et les Saxons sont plus énigmatiques. Selon l'histoire, il semble qu'à l'issue de l'occupation des Romains sur l'île de Bretagne, des Bretons soient allés chercher les Saxons pour les aider à régler des différends internes. Les Saxons se seraient ensuite retrouvés à combattre les Bretons pour les chasser de leur île, mais qu'à peine les combats terminés, ils auraient recommencé à commercer les uns avec les autres. Cette situation signifie que l'avantage qu'ils pouvaient tirer de leur commerce était supérieur aux douloureuses cicatrices laissées par leurs différends.

La proximité culturelle et linguistique, associée à des voies de communication maritimes plus sûres que les voies terrestres, a naturellement préservé les relations transmanche. Le VI^e siècle est profondément marqué par une réduction de la zone géographique d'intercompréhension britto-gaélique, on peut considérer que les nombreux échanges entre les deux côtés de Manche font partie d'un commerce domestique interrégional.

Le VII^e siècle est marqué par une structuration politique des nouveaux habitants de part et d'autre d'une frontière relativement floue et fluctuante : les Bretons à l'ouest et les Francs à l'est. Au-delà des alliances de circonstance, cette proximité va être le point de départ d'une lutte qui durera plus d'un siècle. Durant le VII^e siècle les Mérovingiens connaissent des soucis sur leur frontière est, ce qui donne un certain répit aux Bretons pour reconstruire une économie locale basée sur une structure clanique. Dans une Europe très désorganisée, l'une des structures premières à se rebâtir est celle des abbayes, qui maîtrisent deux choses essentielles à la vie d'une société : le commerce et le savoir. Entre l'usage celtique et la règle romaine, les abbayes finiront par se plier à la règle romaine, par décision des pouvoirs politiques de l'époque. En 818, l'abbaye de Landévennec applique la règle de St Benoît.

Pour ce qui est des us et coutumes des Bretons continentaux, ce sont ceux d'outre-Manche, qui régissent les règles de la vie communautaire comme la mutation des biens. Pour le commerce, Gwenaél Leduc se réfère à une poterie caractéristique de Plouneour-Lanvern comme indice du commerce intérieur et des exportations. La découverte de traces de cette

poterie illustre comment elle fut exportée le long du littoral et des monts d'Arrée, jusqu'aux embouchures de la Severn et de la Seine et à Boulogne.

La langue de la Bretagne continentale devient le breton, parlé par l'élite et par les gens de pouvoir ainsi que par la majorité de la population, surtout à l'ouest du territoire. Le latin est toujours la langue de l'Eglise romaine, d'où un bilinguisme breton-latin relativement courant chez les lettrés bretons de l'époque. On note que le latin, apporté par les Romains, n'a pas survécu à leur départ, ce qui confirme une pénétration relativement limitée du latin au sein de la population locale.

Le VIII^e siècle est caractérisé par une certaine stabilité territoriale et une période de reconstruction économique et militaire de chaque côté de la frontière, après des années de guerres et de luttes. Pour Gwenaël Leduc, la langue bretonne est délaissée au profit du français, le breton ne redeviendra jamais la langue officielle en Bretagne. Paradoxalement, en France la langue officielle est le latin. Le breton n'est plus la langue des intellectuels (ils sont exilés et pensent en latin). Le manuscrit de Leyde est le plus ancien document sur lequel il est possible de voir ce qui à ce jour, peut être considéré comme la première trace écrite connue de l'utilisation de la langue bretonne. Il a été découvert et étudié par Léon Fleuriot³⁴ puis par Pierre-Yves Lambert³⁵: il recèle des gloses incorporées à un texte traitant de médecine et de pharmacopée. Son intérêt principal réside dans les mots de vieux-breton qu'il recèle. Le contexte dans lequel ces gloses ont été écrites rend compte d'une volonté de comprendre un texte médical pour l'amélioration de la qualité de la vie, ce qui indirectement traduit une volonté d'apporter une valeur ajoutée à la population. On peut considérer ces gloses comme porteuses d'un intérêt économique et professionnel. Joseph Loth³⁶ a étudié les gloses exprimées dans les différentes langues celtiques insulaires, dont celles en vieux-breton. Il en a établi un inventaire, puis a publié un lexique. Il a établi deux périodes de vieux-breton : la première s'étend de la fin du Ve siècle à la fin du VII^e / début du VIII^e et la seconde s'étend du VIII^e au début du XI^e siècle.

³⁴ Fleuriot Léon. *La découverte de nouvelles gloses en vieux-breton*. Comptes rendus des séances de l'Académie des Inscriptions et Belles-Lettres, 103^e année, N. 2, 1959. pp. 186-195. http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/crai_0065-0536_1959_num_103_2_11034 pages visionnées le 19 octobre 2014

³⁵ Lambert Pierre-Yves. *Le fragment médical latin et vieux-breton du manuscrit de Leyde*, Vossianus lat. f°96 A », Bulletin de la Société archéologique de Finistère, vol. 65, 1986, p. 315-327

³⁶ Loth, Joseph (1847-1934), "Vocabulaire vieux-breton, avec commentaire, contenant toutes les gloses en vieux-breton, gallois, cornique, armoricain, connues, précédé d'une introduction sur la phonétique du vieux-breton et sur l'âge et la provenance des gloses," Collections numérisées - Université de Rennes 2, consulté le 19 octobre 2014, <http://bibnum.univ-rennes2.fr/items/show/330>

Le IXe siècle, voit l'unification des Francs parachevée et Charlemagne reprendre le combat contre les Bretons qui eux-mêmes ont des velléités d'expansion vers l'est. A la mort de Louis le Pieux, empereur d'occident, le territoire est partagé entre ses trois fils dont Charles II dit le Chauve qui se retrouve au contact direct des Bretons armoricains. Se succèdent alors de nombreuses batailles remportées par les Bretons dont la plus célèbre est la victoire de Nominoë à Ballon en 845. Les accords d'Entrammes (863) et de Compiègne (867), marquent la zone d'extension territoriale maximale de la Bretagne. Cette situation est de courte durée et ne sera jamais vraiment concrétisée par l'empreinte bretonne sur ses territoires. De fait, la langue bretonne ne sera jamais parlée sur les zones nouvellement gagnées. Les raids dévastateurs des Normands commencent à peser sur l'ouest de l'Europe, ils deviennent l'ennemi commun des Francs et des Bretons. Le chaos qu'ils génèrent fait perdre à la Bretagne son autorité réelle sur les extensions est de son territoire. D'un point de vue linguistique, la langue bretonne est la langue du dominant en Bretagne armoricaine, y compris à l'est de la Bretagne les élites tant civiles que religieuses parlent le breton. Cette langue se retrouve sous forme écrite dans les gloses des moines copistes, sur les cartulaires ou autres ouvrages scientifiques. Le substrat du droit est celui du pays de Galles et non la coutume franque. La zone bretonnante est alors établie à l'ouest d'une ligne partant du mont Saint Michel à Donges. Dans leurs études de témoignages, Jean le Gallo et Yves Balcou mettent en évidence cette domination de la langue bretonne sur l'ensemble de la Bretagne³⁷: « Albinus (aussi connu sous le nom de Saint Aubin) est né à Guérande et servait d'interprète de langue romane (seconde vie de St Tudual). « *Histoire d'Anauwaret très riche chef breton... originaire d'Anast (Maure de Bretagne actuellement)... chemine avec six ou sept compagnons dont un interprète car il ne sait que le breton et le latin, mais non le roman.... arrivé à Glanfeuil, Anauwaret rencontre deux moines bretons, Begon et Uuinchelon, qui y étaient déjà établis et l'aident à se faire comprendre...* ». L'extrait suivant relate des faits qui sont datés des années 840, avant les conquêtes de Nominoë). « *...Nominoë fit déposer des évêques favorables aux Francs pour en nommer d'autres de sa nation et de sa langue....* »

Sur l'île de Bretagne, les Bretons s'effondrent face à la pression Anglo-Saxonne, seules les régions les plus à l'ouest de l'île continuent de parler la langue brittonique : le Pays de Galles et l'ensemble Cornouailles-Devon.

Les témoignages rassemblés par Jean le Gallo et Yves Balcou sur l'intercompréhension de chaque côté de la Manche au IXe siècle ne sont pas équivoques : « *Le livre de Llandâv*

³⁷ Gallo Yves Le et Balcou Jean, *Histoire littéraire et culturelle de la Bretagne* éditions Champion 1987

confirme qu'au IXe siècle Breton et "Gallois" parlaient la même langue. Gallois est un terme impropre car nous avons affaire à des Byrthons de Dumbarton de passage à Guérande. Les Scandinaves appelaient les Bretons insulaires les Bretars et leur pays les Brettland distinguant la Bretagne insulaire par Sydra Brettland (Bretagne du sud). »

Au Xe siècle les Normands intensifient leurs raids en Bretagne et s'y établissent partiellement. Tout ce que la Bretagne compte comme élites fuit par la seule voie non soumise au contrôle maritime des Normands : la voie terrestre vers l'est. Cela concerne le clergé qui déserte les monastères pillés et incendiés et emportent dans leur fuite, tout ce qui représente une certaine valeur religieuse ou artistique. Ces trésors bretons prennent le chemin de Tours, Montreuil-sur-Mer et parfois bien plus loin, pour ne plus jamais revenir en Bretagne. La fuite des moines conduit à l'éparpillement des manuscrits de l'époque et des époques antérieures. Les documents qui ont pu être retrouvés, soit sous forme complète ou sous forme de fragments, montrent le haut degré de connaissance sur des sujets tels que l'art, le droit et les sciences. Cette fuite concerne aussi les élites politiques qui désertent la Bretagne en laissant derrière eux le « petit » peuple qui sera soumis au bon vouloir des envahisseurs venus du nord, qui continuent à piller, incendier et assassiner sans distinction, hommes, femmes, enfants, civils ou soldats. Le Xe siècle est marqué par la perte définitive de l'autorité de la Bretagne sur les territoires de Basse-Seine qui sont officiellement attribués aux Normands par le traité de St-Clair-sur-Epte (911) signé par Charles le Chauve. La Bretagne perd au passage les îles anglo-normandes et le Cotentin.

Durant leur exil dans la zone contrôlée par les Francs et les Normands pacifiés, les Bretons de familles nobles concluent des alliances matrimoniales avec eux, ce qui va porter un coup irrémédiable à la force du sentiment d'appartenance au peuple breton. Les moines reviennent en Bretagne, mais ils sont francs, principalement venus du Val de Loire. Ils entérinent l'abandon des règles de l'Eglise celtique pour celles de Rome.

L'artisanat breton devient basique et n'a plus l'éclat qu'il avait avant l'invasion normande. La langue entame sur le continent un recul géographique lent, qui ne cessera plus. La même situation se produit en Angleterre, où la langue brittonique continue à perdre du terrain face à la langue des vainqueurs anglo-saxons. Néanmoins, d'après les témoignages des Xe et XIe siècles, retrouvés par Y Le Gallo et Jean Balcou³⁸, les Bretons grâce à leur multilinguisme, se retrouvent dans une situation clé pour le commerce : « *Les Bretons vont jouer un rôle de facilitateur/ intermédiaire entre les Normands, les Cornouaillais et les Gallois. Ce rôle était devenu nécessaire et le meilleur exemple qui nous en est donné dans l'histoire est celui resté*

³⁸ Gallo Yves Le et Balcou Jean, *Histoire littéraire et culturelle de la Bretagne* éditions Champion 1987 p25

célèbre de Geoffroy de Monmouth. C'est un représentant de l'aristocratie bretonne émigrée en Angleterre après la conquête, il connaît au moins quatre langues : latin, français, anglais et breton. » D'un point de vue politique la Bretagne n'a plus de « roi » après Alain 1er dit le Grand. Le pouvoir se fragmente en comtés et maisons qui vont parfois se diviser et s'affronter. Le territoire se couvre de mottes féodales.

Le XI^e siècle marque le début d'une transition dans divers domaines. Selon Gwenaël Leduc, au cours de ce siècle la langue bretonne tombe entre les mains de personnes qui n'ont pas accès à l'écrit. Le breton n'était déjà plus parlé dans les villes, lieux de décision, ni aux Marches de la Bretagne. Abélard, moine breton né à Nantes, érudit philosophe et théologien, nous donne sa vision de la langue bretonne et de ses habitants dans l'une de ses lettres à un ami, écrite durant la période de son affectation à l'abbaye de St Gildas de Rhuy. Voici un extrait³⁹: "...C'était une terre barbare, une langue inconnue, une population brutale et sauvage et chez les moines des habitudes de vie d'un comportement notoirement rebelle à tout frein...". Pour le moins que l'on puisse dire, à ses yeux et à son intelligence, on ressent le décalage qu'il y a entre son attente et le comportement de la population et des religieux dont il a la responsabilité spirituelle. En tant que Nantais, le breton est une langue qui lui est étrangère, bien qu'il soit fort probable qu'elle ait été encore parlée à une distance de 50 km de Nantes. Pourtant à cette époque, la langue reste une langue bien normée, avec des règles précises et une orthographe stricte. Elle avait une maturité et un développement étonnants pour une langue censée être non écrite. La langue connaît une période de déclin certain car elle n'accède à rien qui puisse lui donner du prestige. C'est la langue du quotidien, celle du commerce local, de l'enseignement du latin et de la religion. Sur le terrain, la zone bretonnante continue son repli vers l'ouest et perd définitivement de son prestige. La tradition veut qu'Alain IV, dit Alain Fergant (1060 – 1119) soit le dernier souverain breton à avoir parlé la langue bretonne. Les chevaliers bretons participent à la conquête de l'Angleterre aux côtés des Normands (des estimations indiquent qu'un tiers de l'armée normande pourrait avoir été constituée de Bretons)⁴⁰ et aux croisades en Terre-Sainte. L'élite bretonne essentiellement établie sur l'est de la Bretagne continue à conclure des alliances matrimoniales avec les Francs et les Normands qui parlent tous la langue romane. A l'issue de la conquête de l'Angleterre par Guillaume le Bâtard ou le Conquérant, suivant que l'on utilise la désignation usitée d'un côté ou de l'autre de la Manche, l'île d'Angleterre utilise aussi la

³⁹ Delumeau Jean, *Documents de l'Histoire de la Bretagne*, ed Privat, 1971

⁴⁰ Sous la direction de JJ Monnier et JY Cassard *Toutes l'histoire de la Bretagne* Skol Vreizh 2012 p165

langue romane comme langue officielle et langue du pouvoir. Avec l'Angleterre au nord, la France à l'est et la mer au sud et à l'ouest, la Bretagne devient un îlot de langue brittonique insulaire encore politiquement indépendant. L'organisation politique de la Bretagne se développe sous le mode féodal et se morcelle en petits territoires. D'un point de vue économique, le sel est la seule denrée de valeur que la Bretagne peut exporter. La culture des céréales (orge et blé) et des plantes ligneuses (chanvre et lin) font leur apparition.

Le XIIe siècle est un siècle plutôt calme et réparateur de l'économie malmenée par des siècles de cataclysmes qui ont secoué l'Europe de l'Ouest depuis la chute de l'Empire romain. La Bretagne se retrouve désormais sous tutelle plus ou moins directe et cela commence par celle d'Henri II Plantagenêt, roi d'Angleterre, Duc de Normandie et d'Anjou puis aussi duc d'Aquitaine par son mariage avec Aliénor. L'intégration à la France continue sous les règnes de Philippe Ier Roi des Francs et de Louis VI dit le Gros. Malgré les conflits locaux qui opposent les seigneurs féodaux, deux grandes maisons se dégagent : la maison de Rennes et celle de Cornouaille. Alternativement elles gèrent la Bretagne et la dotent d'une administration centralisée qui va lui être profitable. D'un point de vue économique, les défrichements à grande échelle permettent le développement des cultures. La langue bretonne acquiert ses lettres de noblesse aux cours des souverains de France et d'Angleterre. Parler breton est considéré comme faisant partie du bagage des érudits ; c'est l'époque de la popularité des lais bretons. La langue a perdu son aura de langue de pouvoir, mais devient langue de culture et de prestige pour les élites. Les chevaliers bretons assez turbulents impressionnent les autres pays par leur vaillance ce qui peut expliquer le regain d'appréciation pour la Bretagne.

Le breton et le gallois deviennent deux langues distinctes⁴¹ et à partir de ce siècle chaque langue va évoluer séparément. Cela est confirmé par un texte qui fait explicitement référence au breton et au gallois, comme étant deux langues bien distinctes. C'est ce qui est illustré par Yves le Galo et Jean Balcou⁴²: « *Gottfried Von Strassbourg Tristan. Le lai de Gurun composé par des Bretons, est joué par des Gallois. Tristan exécute le lai de Garland à la harpe, à la manière bretonne, si merveilleusement que beaucoup d'assistants "oublèrent jusqu'à leur propre nom". Puis il chante le lai de Thisbé en breton, gallois, latin et français. On demande à Tristan s'il connaît ces 4 langues : "oui assez bien" répond-il. Dans le récit Gurvenal ami de Tristan, lui parle en français. Tristan répond en breton* ». Les phénomènes linguistiques

⁴¹ Cf. chapitre consacré aux différentes phases de la langue bretonne « *Krennvrezhoneg ou breton moyen, du XIIème au XVIème siècle* »

⁴² Gallo Yves Le et Balcou Jean, *Histoire littéraire et culturelle de la Bretagne* éditions Champion 1987

sont progressifs, mais l'évolution vers deux langues se renforce dans le temps. La Bretagne et la Cornouailles insulaire restent les deux zones unies par la mer, où l'intercompréhension reste bonne. Nous trouvons une zone géographique de parler brittonique qui n'évolue pas, mais la zone d'intercompréhension aisée entre le breton et le brittonique parlée sur l'île d'Angleterre diminue significativement. C'est la période où les mots d'origine romane intègrent la langue bretonne d'une manière importante. Le XII^e siècle marque le passage du breton ancien au breton moyen qui se stabilise pour une longue période. Léon Fleuriot résume l'évolution de la langue bretonne en notant : « *A l'ouest de la frontière passant par la Brière, l'Oust et le Gouet, le breton garda jusqu'au début du XVII^e une très solide position dans presque toute la société. Sa forme littéraire, bien codifiée et homogène, restait connue partout. Il était langue d'enseignement, même du latin et les gens instruits avaient souvent de bonnes connaissances de métrique. On peut dire qu'il y a eu peu de changement entre le XII^e et le XIX^e siècle. Le XX^e est en passe de devenir monolingue, mais pas dans les villes où il restera comme une seconde langue d'une minorité instruite et active*⁴³. »

Au début du XIII^e siècle tant pour les Anglais que pour les Français, le Duc de Bretagne est un inféodé, avec lequel il faut s'efforcer de trouver des terrains d'entente pour y rester influent. La Bretagne est traitée comme un Etat souverain, avec lequel il est conclu des alliances internationales. A la fin du bas Moyen-Age La Bretagne se dote d'un mode féodal commun. Sur le plan diplomatique, la Bretagne perd de son poids et de son influence à l'échelle européenne. La loi de coutume franque fait son apparition dans la loi appliquée en Bretagne et dans certains cas ce sont les juridictions françaises qui se substituent aux juridictions bretonnes. Sous Louis IX, la victoire politique des Français est acceptée par les Bretons. Le niveau de tension entre les deux pays diminue ce qui impacte les dépenses militaires. D'un point de vue économique, toujours fragmentée dans son organisation politique, la Bretagne reste sur un mode d'économie locale, même si les échanges s'intensifient un peu avec les autres pays d'Europe de l'Ouest et du Nord. On peut constater une absence de planification et de développement économique volontariste. Les Bretons sont très actifs sur les mers et de l'Espagne à la Hollande ils occupent une place prépondérante dans l'acheminement des marchandises, en particulier celui du vin de Bordeaux vers l'Europe du Nord. Cette activité de transport maritime est un secteur économique en lui-même, cependant, il ne traduit pas une activité économique intense attachée à la Bretagne.

⁴³ Fleuriot Léon, *Du gaulois au breton ancien en Armorique* bulletin de la société archéologique du Finistère - Tome CIX – 1981 p187 - 193

Au niveau linguistique, le breton continue à s'éloigner des sphères du pouvoir et à connaître une réduction de sa zone géographique. Elle est parlée jusqu'aux portes de Rennes aux XIII - XIVe siècle. Le latin est la langue des sciences, l'absence d'université en Bretagne favorise l'exile des élites du pays vers Angers ou Paris, sur un chemin le plus souvent sans retour. La zone d'intercompréhension Bretagne / outre-Manche reste stable.

Un document ancien écrit au XIIIe siècle concerne l'utilisation de la langue bretonne dans les premières activités de tourisme à la fois religieux et médical dans le Berry⁴⁴. « ... *Il est difficile de prouver l'historicité de saint Menou comme évêque de Quimper, mais son culte, comme celui de saint Gildas à Déols, a contribué à la venue de Bretons dans le Berry. On comprend mieux alors pourquoi un hagiographe de Bourges a cru bon de préciser que Menou s'entretenait en breton avec saint Corentin. C'était sans doute une langue qui, même s'il ne la comprenait pas, devait être familière à son oreille. Cette présence bretonne en Berry et en Bourbonnais est confirmée par deux passages du roman occitan Flamenca composé au milieu du 13^e siècle par un clerc du Rouergue. L'action du roman se passe en grande partie dans la ville d'eau de Bourbon-l'Archambault, située à neuf kilomètres à l'ouest de Saint-Menoux. Selon l'auteur de Flamenca, elle était fréquentée par de nombreux étrangers :*

*Quar de Franssa e de Bergoïna
E de Flandris e de Campaina,
De Normandia e de Bretaina
I ac assas homes estrains
Que-i eron vengut per los bains.*

*Et pourtant il ne manquait pas d'étrangers
Qui étaient venus de France, de Bourgogne,
De Flandres, de Champagne,
De Normandie et de Bretagne
Pour prendre des bains.*

La clientèle cosmopolite du tourisme thermal dans le Bourbonnais médiéval obligeait l'hôtellerie locale à s'adapter en employant du personnel polyglotte :

S'osta non semblet ges Ramberga,

⁴⁴ Marquand, Patrice, *Les relations culturelles entre la Bretagne continentale et l'Aquitaine au Moyen Âge*, thèse de doctorat Breton et Celtique, Université de Rennes 2, 2012, tome I, p. 229-230 et p. 257-258.

*Ans fon belle donna de teira
Eissirnida e presenteira,
E saup ben parlar bergono,
frances e tïes e breto.*

*L'hôtesse n'avait rien de Dame Raimberge,
C'était une beauté accomplie en tous points.
Intelligente et avenante,
Elle parlait également bien le bourguignon,
Le français, le flamand et le breton. ... ».*

Ce document nous permet de confirmer l'intérêt du multilinguisme dans les activités d'hôtellerie et de tourisme médical et religieux, dès le XIII^e siècle. De plus, la référence faite spécifiquement à la langue bretonne nous indique d'une part que le breton était une langue considérée au même titre que le français, le flamand et le bourguignon. D'autre part, la richesse de certains Bretons leur permettait de faire du tourisme pour un volume d'affaires qui rendait la connaissance de la langue bretonne, digne d'un intérêt économique notable. On note qu'au XIII^e siècle, la connaissance de la langue bretonne n'était pas limitée au « petit peuple », mais parlée par la bourgeoisie et la noblesse.

En Bretagne, le XIV^e est marqué par la guerre de succession. Entre le parti français et le parti anglais, la Bretagne se retrouve être l'enjeu d'un conflit dont elle n'a pas la maîtrise. Au gré des victoires des uns et des autres, le commerce avec l'Angleterre se renforce et l'ingérence de la France s'instaure d'une manière qui est de plus en plus mal vécue. Les principales villes de Bretagne se développent : à la fin du siècle on en compte 60 environ dont Nantes, Rennes, Vannes, Dinan et de taille plus modeste Guérande, Quimper et Fougères. Sur le plan économique la situation n'est pas florissante, la population croît puis diminue au gré des guerres et des épidémies et une forte émigration vers la France caractérise cette période troublée. A la fin du XIV^e siècle, la Bretagne est exsangue.

D'un point de vue linguistique les langues brittoniques s'éloignent les une des autres. Le breton conserve une certaine unité dans sa forme écrite (jusqu'au XVII^e siècle), alors que les différents dialectes sont connus à l'oral, en particulier celui de la région du pays de Vannes. Les chartes duciales sont désormais écrites en français et non plus en latin, ce qui marque une avancée importante de la construction de la France et de la place du français dans les sphères du pouvoir.

Le XVe siècle voit l'arrivée du Duc Jean V au pouvoir : tâchant de ne pas se mêler du conflit franco-anglais, il reconstruit le pays pas à pas. Des écoles primaires sont créées, la première université bretonne voit le jour à Nantes en 1460. Coincés entre le pouvoir ducal et les confédérations paysannes, les nobles voient leur pouvoir grignoté. La prospérité vient du commerce. La Bretagne, pays prospère et exportateur devient le plus riche des duchés après la Bourgogne. Une politique très contrôlée, sur les plans tels que les impôts, les marchés, les exportations et les importations attestent de la santé de l'économie. Pour protéger ce commerce, le Duc crée des convois de marchands et une flotte militaire accompagnatrice pour les protéger. Une mutualisation des risques génère la création d'un système d'assurance en cas de naufrage ou de pillage. L'administration est simple, efficace, stable et contrôlée. A la fin du Moyen-Age, la Bretagne est l'un des pays les plus riches, les plus puissants et les mieux gérés d'Europe. Le rôle de plus en plus pressant et centralisateur de la France change progressivement les choses⁴⁵. Après la fin de la guerre de 100 ans en 1453, la France combat à nouveau les Bretons en 1488, à la bataille de St-Aubin-du-Cormier. Elle se solde par la victoire de la France. François II Duc de Bretagne, sera contraint d'accepter des conditions liées aux mariages de ses enfants, ceux-ci ne pouvant être prononcés sans le consentement de la couronne de France. En dépit d'une tentative de résistance qui sera vite réprimée, Anne de Bretagne, sa fille, se voit mariée successivement à Charles VIII, puis à Louis XII. Même si le traité d'union prévoyait une certaine autonomie à la Bretagne, celui-ci n'a de cesse d'être bafoué par la France au gré des monarques successifs.

D'un point de vue économique, une population de paysans-pêcheurs-commerçants se structure et engendre un embryon d'industrie dans le secteur de la toile, portée par une prospérité économique européenne. Cette industrie textile a engendré toute une filière, de la production de chanvre et de lin, au tissage et à la teinture, en passant par la mise en forme des fibres pour obtenir du fil. Ce secteur industriel est resté particulièrement prospère du XVe au XVIIe siècle. D'autres secteurs industriels naissent comme celui du beurre, du sel, des céréales et des légumes, tout spécialement à destination de l'Angleterre.

D'un point de vue linguistique la tendance précédente va perdurer, progressivement les mots français pénètrent dans la langue bretonne. Le français devient la langue des actes officiels. Jean Delumeau nous en apporte la confirmation⁴⁶ par rapport à des marchés passés au XVe siècle entre des artisans et des fondations religieuses, sous la houlette d'un notaire de Morlaix. Il est probable que les artisans ne maîtrisaient pas la langue française et que seuls le notaire et

⁴⁵ Le Duc Gwenaël, *cours de Civilisation*, Université Rennes 2

⁴⁶ Delumeau Jean, *Documents de l'Histoire de la Bretagne*, ed Privat, 1971

les membres du clergé en étaient capables. Cette manière de procéder nous montre la prééminence de la langue française dès le XVe siècle, pour les actes qui engagent et qui peuvent être par la suite l'objet d'interprétation et de réclamations devant les instances de la justice.

Le fait marquant du XVIe siècle est l'intégration de la Bretagne comme Province française en 1532. Dotée d'un parlement en 1554 elle devait jouir d'une certaine autonomie, qui est allègrement bafouée au fil du temps par les différents souverains français, principalement sur les plans fiscaux et judiciaires. Les principales conséquences de cette intégration sont : l'absence totale de représentation des intérêts bretons au niveau international, la dépendance militaire de la Bretagne et la soumission de ses accords commerciaux aux aléas de la situation politique française. De fait, la Bretagne disparaît de la scène internationale. François 1^{er} (1494-1547), roi de France, épouse Claude de France, la fille d'Anne de Bretagne. Les guerres contre Charles Quint et Henri VIII d'Angleterre, font croître les besoins financiers de la France et nécessitent la mise en place d'une administration efficace et coercitive pour le collectage des impôts.

Dans la seconde partie du XVIe siècle, la Bretagne et le Duc de Mercœur d'une part, et le roi de France de l'autre s'affrontent à nouveau dans le cadre des guerres de la Ligue (1562-1598). Le Duc de Mercœur aidé des Espagnols tente de s'opposer à Henri IV qui marche contre lui avec l'aide des Anglais. Défait le Duc de Mercœur est le dernier à se rallier à Henri IV, mais la Bretagne sort une nouvelle fois affaiblie de cette guerre civile.

Sur le plan économique, la Bretagne redresse sa situation durant la première partie du siècle, grâce en particulier au transport du vin et aux productions de toiles qui sont exportées à destination de toutes les marines de l'Europe et en particulier vers l'Angleterre. A la fin du siècle, les nombreuses guerres de la France avec ses voisins ruinent le commerce breton. Les pays traditionnellement utilisateurs des services des Bretons pour leurs exportations par mer, se structurent et s'organisent afin de subvenir eux-mêmes aux nécessités de leur commerce. Jusqu'au siècle précédent, la Bretagne jouissait d'une certaine indépendance reconnue internationalement et en faisait un partenaire fiable. Sous le joug de la France, elle ne peut plus assurer ce rôle et devient de fait une vassale aux ordres de la couronne française.

D'un point de vue interne, profitant de l'affaiblissement du maintien de l'ordre lié aux guerres de la Ligue, le bandit Guy Eder de la Fontenelle⁴⁷ à la tête d'une troupe de 400 brigands, porte

⁴⁷ Tanguy Jean, Monnier JJ Cassard JY (sous la direction de) *Toute l'histoire de la Bretagne*, éditions Skol Vreizh 2012 p 317 et 367

des coups fatals à certaines villes de Bretagne comme celle du Conquet ou particulièrement celle de Penmarc'h, qui se remettent difficilement de son passage.

Sur le plan linguistique, le XVI^e siècle est marqué par la promulgation de l'ordonnance de Villers-Cotterêts en 1539 par François 1^{er}, qui parmi d'autres points instaure le français comme la langue officielle en remplacement du latin. Les documents répertoriés par Jean Delumeau, confirment que bien avant la promulgation de l'édit, les contrats établis en Basse-Bretagne, même dans les zones rurales comme Pleyben⁴⁸, étaient écrits en français. Sur le plan littéraire, il existe des écrits à portée essentiellement religieuse, sous forme de pièces de théâtre à versification savante et de gwerzioù, qui sont venues jusqu'à nous. Ce théâtre populaire existera jusqu'au XIX^e siècle. Du point de vue des échanges entre l'Angleterre et la Bretagne, le cornique cesse d'être d'intercompréhension aisée avec le breton⁴⁹. A la fin du XVI^e siècle, le gallois, le cornique et le breton sont des langues différentes, mais de même origine.

Le passage au XVII^e siècle est marqué par Louis XIV (1638 – 1751), qui règne d'une manière austère et indépendante de la cour. Il contribue à soumettre l'ensemble des provinces françaises et à asseoir son pouvoir. Ses nombreuses guerres et son goût pour l'art engendrent des dépenses extraordinairement élevées, qu'il finance au travers des impôts confiscatoires prélevés sur les Provinces. Le souvenir de la révolte des Bonnets Rouges⁵⁰ est resté très présent en Bretagne, elle sera écrasée brutalement par Louvois et ses Dragons. Au début du XVII^e siècle, les échanges entre la Bretagne et les autres pays d'Europe la rendent prospère. La balance commerciale est positive et reste sous le contrôle assez discret de la France. La petite industrie textile perdure et le commerce se développe à partir des ports bretons tels que Saint-Malo, avec comme destinations principales, la Hollande, l'Italie, l'Espagne, Rouen, les Flandres et surtout Exeter dans le Devon. Ce commerce fait de cabotage ne cache cependant pas la faiblesse de la France dans la compétition internationale sur les routes des nouveaux continents, chasse gardée des Portugais, des Espagnols, des Hollandais et des Anglais. La seconde partie du siècle voit la prise de contrôle autoritaire des provinces de France, au mépris des accords qui scellent leur union à la couronne. Deux conséquences notoires émergent de cette prise de contrôle. Le régime d'imposition assèche les ressources des acteurs

⁴⁸ Travaux réalisés en 1632 sur l'église de Pleyben

⁴⁹ Fleuriot Léon. *Breton et cornique à la fin du Moyen-Age*. Revue : *Annales de Bretagne*. Tome 76, numéro 4, 1969. pp. 705-724.

⁵⁰ Monnier Jean Jacques, Monnier JJ Cassard JY (sous la direction de) *Toute l'histoire de la Bretagne*, éditions Skol Vreizh 2012 p 371 et suivantes

économiques et les condamne à la paralysie dans un monde en plein bouleversement (architecture navale, organisation industrielle...). La France étend son emprise sur les Provinces et toute tentative de rébellion est sauvagement réprimée (révoltes du papier timbré). La petite noblesse jouit d'une relative prospérité, mais le petit peuple reste totalement abandonné. L'ingérence de la France dans la prospérité de la Bretagne et l'interdiction de commercer avec les nations contre lesquelles la France est en guerre est le départ d'une période de déclin. Le commerce avec l'Angleterre et l'Espagne (ce qui englobe la Hollande d'aujourd'hui) est réduit à néant. A la fin du XVIIIe siècle, la Bretagne est passée d'une relative prospérité économique à une situation de marasme. A long terme, les clients traditionnels de la Bretagne se mettent à produire les marchandises qu'elle ne peut plus livrer, avec pour résultat, la perte définitive de ces débouchés importants. A l'époque où la Bretagne était quasi exclusivement de langue bretonne, les activités agricoles ont généré des activités portuaires. Chaque port avait ses secteurs d'activités. Morlaix, Lannion, Tréguier et Penmarch étaient spécialisés dans le commerce des toiles et du poisson salé, Landerneau était le siège de la logistique d'approvisionnement de la marine de guerre (avant d'être transféré à Brest au XIXe siècle), par ce port transitaient des marchandises variées : cuir, chandelles, beurre, suifs et graisses⁵¹.

En matière linguistique, le XVIIIe siècle marque le début de la période du breton prémoderne. La zone d'intercompréhension aisée est maintenant extrêmement limitée. Il existe toujours un degré d'intercompréhension extrêmement limité avec le Pays de Galles et la Cornouailles anglaise. Sur la fin du siècle, les relations conflictuelles de la France avec ses voisins et avec l'Angleterre en particulier, ont limité les contacts transmanche. En Bretagne, la langue aborde un nouveau tournant. En premier lieu, la graphie du breton intègre les mutations qui jusqu'alors n'étaient pas transcrites. Cet alignement entre la graphie et la prononciation est lié à la rédaction de grammaires et dictionnaires par des érudits principalement membres du clergé et apprenants de la langue. Julien Maunoir⁵² est sans doute le plus connu de ces apprenants ecclésiastiques. La légende veut qu'il ait appris le breton d'une manière surnaturelle. En rapprochant l'écriture de la prononciation, il voulait faciliter l'apprentissage de la langue à leurs congénères. Ce besoin d'apprentissage de la langue était motivé par une volonté d'évangélisation et de transmission d'idées et de concepts religieux aux habitants de la Basse-Bretagne qui, au XVIIIe siècle, restent majoritairement bretonnants. En littérature, le

⁵¹ Falc'hun François, *Histoire de la langue bretonne d'après la géographie linguistique*, 1963 François, ed Presses universitaires de France Rennes p68

⁵² Pennek Alain, (sous la direction de Monnier JJ et Cassard JY) *Toute l'histoire de la Bretagne*, éditions Skol Vreizh 2012 p 348

système des rimes savantes et très élaboré (rimes internes), laisse place aux rimes d'influence classique basées sur les rimes finales.

D'un point de vue sociologique, les Bretons de Basse-Bretagne qui s'essayaient à parler le français sont raillés par les locuteurs francophones de naissance. Le Duc de Chaulnes note le 26 juin 1675 "*à peine trouve-t-on des personnes qui veulent se hasarder à leur parler [aux paysans révoltés] et la différence de langue en rend l'accès bien plus difficile*"⁵³.

L'autre tournant majeur pour la langue bretonne est la dialectisation. Il y a en premier lieu le vannetais et le léonais qui sont deux normes établies. Le cornouaillais et le trégorois apparaissent⁵⁴. Ces dialectes ne sont pas strictement limités à un espace donné, mais on passe progressivement d'un dialecte à l'autre (cf. atlas linguistiques⁵⁵). On constate que cette dialectisation se produit à un moment où les échanges internationaux entre les différents pays originellement peuplés par des locuteurs britto-celtiques sont réduits à peu de choses et que la population se retrouve dans une crise économique majeure engendrée par les impôts confiscatoires et les restrictions à la libre circulation des biens et des personnes. Tout semble montrer que l'absence d'échanges entre les différentes parties de la Bretagne amène les habitants à se replier sur leur bassin de vie naturel. Au-delà des découpages administratifs, ce sont les conditions géographiques, les voies de communication naturelles et les proximités culturelles qui instaurent les limites des zones linguistiques homogènes. Comme déjà évoqué, en Bretagne elles sont au nombre de 2: vannetais et léonais qui se subdivise lui-même en 4 dialectes : Cornouaillais, Léonais, Trégorois et Goëlo. On assiste à une fragmentation de la langue bretonne qui à terme mène à une intercompréhension plus aléatoire entre les différents dialectes présents sur le territoire de la Bretagne.

Paradoxalement et concomitamment, au XVIIe siècle germe un intérêt pour la « pureté des langues » et sur « la mère des langues », auquel sera associée la langue bretonne.

Le XVIIe siècle reste donc un siècle majeur dans l'évolution de la langue bretonne. Il marque la fin des échanges commerciaux suivis avec les brittophones insulaires et le début de la fragmentation de la langue sur le continent, dans une Bretagne qui malgré elle, se trouve dans une situation économique très délicate.

⁵³ Monnier Jean Jacques (sous la direction de Monnier JJ et Cassard JY) *Toute l'histoire de la Bretagne*, éditions Skol Vreizh 2012 p 373

⁵⁴ Le Duc Gwenaël, *Cours de civilisation, Université Rennes 2*

⁵⁵ Le Roux Pierre *Atlas Linguistique de Basse-Bretagne* (ALBB) disponible en ligne : <http://sbahuaud.free.fr/ALBB/> site visualisé le 23 07 2016. Ainsi que le *Nouvel Atlas Linguistique de Basse-Bretagne* : NALBB disponible en ligne : <http://bibnumcrbc.huma-num.fr/collections/show/6> site visualisé le 26 07 2016

Louis XIV est toujours au pouvoir quand s'ouvre le XVIIIe siècle. Son règne dure encore 15 ans, avant que son petit fils Louis XV ne lui succède. L'état d'endettement et économique de la France à l'issue du long règne de Louis XIV est désastreux. A sa mort, le Roi Soleil est inhumé de nuit pour éviter les troubles à l'ordre public et c'est un véritable soulagement pour toute la population. Louis XV continue dans la même ligne que son prédécesseur et la situation de la Bretagne ne s'améliore pas. D'un point de vue politique, la Bretagne cherche à résister, mais la mainmise de la France se renforce, ce qui entraîne des réactions telles la conspiration du marquis de Pontcallec mis à mort en représailles en 1720 et la démission de la Chalotais (1764) qui intervient en protestation de l'ingérence de la France représentée par le duc d'Aiguillon. Sous la menace permanente de l'envoi de troupes, la Bretagne, qui garde encore le souvenir de l'intervention des troupes de Louis XIV, est soumise au bon vouloir des rois de France. Louis XVI est plus enclin à la négociation, mais ne change pas significativement les positions relatives de la France vis-à-vis de la Bretagne. D'un point de vue intérieur, les Etats de Bretagne sont soumis à des dissensions entre le Tiers d'une part et les nobles d'autre part. Enthousiasmée dans un premier temps par les idées de la Révolution française, dans une continuité avec la royauté, la Bretagne voit une accélération de son intégration à la France. Elle y perd son nom, son autonomie ou le peu qu'il lui en restait, ainsi que toute forme de représentativité officielle. La création des départements est décidée de Paris, sans attention à une quelconque cohérence sociologique, culturelle, linguistique ou de bassin de vie des habitants. Quatre évêchés sont supprimés : St Malo, Dol, Tréguier et Léon. Les préfets sont dotés de pouvoirs bien plus étendus que ceux des représentants de la couronne dans les Provinces. Durant la Révolution française, sous la période de la Terreur (1793 – 1794), sans considération d'âge, de sexe, de fonction, les populations civiles sont massacrées en masse. En Bretagne, Jean-Baptiste Carrier illustre cette période de la Révolution française⁵⁶. Cet homme politique français, député, secrétaire de la Convention est responsable de plusieurs milliers de morts à Nantes (plus de 10.000 morts) par « déportation verticale » et mariages « républicains ». Les massacres perpétrés durant la Révolution française, plus de deux cents ans après suscitent toujours des débats idéologiques qui laissent les historiens et scientifiques au second plan⁵⁷. Ce XVIIIe siècle est baptisé en France de siècle des « lumières », on n'ose imaginer ce qu'il aurait pu advenir s'il avait été moins

⁵⁶ Pennec Alain, (sous la direction de Monnier JJ et Cassard JY) *Toute l'histoire de la Bretagne*, éditions Skol Vreizh 2012 p 461 à 464

⁵⁷ <http://etudesrobepierristes.com/quel-destin-pour-les-ossements-du-mans>
<http://www.lefigaro.fr/sciences-technologies/2010/06/30/01030-20100630ARTFIG00729-premieres-fouilles-de-charniers-de-vendeens.php> Deux articles sur les charniers relatifs à la bataille du Mans les 12 et 13 décembre 1793. Sites visualisés le 02 08 2016.

« brillant »... D'un point de vue culturel, la celtomanie vient remettre la matière de Bretagne au goût du jour. Nous assistons aussi à la création des chambres de lecture, des clubs intellectuels et des sociétés de pensée comme la franc-maçonnerie, qui influencent les idées de la Révolution. Avec une telle situation politique, le Siècle des « Lumières » ne se termine pas sous les meilleurs auspices économiques. En Bretagne, les forces vives du pays sont anéanties, après Louis XIV, Louis XV, Louis XVI et une révolution qui s'acharne sur l'ouest de la France, les guerres, les impôts et les épidémies, ont raison de l'économie bretonne à la fin du XVIIIe siècle. Le commerce des toiles reste toujours soumis aux aléas des guerres et des représailles protectionnistes et autres taxes douanières surtout vis-à-vis des Anglais. La compagnie des Indes est totalement démembrée et les quais de Lorient sont confisqués et attribués à la marine. Le seul port prospère en Bretagne est celui de Nantes qui avant la Révolution était le second port de France, après Bordeaux. Le trafic du port de Nantes est pour un tiers à destination des Antilles, dont la moitié représentée par la traite des Noirs. L'exploitation minière en Bretagne (plomb et argent) est financée par des banques parisiennes, ce qui ne permettra pas aux bénéfices d'être réinvestis localement. Les progrès de l'agriculture sont lents, la pomme de terre est introduite à la fin du siècle et permet de limiter l'impact des famines dues aux exactions perpétrées durant la période révolutionnaire française.

D'un point de vue linguistique, la situation générale des langues celtiques se dégrade à l'extérieur de la Bretagne. En Ecosse, le gaélique cesse d'être parlé par les élites et par la classe dirigeante. Au sud-ouest de l'Angleterre, le cornique s'éteint.

En Bretagne, la limite de la zone bretonnante migre vers l'ouest, pour s'établir sur une limite passant à l'ouest de St Nazaire, La Roche-Bernard, Josselin, Loudéac et St Briec. A l'ouest de cette ligne, on dénombre un million de locuteurs quasi exclusivement de langue bretonne. Les villes attirent les habitants des campagnes, où ils trouvent des emplois faiblement qualifiés et une confrontation directe avec la langue française. Les villes et principalement les ports tels Lorient et Brest sont les premiers foyers de francisation, en raison du nombre de fonctionnaires qui y sont affectés. Le phénomène de l'ascenseur social va pousser les plus doués à apprendre le français. Le clergé quant à lui, utilise les trois langues : le latin pour la messe, le breton pour la prédication et le catéchisme et enfin le français pour les registres et les comptes de fabrique. Parmi les faits sociétaux, on note l'apparition des écoles⁵⁸. Elles se développent plus en Basse-Bretagne qu'en Haute-Bretagne. Dans les petites écoles, le breton

⁵⁸ Piriou Yann-Ber, Grall Pierre, (sous la direction de Monnier JJ et Cassard JY) *Toute l'histoire de la Bretagne*, éditions Skol Vreizh 2012 p 419 et 420.

est enseigné et les scolaires apprennent à lire le breton. L'enseignement au collège et au séminaire sont dispensés en latin. Le théâtre populaire est considéré comme subversif, il est interdit, mais continue à attirer les spectateurs. La tradition de rimer perdure dans le temps, même dans les endroits reculés des campagnes. Les auteurs de ces pièces sont soit des clercs, soit de simples citoyens. Le XVIII^e siècle se termine sur une situation économique catastrophique pour la Bretagne et plus généralement pour la France. Sur le plan politique, le nom de la Bretagne a été rayé des cartes et son existence niée pour que la réalité puisse se conformer à la théorie de la primauté de l'individu par rapport au groupe. Avant la période révolutionnaire, la langue bretonne bénéficie d'un regain d'intérêt et beaucoup est fait pour la mettre en valeur en tant qu'objet d'étude plus que par intérêt pour son usage par la population. Après une courte période initiale d'acceptation des langues minoritaires de France par les responsables révolutionnaires, elles deviennent l'objet d'une lutte devant mener à leur anéantissement, afin de mieux justifier la prééminence de la langue française et des idées qu'elle en sensée véhiculer mieux que les autres⁵⁹. Dès lors commence un processus de destruction active et systématique des langues minoritaires parlées sur le territoire français. Cette lutte sous des formes plus ou moins affichées ou édulcorées reste encore d'actualité et prend différentes formes en fonction des époques, mais elle ne varie pas quant à ses objectifs. De ce fait, à la fin du XVIII^e siècle, si la langue bretonne continue d'être utilisée par plus d'un million de personnes, son avenir paraît plus que fortement compromis.

Après les affres de la Révolution française, le XIX^e siècle est dédié à la reconstruction, même si à la manière d'un tremblement de terre, des répliques secouent encore la France pendant longtemps. Napoléon assujettit la Bretagne après la guerre civile qui a sévi durant la Terreur. Le pouvoir des préfets est renforcé sous l'Empire et la Bretagne n'est plus qu'une région administrative gérée de Paris. L'objectif de l'Empire est de normaliser les régions qui constituent la France afin de poursuivre le mythe d'une nation uniforme. Le fait que le seul bâtiment officiel construit à Brest sous l'Empire soit la prison de Pontaniou illustre cette politique, qui est menée de pair avec une entreprise de "débrettonnisation". L'Eglise se trouve en face à face avec l'Etat durant un siècle et demi. Le concordat signé en 1801 incite les ecclésiastiques à une soumission au pouvoir en place. En 1859 le diocèse de Nantes est détaché de celui de Rennes, préfigurant déjà le démembrement de la Bretagne. Démographiquement, à la fin du siècle, la Bretagne est marquée par une fécondité élevée. La

⁵⁹ Grégoire Henri « *Rapport sur la nécessité et les moyens d'anéantir les patois et d'universaliser l'usage de la langue française* » Éditeur : Convention nationale 1794 Paris pages 1 à 19.

population est jeune, l'espérance de vie augmente et cela engendre une surpopulation par rapport aux capacités économiques du pays à proposer du travail pour ses habitants. Il s'en suit un exode important des populations des campagnes vers les grandes villes.

On assiste à un effondrement de l'économie entre 1790 et 1820. De 1793 à 1815, les mers sont maîtrisées par les Anglais contre qui la France perd tous ses combats faute d'ingénieurs capables de construire des bateaux modernes et de navigateurs capables de mener un combat naval⁶⁰. Les compagnies maritimes sont ruinées, les industriels le sont aussi, la pêche à la morue est terminée : 1/3 des hommes embarqués ont disparu des rôles entre 1803 et 1813: (morts ou prisonniers). L'agonie de l'industrie en Bretagne prend un siècle, mais est inexorable : les forges, les mines de fer, d'argent, de plomb, de charbon sont abandonnées. L'industrie de la toile fleuron de l'industrie bretonne depuis des siècles, disparaît face à la concurrence nordique française qui s'est industrialisée. La Bretagne n'a plus aucune autonomie politique que ce soit, les Bretons sont divisés par des frontières irrespectueuses de leurs bassins de vie. On assiste à une négation du droit à la différence (disparition des Provinces, interdiction des syndicats...). Au début du siècle, la population des villes bretonnes est en régression, les campagnes sont à l'abandon, les jeunes sont enrôlés dans les armées de l'empire, les landes gagnent sur les cultures. L'image de la Bretagne est symbolisée par le vieillard qui fait l'aumône auprès d'une chapelle. Le développement des moyens de communication en Bretagne répond en premier lieu à des objectifs militaires. Le domaine de l'Etat avec ses manufactures et arsenaux s'accroît et en fait le seul pourvoyeur d'emplois, dont l'une des conditions d'accès est de parler le français. Le canal de Nantes à Brest est construit afin de préserver les échanges et le ravitaillement des arsenaux (dont celui de Brest), de la marine de guerre anglaise. Les voies ferrées sont construites pour une meilleure pénétration de la Bretagne par les fonctionnaires envoyés dans les préfetures et sous-préfetures, pour l'intégration de la Bretagne. Ces développements n'ont jamais un but économique local et seuls les échanges est-ouest entre Paris d'une part et Rennes, Brest où Quimper d'autre part sont favorisés. Jamais les échanges nord-sud de la Bretagne n'ont fait l'objet d'une quelconque attention. Avec l'arrivée du train, les petits ports bretons tombent inexorablement en désuétude. Les ports en général seront délaissés par Le Consulat et par l'Empire ce qui entraîne leur déclin et conduit à la misère des habitants et à leur exode. Seuls Nantes et Saint-Nazaire résistent suivis de loin par Brest, Saint-Malo et Lorient. Nantes cherche à se

⁶⁰ Au musée maritime de Greenwich, la situation déplorable de la marine française à l'époque napoléonienne est expliquée par l'absence de compétences professionnelles, liée à l'exécution de la plus grande part des ingénieurs, des architectes navals ainsi que des commandants de navires qui se trouvaient être des nobles et que la Révolution française n'a pas épargné.

reconstruire en reprenant le commerce des esclaves (pourtant interdit), mais cela reste sans lendemain suite aux accords de 1827 avec les Anglais sur la fin de l'esclavage. Nantes développe alors le commerce de long court vers la Réunion (sucre) et l'Amérique du sud et centrale. Troisième zone de reconquête économique : l'industrialisation (principalement métallurgique). Elle est très lente en raison de la pénurie de capitaux, mais permet à Nantes de redevenir prospère. Les secteurs de la pêche côtière et de la sardine se développent ainsi que l'industrie de la conserve. Cela change la face de la Bretagne, avec une prospérité importante des petits ports de pêche de la côte sud, mais les capitaux sont principalement nantais ou étrangers à la Bretagne ce qui ne favorise pas un ancrage local pérenne. L'industrie de la chaussure se développe autour de Fougères, l'industrie alimentaire autour de Nantes (sucre par l'importation de cannes, biscuits...), le tourisme fait son apparition parmi les classes aisées. L'agriculture se développe très lentement, mais finit par bénéficier des avancées techniques importées par des éléments venus d'autres régions de France (amendement des sols).

D'un point de vue linguistique, les siècles se suivent et les tendances se confirment. Pour la zone gaélique, la langue recule en Irlande et sur l'île de Man. L'« Education Act » de 1872 précède la mise en place d'un système éducatif national sur l'ensemble du Royaume-Uni. La mise en place de ce même système éducatif au pays de Galles affaiblit la position du gallois. L'intercompréhension breton – gallois est terminée, les deux langues d'origine brittonique insulaire sont distinctes, même s'il est avéré qu'un certain degré d'intercompréhension perdure dans certains domaines d'utilisation, en particulier entre les gens de mer⁶¹.

Sous l'Empire, la dialectisation se renforce ce qui complique l'intercompréhension pour les non-érudits. L'enseignement de la langue bretonne est interdit et réprimé quand il est détecté. Cette situation contribue à favoriser la « corruption » du breton institué en objectif par les autorités françaises. La particularisation régionale de la langue va donc s'accentuer rendant celle-ci de moins en moins apte à dépasser des limites géographiques toujours plus réduites. Cette situation créée et voulue sert de justification à la suprématie de la langue française. L'exemple de cette section extraite d'un courrier des préfets des Côtes-d'Armor au ministre de l'Instruction publique en 1831 se passe de commentaire « [Il faut] *"par tous les moyens possibles, favoriser l'appauvrissement, la corruption du breton, jusqu'au point où, d'une commune à l'autre, on ne puisse pas s'entendre [...] Car alors la nécessité de communication obligera le paysan d'apprendre le français. Il faut absolument détruire le langage breton"*. Cet extrait n'est pas une exception, mais bien le reflet d'une politique linguistique⁶².

⁶¹ Abalain Hervé *Pleins feux sur la langue bretonne* éditions Coop Breizh 2003 p55

⁶² Abalain Hervé, *Histoire de la langue bretonne* éditions Jean-Paul Gisserot 2000, p41 et suivantes.

L'implication de Jules Michelet (1798 – 1874), dans la politique et l'idéologie de son temps, relativise la pertinence scientifique de ses écrits, néanmoins, il reste un écrivain et un historien du XIXe siècle. Lors de l'été 1831, il décrit sa vision de la Bretagne en termes peu élogieux⁶³. Il évoque une Bretagne tenue en tenaille entre 4 villes françaises : Nantes, St-Malo, Rennes et Brest. Il situe la ligne de démarcation entre la Haute et la Basse-Bretagne comme passant par : Elven, Pontivy, Loudéac et Châtelaudren. Sur la langue bretonne, sa vision s'apparente à une prophétie de fin du monde. Il la compare à l'agonie de la Bretagne qui devient peu à peu la France. « *Le vieil idiome miné par la langue française, l'improvisation poétique brillante s'éteint...* ». Il mentionne le manque d'intercompréhension « *comme le costume il y en a un par village et entre le Morbihan et Quimper ils ne se comprennent pas, même si le fond de la langue est commun* ». Il évoque aussi d'autres considérations par rapport à la langue, sa prononciation, son origine... mais rien de positif ne se dégage de son texte : les mendiants, la famine, la sélection naturelle de la race. Dans les villes, la langue persiste, mais le caractère s'efface (disparition du costume). Même si les descriptions de Michelet se font sur un mode orienté par les pensées de son époque, il évoque d'une manière nette que les villes sont devenues « françaises » et que l'intercompréhension entre les bretonnants de pays différents est difficile. A l'aube du XIXe siècle, le morcellement de la langue et son confinement à une portée très locale, y compris dans la sphère économique. Cette dernière est limitée aux échanges quotidiens et aux foires et marchés. Le dernier document relevé dans l'ouvrage de Jean Delumeau concerne l'évêque de Coutances qui en 1854 et 1864 mentionne l'émigration des Bretons pour la construction du port de Granville et leur manque de capacité à être guidés par les prêtres de langue française. Il demande donc l'envoi d'un prêtre breton. Cela confirme qu'au XIXe siècle, la majorité des Bretons occupant des métiers ne requérant pas de qualifications élevées, sont des monolingues bretonnants.

D'un point de vue culturel, la langue bretonne n'a jamais été autant étudiée par les philologues de l'époque. Ils le font à titre personnel et d'une manière désintéressée. JF Le Gonidec a marqué une nouvelle approche de la langue bretonne avec ses travaux publiés en 1807 et en 1821, respectivement une grammaire et son dictionnaire celto-breton. Ses travaux ouvrent l'ère du breton moderne. Ce travail marquant, dévoile l'aspect visionnaire du personnage. En effet, il va percevoir bien avant tous les autres que la seule chance de survie de la langue réside dans le fait qu'elle doit être utilisable et donc compréhensible par le plus grand nombre de locuteurs possibles. Il entreprend ses travaux à une période où la langue bretonne était soumise à une politique d'anéantissement de la part des autorités françaises. Il s'attache à la

⁶³ Delumeau Jean, *Documents de l'Histoire de la Bretagne*, ed Privat, 1971

mise en place d'une norme pour la langue bretonne et bien que son travail ait été reconnu dès sa publication, deux siècles plus tard la question du choix de la norme divise encore les locuteurs lettrés du breton. A une période où la langue bretonne se morcelait en un nombre de dialectes dont les variations ne permettaient plus l'intercompréhension aisée entre les locuteurs de cantons différents, son travail relève d'une performance visionnaire. Le second travail important qu'il entreprend est dédié au vocabulaire et à la terminologie. A un moment où l'utilisation des mots français dans la langue bretonne est extrêmement élevée, il cherche à retrouver les mots d'origine et de racine celtiques. A cette époque, la majorité des Bretons de Basse-Bretagne, continue à utiliser la langue dans leur quotidien, mais le bilinguisme français-breton fait son apparition et devient la règle.

Le XIXe siècle s'achève sur un bilan contrasté, d'une part une économie qui se porte mieux, mais dont la Bretagne peine à bénéficier pleinement ce qui génère dans un premier temps, des vagues d'émigration interne vers les grandes villes de Bretagne déjà francisées, suivies par une immigration « sans retour » vers Paris ou la région parisienne, rendue possible par l'arrivée du chemin de fer. Sur le plan linguistique, l'Etat renforce son combat contre les langues minoritaires, dans la continuité des idées de la Révolution. Parallèlement, un certain nombre d'érudits prend conscience de la situation de leur langue et travaille à promouvoir une autre image de la langue bretonne et à structurer la langue pour qu'elle puisse mieux résister au morcellement dont elle fait l'objet. Ce travail est capital par rapport à la situation de la langue bretonne aujourd'hui.

Le XXe siècle s'annonce en France sur une guerre ouverte entre le pouvoir radical de gauche en place et le clergé. La cristallisation des antagonismes engendre des mesures sévères à l'encontre du clergé, dont la formation est proscrite en France et qui conduit à l'exil les religieux des couvents et des séminaires. Un certain nombre de ces séminaristes font le choix d'une vie civile tel Jakez Riou⁶⁴ par exemple, ils deviennent auteurs et marquent la littérature bretonne. Dans un amalgame de complaisance, la langue bretonne est associée aux mesures anticléricales et à l'instar de ce qui se produit pour le clergé, la langue bretonne voit se lever contre elle un déchaînement de force et de haine orchestré par le pouvoir. Rappelons ici que ces propos que l'on qualifierait aujourd'hui de racistes étaient à l'époque de bon aloi et

⁶⁴ Favereau François, Littérature bretonne du XXe siècle. Ed Skol Vreizh 2003 p357 et suivantes

véhiculés par des hommes célèbres tels Jules Ferry, Paul Bert, Victor Hugo, dont l'Etat perpétue la gloire⁶⁵.

Face à cette politique de vindicte générale contre la langue bretonne, une certaine opposition des partis de droite comme de gauche se lève dès le XIXe et surtout au début du XXe siècle pour tenter de faire front à l'injustice. A l'instar de l'Association Bretonne et de l'Union Régionaliste Bretonne créées au XIXe siècle, de nouvelles associations voient le jour dès le début du XXe siècle, par exemple : La Fédération Régionaliste de Bretagne, le Parti National Breton, Brug le périodique créé par Emile Masson.

D'un point de vue politique, sous le régime de Vichy, nous assistons au démembrement officiel de la Bretagne par l'ablation de la Loire-Atlantique du groupe qui formait l'ensemble des départements bretons. Dès lors, l'harmonie qui existait entre une réalité historique et une réalité politique est entamée et participe à l'affaiblissement de l'identité de la Bretagne. A la Libération, l'Etat, ne fait que conforter et réofficialiser cette option pétainiste en dépit des mouvements qui tentent de redonner à la Bretagne une intégrité territoriale en cohérence avec son histoire.

Au plan économique, la situation se redresse au début du siècle. L'agriculture bretonne se développe et prend une place importante au niveau national. Grâce aux progrès techniques et à l'avènement du chemin de fer : porcs, chevaux, bovins, mais aussi les légumes bretons sont appréciés en France et à l'étranger (Grande-Bretagne). Cette situation permet aux Bretons de manger à leur faim, même durant les épisodes de crise qu'elle a connus. Cependant, à l'échelle de l'Europe les performances bretonnes et françaises sont notables, mais en deçà des performances des voisins (nord de l'Allemagne par exemple). L'industrie reste le parent pauvre de la Bretagne et représente 23% de la main-d'œuvre totale.

Des initiatives tentent de créer une forme de représentativité de la Bretagne auprès des institutions nationales françaises. Ces institutions telles que le CELIB⁶⁶, sont habilement et rapidement balayées. La plus grande révolution économique est celle de l'agriculture qui intègre toute une filière agro-industrielle axée sur la productivité et qui apportera une certaine prospérité à la Bretagne. Ce modèle connaît plusieurs limites dont les nombreuses crises agricoles sont le signe. La pêche se transforme pour passer d'une pêche vivrière à une pêche côtière et de haute mer. La grande pêche disparaît totalement (Terre-Neuve et Islande). La marine de commerce a ses heures de gloire, grâce aux relations avec les anciennes colonies. Cependant, si de nombreux marins bretons sont employés, le commerce et ses fruits

⁶⁵ Reynaud Paligot Carole. *La République raciale. Paradigme racial et idéologie républicaine 1860-1930.* Paris, Presses universitaires de France, 2006.

⁶⁶ Nicolas Michel, *La revendication bretonne*, ed Coop Breizh 2007 p 141 et suivantes.

échappent très largement aux ports bretons. La marine de guerre apporte des emplois aux Bretons dans les ports de Brest et de Lorient. L'arrivée massive des touristes et des expatriés qui reviennent en Bretagne durant les périodes estivales et à l'heure de la retraite est une nouvelle source de développement de la Bretagne, basée sur la nostalgie et le folklore. Le départ des jeunes à la recherche d'un emploi et le retour des anciens pour leur retraite permet à la Bretagne de conserver un niveau de population identique, voire d'accroître sa population (accroissement de la longévité des populations). D'un point de vue économique, la Bretagne perd quand même ses forces vives pour accueillir une population plus âgée, ce qui engendre une économie des séniors.

Au milieu du XXe siècle s'opère un changement important pour la langue bretonne car pour la première fois, le nombre de locuteurs bretonnants en basse Bretagne se retrouve en minorité. La place du breton dans les échanges devient facultative, ou réservée à des sphères bien identifiées : la sphère privée et celle de certaines professions du secteur primaire. En Bretagne, après la Seconde Guerre mondiale, l'Eglise est le seul rempart institutionnalisé, contre la disparition de la langue bretonne, mais après la Seconde Guerre mondiale, elle abandonne à son tour la langue bretonne, les sermons sont prêchés de plus en plus souvent en français. L'Eglise semble réagir avec un temps de retard aux évolutions de la société car après avoir résisté à l'abandon de la langue bretonne, alors que celle-ci était bien intégrée par la majeure partie de la population bretonne, elle ne capitalise pas sur le potentiel lié à son regain d'intérêt plus récent dans l'opinion publique, en particulier au sein des jeunes générations.

Le classement de la langue bretonne comme « langue populaire » lui procure un statut qui ne permet pas l'accès aux outils qui permettent son adaptation aux évolutions de l'environnement social et professionnel des locuteurs. Sur plusieurs générations, des érudits participent au travail de remise à niveau de la langue : L Némo alias R Hemon, F Vallée, PJ Helias, A Keravel, A. Le Mercier, P Denez, F Favreau, M Ménard, pour en citer quelques-uns. Dans la seconde partie du XXe siècle, nous assistons à la disparition des derniers bretonnants monolingues et à une timide reconnaissance des langues qualifiées de « régionales », comme un élément « patrimonial » de la France. Cette mention des langues « régionales de France » ne leur donne pas les moyens d'une existence vernaculaire possible dans le cadre des lois de la République. Sur les quatre universités bretonnes, seules deux proposent un enseignement du breton, parfois en breton. Le développement des travaux de terminologie pour adapter la langue bretonne au monde de l'enseignement et aux besoins contemporains va voir le jour sous l'impulsion de certains chercheurs (Lukian Kergoat, Guy Etienne et d'autres). La création de l'Office Public de la Langue bretonne comme outil de normation de la langue est

certainement une avancée considérable vers une réappropriation de la langue par les locuteurs qui souhaitent l'utiliser. Une prise de conscience existe, l'opinion publique évolue et dans une grande proportion, elle n'associe plus la langue à des aspects négatifs ou passésistes. Sous l'impulsion de l'association Diwan, pionnière en la matière, une structure de formation à la langue bretonne, en breton est mise en place, mais elle ne concerne pour l'instant, qu'un nombre très restreint d'élèves. Cela s'est fait sous forme associative sans intervention positive de l'Etat qui n'entend pas favoriser l'apprentissage du breton par immersion, mais se trouve néanmoins dans une situation où la demande sociétale oblige, à ne pas s'y opposer trop ostensiblement. Sous la même pression, l'affichage bilingue dans l'espace public se développe, quant aux médias, presse écrite, radio et télévision, il existe une offre qui tend à se développer principalement sous forme associative. Pour la télévision, les budgets restent restreints et l'offre se compte en minutes par jour. En fin de siècle, l'espace linguistique dans lequel le breton peut être utilisé s'est déplacé de la campagne vers les villes. Le nombre des locuteurs reste démographiquement en constante baisse car les décès des locuteurs natifs âgés ne peuvent être compensés par le nombre de néo locuteurs formés.

En conclusion on peut dire que la première partie du XXe siècle en Bretagne reste marqué par les secousses des deux guerres mondiales, par une lutte contre la langue bretonne. La seconde moitié du siècle est marquée par une reconstruction et un certain retour à une prospérité économique qui s'accompagne d'une édulcoration des luttes de l'Etat contre les langues minoritaires sans qu'aucune remise en cause ne soit concevable.

c) Superpositions chronologiques

Cette revue des situations géographiques, historiques et linguistiques du breton, bien que ramenée aux traits principaux qui caractérisent chaque période, permet d'aller plus loin dans l'analyse et de capter les mouvements de fond qui nous ont amenées à la situation contemporaine. Les éléments précités sont résumés sur le tableau situé en annexe⁶⁷. Cette perspective permet de situer la place de la langue bretonne dans son contexte politique et économique. Pour ce faire j'ai retenu 4 critères :

- Climat général de paix
- Situation de l'économie
- Politique linguistique
- Situation linguistique

⁶⁷ Annexe 8: Chronologie sociolinguistique des phénomènes environnant la langue bretonne.

Le système d'évaluation des différents paramètres est exposé en annexe⁶⁸. Les tableaux suivants présentent ce qui ressort du travail de cotation réalisé. Pour une lecture plus aisée, j'ai découpé les intervalles de temps chronologiquement soit par grandes périodes pour les plus anciennes, soit par siècle. Par rapport aux événements, j'ai choisi de rapporter la situation principale la plus significative sur la période considérée. La situation linguistique est ce qui me sert d'élément de référence pour la comparaison des autres paramètres étudiés. Ainsi il est possible de chercher à corréliser les différents paramètres étudiés avec la situation linguistique en Bretagne.

La situation linguistique du breton appelle à elle seule quelques remarques :

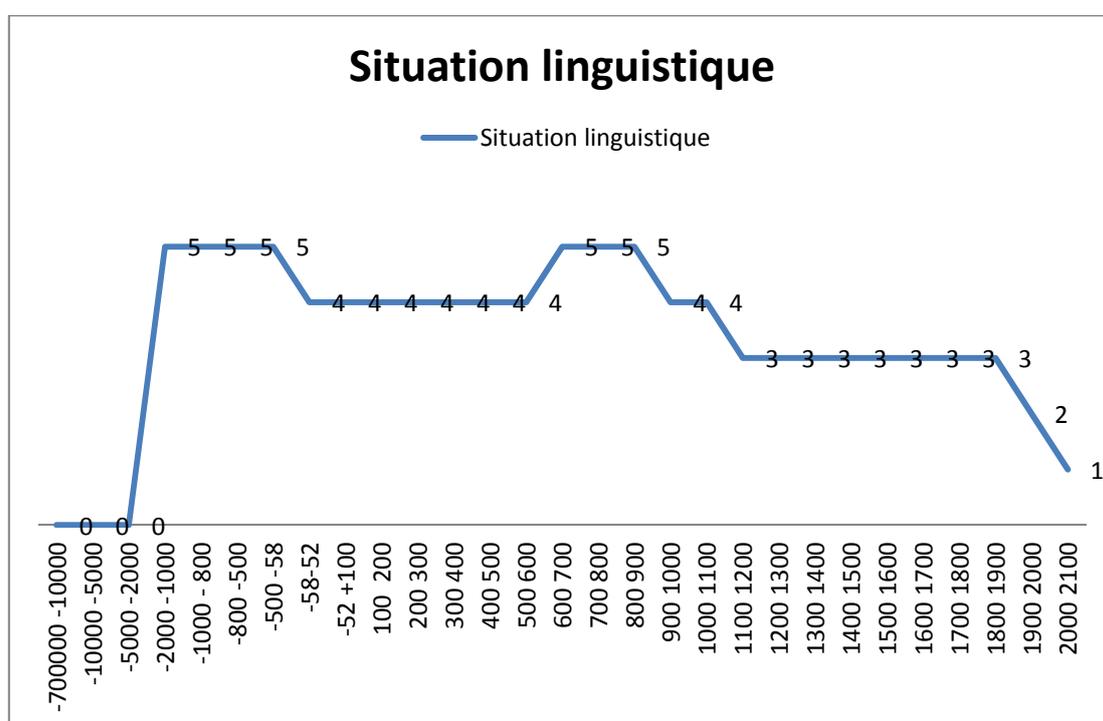


Figure 2: Situation de la langue bretonne au fil des siècles. Source personnelle.

Pour un observateur situé en Bretagne, la tendance globale de l'utilisation des langues celtiques parlées dans l'ouest de l'Europe est globalement baissière depuis l'arrivée des Romains. On note cependant des périodes différentes dans cette évolution par paliers. Dans un premier temps, à partir du moment où les langues celtiques sont arrivées en Europe de l'Ouest, elles sont devenues celles du pouvoir dominant et étaient majoritaires. Dans un second temps à partir du moment où les Romains ont contrôlé la Gaule, elles ont perdu de leur prestige. La langue brittonique était toujours majoritaire, mais elle n'était plus la langue du

⁶⁸ Annexe 9: Système de quantifications des critères sociolinguistiques environnementaux de la langue bretonne & tableau de cotation.

pouvoir dominant. Ce palier est notable, mais il n'a jamais remis la langue en question en tant que moyen de communication vernaculaire. La seconde phase de perturbations de la langue bretonne en Bretagne, est caractérisée par la période des invasions vikings. Du XIIe au XVIIIe siècle la situation de la langue bretonne se stabilise définitivement à un niveau plus bas. Durant cette longue période, le breton reste la langue du peuple et de la vie quotidienne. Nous sommes déjà dans une période de régression et de fragmentation de la langue, mais le breton reste une langue reconnue et respectée. A partir du XIXe siècle, la place du breton chute vertigineusement en l'espace de deux siècles vers une dissolution quasi générale dans un environnement francophone. Nous pouvons cependant remarquer que la situation de la langue bretonne n'a eu que peu de périodes où elle était en situation dominante. Son évolution globale a toujours été régressive depuis la chute de l'Empire romain, avec des paliers plus ou moins longs, de stabilisations et de rechutes. La situation actuelle de la langue bretonne est unique car elle fait suite à une évolution rapide sur deux siècles, qui l'a faite passer d'un statut de langue reconnue et tolérée à une quasi-disparition de la vie publique et privée.

La superposition des périodes de climat général de paix par rapport à la situation de la langue permet de repérer les relations potentielles de cause à effet entre ces deux phénomènes :

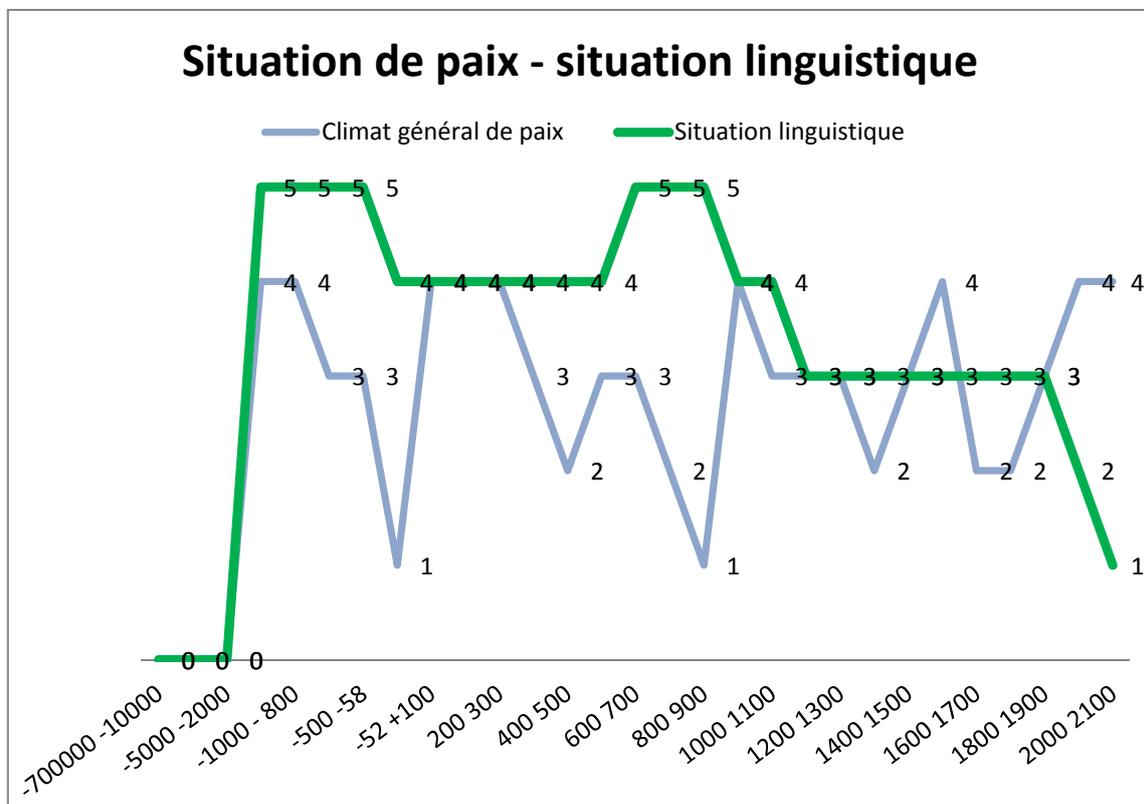


Figure 3: Situation de la langue bretonne par rapport au contexte de paix en Bretagne. Source personnelle.

Par rapport au climat de paix, nous observons deux crises majeures que l'on peut qualifier d'exogènes : les invasions romaines et vikings. A chaque fois, avec un effet retard, ces deux invasions laissent des traces matérialisées par un effet négatif sensible sur la situation de la langue. On remarque aussi que la dernière rupture née au XVIII^e siècle et qui marque une discontinuité importante dans la position de la langue bretonne est précédée par des crises plus sporadiques et limitées à la fois dans le temps et dans leur intensité. On peut considérer cette crise comme un élément endogène, eu égard à la domination de la France sur la Bretagne à cette période. On remarque que la dernière chute de la position de la langue bretonne est sans commune mesure avec la crise révolutionnaire qui est de forte intensité, mais plutôt de courte durée. Contrairement aux conséquences des crises militaires, la conséquence de la Révolution française est plus politique et dogmatique dans ses approches, en particulier par rapport à la politique linguistique, sous couvert d'une « supériorité universelle » de la langue française.

Les crises armées ont une influence sur le devenir des langues, les crises exogènes, même relativement longues, n'ont pas d'effet durable une fois celles-ci dissipées. Par contre, une crise endogène telle que la guerre civile qui a suivi la Révolution française s'est cristallisée sur des dogmes qui ont réduit à néant un certain nombre de richesses qui appartenaient à l'histoire des différentes populations devenues françaises. Dans une volonté de régénération destructrice qui n'a rien épargné : hommes, femmes, enfants, œuvres d'art, bâtiments, mobilier, lieux de cultes, langues, la Révolution française a accouché d'un centralisme despotique plus marqué que celui qui existait au temps des rois de France et des Provinces. Si les guerres, les invasions et révolutions affectent la situation des langues minoritaires, voyons ce qu'il en est de l'influence de la situation économique.

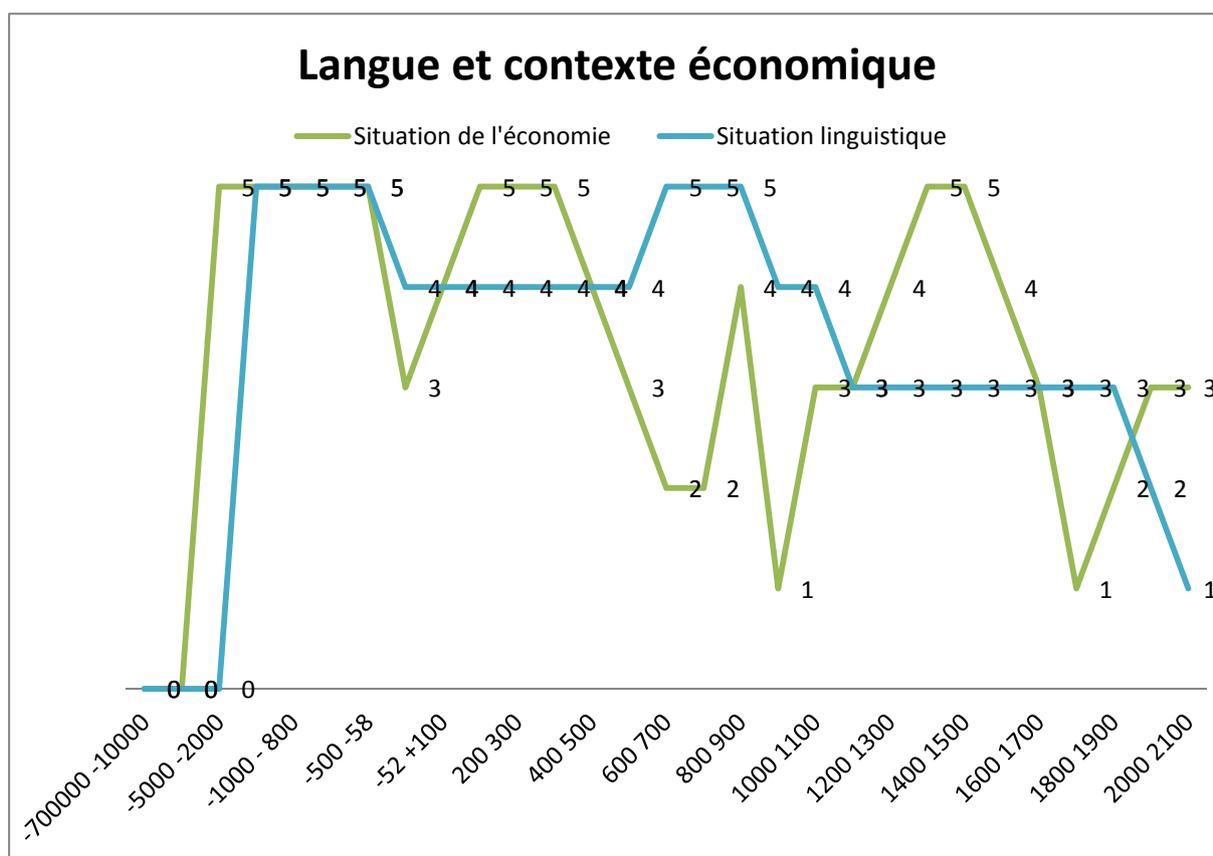


Figure 4: Langue et situation économique. Source personnelle.

Quand on examine attentivement le graphique précédent, on remarque que le lien entre la situation économique et la situation de la langue n'est pas explicite.

Nous trouvons tous les cas de figure avec :

- 1) Une langue (niveau 5) et une économie forte (niveau 5) durant l'époque préromaine, les deux courbes sont confondues.
- 2) Une situation de langue forte (niveau 4), mais une économie difficile (niveau 1), conséquence des invasions vikings.
- 3) Un cas d'économie relativement forte (niveau 3), mais une situation de la langue bretonne très faible (niveau 1), qui est illustrée par la période contemporaine. Ceci peut se comprendre par le fait que les tenants de l'économie bretonne ne sont pas, ou plus, les tenants de la langue bretonne, mais ceux de la langue majoritaire.
- 4) Enfin il nous manque la situation d'une économie faible et d'une langue en situation de faiblesse, qui pourrait s'établir à l'horizon du XXI^e siècle.

Si l'on ne peut pas lier la situation d'une langue et de l'économie sur une période durable, on peut cependant remarquer qu'un changement de phase défavorable pour la langue est toujours

précédé d'une situation de perturbation économique déclenchée par des facteurs exogènes : arrivée des Romains, l'émigration bretonne sur le continent aux Ve et VIIe siècles, ce qui implique la reconstruction des infrastructures sociétales dans un nouveau contexte géographique, suivi de très près par l'invasion des Vikings en Bretagne. Ces deux changements économiques ne sont pas similaires quant à leurs conséquences. Les Romains ont conquis la Gaule dans une perspective de valorisation des terres et la production de richesses (à leur principal profit). L'invasion des Vikings s'est faite dans un premier temps, dans une perspective de pillages, sans intention de valorisation du pays. Ces deux derniers événements successifs, forment une longue période de fragilité économique, qui est suivie par une chute importante de la situation de la langue bretonne. Les conséquences économiques de ces deux périodes ne sont pas similaires, dans un cas la langue bretonne a repris une position dominante (hors de son territoire d'origine), dans le second cas elle s'est traduite par un affaiblissement important et définitif. Enfin, la crise économique qui a précédé la période révolutionnaire française a aussi déclenché une évolution défavorable de la situation de la langue bretonne, avec en plus un effet à la fois radical et rapide, chose unique dans l'évolution de la langue. Notons aussi que les périodes de retour à la prospérité n'ont jamais favorisé le retour de la langue à la position favorable antérieure. La dégradation de l'économie peut donc avoir un lien avec la dégradation de l'utilisation d'une langue minoritaire. Par contre, un retour à une situation de prospérité économique ne permet pas à une langue minoritaire de retrouver une situation meilleure.

Examinons l'influence d'une politique linguistique sur le devenir d'une langue minoritaire :

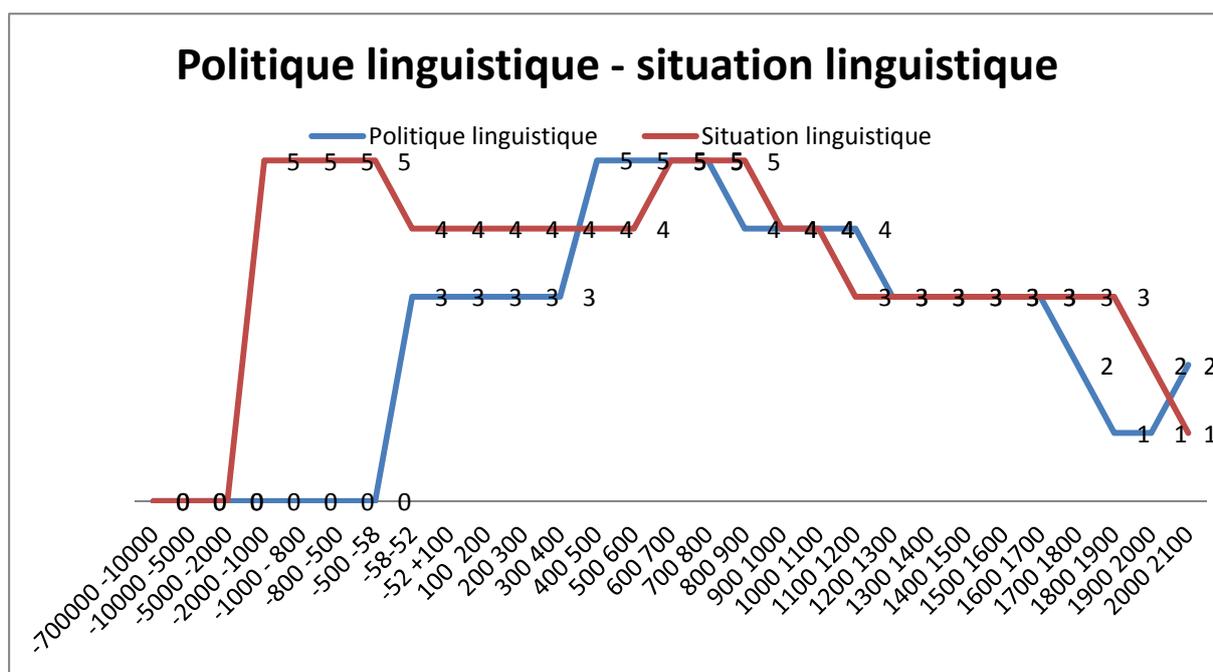


Figure 5 : Influence de la politique linguistique sur la situation des langues minoritaires. Source personnelle.

Il est difficile de déceler clairement les contours d'une politique linguistique dans la mesure où celle-ci n'est pas toujours explicitement articulée. On peut cependant noter qu'en fonction du pouvoir en place à un moment donné, cela crée un contexte plus ou moins favorable aux langues en présence. Nous avons les situations d'occupation, ou une langue exogène apporte avec elle le prestige de la force et parfois l'espoir d'une vie meilleure en cas d'intégration de la langue exogène par les populations autochtones. La langue du dominant qui peut être numériquement minoritaire dans le pays, ne favorise pas la position de la langue dominée qui se retrouve entachée d'une image défavorable en se trouvant être la langue de l'occupé. Trois périodes caractérisent cette situation :

- L'occupation romaine.
- L'occupation française en Bretagne qui d'indirecte du XIe au XVe est devenue directe à partir du XVIe siècle. On note que dans cette situation quand l'enjeu des langues n'est pas d'ordre idéologique, la langue de moindre prestige ne bénéficie pas de l'effet positif de la langue majoritaire, mais elle ne souffre pas non plus à court terme d'une menace de disparition. Durant ces périodes la langue de moindre prestige évolue sur une phase en plateau ce qui cache une pente décroissante lente imperceptible sur le court terme. En effet, la langue de degré inférieur ne peut bénéficier des effets de développement, des synergies et de l'adhésion d'une langue de prestige.
- On observe une situation unique au XIX et XXe siècles, avec une chute vertigineuse de la pratique quotidienne de la langue, concomitamment avec une politique qui prône

ouvertement l'anéantissement des « patois » : le breton comme toutes les autres langues pratiquées sur le sol français. Cette politique volontariste porte un coup très rude à la pratique de la langue bretonne et des chercheurs reconnus n'hésitent pas à qualifier cette politique de « génocide linguistique »⁶⁹.

En résumé, contrairement aux précédentes périodes d'occupation de la Bretagne, c'est une guerre civile récente, la Révolution, qui a vu naître une volonté de destruction des langues parlées en France, au nom des Lumières et de la supériorité (universelle) de la langue française sur toutes les autres⁷⁰. Au début de XXe siècle, les frictions idéologiques qui opposent la majeure partie de la classe politique française, tous partis confondus, à la demande de reconnaissance des différentes régions historiques sont toujours palpables. La langue bretonne n'est plus ouvertement désignée comme une langue à détruire et affublée de tous les maux qui peuvent s'opposer au « progrès » tel que définit par les canons de Révolution française, mais elle ne bénéficie pas pour autant de mesures « réparatrices » des dommages qui lui ont été causés.

d) Bilan sur l'histoire du breton

Cette section sur l'histoire de la langue bretonne et de ses interactions avec l'économie nous permet de la situer par rapport à ses origines indo-européennes et ses évolutions. La première évolution notable est la séparation entre le gaélique et le brittonique. La proximité entre la langue préromaine utilisée en Armorique et la langue bretonne insulaire permet de se poser la question d'une origine insulaire de la langue armoricaine préromaine qui aurait servi de substrat linguistique et culturel favorable à la venue des Bretons en Armorique à la fin de l'Empire romain. Nous avons pu apprécier les différentes phases de l'évolution de la langue. L'intercompréhension aisée entre tous les locuteurs du monde brittophone : Pays de Galles, Cornouailles, Armorique, s'est amenuisée peu à peu avec la dialectisation apparue sur chacune des zones, jusqu'à en faire des langues différentes. La zone d'intercompréhension linguistique est une zone d'échanges privilégiée qui bénéficie aux échanges et à l'économie. Les évolutions des langues et des zones de rayonnement économique sont liées. Les langues laissent peu de traces, mais les fouilles archéologiques ont permis d'attester d'échanges

⁶⁹ http://www.lexpress.fr/culture/livre/claude-hagege-imposer-sa-langue-c-est-imposer-sa-pensee_1098440.html
Interview de Claude Hagege sur la place relative des langues dans la société site visualisé le 27 02 2016

⁷⁰ Grégoire Henri « *Notre langue et nos cœurs doivent être à l'unisson* » discours à la Convention nationale 4 juin 1794. <http://www.assemblee-nationale.fr/histoire/Abbe-Gregoire1794.asp> site visualisé le 24 07 2016

commerciaux entre différents points d'Europe, dont un commerce transmanche régulier dès la préhistoire. L'étude de l'évolution de la langue dans son contexte historique, sociétal et politique, permet de mieux comprendre cette évolution. La superposition des faits avec la situation de la langue a permis d'établir un certain nombre de corrélations dont les principales sont les suivantes : chaque période d'invasion militaire engendre un effet négatif sur la langue du pays envahi, mais la nature et la profondeur de l'impact est fonction des intentions des assaillants. Une invasion en vue de mettre un pays en valeur et d'en retirer les fruits sur le long terme est moins préjudiciable à la langue qu'une stratégie d'envahissement en vue de pillages. Dans le premier cas, la maîtrise de la langue du colonisateur permet un accès à une meilleure position sociale, ce qui n'est pas le cas dans la seconde situation. Aucune des deux invasions (Romains et Vikings) ne poursuivait un but linguistique. La Révolution française a marqué plus durablement la langue bretonne. A la guerre civile qui en a découlé s'est doublée une volonté idéologique de faire de la France un bloc homogène et égalitaire qui passe par la suppression de toute différence entre les individus d'où l'interdiction des syndicats, des langues minoritaires ainsi que l'étude des groupes ethnolinguistiques ancrés sur le sol national. Instauré au début du XXe siècle, un demi-siècle de cette politique a suffi pour qu'en trois générations la pratique de la langue bretonne soit parlée par une minorité de la population et ne soit plus transmise d'une manière intergénérationnelle.

Par rapport à la situation économique du pays, nous notons qu'une situation de crise économique aiguë peut être un élément précurseur à une dégradation du statut d'une langue minoritaire, mais que le retour à une situation économique plus florissante n'a pas de conséquences réelles sur la situation de la langue. On ne peut donc attendre qu'une situation économique favorable puisse engendrer le redressement du statut d'une langue minoritaire malmenée. Les paramètres étudiés : situation de paix, situation économique et politique linguistique, se combinent parfois dans des situations de causes à effets ou par superposition, mais ils ont tous une importance sur le devenir des langues minoritaires.

Une revue des livres d'histoire anciens⁷¹ a permis d'attester de la présence des Bretons dans les traités internationaux liant la Bretagne à d'autres pays. L'utilisation de la langue bretonne n'est pas attestée, mais il est fait mention du recours à des interprètes occupant des fonctions élevées pour la rédaction de traités faisant office d'événements historiques importants.

L'historien Jean Kerhervé, médiéviste de l'université de Brest, a consacré une partie de sa vie universitaire à la recherche, sur les aspects administratifs de la Bretagne à différentes

⁷¹ Annexe 2: La Bretagne vue par ses premiers historiens.

périodes, dont celle de la période ducal. Il nous confirme les éléments suivants en référence à son travail de recherche : « *D'origine française, les ducs de la maison de Montfort ne parlèrent jamais le breton et appuyaient leur œuvre de centralisation sur l'usage exclusif du français. Les origines géographiques de leurs grands officiers des finances le démontrent à l'évidence et nous n'avons jamais rencontré au cours de nos dépouillements d'archives, le moindre document financier en breton*⁷². »

Léon Fleuriot exprime le même constat : "*Les déplacements [et il en va de même pour les autres événements] qui n'ont pas de caractère militaire, ou simplement exceptionnel, sont ignorés en général de nos documents écrits*"⁷³. Cette citation s'applique tout à fait aux situations de la vie courante, comme les échanges économiques dans une situation pacifiée, ou les langues utilisées pour les mener à bien.

Pour influencer efficacement et rapidement sur l'obsolescence d'une langue, l'histoire récente nous démontre que la mise en cohérence d'un ensemble d'actions coercitives et incitatives permet une accélération du phénomène. A l'inverse, il n'est pas sûr que dans le cadre d'une politique forte de réhabilitation d'une langue minoritaire comme le breton, on puisse restaurer une pratique vernaculaire parlée par la majorité de la population et revenir à une situation de transmission intergénérationnelle, clé de la survie d'une langue. C'est le cas du gaélique en Irlande, qui bien que langue officielle ne parvient pas à devenir la langue vernaculaire des Irlandais.

A contrario, l'exemple de l'hébreu en Israël nous montre qu'il est possible non seulement de revitaliser, mais aussi de « ressusciter » une langue, au prix de deux éléments :

- Une politique volontariste ou au minimum neutre.
- Une adhésion forte de la population^{74, 75}.

Cette situation est-elle reproductible en France ?

En France, toutes tendances confondues des partis nationaux alternativement au pouvoir, depuis la période révolutionnaire, on retrouve un consensus globalement hostile à la mise en place de toute politique efficace pour le maintien ou l'amélioration de la situation des langues minoritaires. C'est d'ailleurs récemment, en 1992, que la constitution a renforcé la suprématie légale du français. Les langues sont des outils dynamiques et si elles ne se développent pas,

⁷² Prigent Christiane, *Pouvoir ducal, religion et production artistique en Basse-Bretagne de 1350 à 1575*, éditions Maisonneuve et Larose, 1992, p. 63

⁷³ Fleuriot Léon, *Les origines de la Bretagne* éditions Payot 1980 p. 47

⁷⁴ Kaufman Jeff the revival of the Hebrew language 2005 <http://www.jefftk.com/final-papers/revival/revival.pdf> visionné le 31 mars 2015

⁷⁵ Yatziv-Malibert Illy. *Renouer avec la langue : nouveaux regards sur la vernacularisation de l'hébreu*. Dossiers d'HEL, SHESL, 2014, Linguistiques d'intervention. Des usages socio-politiques des savoirs sur le langage et les langues, pp.6 <http://dossierhel.hypotheses.org/halshs-01115216>

elles ne peuvent que régresser. Sur le plan interne à la Bretagne ou aux autres régions de France (métropole et outremer), pour qu'une revitalisation linguistique puisse prendre corps, il est nécessaire qu'un groupe puisse s'identifier et s'affirmer. Les identités régionales et l'identité bretonne en particulier se trouvent affaiblies par les découpages et les redécoupages territoriaux qui visent à brouiller la perception de cette identité par les habitants des zones ethnolinguistiques⁷⁶. Les conditions n'étant pas réunies, le concept d'une politique française favorable aux langues minorisées ne devrait pas voir le jour à brève ou moyenne échéance, en Bretagne comme dans les autres régions de France.

2) Le vocabulaire contemporain

a) Les dictionnaires

Les deux principaux outils nécessaires à l'apprentissage et l'utilisation d'une langue sont d'une part le dictionnaire qui contient les mots et les définitions qui traitent du sens des mots et d'autre part la grammaire qui permet la construction non équivoque des phrases permettant ainsi d'enrichir le sens des mots et du message, pour l'émetteur et pour le récepteur. Ces deux éléments principaux régissent une langue et ses articulations. Ces deux outils sont particulièrement utiles lorsque cette langue est apprise et non transmise d'une manière intergénérationnelle, comme cela est majoritairement le cas aujourd'hui pour les langues minoritaires de France.

Pour une entreprise qui veut utiliser une langue minoritaire dans sa pratique quotidienne, au-delà de la maîtrise d'un certain niveau langue qu'il est indispensable d'atteindre, le problème du vocabulaire se pose très rapidement. Pour les premiers locuteurs de l'entreprise, il s'agit de trouver les mots qui vont désigner les éléments concrets ou abstraits, dont le sens sera partagé par l'ensemble des locuteurs. Sans ce sens commun attribué aux mots, le risque de non-compréhension ou de mauvaise compréhension peut être préjudiciable à l'entreprise. On peut qualifier cela d'insécurité linguistique, orale ou écrite. Une fois prise la décision d'utiliser la langue minoritaire dans une entreprise, sur les sujets quotidiens, les locuteurs ne cessent de se heurter à des mots spécialisés au secteur d'activité de l'entreprise, qu'ils ne maîtrisent pas dans la langue minoritaire. Cela est d'autant plus crucial, que la vie d'une entreprise s'inscrit

⁷⁶ Annexe10 : Les identités régionales.

dans une perspective qui touche au présent et au futur et fait appel à des outils, méthodes et concepts nouveaux, dont la désignation se fait par des mots que ne sont pas toujours existants, connus et partagés.

Quelles solutions au problème de vocabulaire ?

Face au manque de vocabulaire, ou à l'insécurité linguistique, dans les relations quotidiennes les locuteurs développent différentes stratégies.

La périphrase peut se révéler être une solution temporaire, sur le champ, dans le flot d'une conversation. Son manque de concision induit un défaut de productivité dans l'expression ce qui rend impossible de se contenter de périphrases sur le long terme. Il faut absolument trouver ou créer un mot s'il n'existe pas déjà, ce qui implique un travail de terminologie. Une autre solution immédiate consiste à emprunter le mot de la langue majoritaire plus ou moins affublé des signes grammaticaux de la langue minoritaire. C'est une solution rapide et efficace. Elle n'est pourtant pas satisfaisante car l'utilisation de mots empruntés à la langue majoritaire par méconnaissance revient à parler incorrectement la langue minoritaire. Force est de reconnaître cependant que la facilité est attractive et le côté « international » du mot si l'emprunt se fait à une « lingua franca » par exemple, peut l'emporter sur tout autre travail de terminologie. Si la recherche du mot le plus approprié n'est pas faite sur le champ pour des raisons pratiques, emporté dans le flot des actions quotidiennes, le risque de réutiliser systématiquement le mot emprunté subsiste. La recherche d'une terminologie est un exercice qui demeure important si l'entreprise veut progresser dans sa sécurisation linguistique dans la langue minoritaire. Pour que cela se passe, il faut que les outils de détermination de la terminologie la plus appropriée soient facilement accessibles, au moment et sur le lieu où naît l'interrogation.

Le travail de terminologie, comporte en lui beaucoup d'enjeux et reste un travail difficile qui, au-delà des contextes idéologiques, oblige à des choix méthodologiques d'une part, mais aussi à des choix plus philosophiques entre un ancrage dans les racines de la langue ou dans une pratique plus internationale⁷⁷.

Cette problématique est bien expliquée par Lukian Kergoat, expert en la matière. Il a contribué à l'établissement d'une terminologie adaptée à l'enseignement du breton et à l'enseignement en breton, pour différentes matières étudiées par les élèves. Sa communication datée de septembre 2011 à l'université de Montpellier résume bien les enjeux et difficultés de l'exercice⁷⁸.

⁷⁷ Lannuzel Fulup, *Penaos sevel gerioù nevez azas ha kaer*, Editions Hor Yezh, N° 284, Kerzu 2015 p25 à 34.

⁷⁸ Annexe 11 : Kergoat Lukian, *Terminologie bretonne - Pennad-evil-Skol-Veur-Perpinyà* 2011

Comme il l'explique, la création de mots, comme toute création humaine relève de choix faits en fonction de courants d'influences variés et parfois divergents. Lors de la création d'un mot, il faut définir le niveau de langue que l'on choisit et le contexte dans lequel celui-ci sera utilisé. Il existe trois approches principales quant à la création de mots nouveaux et chacune d'elle présente à la fois des avantages et des inconvénients.

La première approche consiste à remonter aux racines étymologiques des mots pour redonner une certaine « pureté » à la langue minoritaire. L'objectif est double : il s'agit d'expurger toutes les racines qui trouvent leurs fondements dans la langue majoritaire ou dans la *lingua franca*, pour bâtir un mot nouveau, uniquement à partir des anciennes racines de la langue minoritaires. Le risque de ce genre de démarche est de générer un vocabulaire relativement hermétique, réservé aux experts de la terminologie et inaccessible aux utilisateurs potentiels. La fonction première d'une langue est d'être partagée et partageable par le plus grand nombre pour en faire un outil de communication, efficace et sûr, ce qui n'est pas explicitement le cas décrit ci-dessus.

La seconde approche, est représentée par une terminologie pragmatique en optant pour une traduction qui soit directement accessible aux locuteurs de la langue minoritaire qui ont été formés dans la langue majoritaire. Ici encore l'exercice est difficile car il s'agit de préserver une certaine « intégrité » de la langue minoritaire, tout en créant des passerelles avec la langue majoritaire.

La troisième approche est de créer des mots nouveaux sur la base de la langue la plus communément utilisée pour associer le mot et son sens, dans la langue la plus communément utilisée dans le domaine considéré. Ce mot peut lui-même venir de la *lingua franca*, par exemple l'anglais en Europe. On peut qualifier cette approche « d'internationaliste ».

Une illustration de ce propos peut être le mot français dédié à la description de l'ensemble des marchandises possédées par une entreprise : « les stocks ». Nous avons une identité de mots pour l'anglais et le français, quant au breton, plusieurs terminologies existent :

- Preder (Yann-Baol AN NOALLEG) : Boniad (g)
- Grand terrier.net (dictionnaire Favereau) : ar bernad/iad (g) ainsi qu'une variante contextuelle stalad staliad répondant au mot arsenal dans son sens figuré.
- TermOfis (geriadur an Ofis) : ar stok / ar stokoù (g)
- Brezhoneg 21 (Diwan) propose deux terminologies contextuelles berniad/berniadoù pour ce qui peut se présenter sous forme de tas et stok/stokoù pour le domaine de l'économie et de la gestion.

Comme on le voit ici, pour ce mot communément utilisé dans le monde de l'économie et de l'entreprise, en fonction du dictionnaire utilisé on retrouve en filigrane les approches évoquées plus haut. D'une part une traduction du mot « stock » qui fait référence à:

- Une racine ancienne, le mot breton « bon », qui reste relativement hermétique pour les locuteurs des autres langues, voire même pour les bretonnants.
- Au mot « berniad » ou « bernad » qui est bâti sur un nom breton « bern » qui fait partie du langage courant et qui peut signifier « tas », « amas », ou par extension « beaucoup ». Le terme est hermétique au non-locuteurs du breton, mais plus facilement accessible aux bretonnants.
- Au mot « stok » accessible aux locuteurs et aux non-locuteurs du breton, y compris dans un contexte international.

Aucune de ces traductions ne peut se prévaloir d'être supérieure à une autre, mais à ce stade, un choix concret s'impose pour le locuteur qui veut utiliser le mot pour s'exprimer à propos d'un concept ou d'une chose. D'une proposition simplificatrice qui peut amoindrir la spécificité d'une langue, mais qui la rend accessible dans un contexte international à une proposition étymologique du terme qui rend la langue plus difficile d'abord, surtout dans un contexte de productivité et qui rend l'insécurité linguistique plus importante, chacun a le choix en fonction de sa propre philosophie.

b) L'accessibilité numérique

L'apparition des dictionnaires ou thésaurus en ligne, sur internet est un phénomène relativement récent, qui a suivi l'évolution récente des technologies. Ces dictionnaires, pour peu d'être connecté à internet, permettent trois choses essentielles :

- 1) Une recherche rapide et aisée des mots, dans un nombre de dictionnaires importants. Comme nous l'avons vu au fil du temps, de l'origine géographique et des périodes considérées, les mots ont été sujets à des évolutions et à des interprétations variables. L'utilisation d'internet avec des outils adaptés à ces recherches permet d'offrir un choix important quant aux sources utilisables et un gain de temps certain, par rapport à la consultation individuelle de chaque dictionnaire disponible sous format papier (quand ils sont à proximité).
- 2) Le second point capital pour les dictionnaires en ligne est la faculté offerte pour la modification ou la création des mots et définitions. En effet comme nous l'avons vu,

dans un monde en perpétuelle évolution, principalement dans le monde des sciences et des technologies, apparaissent chaque année de nouveaux produits ou services qui n'existaient pas antérieurement. Il est donc capital de pouvoir nommer ces nouveaux biens et services rapidement, au risque d'avoir des outils inadaptés à l'objectif. L'absence de « normalisation » de la terminologie, laisse place soit à une création libre d'un mot, au risque de laisser place à une intercompréhension limitée, à la périphrase de définition, pas toujours précise et longue dans l'expression (absence de productivité linguistique qui ne peut perdurer), ou à l'emprunt pur et simple du mot utilisé dans la langue majoritaire : anglais ou autre.

- 3) La difficulté engendrée par la multiplicité des dictionnaires, en particulier ceux qui sont en ligne, est de trouver lequel dans sa portée, sa zone de référence géographique, sa thématique, est le plus adapté à la situation et au contexte de l'utilisateur au moment où il recherche l'information.

Les principaux dictionnaires en ligne sont composés de deux familles : les dictionnaires et lexiques qui n'existent qu'en ligne et ceux qui sont une numérisation d'ouvrages sur papier. Ces dictionnaires ont fait l'objet d'une étude qui se trouve en annexe⁷⁹.

Termofis⁸⁰ publié par l'Office Public de la Langue Bretonne est l'un des principaux dictionnaires ou outils de terminologie qui existe exclusivement en ligne. En date du 12 septembre 2014, il présente près de 62000 termes. Il est composé et enrichi en fonction des demandes des utilisateurs, il recouvre des termes essentiellement professionnels que l'on ne trouve pas dans d'autres dictionnaires. La page d'accueil (en français ou en breton) est d'ailleurs assez explicite : « *Bienvenue sur la page de **TermOfis**, la banque de données publique de **TermBret**, le centre de terminologie de l'Office public. La base est consultable en ligne gratuitement à partir du breton ou du français. Attention, **TermOfis n'est pas un dictionnaire**, vous n'y trouverez donc pas le vocabulaire courant du breton. Par contre, vous y rencontrerez des termes absents des dictionnaires généraux ou qui, s'ils y figurent, y ont bien souvent d'autres acceptions. Cette base de données est régulièrement mise à jour. Si vous ne trouvez pas le terme que vous recherchez, [contactez le Service TermBret](#). »*

Cela en fait un outil extrêmement pratique et actualisé, pour une utilisation dynamique de la langue bretonne dans le monde du travail, en particulier dans le secteur tertiaire. Il propose

⁷⁹ Annexe 12 : Analyse des outils de la langue : les dictionnaires.

⁸⁰ <http://www.fr.opab-oplb.org/36-termofis.htm> page visionnée le 12/09/2014

beaucoup de nuances quant à l'utilisation des mots dans leur contexte, ainsi qu'une précision sur le genre des mots, ce qui est indispensable pour la langue bretonne. C'est une ressource qui est disponible en ligne (365 jours par an) et qui est actualisée très régulièrement en fonction des demandes étudiées. Cette initiative associative, qui s'est transformée en service public le 17 septembre 2010, est une ressource de premier choix pour une utilisation professionnelle de la langue bretonne.

En compilant plusieurs sources, j'ai pu dresser un inventaire non exhaustif, mais tout de même assez complet de 63 dictionnaires disponibles en ligne. La liste de ces dictionnaires, avec leur adresse internet, se trouve en annexe.

Afin de clarifier la situation de cette offre, j'ai retenu plusieurs critères pour analyser l'ensemble de ces dictionnaires :

- Leur intérêt scientifique.
- La qualité et la notoriété des sources.
- Leur intérêt par rapport à une utilisation quotidienne dans une entreprise. Cette cotation est basée sur différents paramètres tels que les renseignements obtenus pour chaque mot (genre des mots, pluriel, prononciation...), l'ergonomie du site par rapport à la recherche de l'information ainsi que la pertinence du vocabulaire par rapport à une recherche spécifique contextualisée. Les résultats sont très contrastés.

Pour chaque source j'ai noté l'intérêt scientifique de 0 à 5 (voir annexe⁸¹) ce paramètre caractérise comment le dictionnaire en ligne a été construit et ce qu'il propose en termes de nombre d'entrées, étendue des activités couvertes par le vocabulaire... 0 est la caractérisation d'un thésaurus très généraliste et très limité pour lequel il n'existe peu ou pas de méthodologie et 5 pour un dictionnaire « complet », illustré d'exemples d'utilisation, le sens des mots et des emplois, le genre, le pluriel et la prononciation et une méthodologie pour l'élaboration du dictionnaire affichée ou garantie par son ou ses auteurs.

⁸¹ Annexe 12 : Analyse des outils de la langue : les dictionnaires.

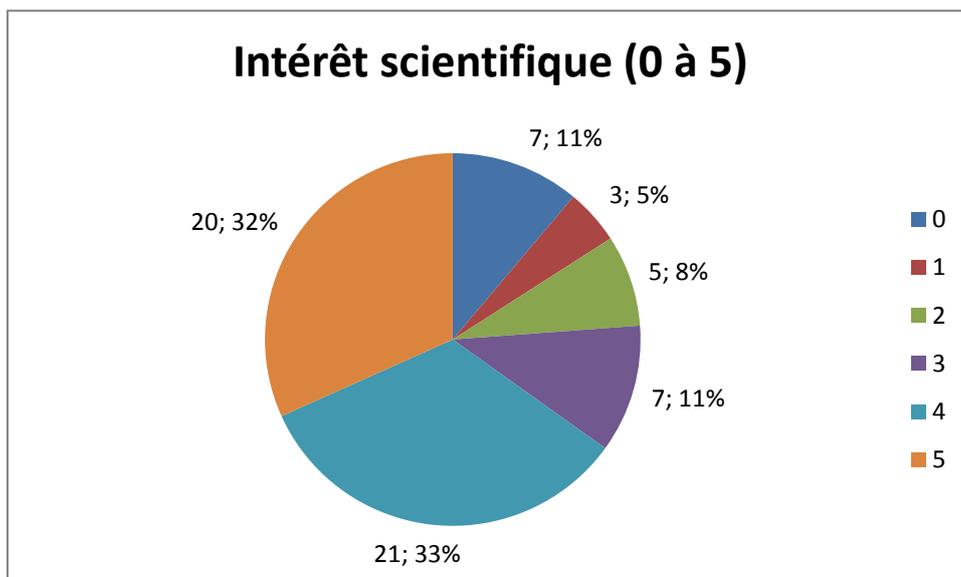


Figure 6: Intérêt scientifique des dictionnaires présents sur internet (source personnelle)

Nous remarquons que sur l'ensemble des 63 dictionnaires disponibles sur internet, 65% d'entre eux se retrouvent dans les catégories 4 et 5, des documents qui ont un intérêt scientifique certain. La numérisation de ces sources, permet de mettre à la portée de tous, des documents de références qui resteraient inconnus ou difficilement accessibles sans internet.

Sur la totalité des sources de ces documents, on observe que la plus grande majorité (73%) se trouve dans l'un des trois portails suivants : Archive, Persée et Google books, le reste étant réparti sur différents sites institutionnels ou personnels.

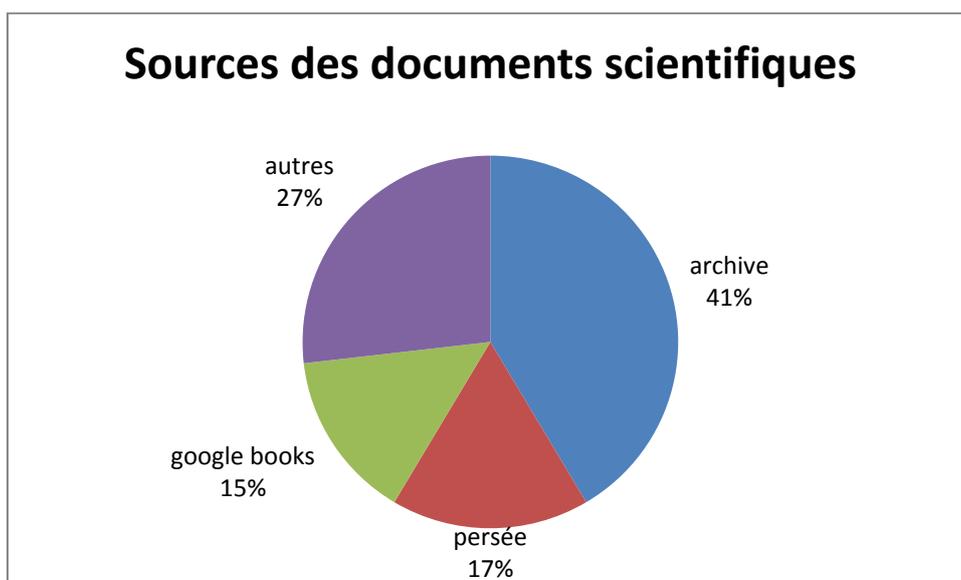


Figure 7: Sites des sources scientifiques (source personnelle)

Autre point à noter par rapport à ces 73% de sources scientifiques, elles sont toutes issues de la numérisation de documents existants sous forme papier. Si leur intérêt scientifique est certain, l'ergonomie de leur consultation n'est sans doute pas adaptée à la productivité attendue lors d'un travail professionnel, en dehors de la recherche scientifique bien sûr.

Lorsque nous observons les sources qui d'un point de vue opérationnel sont les plus pratiques à utiliser dans le monde du travail et particulièrement dans celui de l'entreprise, la perspective est sensiblement différente.

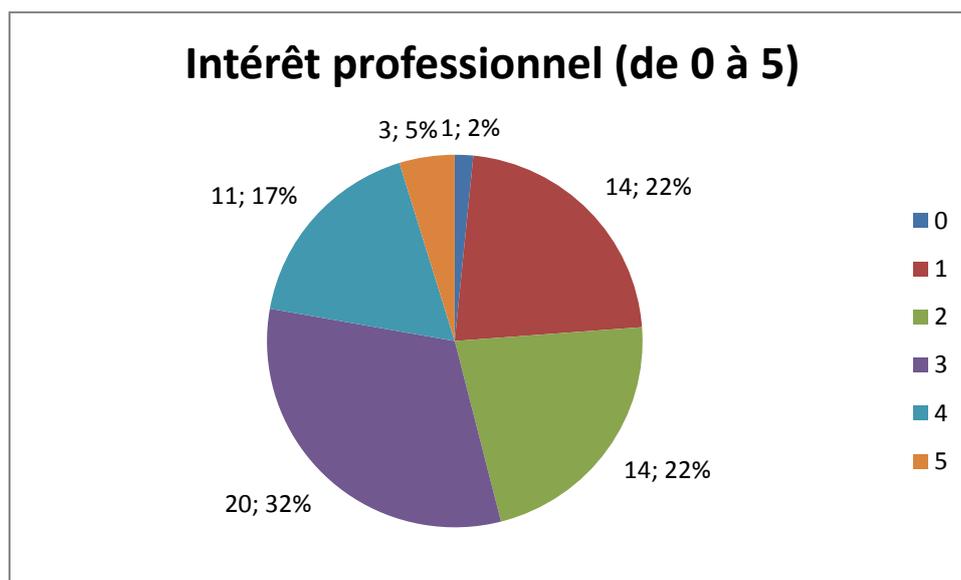


Figure 8: Intérêt professionnel des documents disponibles sur internet (source personnelle)

En retenant uniquement les catégories 4 et 5, celles qui présentent le plus fort intérêt par rapport à une utilisation quotidienne et professionnelle, nous ne trouvons plus que 22% de la totalité des documents, qui permettent une consultation aisée et suffisamment documentée pour répondre aux besoins.

Ce qui ressort est le fait que l'ergonomie de la plupart des documents scientifiques disponibles sur internet ne permet pas une consultation aisée et que les éléments fournis ne sont pas toujours pertinents par rapport à la recherche de mots pour une utilisation appliquée et immédiate. Si nous gardons les sources qui regroupent les trois qualités : une bonne adéquation entre l'ergonomie d'utilisation, la qualité des informations proposées et leur adéquation à une utilisation professionnelle, il reste trois sites internet :

- Le site « grand terrier⁸² ». En plus d'une quantité d'informations diverses, la partie dictionnaire propose une ergonomie particulièrement bien développée quant à

⁸² http://grandterrier.net/wiki/index.php?title=Consultation_de_dictionnaire_GrandTerrier site visualisé le 16 08 2016.

l'interface utilisateur / base de données. En outre, il puise les données dans le dictionnaire de Francis Favereau, qui propose des définitions contextualisées et une indication sur le genre du mot et sur la forme des pluriels. Une indication sur la prononciation complèterait utilement les définitions, mais ce n'est pas rédhibitoire dans la communication écrite. Ce dictionnaire de portée générale comporte suffisamment d'entrées pour couvrir les besoins de la vie quotidienne et certains aspects relativement génériques de la vie professionnelle.

- Le second site est celui de l'Office Public de la Langue Bretonne. Il possède une bonne ergonomie et comporte beaucoup de mots servant à communiquer sur les nouvelles technologies ou sur les situations professionnelles quotidiennes, dans un nombre très varié de secteurs d'activité en particulier dans ceux liés au tertiaire : administration, vie quotidienne au bureau, secteurs professionnels variés, économie, droit, éducation... L'originalité de ce dictionnaire est d'être mis à jour quotidiennement. S'il ne contient pas tous les mots du dictionnaire précédent, là n'est pas son but, c'est un outil très contemporain et très pratique dans la vie professionnelle. Le fait que ce soit les demandes des utilisateurs qui génèrent et enrichissent sa base de données, en fait un site d'une actualité inégalée.
- Troisième site qui retient l'attention : le site Brezhoneg 21, qui bien que créé en priorité pour les élèves des écoles Diwan ou des classes bilingues français-breton, présente une approche pragmatique des termes, en favorisant l'approche « internationaliste », dans différents contextes d'utilisations scientifiques.

Même si les autres sites présentent aussi tous leur intérêt, ces trois sites réunis offrent une panoplie de définitions contextualisées qui permet de choisir les mots rapidement et avec une bonne finesse dans le choix. On peut noter que ces sites sont tous en ligne, qu'un seul est issu d'une version papier tout en offrant une ergonomie adéquate, qu'ils sont l'objet d'une édition relativement récente ou actualisés d'une manière continue. Ils sont de mon point de vue, les mieux adaptés à une utilisation professionnelle (en dehors de la recherche linguistique sur la langue bretonne bien sûr). Les trois sites possèdent un moteur de recherche aisé d'utilisation et qui fournit une base de données importante, des définitions contextualisées ainsi que le genre des mots. Même si cela peut rester techniquement difficile, un portail qui permettrait l'accessibilité directe aux définitions de ces trois dictionnaires (ou à une sélection de dictionnaires) permettrait une productivité supplémentaire dans la consultation des dictionnaires et lexiques sélectionnés. En effet en fonction de la recherche, du domaine d'activité concerné, ces trois sites conviennent bien et leur regroupement sur un seul site avec

un seul moteur de recherche permettrait de rendre leur offre encore plus attractive. Avec le développement du nomadisme professionnel et la miniaturisation des moyens de communication, une « application » accessible sur « smartphone », serait de nature à favoriser l'emploi de ces outils dans des contextes et situations variées. Une telle proposition permettrait aussi de trouver sur le champ, le mot exact manquant au locuteur en limitant le recours à la périphrase ou à l'emprunt du mot de la langue majoritaire. Ce dernier point est essentiel par rapport à l'ergonomie de l'accessibilité à la langue.

3) Les locuteurs dans l'économie

a) Formation des brittophones autonomes

Pour s'insérer dans le monde de l'économie marchande ou non marchande avec un avantage lié à la langue minoritaire, il faut nécessairement que l'impétrant en possède une bonne maîtrise en toute autonomie. La langue bretonne ne se transmet presque plus d'une manière intergénérationnelle, les brittophones actifs d'aujourd'hui sont issus des diverses filières de formation. Les motivations des brittophones ne sont pas toujours faciles à cerner. Il en est de même pour ce qui est de l'appréciation quantitative des locuteurs et encore plus difficile de dresser une situation qualitative de leur connaissance de la langue⁸³. Une étude spécifique sur le sujet avec le détail de l'étude des différentes filières de formation se trouve en annexe⁸⁴. Elle permet de dresser la situation générale du nombre de néo-bretonnants formés chaque année et capables d'utiliser la langue bretonne d'une manière autonome dans une situation professionnelle. Cette autonomie s'acquière suivant des cursus différents et seuls les apprenants ayant atteint les niveaux C1 et B2 ont été comptabilisés et le cas échéant, le niveau B1-2 a été considéré. En fin de parcours, chaque système de formation délivre une quantité de brittophones autonomes capables de s'exprimer à un niveau permettant de réduire l'insécurité linguistique des échanges à un niveau acceptable. L'adaptation des locuteurs au vocabulaire de l'entreprise est une autre étape importante, mais qui requiert moins de ressources en temps. Avec la combinaison de ces deux points : une bonne maîtrise de la langue et de ses articulations et un vocabulaire adapté, on peut entreprendre une action de normalisation de la

⁸³ Le Dû Jean – Le Berre Yves. *Devoir de nécessité : à quoi sert le breton à ceux qui le parlent ?* La Bretagne linguistique Volume 20 ed CRBC Brest 2016. p147 - 160

⁸⁴ Annexe 13 : Cursus de formation de brittophones autonomes.

langue minoritaire dans le monde professionnel. La « production » annuelle de brittophones autonomes à été étudiée (voir annexe) et est estimée à 483 personnes (niveaux B2 – C1) et à 689 si on inclut les personnes de niveaux B1, avec la distribution suivante en fonction des organismes de formation :

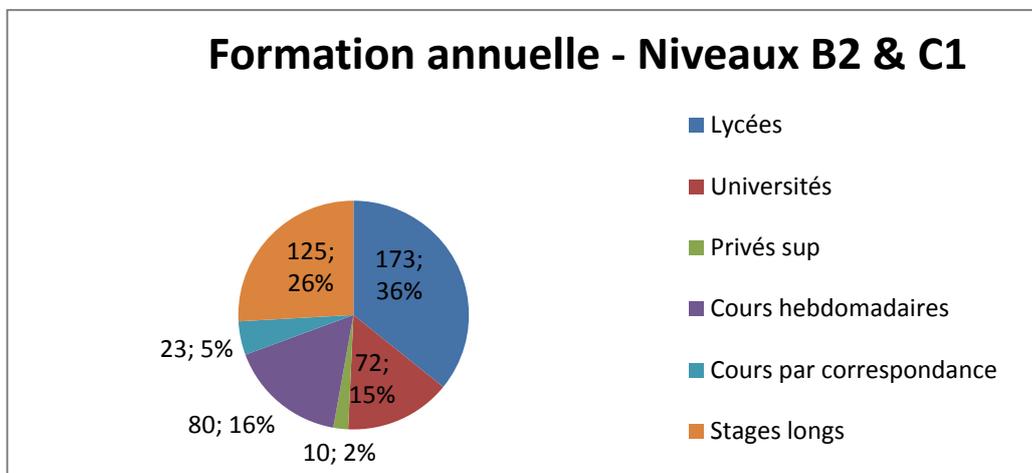


Figure 9: Distribution des organismes qui forment les brittophones autonomes B2 C1. (Source personnelle)

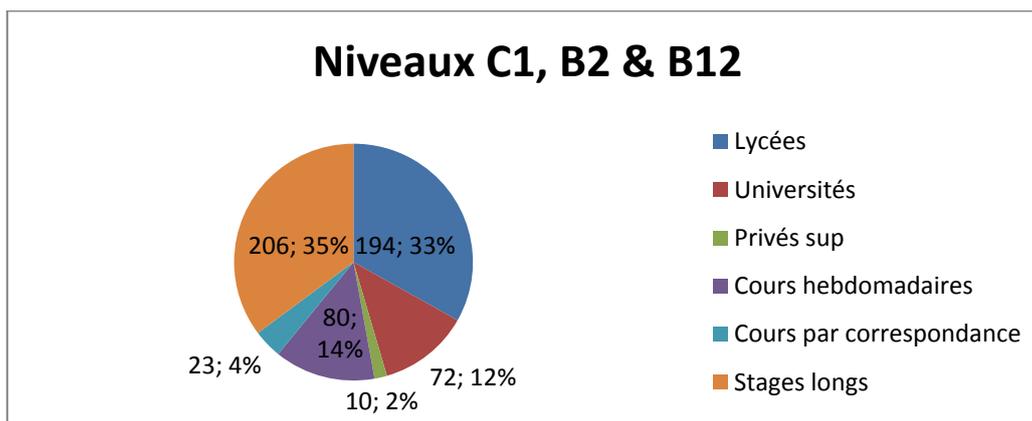


Figure 10: Distribution des organismes qui forment les brittophones autonomes ou en passe de l'être B2 C1 & B12. (Source personnelle).

A partir de ces 2 graphiques qui ne diffèrent pas fondamentalement, (seul le niveau atteint par les élèves/stagiaires en sortie de formation est différent) nous pouvons remarquer que les sources de la formation annuelle de brittophones peuvent être divisées approximativement en trois tiers. La part la plus importante provient des organismes qui dispensent des formations de type stages longs de six à neuf mois (35%) et leur progression remarquable en très peu d'années illustre la demande pour ce type de formation très focalisée. A quasi-égalité, nous trouvons les lycées (33% des apprenants autonomes formés) et enfin l'ensemble des autres organismes de formation : cours hebdomadaires, universités, cours par correspondance et formations supérieures courtes privées (32%).

Les organismes de formation, principalement d'origine associative, sont des vecteurs forts pour la diffusion de la langue bretonne. Les stages longs, les cours hebdomadaires et une partie des cours par correspondance représentent 50% de la formation des apprenants ayant atteint un niveau de maîtrise autonome de la langue.

Pour espérer un début de normalisation de la langue dans le monde de l'économie et des entreprises, le nombre de brittophones formés chaque année reste trop faible pour représenter un échantillon significatif. L'éventail des métiers d'origine exercés par les brittophones nouvellement formés reste représentatif de l'échantillon d'une population active « normale ».

Par contre, la distribution des postes de travail pour lesquels la langue minoritaire est requise est très loin d'une répartition habituelle des postes dans la société en général. On note donc un décalage important entre la faiblesse de l'offre de postes pour lesquels la langue minoritaire est requise, par rapport au nombre de candidats formés et autonomes dans leur maîtrise de la langue. Pour les personnes formées, il est peu probable que l'offre des postes pour lesquels la langue bretonne est obligatoire puisse satisfaire l'ensemble des candidats potentiels. Il me semble important que cela ne soit pas vécu comme un échec par les stagiaires ou apprenants, mais bien comme une opportunité unique pour leur développement et celui de la langue bretonne, là où ils se trouvent dans leur environnement professionnel futur. Pour cette prise de conscience, il faut absolument inclure dans le cursus de formation un chapitre dédié à la normalisation de la langue bretonne dans tout environnement professionnel.

Tenter de cerner l'offre des postes liés à la langue bretonne est complexe car nous pouvons considérer au moins trois niveaux d'offres de poste en langue bretonne. Il nous faut distinguer ces niveaux car les postes dans lesquels la langue bretonne peut être utilisée ne sont pas classifiables dans une situation de noir ou de blanc très contrastés mais plutôt dans un continuum de dégradés de gris. A chaque extrémité du spectre, on trouve les postes pour lesquels la maîtrise de la langue bretonne est absolument indispensable et à l'autre extrémité, ceux pour lesquels la langue bretonne pourrait être vue comme un handicap (bien que je n'aie jamais rencontré une telle situation). Il y a enfin, tous les autres postes pour lesquels la langue bretonne peut être un atout significatif ou juste une connaissance digne d'intérêt, mais pas indispensable. Ces postes-là représentent la majorité des postes disponibles aux brittophones (comme aux autres). Ce sont des postes pour lesquels la langue minoritaire n'est pas requise, mais qui recèlent le plus fort potentiel de normalisation de la langue minoritaire.

b) Emplois et nécessité de la langue bretonne

Ces postes sont ceux qui sont mis en avant pour justifier la promotion et l'apprentissage du breton par les différentes structures qui offrent des formations à la langue bretonne. L'Office Public de la Langue Bretonne a publié en 2013 le résultat d'une étude sur les postes qui nécessitent obligatoirement la pratique du breton⁸⁵. Il s'agissait, après une première étude de ce type réalisée en 2006, de constater les évolutions de ce segment de marché de l'emploi.

L'étude recense près de 1300 emplois (1271 postes) avec une répartition des emplois relativement similaire à la distribution de 2006, sachant que d'après l'étude, le segment global a cru de 400 postes environ sur 6 ans. En 2006, l'étude faisait état de « près de 900 postes » qui nécessitaient la connaissance de la langue bretonne. Ceci représente un accroissement annuel moyen de 67 postes par an.

Ce chiffre est à rapprocher d'une « production » annuelle de brittophones autonomes par les divers organismes de formation étudiés (cf annexe précitée), de l'ordre de 483 personnes par an et si l'on inclut le niveau B12, cet effectif total passe à près de 700 personnes formées tous les ans, avec un degré d'autonomie raisonnable.

Tableau 1 : Brittophones autonomes formés annuellement

Effectifs formés annuellement :		
Niveaux	B2-C1	B2-C1-B12
Lycées	173	194
Universités	72	72
Privés sup	10	10
Cours hebdomadaires	80	80
Cours par correspondance	23	23
Stages longs	125	206
	483	689

Nous pouvons anticiper que ces postes sont en premier lieu la cible de ceux qui s'y sont préparés spécialement pendant six mois, soit l'ensemble des participants aux stages longs.

⁸⁵ La langue bretonne et le marché du travail en 2012. Office public de la langue bretonne 2013.

Cela représente un effectif de 125 (B2-C1) à 206 (B12-B2-C1) personnes en fonction du niveau de maîtrise de la langue atteint.

Comparé à l'ensemble des personnes qui se forment à la langue, nous avons un déficit de postes « protégés » par la nécessité de maîtrise de la langue. Il faut donc tabler sur un sureffectif de bretonnants issus des formations longues. En ce qui concerne la distribution de ces postes, la plus grande partie se trouve dans l'enseignement, mais les stagiaires n'ont pas tous le niveau d'étude requis pour prétendre à rentrer dans les modules de formations des enseignants du 1^{er} ou 2^d degré. Il faut donc qu'ils se tournent vers d'autres postes tout en valorisant leur formation.

c) Emplois et breton comme avantage

Sans que la langue bretonne ne soit expressément requise, il est des postes pour lesquels la langue bretonne est un avantage. Pour l'ensemble de ces cas, les annonces d'offre d'emploi ne mentionnent quasiment jamais cet aspect en raison de la très faible probabilité de rencontre de l'offre avec la demande.

Je pense en particulier aux postes de travail qui sont en relation avec des personnes d'un certain âge (maisons de retraite ou hôpitaux). Des études sont actuellement menées sur le sujet et l'une d'entre elles est financée par le conseil départemental des Côtes-d'Armor⁸⁶.

Il existe d'autres postes pour lesquels la langue bretonne présente un atout permettant une différenciation de l'offre globale aux clients. Pour un guide touristique, en contact avec des visiteurs, cette compétence en langue est parfois le supplément qui rendra mémorable la visite de la ville, ou d'un musée. C'est aussi le cas des entreprises et commerces qui vendent des produits et des services liés à la Bretagne, ou des produits artisanaux préparés localement. Pour que cette capacité linguistique particulière soit valorisée, il faut qu'elle soit mise en avant afin qu'un client potentiel puisse être informé que son interlocuteur (trice) sait s'exprimer en breton. A titre d'exemple, j'ai rencontré plusieurs fois, tant à Brest, Audierne, Plogoff ou Rennes, des bretonnants ou des brittophones chez des commerçants, des restaurateurs ou des serveurs de bars-brasseries, mais s'il n'y avait pas eu une tierce personne avec moi, qui m'informait du bilinguisme de la personne, ou si je n'avais pas provoqué une discussion en breton, jamais je n'aurais pu déceler leur capacité à échanger en langue bretonne.

⁸⁶ Callac Riwanon (ERMINE) sujet de thèse (actuellement en cours) : "*La langue bretonne dans les milieux hospitaliers auprès des populations vieillissantes*", dir. R. Le Coadic.

Il existe donc un potentiel d'utilisation d'une langue minoritaire comme élément de différenciation, à condition que celui-ci soit mis en relief d'une manière ou d'une autre, pour le faire savoir au client potentiel. Cette démarche n'est pas spontanée et sans le développement d'outils et de signes particuliers, l'utilisation de la langue bretonne avec ces acteurs de la vie économique reste confidentielle.

4) Vitalité d'une langue minoritaire dans le monde du travail

La perception de la situation linguistique d'un peuple n'est pas une grandeur physique mesurable avec des unités bien précises, mais un ensemble hétérogène de données infiniment variables et souvent dépendantes entre-elles. Pour citer quelques exemples, les paramètres mesurés sont fonction de la géographie, de la chronologie, du niveau de langue, du contexte d'utilisation, du sujet traité, du vocabulaire utilisé, du locuteur, de récepteur, du mode de communication : presse, radio, télévision, oral, écrit, de la perception des informateurs sur eux même et sur les autres, de la perception des autres sur les locuteurs... Quel que soit l'outil de mesure utilisé, il ne prend en compte qu'une partie de ces éléments. Toute tentative de mesure du dynamisme d'une langue est donc limitée par la sélection de paramètres. Néanmoins, les limitations de l'instrument de mesure ne doivent pas empêcher son utilisation, principalement quand il s'agit de détecter des mouvements profonds et importants caractérisables sur des périodes pouvant recouvrir plusieurs décennies.

Dans le chapitre suivant, nous examinons les différents outils de mesure développés et utilisés pour caractériser la vitalité d'une langue minoritaire, avec une attention particulière au monde du travail. Nous commençons par les évaluations directes qui consistent à s'informer auprès d'un échantillon de locuteurs pour poursuivre par des techniques plus sophistiquées. Ces dernières techniques utilisent des mesures ciblées pour déterminer l'efficacité d'actions mises en place. Nous examinons les techniques qui permettent de mesurer le dynamisme des langues avec une attention à leur utilisation au monde du travail.

a) Les évaluations directes

L'un des moyens de mesurer la vivacité d'une langue est de mesurer le nombre de locuteurs et de suivre les évolutions de ce même groupe dans le temps. Le recensement d'une population

est une opportunité unique de recueillir des données sociologiques diverses sur une population. Malheureusement en France l'établissement de statistiques ethniques, sociologiques ou linguistiques est interdit par la loi depuis la Révolution. L'approche française de l'égalité des individus et de l'indivisibilité de la France, est de ne pas risquer de faire apparaître une inconsistance entre les dogmes et la réalité pour cela la loi interdit simplement l'accès à la connaissance. Ainsi la collecte des données permettant de connaître et caractériser la population par rapport aux choix ou situations personnels (religion, langue, origine ethnique...) n'est tout simplement pas possible sans enfreindre la loi. Ce point est présenté en annexe⁸⁷. Quand l'utilisation de sondages devient possible par des voies détournées, afin que la mesure soit la plus fiable possible, il est important que les questions soient posées d'une manière non équivoque et stable dans le temps en prenant en compte leurs perceptions par les informateurs.

i. Les données anciennes

Sur la base de rapports et documents anciens il est possible d'obtenir directement ou indirectement, des données sur les pratiques linguistiques. Elles peuvent s'apparenter à une photographie faite grâce à des dénombrements ou aux résultats de questions posées à un échantillon de la population. Ces données sont valides à un moment donné, sur une zone géographique précise et dans un contexte particulier. Il est ensuite possible d'extrapoler les chiffres collectés et tenter de caractériser l'ensemble de la population étudiée, pour peu que celle-ci puisse être considérée comme homogène. Par cette méthode, il est possible de se faire une idée de ce que pouvait être la pratique langagière de l'échantillon objet de l'étude. L'éloignement dans le temps, la perte d'informations, le contexte de l'étude sont des éléments qui limitent l'établissement d'une perspective sociétale chronologique par comparaison directe. La comparaison de documents contemporains permet de juger de l'influence de la question posée sur la nature des chiffres obtenus et des limitations des conclusions qui peuvent être tirées⁸⁸.

Dans diverses études et publications, des chercheurs comme Fañch Broudic⁸⁹ ou Hervé Abalain ont utilisé ce type de documents anciens pour caractériser le niveau de pratique de la langue bretonne. Les données spécifiques concernant la langue de travail ne sont pas

⁸⁷ Annexe 28 : les sondages ethnolinguistiques en France.

⁸⁸ Abalain Hervé *Pleins feux sur la langue bretonne* éditions coop breizh 2003 p 183

⁸⁹ Broudic Fañch *La pratique du breton de l'ancien régime à nos jours* éditions Presses Universitaires de Rennes 1995

nombreuses.

En 1946, un enseignant du séminaire de Quimper, le chanoine Pierre-Jean Nedelec envoie ses 124 séminaristes en « mission » et leur demande de mener une enquête sur la situation de la langue bretonne dans leur paroisse d'origine, soit 84 communes de Finistère. De ces notes concernant le breton, on peut tirer un portrait de sa pratique dans la société et dans le monde du travail⁹⁰.

A l'instar d'un puzzle, la multitude de réponses collectées permet de se faire une idée de l'image de la société bretonne par rapport à la langue. Les éléments principaux sont la domination numérique des locuteurs de langue bretonne, mais aussi sa perte de prestige face au français. Cela est perceptible au sein de la jeunesse et tout particulièrement chez les jeunes filles. La relation entre le français et la promesse d'un avenir meilleur est quelque chose qui est bien ancré dans leur inconscient. On peut trouver dans cette appréciation les effets des campagnes de dénigrement de la Bretagne et de l'un de ses stigmates représenté par la langue. On note aussi ici l'effet retard d'une cinquantaine d'années environ, entre le début des campagnes qui visaient à lutter contre les langues minoritaires de France particulièrement actives sous la troisième république et le changement de comportement et de vision des habitants des régions sur eux-mêmes. Cela correspond à un décalage de l'ordre de trois générations.

Dans cette étude, on note que dans le monde du travail, les relations interpersonnelles sont majoritairement en breton, dans une économie qui est essentiellement locale. Cela est particulièrement avéré chez les agriculteurs et les pêcheurs qui représentent une partie importante de la population des communes rurales et côtières. Il en va de même pour dans les commerces ruraux, à l'exception des commerçants de « haut rang », qui préfèrent parler le français. La pratique du breton chez les artisans s'apparente à celle décrite pour les agriculteurs. Les ouvriers parlent aussi le breton entre eux, à l'exception de ceux qui sont proches des grandes villes.

Quelques concessions sont faites au français dans les campagnes. Elles sont liées au développement des techniques et technologies nouvelles. En l'absence d'un système de normation de la langue bretonne pour les nouveaux produits ou services, c'est le mot d'où la technique novatrice est originaire qui est « emprunté » et accommodé à la langue minoritaire. Ceci revient à utiliser le mot du pays qui porte l'innovation : le mot « tracteur », qui se traduit par « trakteur » ou « traktor » en breton, est représentatif de cette situation. Seconde

⁹⁰ Broudic Fañch *Parler breton au XXIème siècle, le nouveau sondage TMO-Région*. Editions Emgleo Breiz 2009 p 29 à 33.

concession faite au français dans les campagnes : les relations entre les administrations et les administrés. Les administrations concernées sont principalement celles qui relèvent des services publics de l'Etat telles que les perceptions, poste et gendarmerie.

A la ville, en 1946, le français est bien établi et l'utilisation du breton fait plutôt office de contre-publicité, jusqu'aux offices religieux des villes qui voient leurs ouailles disparaître lorsque le breton est utilisé par les prêtres.

ii. Les sondages

L'autre outil utilisé pour quantifier la situation sociologique de la langue bretonne est le recours aux sondages. La répétition de ces sondages permet d'élaborer une perspective sur les évolutions de la langue dans la société et de dresser une dynamique de la langue étudiée. Leur limite est constituée par la formulation et la perception des questions, afin de pouvoir comparer directement les résultats d'études réalisées à des moments éloignés dans le temps.

Pour élaborer les questions, il faut anticiper les perceptions et réactions des informateurs. Selon son degré d'implication dans le sujet, du statut de non concerné à celui de militant d'une cause, la perception des questions et les réponses peuvent varier considérablement. Pour que les réponses soient cohérentes et agréables, il faut travailler les questions pour que dans les cas extrêmes, elles puissent revêtir la même portée pour la personne interrogée, où qu'elles puissent être confirmées ou pondérées par d'autres questions.

De plus, pour pouvoir effectuer une comparaison chronologique de l'évolution d'une situation, il faut tenir compte de l'évolution de la langue et de la perception du sens des mots qui sont deux paramètres qui évoluent dans le temps.

La collecte d'informations sur les pratiques linguistiques des citoyens français lors des recensements officiels commandités par les services de l'Etat, sont toujours un sujet sensible pour la classe politique, les sondages dits « d'opinions », s'embarrassent moins de ces considérations. La technique des sondages s'est développée relativement récemment par l'introduction du marketing dans l'économie. Il s'agit de mesurer la demande et non plus uniquement l'offre. En premier lieu ces techniques obligent à définir un champ d'action précis et de délimiter le marché auquel l'entreprise s'adresse, afin de qualifier et quantifier le marché visé.

En Bretagne, le premier sondage qui intéresse la langue bretonne est piloté de Paris par l'ORTF (Organisation de la Radio et Télévision Française) qui au-delà des interdits républicains souhaite mesurer l'impact de ses émissions régionales. C'est à cette occasion que

le premier de ces sondages a été réalisé en 1970⁹¹. L'une des questions liées à la pratique de la langue bretonne nous intéresse particulièrement : « Quelle langue utilisez-vous le plus souvent ? » dans trois circonstances qui étaient : en famille, avec les amis et au travail.

Les réponses à ce sondage sont synthétisées dans le tableau suivant.

Tableau 2: Langue utilisée la plus souvent, résultats du sondage ORTF de 1970 (Source Fañch Broudic)

	Français	Breton	Non-réponse
En famille	84%	11%	5%
Avec les amis	83%	12%	5%
Au travail	64%	8%	28%

Les résultats de ce sondage sur l'utilisation préférentielle du breton ou du français au travail sont contrastés. Caractérisée par un taux de non-réponse très élevé, l'utilisation préférentielle du français ou du breton au travail est nettement moins tranchée sur l'utilisation de la langue dans les deux autres contextes : famille et amis.

Cette absence de position, peut refléter plusieurs réalités :

- une forme de pudeur par rapport à une utilisation qui ne serait pas perçue comme « politiquement correct »
- une décision spontanée d'utilisation de l'une ou l'autre des langues en fonction du contexte. L'utilisation d'une langue peut en effet dépendre principalement du contexte et des personnes avec qui le dialogue s'établit.

Le choix de l'utilisation du breton ou du français, dans le cadre d'une activité professionnelle restreinte à un cercle de locuteurs, a été étudié par Eva Vetter⁹². Le choix de la langue n'est pas basé sur une décision consciente des locuteurs, mais par rapport à un ensemble de codes liés à la présence des autres membres du groupe et à leur degré de connivence. Dans les deux cas de figure, le taux important de non-réponses est plutôt révélateur d'une sous-évaluation de l'utilisation de la langue bretonne. En effet, dans les années 1970, face à un questionnaire

⁹¹ Broudic Fañch *Parler breton au XXIème siècle le nouveau sondage de TMO Régions* ed Emgleo Breiz 2009 p 35 et suivantes.

⁹² Vetter Eva *Plus de breton ? Conflit linguistique en Bretagne rurale*. ed An Here 1999

d'une entité officielle de l'état, la langue minoritaire porte des stigmates négatifs (interdiction dans l'administration et les instances publiques, interdiction à l'école, interdiction d'arborer l'autocollant « BZH » sur une voiture...).

C'est aussi l'analyse que propose F Broudic dans son explication, en indiquant qu'après consultation des fiches de synthèse, beaucoup d'agriculteurs ont été interviewés dans le cadre de ce sondage. Bien qu'il ne propose pas de chiffres quant à la répartition des catégories socioprofessionnelles interrogées, la proportion élevée d'agriculteurs expliquerait un taux de réponse qui laisse supposer une utilisation élevée de la langue bretonne dans le contexte du travail.

On peut aussi signaler qu'en 1970, l'identification des agriculteurs comme étant la catégorie qui utilise le plus la langue bretonne, implique un ensemble de professionnels liés à l'agriculture (marchands de bétail, employés des coopératives, vendeurs d'engrais ou d'apports divers...) qui utilisent aussi la langue bretonne, au contact des agriculteurs. J'ai clairement le souvenir d'avoir participé à une vente d'animaux à la foire de Pont-Croix dans le Finistère dans les années 1970. Mon oncle, agriculteur, me parlait en français, mais toute la négociation de la vente des porcelets avec le marchand se faisait exclusivement en langue bretonne.

Par rapport à la méthode d'évaluation de l'utilisation de la langue bretonne dans certains contextes dont celui du travail, la question posée et la réaction psychologique de l'interviewé, ont un impact d'autocensure significatif sur les réponses obtenues.

Les sondages sont d'un apport intéressant, mais ne peuvent à eux seuls embrasser l'ensemble des éléments qui permettent de quantifier le dynamisme d'une langue minoritaire.

Par rapport à deux sondages, Fanch Broudic tire le portrait du locuteur bretonnant moyen à partir des caractéristiques individuelles dominantes. Il propose deux portraits⁹³ l'un établi sur la base d'un sondage réalisé en 1970 (ORTF) et l'autre réalisé en 2001 par l'agence de sondage TMO⁹⁴.

⁹³ Broudic, Fañch *Parler breton au XXIème siècle Le nouveau sondage de TMO-Régions*. ed Emgleo Breiz 2009 p 37 et p 88

⁹⁴ TMO Institut de sondage basé à Rennes <http://www.tmoregions.fr/> site visualisé le 20 09 2015

Tableau 3: Portraits du bretonnant dominant tels que défini par 2 sondages réalisés en 1970 et en 2007. (Source F. Broudic)

	1970	TMO - 2007
Âge	>=50	>= 60
Sexe	masculin	féminin
situation familiale	marié	marié
niveau d'études	sans diplôme ou certificat d'études primaires	sans diplôme ou certificat d'étude primaire
situation professionnelle	agriculteur	retraité
département de résidence	Finistérien	Finistérien
département d'origine	Finistérien	Finistérien
zone de résidence	commune rurale	commune littorale
zone de parler	Basse-Bretagne	Basse-Bretagne

Cette photo du bretonnant moyen à 37 ans d'intervalle reflète la mutation de la société bretonne. Ces deux portraits mis en perspectives, comportent des points d'évolution en concordance avec le vieillissement de la population : l'âge (>50 =>60), la situation professionnelle (actif=> retraité), le passage de locuteurs (masculin) => aux locutrices (féminin) en raison de l'évolution de l'espérance de vie des femmes par rapport à celle des hommes. Une mutation peut paraître inattendue : celle qui concerne la zone géographique de résidence qui passe de l'environnement rural à celui des zones côtières. La population agricole a plutôt tendance à rester sur place (transmission des fermes, ou obligation de rester dans les bâtiments de la ferme s'il n'y a pas d'acquéreur). Cette mutation de zone de résidence reflète la désertification des zones rurales et surtout celles situées à l'intérieure de la Bretagne et le repli des professions liées à l'agriculture.

Une personne de 50 ans et plus, agricultrice en 1970, a statistiquement une probabilité plus réduite d'être de ce monde 37 ans plus tard (personnes de 87 ans et plus en 2007). Les locuteurs que l'on retrouve plutôt sur les zones côtières en 2007, ne sont donc pas les mêmes locuteurs qui auraient migré vers les zones côtières, mais des personnes différentes. On peut citer le cas des nombreux retraités qui après une vie professionnelle en Bretagne ou ailleurs, décident de venir s'établir sur le littoral de la Bretagne pour leur retraite. Cela concerne des populations exogènes, mais aussi beaucoup de Bretons expatriés économiques pour le travail qui reviennent s'établir sur le littoral breton pour leur retraite.

D'autres éléments restent constants : le niveau d'études, le département d'origine et de résidence et la zone linguistique.

L'exercice qui consiste à établir le portrait-robot de bretonnant dans son mode dominant est juste, mais réducteur dans son interprétation car il masque une réalité plus riche et plus complexe qu'il n'apparaît au premier abord. D'autre part, il renvoie dans la plupart des cas, une image qui est le reflet de la société tout entière et non pas exclusivement celles des bretonnants. Il permet donc de conclure que sur un la plus grande partie des paramètres observés, les bretonnants ne diffèrent pas du reste de la population. Dans le cas d'une politique de revitalisation linguistique, le mode dominant ne permet pas de voir les résultats des actions accomplies sur des échantillons spécifiques de la population.

Examiner l'évolution de la situation numérique globale des locuteurs d'une langue minoritaire consiste à compter le nombre des acteurs qui peuvent utiliser la langue minoritaire d'une manière plus ou moins autonome.

Si l'on choisit d'apprécier une politique linguistique directement en examinant la situation numérique des locuteurs à des moments donnés, il n'est pas tenu compte de l'évolution naturelle de la population. Pour ce qui est d'une langue minoritaire principalement parlée par des personnes ayant atteint un âge supérieur à 60 ans, l'érosion naturelle relativement rapide de la majorité des locuteurs débouche sur une diminution du nombre brut de locuteurs, mais ne permet pas de se rendre compte des résultats d'une politique linguistique qui est principalement dirigée sur les jeunes et les actifs.

Il faut donc à partir du ou des sondages précédents, projeter le nombre de locuteurs actuels compte tenu de la date du sondage de référence et de l'évolution naturelle de la population (avec les courbes de survie) et venir ensuite comparer ce résultat corrigé et actualisé, au nombre de locuteurs effectivement dénombrés.

Par différence avec les deux chiffres, il est donc possible de se rendre de l'impact d'une politique linguistique.

L'évaluation de la situation d'une langue minoritaire est complexe et multifactorielle. La simplification ne permet pas de donner une image réelle de l'impact d'une politique linguistique. Pour bien apprécier les évolutions, il faut passer par une appréciation détaillée, des locuteurs de la langue minoritaire.

En 2003 dans la revue octan n°92, l'Insee publie pour la première fois un document statistique basé sur le recensement de la population de 1999, au sujet de la langue bretonne, sa pratique et sa transmission⁹⁵. Ce travail a été mené sous la direction de Loeiz Laurent (1934 – 2015).

⁹⁵ http://www.insee.fr/fr/insee_regions/bretagne/themes/octant/oc92/oc92art3.pdf site visualisé le 06 09 2015

Le sujet de l'enquête n'était pas la langue bretonne, mais une enquête sur les familles, menée conjointement par l'Insee et INED⁹⁶. Elle a été menée lors du recensement de 1999 et même si l'on ne peut parler de recensement exhaustif, l'enquête a été distribuée à plus 40 000 foyers ce qui représente 380 000 personnes de plus de 18 ans sur 2 906 000 que compte la Bretagne administrative selon l'Insee, soit un échantillon de 13% de la population. Cette étude n'aborde pas le cas spécifique du monde du travail.

iii. Une recherche multidimensionnelle

Les études et publications de Fañch Broudig sur la langue bretonne ont permis de quantifier les principales tendances quant à l'utilisation de la langue bretonne dans la société. Il a défini le profil sociologique des locuteurs à différentes périodes, en tenant compte des paramètres tels que le niveau de langue, les situations d'emploi de la langue, les répartitions géographiques, la nature du mode de communication : écrit, oral, audiovisuel, l'appréciation de la langue dans la société bretonne ou à l'extérieur...

Dans le premier chapitre de cette étude, nous avons recherché les traces de l'utilisation de la langue bretonne sur les siècles précédents. Si la langue véhiculaire utilisée en Bretagne était sans équivoque la langue bretonne, au moins jusqu'au début du XXe siècle, les données disponibles sont rares. Si nous nous intéressons à la période contemporaine, nous trouvons des données plus nombreuses qui permettent de connaître les évolutions récentes de la pratique de la langue.

1. Une dimension géographique

Nous avons vu que la frontière linguistique de la zone bretonnante avec la zone française a migré vers l'est au cours des siècles⁹⁷.

Au IXe siècle, cette frontière s'établissait sur un axe passant par le mont Saint Michel au sud Loire, passant par un point situé à mi-chemin entre Nantes et Saint Nazaire.

Au XIIe siècle, cette ligne se situait sur un axe allant de Saint Malo à l'embouchure de Loire.

Au XIXe siècle cette ligne se situait entre Saint Quay Portrieux et l'embouchure de la Vilaine. Depuis le XIX siècle, cette frontière est restée relativement stable.

A partir du XXe siècle, le recul de la langue bretonne s'est fait sous forme d'une érosion de la pratique, de l'intérieur. Plus qu'un recul de la frontière linguistique, on assiste à une

⁹⁶ <http://www.ined.fr/> Institut National des Etudes Démographiques. Site visualisé le 13 09 2015

⁹⁷ Abalain, Hervé *Pleins feux sur la langue bretonne*. Edition Coop Breizh 2004 p178-180

dissolution de la pratique du breton, un peu à la manière d'un cachet d'aspirine effervescent dans un verre d'eau.

La délimitation territoriale sur laquelle portent les études a donc une importance capitale sur les chiffres et les statistiques élaborées. Dans le cadre de ce travail, j'ai choisi d'aborder la langue minoritaire, sur l'ensemble du territoire historique de la Bretagne. Pour limiter les risques de confusion, j'ai utilisé la mention « B5 » comme représentation de la Bretagne à 5 départements. Ce choix apparaît comme étant le plus représentatif et relié à une réalité historique de la Bretagne. Ce choix recouvre aussi une réalité sociale actuelle et dans une moindre mesure une réalité linguistique, liée à l'émigration toujours d'actualité, des populations de la Basse-Bretagne vers l'est de la Bretagne et en particulier autour des pôles constitués par Rennes et Nantes.

Dans les chiffres rapportés par Fañch Broudic, la répartition globale des bretonnants entre haute et basse-Bretagne est de 88% pour la Basse-Bretagne et 12% en Haute-Bretagne.

2. Une dimension démographique

Tout individu participe à la vie économique d'un pays mais les rôles de chacun sont différents et l'âge en est un facteur discriminant. Participer à la vie économique consiste à créer une richesse, une valeur ajoutée au bien-être de sa vie ou de la vie en société. Comme ce cycle créateur ne peut se suffire à lui-même, il faut aussi qu'à l'autre extrémité de la chaîne, il y ait des consommateurs en attente d'utiliser les produits ou les services créés. Les deux groupes ne sont pas étanches, les rôles ne sont pas figés et les personnes d'une même société sont à la fois créatrices et consommatrices de biens et de services.

Telle qu'est structurée la société, les études économiques identifient des groupes qui se définissent en fonction de paramètres tels que la catégorie socioprofessionnelle, le pouvoir d'achat, ou l'âge : les jeunes ménages, la famille moyenne, le panier de la ménagère de moins de 50 ans, les retraités. Le paramètre dominant, sans être unique, est donc implicitement ou explicitement l'âge des personnes considérées.

Par rapport à une normalisation de la langue dans l'économie, nous devons nous placer tour à tour dans les deux cas, sachant qu'il n'y a pas de cloison étanche entre les deux rôles mais plutôt une alternance de rôles, avec des modes dominants qui sont fonction de la situation à divers moments de la vie.

Tel que la société est structurée, l'âge des locuteurs est donc important par rapport à la place et à l'image de la langue dans la société. Dans le rapport établi par Fañch Broudic en 2011 pour le compte du recteur de l'académie de Rennes, il cite un certain nombre de collégiens et

de lycéens, qui considèrent la langue bretonne, comme une langue « de vieux ». Sans avoir fait d'études démographiques sur le sujet, leur perception est juste, dans la mesure où d'après le sondage TMO de 2007, 71% des locuteurs avaient plus de 60ans. Quant à l'image de la langue bretonne qui en découle, elle est tout naturellement majoritairement liée à une utilisation de la langue adaptée à cette population majoritaire.

Les informations dispensées par les médias sont sélectionnées pour être d'intérêt pour la tranche d'âge majoritaire des téléspectateurs. Les magazines proposés par les télévisions sont plutôt adaptés aux sujets de préoccupations des personnes d'une certaine classe d'âge à tel ou tel moment de la journée.

Les émissions audiovisuelles en langue bretonne consacrées aux plus jeunes sont relativement peu nombreuses, ce qui contribue à « ringardiser » l'image de la langue bretonne. Cette image ne peut changer d'une génération à l'autre d'une manière drastique. Mais c'est aux acteurs d'aujourd'hui de créer des situations qui fassent que cette image puisse changer et évoluer.

La tranche des locuteurs en situation d'être créateurs actifs, toujours d'après le sondage TMO de 2007, est de 12% de la population de locuteurs. C'est un nombre relativement faible surtout pour la tranche des 20 à 39 ans qui ne représente que 2% de la totalité de la population des locuteurs⁹⁸. Ce petit nombre de locuteurs met en relief le fait que les acteurs économiques en âge de créer et de produire en organisant une place à la langue bretonne dans leur création sont très peu nombreux. Leur apporter une aide pour qu'ils puissent d'une manière consciente déployer leur art en y associant la langue serait une action de nature à rajeunir l'image de la langue bretonne.

Ce petit nombre, met aussi en valeur, la nécessité des structures de formation à la langue bretonne pour les adultes et de redéfinir les « produits » de formations en fonction des situations de ces acteurs : actifs en poste, actifs en transition professionnelle, actifs en complément de formation...

Enfin, le dernier point mis en évidence par le sondage TMO de 2007 est l'augmentation du pourcentage des jeunes locuteurs de 15 ans à 19 ans, qui est passée en 10 ans (1997 à 2007) de 1 à 4%. Même si ce pourcentage reste faible, il montre quand même que les efforts faits pour la formation des jeunes sont porteurs de signes d'espoir visibles et positifs. Il s'agit d'encourager de telles initiatives et de proposer des activités en breton, tels que les camps de vacances en langues minoritaires pour les plus jeunes générations afin de sortir les langues

⁹⁸ Broudic Fañch, *Parler breton au XXIème siècle* ed. Emgleo Breiz 2009 p 66. Tranche d'âge des locuteurs entre 25 et 59 ans.

minoritaires de l'école. Pour que cette situation perdure, il faut aussi que les futurs porteurs de la langue bretonne puissent trouver dans la connaissance de leur langue, une perspective qui leur apporte une valeur ajoutée dans leur vie future. Et dans un continuum progressif, il revient aux jeunes actifs des tranches plus âgées, non seulement de l'expliquer, mais aussi démontrer par l'exemple et concrètement dans leur vie de tous les jours, comment la langue bretonne constitue un atout. Cette situation est un défi qui se doit d'être accompagné pour exister et aboutir. Comme écrit précédemment, il faut des outils pour éveiller la conscience du plus grand nombre et aussi des guides et des exemples concrets pour illustrer les initiatives qui ont porté des fruits. On touche ici à ce qui peut s'apparenter à une politique linguistique.

La dimension démographique des locuteurs d'une langue est un aspect important qui permet de donner une image de la population des locuteurs tout en offrant la possibilité de projeter les situations dans l'avenir. Cette évolution est tout à fait prévisible par rapport aux statistiques de survie des différentes classes d'âge de la société. Il n'est donc pas utile de contempler les évolutions brutes d'une manière pessimiste, seule une projection de la population à une date déterminée, permet de définir si une politique linguistique porte ses fruits ou pas.

La principale classe d'âge d'intérêt est celle des jeunes car c'est essentiellement sur elle que se fonde le succès des efforts de repositionnement de la langue. La seconde population d'intérêt est celle des classes d'âges moyennes par rapport à une politique de formation des jeunes adultes, pouvant viser une transmission intergénérationnelle de la langue.

L'intérêt des études démographiques réside dans le fait qu'elle peut être la base pour définir des actions et de les chiffrer, par rapport à une politique ciblée en faveur des langues. Un dénombrement associé à des classes d'âge doit être un outil dynamique utilisé proactivement pour mieux définir et servir les attentes des populations en présence. Il peut aussi servir à mesurer les progrès réalisés par les actions entreprises et le cas échéant, de les adapter aux évolutions traduites dans les chiffres.

Dans une situation où les choix liés à la langue tiennent de la politique politicienne, la fréquence des initiatives et leurs durées dépendent le plus souvent d'une campagne temporaire lancée dans une perspective électoraliste, ou d'une initiative isolée. La durée et le suivi d'une politique linguistique s'établit et s'apprécie sur le long terme (10 ans et plus) ce qui n'est pas compatible avec les durées des mandats électoraux dans les alternances politiques ni avec l'effort personnel d'un seul individu.

3. Une dimension qualitative

Les sondages tentent aussi d'évaluer le niveau de pratique et de maîtrise d'une langue. Dans une perspective d'auto-évaluation, en dehors de tout cadre normalisé, est un exercice difficile. Cette dimension qualitative de maîtrise de la langue est fonction de l'environnement de l'interviewé, du contexte dans lequel il se trouve (avec un groupe de militants, d'érudits ou avec ses parents) et du niveau de langue considéré (parle-t-on d'un breton littéraire ou du breton parlé sur le port avec les amis ?)

Bien que les sondages abordent cette question du niveau de langue, il est difficile de se faire une idée réelle du niveau des locuteurs. Le faisceau de questions qui compose le sondage permet cependant d'aborder le registre de langue utilisé lorsque les circonstances d'utilisation de la langue sont décrites. Ainsi dans le dernier sondage TMO Région, de 2007, sur 12 circonstances mentionnées par rapport au contexte d'emploi de la langue, les amis et la famille viennent très largement en tête, les relations avec l'administration et l'environnement de travail (collègues et contexte employeur/ salarié), restent minoritaires dans le contexte français, mais n'en sont pas absentes.

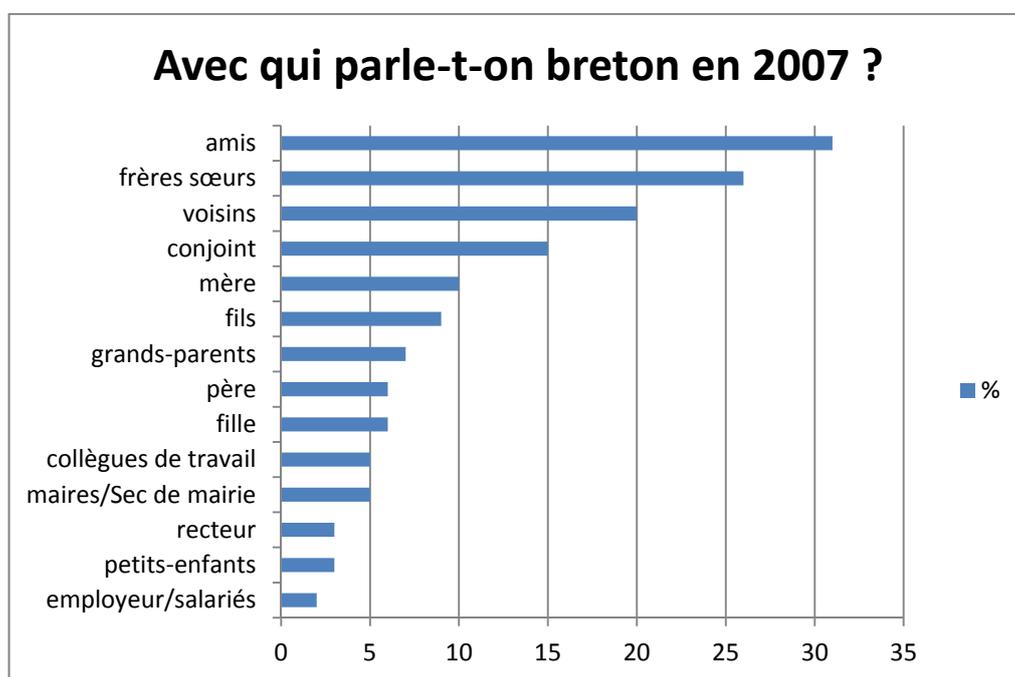


Figure 11: Sur les bretonnants de Basse-Bretagne, contexte d'utilisation du breton (source F Broudic TMO Région 2007).

Les lieux d'emploi corroborent aussi le sentiment que l'on peut avoir par rapport au niveau de langue utilisé. Sur 12 contextes sondés par rapport aux lieux où les locuteurs utilisent la

langue, le contexte local, celui des loisirs et celui de la famille arrivent en tête. On note au passage que le contexte du super marché, des commerces du bourg, du travail et de la banque apparaissent avec des scores qui varient de 30 à 4%.

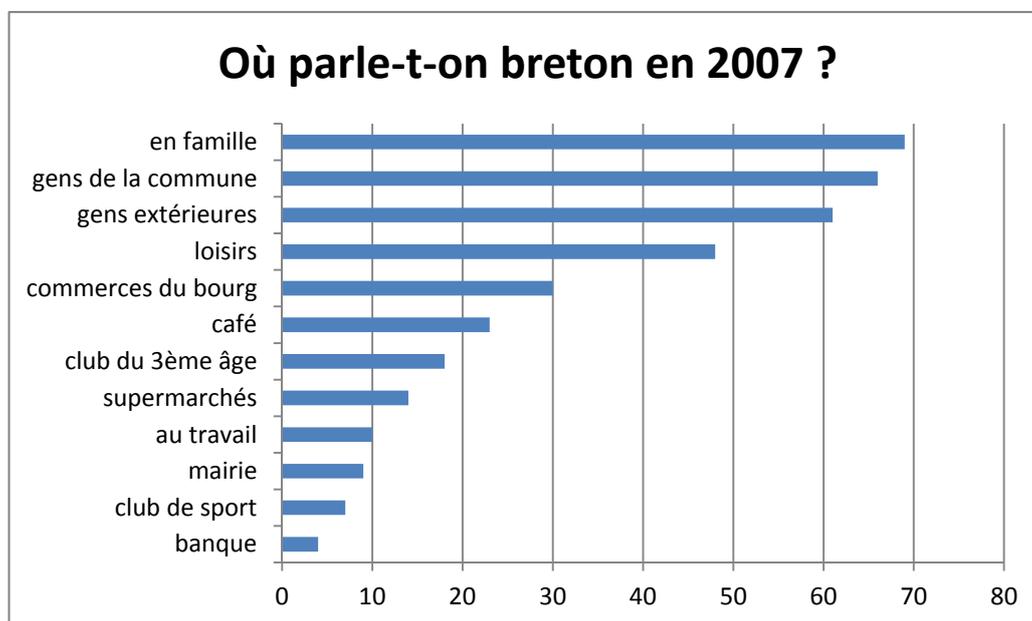


Figure 12: Sur les bretonnants de Basse-Bretagne, lieux d'utilisation de la langue bretonne (source F Broudic TMO Région 2007).

En l'absence de référentiel, la dimension qualitative de maîtrise de la langue est sans doute l'une des données les plus difficiles à évaluer objectivement lors de sondages. Les contextes d'utilisation permettent cependant de mieux cerner le registre de langue et le niveau de maîtrise associé.

4. Une dimension socioprofessionnelle

Nous avons vu dans les chapitres précédents, l'importance de l'âge par rapport aux occupations des locuteurs. Il en va de même pour leur situation professionnelle. Le dernier sondage TMO-Région nous indique comment se répartissent les bretonnants par rapport aux différentes Catégories socioprofessionnelles (CSP), définies par l'Insee.

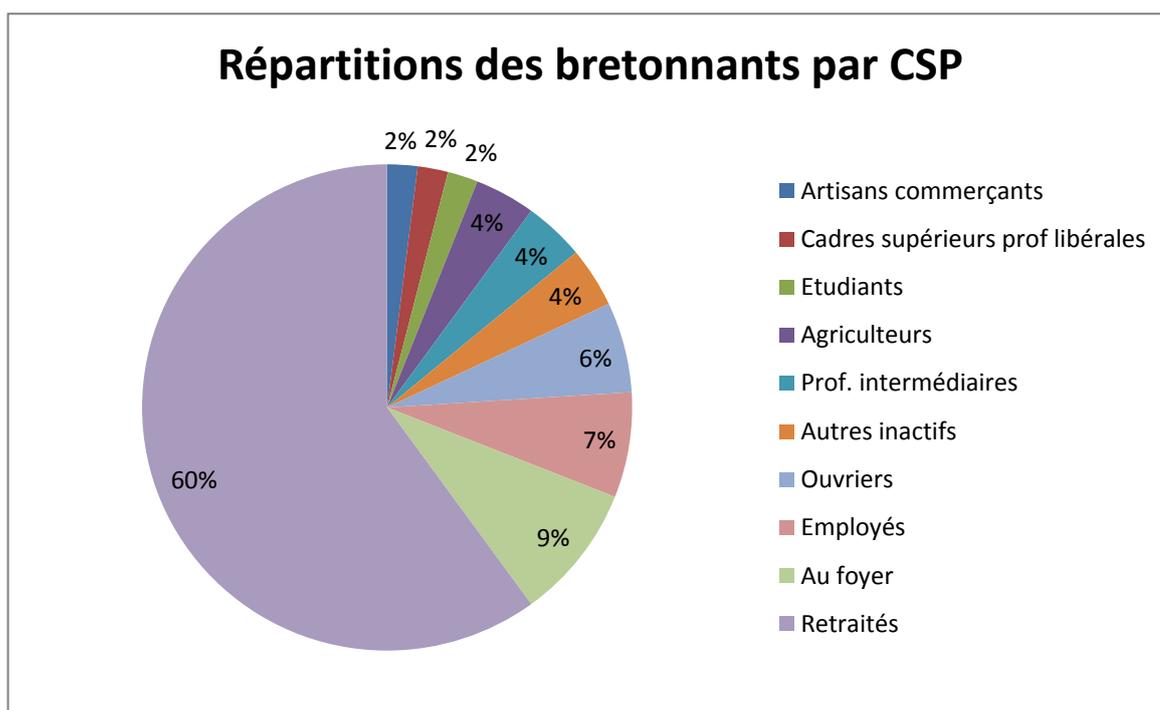


Figure 13: Répartitions des bretonnants de Basse-Bretagne par CSP (source F Broudic TMO Région 2007)

Une telle segmentation permet de mieux cerner les occupations et préoccupations des locuteurs en fonction de leur situation professionnelle. L'analyse de la répartition de la population des locuteurs permet donc de mieux répondre à leurs attentes de locuteur bretonnant dans leur rôle d'acteur créateur et consommateur. Ce qui me semble important d'observer sur le graphique ci-dessus est la diversité professionnelle des actifs locuteurs.

Par rapport à l'objet de ce travail de recherche, j'ai choisi de regrouper certaines catégories entre elles, pour mieux appréhender les possibilités des locuteurs-acteurs dans leur capacité à influencer leur environnement de travail. Les trois principales catégories sont les étudiants, les actifs et les non actifs. Chaque catégorie a ses spécificités : les étudiants portent en eux un devenir potentiel pour la langue et ils requièrent de la part des autres catégories une perspective par rapport à l'utilisation de la langue dans leur futur environnement de travail. Ils représentent 2% de l'ensemble des bretonnants. Les actifs sont en situation de faire en sorte que leur environnement de travail puisse prendre en compte la dimension linguistique de leur territoire de vie. Toute personne à la liberté de faire émerger sa langue au sein de son travail mais la position de chacun lui confère plus ou moins de latitude pour influencer son environnement professionnel en fonction de la position qu'il occupe. Si l'on regroupe l'ensemble des actifs, ils représentent au total 25% des locuteurs. Enfin, les personnes sans activité professionnelle sont sans doute moins sujettes à créer cet environnement professionnel favorable à une option linguistique mais possèdent toujours leur rôle d'acteur

actif par l'intermédiaire de leur pouvoir de décision sur la nature et la connotation linguistique de leurs achats. Ils représentent 73% de l'ensemble des locuteurs de Basse-Bretagne.

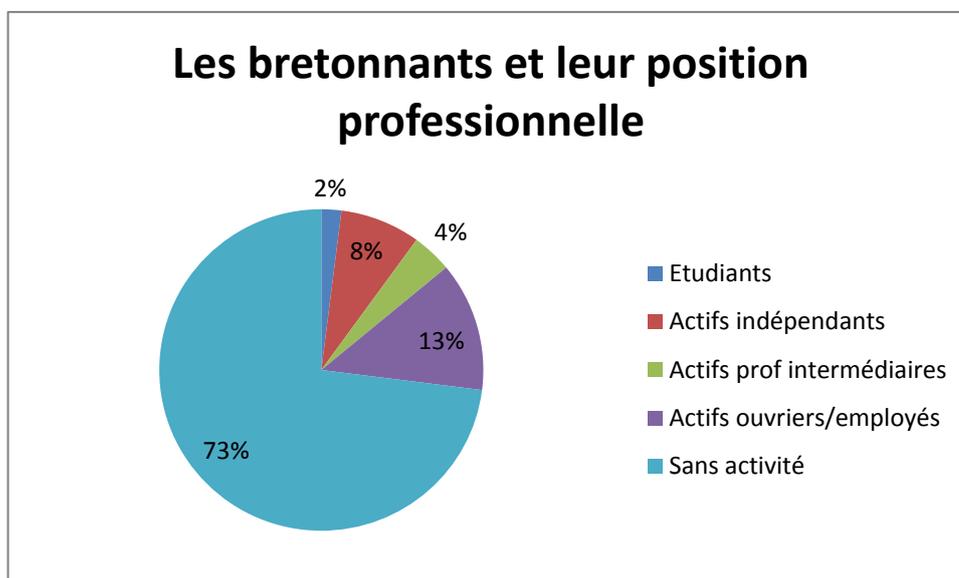


Figure 14: Répartitions des bretonnants de Basse-Bretagne par classe de situations professionnelles. Source personnelle

La catégorie des actifs regroupe 25% des bretonnants. J'ai conservé trois catégories distinctes dans cette classe : les indépendants, les professions intermédiaires ainsi que les ouvriers et employés. Sans limitation due à sa catégorie socioprofessionnelle, chaque personne a toujours une zone de liberté dans ses agissements et ses choix. Ceci est particulièrement vrai pour le choix de la langue qu'elle veut utiliser au travail avec ses collègues, voire avec ses supérieurs, ou avec les personnes qui lui sont rattachées (s'il existe une possibilité de communication dans la langue choisie).

La position de chacun dans son environnement de travail, ainsi que son âge et son expérience, permet à chaque locuteur de prendre plus ou moins d'initiatives d'importance, avec une certaine indépendance vis-à-vis de son environnement. Ceci reste vrai dans le cadre de la langue que la personne choisit d'utiliser ou de mettre en évidence.

Pour ce qui concerne les actifs indépendants, j'ai regroupé les artisans, les professions indépendantes, les cadres et les agriculteurs. La majorité d'entre eux possède une indépendance certaine sur ce qu'ils peuvent entreprendre dans leur entreprise dans la mesure où ceci contribue à sa bonne marche, ou ne lui nuit pas. Ceci est vrai pour les artisans, les agriculteurs et les professions indépendantes, qui dans la mesure où ils ont des clients, honorent leurs dettes auprès de l'Etat, de leurs salariés éventuels, de leurs fournisseurs et de

leurs banquiers, jouissent d'un niveau d'autonomie plus élevé que les salariés. La situation est certainement plus nuancée pour les cadres, en particulier ceux des grandes structures étatiques mais ils possèdent toujours un degré d'autonomie significatif au niveau des équipes qui leur sont rattachées. Il en va donc de même pour la langue qu'ils utilisent ou mettent en avant dans leur communication. La forme de la mise en avant de la langue peut varier de l'aspect symbolique sans que nécessairement il y une transmission de sens par les mots, à une communication véhiculaire en langue bretonne.

La seconde catégorie d'actifs est celle des professions intermédiaires. Telle que définie par l'Insee⁹⁹, elle est composée des professionnels de l'enseignement, de la santé et de la fonction publique ; des métiers intermédiaires administratifs et commerciaux des entreprises ; des techniciens ainsi que de l'ensemble des contremaîtres et agents de maîtrise.

Cette catégorie représente 4% des bretonnants, ils ont moins de pouvoir de décision que les membres de la catégorie précédente mais se retrouvent sur des métiers qui leur permettent d'avoir des relations permanentes avec leur environnement. A ce titre, ils possèdent une capacité à communiquer leurs idées et choix à un grand nombre de personnes. C'est le cas d'une infirmière à l'hôpital qui peut s'adresser en langue bretonne à ses patients, d'un instituteur qui peut orienter son cours d'histoire en y intégrant une dimension locale, d'un professeur de langue qui peut faire référence à la langue bretonne, d'un commercial qui intègre une dimension linguistique de proximité à sa communication, ou un contremaître d'atelier qui peut introduire des mots bretons dans sa communication avec les ouvriers dont il a la responsabilité.

La troisième catégorie est celle des employés et ouvriers. Comme tout un chacun, ils ont leur propre autonomie en particulier par rapport à leur mode de communication sur leur lieu de travail. En fonction du poste qu'ils occupent, leurs possibilités sont plus limitées, surtout s'ils travaillent sur des postes liés à des tâches bien spécifiques et répétitives, sans relations particulières avec les autres membres de l'entreprise (travail sur des chaînes d'assemblage ou d'abattage, dans les métiers de l'agroalimentaire ou autres).

A partir de cette analyse et dans le cadre d'une action spécifique par rapport à une politique linguistique, il est possible de définir un plan adapté visant à établir un panel d'actions possibles auprès de chaque catégorie socioprofessionnelle.

On note tout de même la faible proportion de bretonnants dans l'ensemble des catégories socioprofessionnelles, ce qui rend l'urgence d'une action coordonnée plus pertinente encore.

⁹⁹ http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=nomenclatures/pcs2003/n1_4.htm Définition des professions intermédiaires par l'Insee. Site visualisé le 27 09 2015

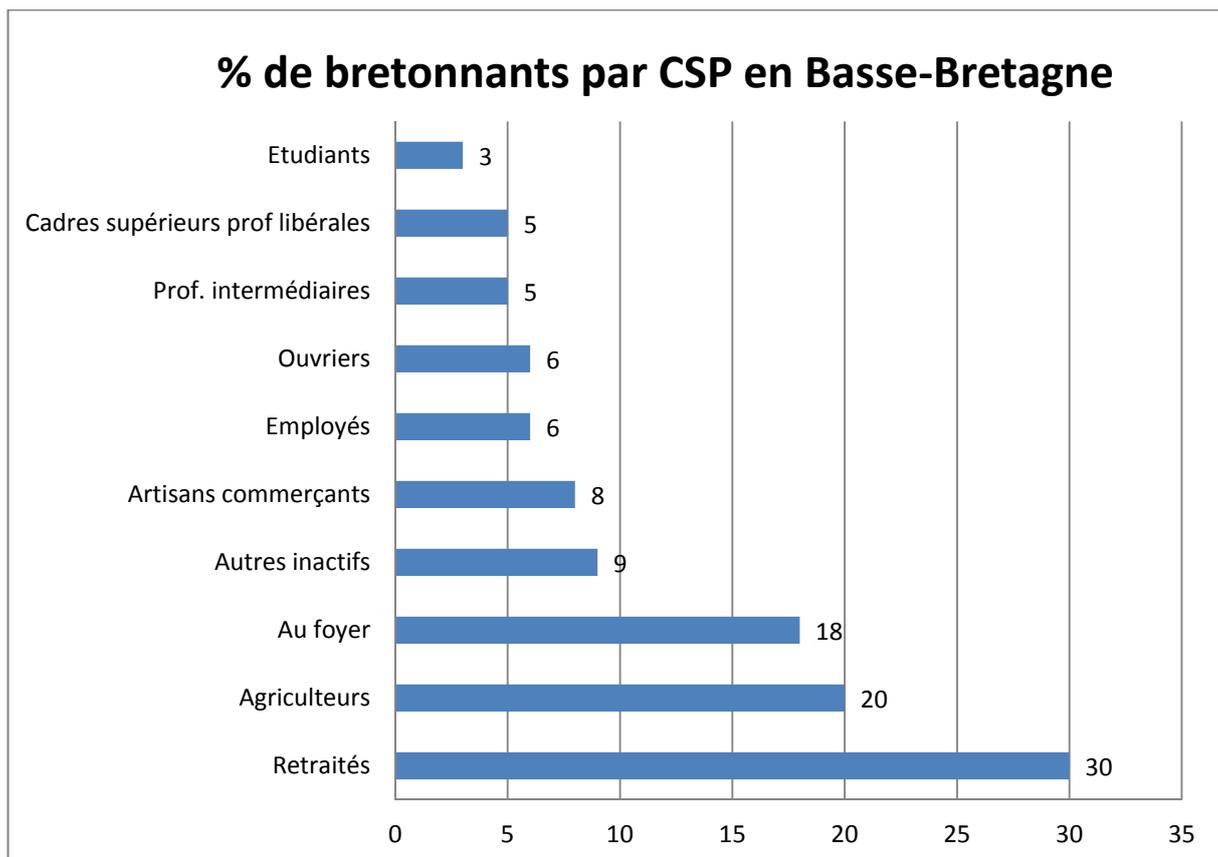


Figure 15: Pourcentage des bretonnants par catégorie socioprofessionnelle en Basse-Bretagne (Source F Broudic sondage TMO-Régions 2007).

En premier lieu, le pourcentage de bretonnants par classe socioprofessionnelle fait apparaître des taux de bretonnants qui n'excèdent pas le tiers d'une classe. En reprenant les trois catégories définies plus haut : les étudiants, les professionnels actifs et les personnes sans activité professionnelle, une analyse s'impose car les chiffres sont très disparates.

Dans la catégorie des étudiants, nous avons 3% de l'ensemble des étudiants de plus de 15 ans qui sont bretonnants. Par rapport à ce que nous avons pu trouver au niveau de la formation des bretonnants ce chiffre relativement « élevé » s'explique par le fait qu'ici seule la zone géographique de la Basse-Bretagne est prise en compte. Cette situation rend compte du fait qu'il reste beaucoup de travail pour rendre la formation en langue bretonne attractive et que le complément assuré par la formation pour adulte est à ce jour incontournable.

Dans la catégorie des professions qui bénéficient d'une indépendance vis-à-vis de l'utilisation d'une langue pour leur communication, à la fois en tant qu'acteur pour son utilisation mais aussi par rapport à sa consommation, nous trouvons les agriculteurs bretonnants qui représentent 20% de l'ensemble de la profession en Bretagne. Ce chiffre est à apprécier par

rapport à une catégorie professionnelle qui s'est rétrécie de moitié en 20 ans¹⁰⁰. Le second secteur par importance de pénétration est composé des cadres et professions indépendantes ; des artisans et commerçants et des professions intermédiaires. Leur pourcentage de locuteurs par rapport à l'ensemble de leur catégorie respective en Basse Bretagne varie de 8 à 5%. Par rapport à leur pouvoir de décision et leur implantation dans la société, c'est vers ce segment de la population professionnelle que les efforts d'une politique linguistique ambitieuse pourraient être focalisés. Cette population constitue un ensemble qui possède une autonomie de décision, ils sont principalement implantés dans le secteur tertiaire, qui est en croissance. De ce fait, c'est un secteur qui est donc en mesure d'attirer les jeunes et les étudiants.

Nous l'avons vu plus haut, l'un des critères pour l'attractivité d'une langue est lié consciemment ou inconsciemment aux débouchés qu'elle permet, ou à la différenciation qu'elle permet d'obtenir, dans le but de trouver un emploi dans lequel ils pourront s'épanouir. L'avenir d'une langue minoritaire est lié à son attractivité auprès des jeunes générations.

Les limitations des systèmes d'évaluation du dynamisme d'une langue régionale tels que décrits précédemment m'ont poussé à étudier d'autres systèmes qui ont été établis par des professionnels des langues minoritaires. Il s'agit d'une part, de l'UNESCO, organisme international dont l'une des activités consiste à répertorier, étudier et suivre l'évolution des langues parlées sur la planète. D'autre part, nous passerons en revue les propositions d'un chercheur américain Joshua Fishman qui a consacré une partie importante de son activité à déterminer comment influencer et mesurer le dynamisme des langues minoritaires.

b) Les outils de l'UNESCO

i. Introduction

L'UNESCO est une organisation créée en 1945, suite aux deux conflits mondiaux qui ont entaché le monde. La base de cette création s'est forgée sur le fait que la paix n'est pas uniquement basée sur des traités politiques ou économiques mais aussi sur la nécessité d'une solidarité intellectuelle et morale de l'humanité.

A ce titre, elle œuvre suivant quatre axes :

- Une éducation de qualité pour chaque enfant du monde, ce qui est la meilleure garantie pour le développement de l'humanité.

¹⁰⁰ http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=T13F172 évolution des entreprises agricoles depuis 20 ans en France. Site visualisé le 27 09 2015.

- Favoriser les cultures et mettre en valeur leurs différences en tant que richesse de l'humanité (notion de patrimoine mondial).
- Développer des coopérations internationales par rapport aux phénomènes qui dépassent les nations prises individuellement.
- Développer la liberté d'expression sous toutes ses formes, en tant qu'élément fondamental de la démocratie et de la dignité humaine.

Ces quatre axes sont décomposés sur sept thèmes :

- Education pour le XXI^e siècle.
- Liberté d'expression
- Protéger le patrimoine et favoriser la création
- Apprendre à vivre ensemble
- Construire des sociétés du savoir
- La planète et les océans
- Les sciences au service d'un avenir durable

Dès 1980, l'UNESCO s'est penchée sur les langues comme élément fondamental de la diversité culturelle. Ceci apparaît d'une manière explicite dès 1997, dans le livre rouge de l'UNESCO sur les langues en danger, écrit par Stephen Wurm.

A la suite et dans le cadre du patrimoine immatériel de l'humanité, les langues et surtout les langues minoritaires ont fait l'objet de mentions toutes particulières dans un certain nombre de conventions ratifiées par les instances étatiques françaises. Force est de reconnaître que sans réelle volonté politique, les conventions de l'UNESCO n'ont pas permis la stabilisation de la situation des langues minoritaires de France.

La France est membre fondateur de l'UNESCO¹⁰¹, qui regroupe à ce jour 195 états. A ce titre elle a ratifié la plupart des conventions de l'UNESCO, y compris celles qui mentionnent le respect des langues minoritaires.

Ainsi la France par l'intermédiaire de ses représentants, a signé les conventions suivantes :

Dans le cadre de la protection du patrimoine immatériel, l'UNESCO a commis une « *Déclaration Universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle* »¹⁰² en 2001.

¹⁰¹ <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/la-france-a-l-onu/la-france-et-l-unesco/> La France et L'Unesco. Site visualisé le 4 10 2015.

¹⁰² <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162f.pdf> déclaration Universelle de l'Unesco sur la diversité culturelle Novembre 2001 site visualisé le 4 10 2015

Elle stipule en particulier dans son article 5: « *Toute personne doit ainsi pouvoir s'exprimer, créer et diffuser ses œuvres dans la langue de son choix et en particulier dans sa langue maternelle ; toute personne a le droit à une éducation et une formation de qualité qui respectent pleinement son identité culturelle* ».

Dans ses plans d'action, la mise en action de l'article 5 est expressément expliquée : « *sauvegarder le patrimoine linguistique de l'humanité et soutenir l'expression, la création et la diffusion dans le plus grand nombre possible de langues* ».

Le plan d'action du point 6, stipule de la même manière : « *encourager la diversité linguistique - dans le respect de la langue maternelle - à tous les niveaux de l'éducation, partout où c'est possible* ».

Dans son rapport de synthèse intitulé « *Vie et disparition des langues* », les experts de l'UNESCO résument les conclusions de cette convention universelle sur le volet concernant les langues :

« *Le plan d'action qui s'ensuit recommande aux Etats membres, ainsi qu'aux communautés de locuteurs, de prendre des mesures en vue de :*

1. *sauvegarder le patrimoine linguistique de l'humanité et apporter le soutien nécessaire à l'expression, la création et la diffusion du plus grand nombre possible de langues ;*
2. *encourager la diversité linguistique à tous les niveaux de l'éducation, dans tous les pays et favoriser l'apprentissage de plusieurs langues dès le plus jeune âge ;*
3. *intégrer, le cas échéant, les pédagogies traditionnelles dans le système éducatif afin de **préserver et utiliser pleinement les méthodes de communication et de transmission des savoirs** les mieux adaptées à la culture du lieu et, si la communauté de locuteurs le permet, encourager l'accès universel à l'information dans le domaine public par la voie du réseau global, tout en favorisant la diversité linguistique dans le cyberspace.* »

Au-delà des objectifs cités, on note surtout le préambule de ces points importants qui stipule qu'il s'agit bien d'une recommandation et non à un texte qui engage les signataires.

La France met en avant le fait d'avoir été à l'initiative de La Conférence générale de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, réunie à Paris du 3 au 21 octobre 2005 pour sa 33e session et de la convention sur la diversité des expressions culturelles¹⁰³. Cette convention stipule dans son article 6:

« **Article 6 - Droits des parties au niveau national**

1. *Dans le cadre de ses politiques et mesures culturelles telles que décrites à l'article 4.6 et compte tenu des circonstances et des besoins qui lui sont propres, chaque Partie peut adopter*

¹⁰³ <http://fr.unesco.org/creativity/convention/convention-2005/texte-convention-2005> site visualisé le 4 10 2015

des mesures destinées à protéger et promouvoir la diversité des expressions culturelles sur son territoire.

2. *Ces mesures peuvent inclure :*

[...]

(b) les mesures qui, d'une manière appropriée, offrent des opportunités aux activités, biens et services culturels nationaux, de trouver leur place parmi l'ensemble des activités, biens et services culturels disponibles sur son territoire, pour ce qui est de leur création, production, diffusion, distribution et jouissance, y compris les dispositions relatives à la langue utilisée pour lesdits activités, biens et services ».

Vraisemblablement l'expression de cet article sous forme de possibilité, fait que rien ne s'oppose vraiment à ce que les signataires ne fassent rien.

L'article 8 de cette même convention stipule que :

« Article 8 - Mesures destinées à protéger les expressions culturelles

1. Sans préjudice des dispositions des articles 5 et 6, une Partie peut diagnostiquer l'existence de situations spéciales où les expressions culturelles, sur son territoire, sont soumises à un risque d'extinction, à une grave menace, ou nécessitent de quelque façon que ce soit une sauvegarde urgente. »

L'extinction des langues minoritaires qui se trouvent sur les territoires soumis à la loi française n'est sans doute pas une notion qui peut s'appliquer en France car le dogme constitutionnel de l'indivisibilité de la France rend inconcevable l'existence de telles situations. La France ne reconnaissant qu'une seule langue officielle en France : le français, il n'existe donc aucune autre langue reconnue ou minoritaire qui pourrait se trouver en danger d'extinction, sur son territoire.

Comme illustré ci-dessus, l'état français signe les conventions internationales dans le cadre de son rayonnement universel, tant que leur portée est facultative.

Ceci n'empêche pas des chercheurs et des experts internationaux de travailler sur le sujet des langues minoritaires et d'éditer périodiquement le fruit de leurs travaux.

C'est ainsi que l'UNESCO a travaillé sur la situation et sur le dynamisme des langues minoritaires.

ii. Les moyens d'action en faveur des langues minoritaires.

En 2003, un groupe d'experts internationaux s'est réuni pour publier un rapport sur la vitalité et la disparition des langues¹⁰⁴. Ce travail a mené à trois actions principales :

- Le premier était de définir et mesurer la notion de langue en danger.
- Le second point était l'établissement de la liste et de la situation des langues de par le monde.
- Le troisième point était de situer l'action de l'UNESCO par rapport à ces travaux et de proposer des axes de travail par rapport à la sauvegarde des langues dans le cadre de la promotion de la diversité linguistique et culturelle de l'humanité.

Ce groupe de travail volontariste a tenté de déterminer les « ingrédients » nécessaires à l'objectif de revitalisation d'une langue en danger. Ils vont mobiliser les énergies tant du point de vue des experts que des organisations non gouvernementales mais aussi gouvernementales tels que les responsables politiques. Ils mettent toute foi en avant que ce sont des militants de l'intérieur même des zones linguistiques que peut naître une revitalisation linguistique.

Ce travail débouche sur le recensement de 6000 langues au travers du monde. Devant le constat qu'ils vont faire par rapport à la pérennité de la plus grande partie de ces langues, ils vont rechercher des solutions pour enrayer la disparition de la diversité linguistique et culturelle.

Les constatations sont éloquentes : 97% de la population mondiale parle 4% des langues du monde et le corollaire de cela est que 3% de la population mondiale parle le reste des langues du monde soit 96%.

La biodiversité animale et végétale est un concept généralement bien accepté comme un ensemble d'éléments dont la valeur n'est pas monétairement mesurée mais essentielle à la survie de notre humanité.

La notion de langue est intimement associée à la pensée et les études en cours sur le sujet sont très nombreuses. La diversité de pensée est sans doute aussi essentielle à l'avenir de l'humanité, que la biodiversité mais cette notion est peu reconnue au sein de la population baignée dans un environnement économique productiviste, qui fait de la massification et de l'uniformisation, deux de ses moteurs. Cette conscience de valeurs non nécessairement marchandes peut être qualifiée d'« écologique » au sens des relations qu'elles permettent entre les êtres vivants, avec leur environnement et avec les autres entités vivantes.

¹⁰⁴ <http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/00120-FR.pdf> site visualisé le 4 10 2015.

Ces valeurs non marchandes ne s'opposent pas à la recherche d'un progrès global pour l'humanité mais elle doit en faire partie. L'importance de cette diversité est de plus en plus mise en avant parmi les linguistes et les scientifiques¹⁰⁵. Seront-ils se faire écouter, avant que les langues minoritaires ne disparaissent ? La chose est moins sûre.

Le rapport de synthèse de l'UNESCO met bien en évidence la séquence typique des phénomènes qui ont été observés pour la langue bretonne.

Le premier point mis en avant est l'aspect psychologique d'une politique d'éradication d'une langue. Sous la pression d'un dominateur (militaire, économique...), il s'agit d'imprégner les locuteurs minoritaires de l'absence de valeur (apparente) de leur langue et par-delà même de leur pensée propre, qui ne peut s'exprimer subtilement que par l'intermédiaire de leur langue maternelle.

Après la suppression pendant parfois plusieurs siècles, de l'accès aux outils nécessaires à la maintenance et à l'actualisation des langues minorisées, l'exposition à la vindicte et aux sarcasmes populistes des tenants de la langue majoritaire est une arme psychologique gratuite et dévastatrice.

Ceci est toujours une pratique courante, rarement publiquement reconnue en raison du développement de la pensée du « politiquement correcte » dont tout le monde ne s'embarrasse pas, mais pratiquée dans les groupes fermés¹⁰⁶, où lors de conversations privées¹⁰⁷.

Ainsi le rapport rend compte du processus psychologique en jeu, comme débouchant sur un processus d'autodestruction. Le rapport l'exprime de la manière suivante : « *Certains locuteurs en viennent à trouver leur idiome désuet et inefficace. Dans la plupart des cas, cette perception négative est directement liée à la pression socioéconomique d'une communauté linguistique dominante*¹⁰⁸ ».

¹⁰⁵ Pichon, Denis *Kehentiñ hag holl vedeliezh : bevennoù d'ar "Saozneg penn-da-benn"* D'ar Merc'her 14 a viz Du 2012. CNRS 3, straed Michel-Ange, Pariz, éditions Al Lanv niverenn/numéro 129 Meurzh/Mars 2013 p 15 à 18

¹⁰⁶ Il existe des cas rapportés dans des microsociétés telles les armées, la fonction publique de l'état, les entreprises, où les brimades affectent particulièrement ceux qui peuvent présenter une différence avec le mode majoritaire du groupe.

¹⁰⁷ Lors du dernier tournoi de rugby des 6 nations (2015), un Anglais me confiait que les Anglais n'aiment pas trop les gallois, car ils ne sont pas comme les autres. Le même phénomène de dénigrement existe à l'encontre des Bretons mais si vous êtes Breton, il est peu probable que quelqu'un vienne vous le dire directement.

¹⁰⁸ Lors d'une conversation privée avec une relation professionnelle : un Gallois habitant Londres, j'ai été surpris de son discours « auto-dénigrant » de tout ce qui pouvait être un signe de son origine galloise : langue, économie,...

Selon les experts de l'UNESCO, un soutien à une langue minoritaire en danger requiert des interventions sur cinq points :

- 1) Instauration d'une formation linguistique et pédagogique des enseignants.
- 2) Développement d'une infrastructure locale pour le développement de la langue, orthographe, normalisation de la langue, grammaire, centre de référence linguistique... Former des linguistes locaux. L'alphabétisation est un bon vecteur introductif à l'apprentissage des langues.
- 3) Soutien au développement d'une politique linguistique nationale en faveur des langues minoritaires, dont l'état majoritaire a (ou devrait) avoir la charge. Favoriser l'intégration de locuteurs des langues minoritaires dans l'élaboration de la politique linguistique nationale.
- 4) Soutien à l'adoption d'une politique éducative en faveur des langues minoritaires.
« ... bien souvent, l'enseignement des langues maternelles n'inclut pas l'usage des langues des minorités ethnolinguistiques (autrement dit, des langues en danger) en tant que médium de l'enseignement mais seulement leur enseignement en tant que disciplines scolaires. Le modèle d'éducation le plus couramment appliqué aux enfants des minorités ethnolinguistiques dans l'enseignement scolaire continue d'employer les langues dominantes comme médium d'instruction à l'échelon local ou national. L'usage exclusif de ces langues dans l'éducation favorise leur propagation au détriment des langues minoritaires... » [...] « De nombreuses études démontrent que l'acquisition du bilinguisme n'altère en rien la maîtrise de la langue officielle. » Nous avons ici, une description de ce qu'il ne faut pas faire pour établir une politique linguistique efficace en faveur des langues minoritaires. Cette description est très précisément le reflet des actions entreprises par les instances étatiques françaises pour apporter sa contribution au maintien des langues minoritaires. Comme expliqué dans le rapport de l'UNESCO, cantonner une langue minoritaire au même statut qu'une langue étrangère ne favorise pas son développement. Parallèlement, on remarque que seul le système par immersion proposé par l'association Diwan en Bretagne permet de satisfaire aux recommandations de cette proposition de l'UNESCO: un enseignement de toutes les matières, quelles qu'elles soient, dans la langue minoritaire.
- 5) L'amélioration des conditions de vie et le respect des droits humains des communautés linguistiques.

Ce paragraphe met l'accent sur la langue des minorités qui peut apporter un confort de vie et un certain bien-être, aux côtés d'éléments plus traditionnels de l'aide humanitaire, de luttes contre la pauvreté ou contre les pandémies qui existent aussi dans le contexte de la France.

iii. Mesurer le dynamisme des langues.

Les travaux des linguistes ont débouché sur l'identification de neuf facteurs qui pris dans leur ensemble, permettent de définir un indicateur de vitalité des langues.

Ces neuf facteurs sont :

- 1) Transmission intergénérationnelle de la langue.
- 2) Nombre absolu de locuteurs.
- 3) Taux de locuteurs sur l'ensemble de la population.
- 4) Utilisation de la langue dans les différents domaines publics et privés.
- 5) Réaction face aux nouveaux domaines et médias.
- 6) Matériels d'enseignement et d'apprentissage des langues.
- 7) Attitudes et politiques linguistiques au niveau du gouvernement et des institutions – usage et statut officiel.
- 8) Attitude des membres de la communauté à l'égard de leur propre langue.
- 9) Type et qualité de la documentation.

Le détail des différents facteurs est en annexe¹⁰⁹.

En conclusion, les travaux menés par les experts de l'UNESCO sont tout à fait pertinents pour une vision mondiale de la situation. Les facteurs qui ont été isolés pour quantifier le dynamisme d'une langue sont pertinents à cette échelle, ils constituent certainement un bon guide pour évaluer les situations diverses et un bon moyen pour alerter ceux qui s'intéressent à la diversité linguistique de la planète et aux autorités politiques.

Les limites des paramètres proposés sont exposées clairement. Tout changement d'état dans le classement de ces langues nécessite du temps, qui se mesure en générations plutôt qu'en années.

La sensibilité des critères retenus pour l'atlas de l'UNESCO des langues en danger est trop faible pour pouvoir l'utiliser comme un instrument de mesure adapté à la mesure des progrès accomplis par les personnes en charge des politiques linguistiques sur les langues minoritaires, en particulier dans le monde de l'économie. Seul 1 facteur sur 6 traite des réactions à la langue minoritaire dans l'environnement lié à l'économie : le positionnement de la langue face aux nouveaux domaines technologiques et aux médias.

Une langue pour qu'elle vive doit pouvoir s'adapter à son environnement. Si ce n'est pas le cas, le processus de « ringardisation » de la langue va s'accroître rapidement et la langue

¹⁰⁹ Annexe 29 : Détail des facteurs utilisés pour l'échelle de mesure de l'Unesco.

elle-même devient stigmatisée et stigmatisante. Pour éviter ce phénomène, il est nécessaire qu'une autorité reconnue puisse normer la langue en définissant le sens des mots et son emploi. Nous avons vu dans une section précédente la difficulté de la chose, ce qui ne rend pas son utilité facultative, bien au contraire.

Les nouveaux domaines linguistiques sont transmis par des vecteurs tels que les médias, la presse écrite, les radios ou télévisions et aussi l'enseignement. L'examen de ces vecteurs permet d'obtenir un reflet de la situation des langues minoritaires comme conséquence plutôt que comme élément d'action.

La méthode de l'UNESCO est intéressante mais n'est pas particulièrement adaptée à l'analyse de la situation d'une langue minoritaire dans le monde de l'économie mais là n'est pas son but principal.

Joshua Fishman, linguiste distingué, a travaillé la question tout au long de sa carrière universitaire et a proposé ses méthodes à la fois de mesure et d'action par rapport à la situation des langues minoritaires dans le monde. L'étude de ses travaux constitue le second volet de ce chapitre consacré à la mesure du dynamisme des langues minoritaires.

c) La méthode de Joshua Fishman.

Joshua Fishman¹¹⁰ (18/07/1926 – 01/03/2015) était professeur en Sciences Sociales, à l'université Yeshiva (département de psychologie) et à l'université de médecine Albert Einstein, du Bronx à New York (USA).

Ses centres d'intérêt étaient :

- Langage et ethnicité
- La planification des langues
- Le yiddish
- L'éducation bilingue
- L'anthropologie médicale

Ici, nous nous intéresserons particulièrement à ses travaux sur les langues minoritaires, à partir de deux publications clés : « *Reverse language shift : theory and practice of Assistance to Threatened language*¹¹¹ » et « *Can endangered languages be saved*¹¹² ? ». L'ensemble des

¹¹⁰ <http://www.joshuaafishman.com/> site personnel de Joshua A. Fishman. Site visualisé le 13 10 2015

¹¹¹ Fishman Joshua A. *Reversing language Shift : Theory and Practice of Assistance to Threatened Languages*. Clevedon, Multilingual Matters, 1991

¹¹² Fishman Joshua A. *Can Threatened Languages Be Saved?* Clevedon, Multilingual Matters, 2000

éléments de ce paragraphe comprend de nombreuses sections traduites¹¹³ de ces deux livres et contextualisées sous forme de commentaires liés à la situation de la langue bretonne.

i. Description de la méthode de quantification Fishman

1. Présentation

Joshua A. Fishman est connu des linguistes du monde entier pour ses travaux uniques centrés sur le langage et la société. A ce titre, il a parcouru le monde pour s'intéresser aux langues minoritaires. Les publications de 1991 et de 2000, citées au début de ce chapitre, sont donc le fruit, non pas uniquement d'une théorie imaginée par lui-même mais celui d'une accumulation de connaissances et de pratiques de terrain.

Joshua Fishman a parcouru le monde et ajusté ses théories après les avoir confrontées aux épreuves de la pratique du terrain (entre autres, chez les Maoris et chez les Basques).

« Les tentatives de revitalisation linguistique sont nombreuses ce qui démontre l'intérêt pour un sujet qui tient à aux relations intimes entre la pensée et son expression d'une part et la volonté de contribuer à la construction de la société d'autre part. Pour que la pensée puisse s'exprimer clairement, il faut qu'il y ait entre elle et son expression une « peau » qui soit la plus transparente possible pour bien rendre compte de la subtilité du contenu. Les différences, sources de richesses, ne se perçoivent qu'au travers des subtilités d'échanges qui existent entre la pensée et son expression. C'est un moyen qui ne nécessite pas d'artifices tels que des papiers d'identité, pour révéler une identité intime et profonde. En cela chaque langue est une richesse intrinsèque qui permet de mettre en valeur une diversité de pensée, pour chacun mais aussi pour les autres. »

Lors d'un colloque sur le thème « *communication et mondialisation les limites du tout anglais* »¹¹⁴ l'extrait de la présentation du thème de la journée, décrit bien qu'au-delà du confort initial perçu d'une situation mono linguistique, ce chemin mène vers l'impasse de la stérilité de la pensée unique :

« Naguère, on pensait que l'anglais serait la lingua franca de la mondialisation, ce qui lui valut le qualificatif de « planétaire » (Global English) : on disposait enfin d'une langue commune universelle. Or, cette vision des choses est loin de faire l'unanimité aujourd'hui, y compris au sein du monde anglophone, où le modèle du tout anglais est remis en cause, aussi

¹¹³ Les traductions sont le fait d'un travail personnel.

¹¹⁴ Colloque internationale pluridisciplinaire (CNRS) Communication et mondialisation les limites du tout-anglais 14 novembre 2012 Auditorium Marie Curie 3 rue Michel-Ange Paris 16^{ème}. Sous la direction scientifique de Michaël Oustinoff, Mélanie Dulong de Rosnay, Joanna Nowicki et Nicole D'Almeida.

bien au Royaume-Uni qu'aux États-Unis. [...]À l'heure de la mondialisation, marquée par l'émergence des BRICS (Brésil, Russie, Inde, Chine, Afrique du Sud), il n'est plus possible de faire l'impasse sur la question des langues en matière de communication. De ce point de vue, elle ne concerne pas que les spécialistes du domaine ou la communauté des enseignants et des chercheurs, toutes disciplines confondues : elle est l'affaire de tous. »¹¹⁵

Joshua Fishman a d'abord cherché à comprendre les mécanismes qui amènent à la destruction des langues. « *La destruction des langues est toujours orchestrée par un groupe dominant à l'encontre d'un groupe dominé* ». Pour cela le travail de Joshua Fishman s'est porté sur les communautés et langues minoritaires car les autres langues ont peu de crainte de disparaître.

« Les personnes qui résistent à la destruction des langues sont donc en situation de dominés, ils n'ont pas accès aux moyens déployés par les groupes organisés majoritaires, qui peuvent se permettre de mobiliser des moyens divers et variés, qui consciemment ou inconsciemment se trouvent en situation de servir la destruction massive des langues minoritaires : l'éducation des enfants, la promotion sociale avec obligation de parler une langue majoritaire unique, l'accès à certains postes, ou tout simplement les politiques d'éradication d'une langue sous couvert de faire reculer l'obscurantisme ».

Par rapport à cet état de fait, Joshua Fishman propose aux personnes concernées par l'évolution des langues minoritaires, une « boîte à outils » permettant de diagnostiquer, d'agir et de mesurer, avec des moyens simples et peu onéreux. Il aborde en premier lieu les raisons pour lesquelles la revitalisation d'une langue minoritaire recèle un intérêt, quelle que soit sa situation.

a) Pourquoi s'intéresser à la revitalisation des langues minoritaires ?

A l'instar de ce que nous avons vu dans le paragraphe consacré à L'UNESCO, le premier signe visible de la décroissance significative d'une langue est l'arrêt de la transmission intergénérationnelle. « *Cette absence de transmission intergénérationnelle n'est pas un épiphénomène, c'est une vague de fond devant laquelle tous les efforts peuvent sembler vains et décourager les militants les plus motivés. Pour la plupart des membres d'un groupe majoritaire, la perte d'une langue minoritaire n'est qu'un épiphénomène naturel et inéluctable qui s'oublie aussi vite que le dernier locuteur s'éteint. La langue défunte est donc*

¹¹⁵ http://webcast.in2p3.fr/events-communication_et_mondialisation site visualisé le 17 10 2015

reléguée au rang d'un patrimoine ancien qui au mieux sera mentionné comme faisant partie d'un passé lointain du groupe majoritaire. »

A titre d'illustration, c'est la place des langues minoritaires de France dans la constitution française¹¹⁶, reléguées au rang de patrimoine comme tel ou tel monument historique et exprimé dans le laconique article 75-1 de la constitution française : « *Les langues régionales appartiennent au patrimoine de la France* ». Notons que le vocable « régional » employé par la France, ne correspond à aucune réalité administrative reliée aux régions de France : aucune des régions de France ne définit un contour linguistique : la langue bretonne dépasse les frontières de la région Bretagne mais ne la couvre pas entièrement non plus, la Région Grand-Est comprend l'Alsace qui ne correspond qu'à une petite partie de la région... . D'autres langues sont disséminées en France, en particulier les langues issues de l'immigration. Pour ces dernières la notion de régionale est encore moins pertinente. Le vocable « minoritaire » est bien plus représentatif de la situation. Ce mot et cette acceptation de sens sont retenus dans ce travail.

« Les communautés victimes de l'extinction de leur langue par contre, vivent cette expérience comme une frustration extrême. Elle naît de l'obligation des locuteurs de la langue minoritaire à revêtir leur pensée d'une enveloppe exogène qui touche à la fois la pensée son moyen d'expression dans toute sa subtilité. Cette situation est de nature à créer un sentiment de révolte face à une autocratie linguistique qui pousse l'outrecuidance à prôner la démocratie et le respect des autres, sans se l'appliquer à elle-même ».

La destruction d'une langue s'apparente au prolongement d'une situation de guerre, qui vise la destruction d'un peuple jusqu'à la disparition de sa pensée et de son expression, deux points capitaux de l'existence. Matériellement, cette disparition se fait dans un nivellement stérilisateur, jusqu'à ce qu'il n'existe plus de signes pour différencier les minoritaires de l'environnement majoritaire dans lequel ils se situent.

Pour Joshua Fishman, la stratégie d'une politique autocratique consiste à contrôler un certain nombre de domaines :

« ...

- 1) *l'accès au pouvoir pour éviter que les « déviants » minoritaires ne puissent avoir voix au chapitre.*

¹¹⁶ <http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/francais/la-constitution/la-constitution-du-4-octobre-1958/texte-integral-de-la-constitution-du-4-octobre-1958-en-vigueur.5074.html#titre11bis> site visualisé le 17 octobre 2015

- 2) *L'accès aux richesses et à leur accumulation car la paupérisation reste toujours un bon moyen de contrôle des populations.*
- 3) *Le ménagement d'un accès à la communauté et à l'intimité des familles pour l'arrêt des transmissions intergénérationnelles et y substituer la volonté de l'état qui pense pour le peuple ce qui lui permet de mieux le contrôler et transformer les habitants en sujets dociles... »*

« La situation du majoritaire est en général assez simple car il bénéficie de l'ensemble des éléments qui servent la cause du vainqueur : le pouvoir et l'argent et donc les moyens d'agir, soit tout ce qui manque aux peuples minoritaires.

Face à une telle situation, une stratégie de « franc-tireur » est inopérante et inefficace. Une action nécessite une organisation et de la coordination, avec un plan visant à déterminer le point de départ, le point d'arrivée et les moyens qui serviront à baliser le chemin pour parcourir la distance entre les deux points de départ et d'arrivée. L'enthousiasme et la bravoure sont nécessaires mais malheureusement pas suffisants, il faut aussi de la stratégie et une structure de coordination des actions, au niveau de la zone concernée par la revitalisation de la langue en question. Une coordination implique qu'il y ait un pilotage organisé à la tête de la structure et surtout un plan qui s'inscrive sur une durée plurigénérationnelle, avec les ajustements nécessaires à l'évolution d'un environnement mouvant. »

Un tel plan ne peut être en adéquation avec la durée des mandats électoraux, il doit donc dépasser les clivages politiques pour pouvoir s'inscrire dans la durée. L'exercice est très difficile car ce sont les instances politiques qui décident de l'attribution des parcelles de pouvoir et de moyens laissées aux minoritaires. De plus, les attitudes de la majorité des élus des représentations locales ou régionales sont parfois en contradiction complète avec les partis d'obédience nationale auxquels ils sont rattachés et auxquels ils sont inféodés grâce à des outils tels que le pouvoir, les honneurs ou l'argent. Cela génère un sentiment d'une trahison perpétuelle des électeurs quand la situation personnelle des élus (liée au bon vouloir du parti national de tutelle) est mise en balance par rapport à leurs convictions et à leurs discours. La situation française illustre très bien cette problématique.

Au-delà des objectifs généraux qui sous-entendent une politique de très long terme, les langues minoritaires ne sont que le jeu des partis politiques à l'affût d'une stratégie opportuniste pour tel ou tel mandat. La saga de la ratification de la charte européenne des langues minoritaires et régionales par le parlement français illustre cette situation, avec d'un

côté le « gentil » parti politique au pouvoir qui au moment de remettre en jeu ses mandats se souvient opportunément de l'une de ses promesses et de l'autre le Conseil constitutionnel dans le rôle du « méchant », qui va bloquer systématiquement cette demande sur la base d'un article constitutionnel introduit récemment par les mêmes hommes politiques. Sans aucune volonté politique d'évolution, ceci permettra de rejouer la pièce à l'envi, pour les prochaines échéances électorales.

Une action pour la revitalisation d'une langue doit trouver son consensus au-delà des clivages politiques et s'inscrire dans une durée qui dépasse plusieurs décennies. Une langue n'étant pas a priori de droite ou de gauche, cela devrait être du domaine du possible, au moins théoriquement. En France, le consensus politique reste sur la ligne définie lors de la Révolution française qui prônait l'anéantissement des langues minoritaires, un travail efficace a été effectué ce qui permet aujourd'hui un discours plus édulcoré dont l'un des meilleurs outils consiste à ne rien faire pour les langues minoritaires en danger, au-delà de quelques effets d'annonce lénifiants.

« Une politique linguistique de revitalisation ne s'improvise pas sur un « coup de tête » mais nécessite d'établir une stratégie et des objectifs. Sans cela, les risques d'échec sont importants et aboutiraient à l'opposé du but recherché en apportant de l'eau au moulin des détracteurs et aux déçus d'une telle démarche¹¹⁷. »

Joshua Fishman cite aussi toutes les bonnes raisons pour lesquelles changer le sens de l'évolution des langues minoritaires pourrait paraître comme inutile. Il est nécessaire de réfléchir et développer les bons arguments contre ces allégations simplistes que même les plus motivés à la cause des langues minoritaires, pris par surprise, sont susceptibles d'accepter comme étant un phénomène naturel.

Au rang de ces exemples, j'en retiens quelques-uns qui me sont familiers :

Lutter contre la disparition des langues minoritaires : pourquoi faire ?

C'est trop tard !

On ne peut plus rien faire !

Nous verrons dans la seconde partie que ces objections à l'utilisation des langues minoritaires dans la sphère économique reviennent fréquemment.

Il faut aussi relativiser les victoires car gagner une guerre ne se fait pas sans d'abord gagner une bataille, voire des batailles et gagner une bataille n'est pas gagner la guerre.

¹¹⁷ Macpherson C.B. *Democratic Theory : Essay in Retrieval* ed. Clarendon Press, Oxford 1973

« *Le premier des pièges à éviter, est de dire que comme nous ne pouvons pas gagner la guerre, ne faisons rien !* »

C'est pour cela qu'une planification du possible doit être réalisée, pas à pas, en fonction des moyens et du contexte environnemental de la langue. Il est cependant important que chaque pas s'inscrive dans une logique qui permette de se rapprocher de l'objectif final qui est une progression vers la normalisation des langues minoritaires et surtout le retour à leur transmission intergénérationnelle.

La méthodologie du pas-à-pas dans une cohérence globale permet d'appréhender les avancées réalisées et de ne pas décourager les acteurs impliqués dans la revitalisation de la langue minoritaire.

Pour Joshua Fishman, il n'existe aucune langue pour laquelle rien ne puisse être fait et il cite l'hébreu et le Maori sur lesquels il a beaucoup travaillé¹¹⁸

b) Les situations de génocides linguistiques dans le monde

Pour Joshua Fishman, la revitalisation d'une langue minoritaire est une réalité qui consiste à rechercher le bon remède pour endiguer une maladie. « *Il faut donc en premier lieu être convaincu que la recherche que le traitement peut être utile. Une fois cette étape validée, il faut se poser la question de la nature des causes qui ont conduit à cette situation afin de prescrire un antidote sur mesure pour guérir le patient. Au niveau de la mise en œuvre, une telle entreprise s'inscrit dans la durée et dans l'accumulation de petites actions, à la manière d'un traitement que l'on prend chaque jour.* »

C'est donc un projet de longue haleine le temps et l'accumulation de petites victoires rend important le fait de ne pas perdre de vue l'objectif global, en respectant le plan de bataille qui doit définir la nature des actions, le moment où elles doivent être réalisées et enfin la manière de les réaliser. La planification d'un projet sociétal est d'autant plus importante que le terrain sur lequel il se matérialise est celui de ceux qui possèdent le pouvoir. Comme tout projet, il est important de trouver des moyens de mesurer les progrès réalisés. Il faut donc créer les bons indicateurs, faire des sélections de populations homogènes et les suivre sur la durée, sachant que sur la durée, les échantillons sélectionnés auront aussi évolué avec le temps et seront donc composés de personnes différentes des premières.

¹¹⁸ Annexe 30 : Les expériences de revitalisation linguistiques et leurs motivations

Au niveau des dimensions associées à la revitalisation d'une langue minoritaire, Joshua Fishman préconise de suivre deux paramètres qui sont :

« ...

- *La capacité des personnes concernées à suivre les médias. Cela implique donc de lancer des actions (et mesurer les progrès) qui visent à ce que les personnes concernées commencent par comprendre la langue, puis la parler, la lire et enfin l'écrire. Le respect de cet ordre est très important.*
- *L'acceptation et la fierté de se déclarer comme locuteur de la langue minoritaire. Dans le chapitre concernant les objections à l'utilisation d'une langue minoritaire, nous verrons comment cette notion de « honte/fierté » associée à la langue relève d'une importance capitale pour la normalisation d'une langue minoritaire dans le monde de l'entreprise et de l'économie.*

Pour ce paramètre, il est important de bien séparer les domaines suivants :

- *L'attitude et la volonté (qui peuvent ne constituer qu'un souhait),*
- *La compétence ou la capacité (qui marque le passage du souhait à l'action),*
- *Le niveau de maîtrise (qui marque la progression).*

Chacun de ces paramètres peut se décliner pour les quatre modes de communication. L'ensemble des compétences peut être synthétisé dans le tableau préconisé par Joshua Fishman et servir de grille d'évaluation : »

Tableau 4 : Grille d'évaluation. Source Joshua Fishman

	Attitude et volonté	Compétence	Niveau de maîtrise
Compréhension			
Parler			
Lire			
Ecrire			

Le remplissage de cette grille peut apparaître difficile et subjectif car il revient à une appréciation personnelle subjective et complexe. Elle peut être établie pour un contexte dans un environnement socioculturel donné : la famille, les amis, le travail, les partis politiques, les

syndicats, la religion, entres des personnes définies : la parenté (enfants, parents, grands-parents), les adolescents entre eux, les salariés et leur responsable ...

Le but de cet outil est de détecter les changements dans la pratique d'une langue minoritaire, il doit s'appliquer à d'un sous-groupe clairement identifié et sur lequel on peut s'attendre à voir les effets de la politique linguistique menée. Une définition des niveaux atteignables est une aide à la standardisation des évaluations.

La donnée la plus facilement « collectable » est un nombre de personnes, dans un environnement précis. Cette méthode peut être utilisée pour suivre l'évolution des effectifs de certaines écoles, de certains métiers comme le fait l'Office Public de la Langue bretonne, par exemple. De plus, suivre les individus d'une série permet de faire appel aux sciences statistiques et de faire des comparaisons entre pays ou régions.

Pour que les comparaisons restent valables, il faut être vigilant de bien utiliser les mêmes critères d'inclusions / exclusions au niveau de l'appréciation des cohortes comparées. Cela s'applique aux critères des individus : âges des individus, localisation géographique, contexte de l'étude..., ainsi que la position sociale des individus étudiés : employés, ouvriers, cadres, étudiants.... Nous avons vu que ce type d'études peut s'apprécier uniquement sur des durées longues, il faut donc tenir compte de ce paramètre pour choisir son échantillon, afin que l'on puisse retrouver un échantillon similaire dans 5 ans, 10 ans ou 15 ans et faire des comparaisons utiles de populations homogènes. Sur le plan du niveau de détail des études et pour les études ultérieures, il vaut mieux privilégier un grand nombre de petits échantillons quitte à les regrouper dans des classes plus importantes car la démarche inverse n'est pas possible. (Il n'est pas possible de redistribuer une population en sous-groupes une fois que le groupement a été réalisé sans possibilité d'identification).

Il n'en reste pas moins vrai que des paramètres tels que l'attitude, la compétence et le niveau de maîtrise ne sont pas simples à quantifier ou à évaluer.

Concernant l'évaluation des paramètres telle que la fréquence de l'utilisation de la langue, Joshua Fishman préconise des critères tels que : toujours, souvent, de temps en temps rarement et jamais, qui sont des termes compréhensibles par tous, même s'ils peuvent être subjectifs. De par son expérience, s'intéresser aux occurrences n'est pas un instrument de mesure aisé d'emploi, même s'il existe des techniques statistiques pour le traitement de ce genre de données.

Il existe d'autres indicateurs peut-être moins précis mais qui donnent tout de même des indications d'évolution. Joshua Fishman propose de mesurer des éléments pris dans les médias, pour lesquels il est possible de mesurer des paramètres comme la volonté d'émettre

dans la langue minoritaire, la géographie couverte : de l'information locale à l'information internationale, les domaines et sujets couverts : famille, voisinage, sports, loisirs, éducation... Il préconise aussi de bien cerner l'origine et l'évolution du changement de langue majoritaire afin de bien déterminer d'où sont venues les pressions du changement et comment la langue la plus faible a cédé devant la langue la plus forte. Les changements concernant les langues étant très longs dans le temps, il faut mener cette recherche à la fois dans l'histoire du pays mais aussi dans le temps présent. Ceci est l'objet du premier chapitre de cette partie, consacré à la chronologie sociolinguistique. Chaque recul d'une langue minoritaire doit être étudié et reconquis dès que possible, ou du moins le plus tôt possible après qu'il ait été détecté. Par contre il ne faut pas confondre vitesse et précipitation et il convient de définir la situation de départ et établir le diagnostic, définir l'objectif global, établir une stratégie, définir les étapes, évaluer les moyens, évaluer les risques, définir les étapes par rapport à un environnement mouvant et adapter la tactique. Il faut avant tout se donner le temps de la réflexion avant d'engager l'action.

Dans ses recherches, Joshua Fishman a remarqué qu' *« indépendamment de leur mode de fonctionnement, démocratique ou autoritaire, les états majoritaires ont toujours organisé des actions contre leurs minorités. Cela va d'une attitude désinvolte à leur égard et d'une déconsidération organisée, à l'adoption de lois contre les minorités et leurs marques de reconnaissance, telles leurs cultures ou leurs langues par exemple. C'est une marque de l'installation d'un pouvoir absolu de l'état le plus fort à l'encontre du plus faible, ce phénomène apparaît, quelles que soient les formes de gouvernement de la dictature à la démocratie. Quel que soit son discours, le pouvoir exclut ce qui ne lui convient pas, ou qui marque une différence. Les militants pour la cause des langages minorisés n'ont que peu de pouvoir en comparaison des locuteurs de la langue dominante. La mise en œuvre de ses politiques d'éradication est multiple et cumulative¹¹⁹. La planification et l'opportunité des actions sont critiques par rapport à leur succès potentiel. L'absence de stratégie et de planification par rapport aux capacités de ce qu'il est possible de faire, est source d'échecs. La revitalisation d'une langue minoritaire demande beaucoup d'énergie, les ressources limitées dont disposent les acteurs de la revitalisation doivent être utilisées avec le maximum d'efficacité, ce qui n'est pas toujours la principale préoccupation ou force des acteurs impliqués, en évitant un certain nombre de pièges¹²⁰ »*

¹¹⁹ Annexe 31 : Les stratégies de lutte consciente ou inconsciente mises en place par les états démocratiques ou non, contre les populations minoritaires et leurs langues (traduction personnelle).

¹²⁰ Annexe 32 : Les pièges de la revitalisation linguistique (traduction personnelle).

c) La revitalisation d'une langue minoritaire, des propositions concrètes

Pour tenter de donner de la clarté à l'analyse de la situation linguistique, Joshua Fishman a sérié un certain nombre de situations en 8 points. Elles sont regroupées sous un acronyme : « GIDS » qui en anglais correspond à « Graded Intergenerational Disruption Scale », soit une échelle progressive de mesure de la disruption intergénérationnelle. Il définit cette échelle comme étant une sorte « d'échelle de Richter » de perturbations des langues. Pour chacune de ces situations, il a défini des descriptions d'appartenance¹²¹. Même si ces critères doivent être considérés dans leur ensemble pour leur bonne compréhension, seule la situation 3 traite de la place de la langue minoritaire dans le monde du travail.

Elle correspond à l'utilisation de la langue minoritaire dans la sphère des travailleurs manuels, à l'extérieur de la communauté des locuteurs de la langue minoritaire, impliquant des relations entre les locuteurs minoritaires et les majoritaires. Ce cas extrêmement précis ne semble pas transposable à toutes les situations d'utilisation d'une langue minoritaire dans la sphère économique en général. Il la décrit ainsi : « *Dans la sphère des travaux de base, les minorités peuvent contrôler quelques industries liées à des activités de production ou de transformation spécialisées en général peu valorisantes. (Recyclages, gros œuvre du bâtiment, nettoyage, « bonne à tout faire » dans la capitale...). Ce phénomène est surtout notable dans les pays développés qui ont des économies prospères et une population concentrée. Cette situation renforce la probabilité d'une rencontre entre locuteurs des deux langues. Cette situation doit avoir une perspective économique bénéfique pour les locuteurs de la langue minoritaire mais peut aussi être une opportunité pour la revitalisation de la langue minoritaire. En effet dans cette situation, on retrouve les locuteurs de la langue minoritaire, comme propriétaires d'entreprises ou salariés de ces mêmes entreprises, en position de mieux répondre aux besoins des locuteurs de la langue majoritaire. En retour, d'autres entreprises appartenant à des locuteurs de la langue majoritaires vont chercher à satisfaire une partie de leurs besoins grâce aux entreprises des locuteurs minoritaires. Quand les locuteurs de la langue minoritaire cherchent à servir les locuteurs de la langue majoritaire, l'intérêt est de différencier les interactions des locuteurs de la langue minoritaires entre eux, par rapport aux relations entre les locuteurs des langues minoritaire et majoritaire. L'idée étant de conserver la langue minoritaire aussi visible que possible de façon multiple (musique de fond dans un magasin par exemple, émission / film humoristique,*

¹²¹ Annexe 33 : Les critères d'appartenance aux différentes situations du GIDS

discussions...). L'objectif visé ici est la visibilité de la langue minoritaire d'une part et la gestion et le maintien des frontières linguistiques. Dans un magasin, lorsqu'un locuteur majoritaire sert un locuteur minoritaire, l'idée est qu'il arrive à servir son client dans la langue préférée par le client. Le client doit rester celui qui a le pouvoir (d'achat). Plus grand est le succès industriel d'une minorité ethnolinguistique, plus grand doit être la partie prenante de la région dans le système de reconnaissance et de « récompense ». Cela peut se matérialiser sous forme d'accès à des fonds de développement, à de l'expertise, à une main-d'œuvre particulière ou à des équipements performants. La Catalogne a appris cela aux dépens de la revitalisation de la langue catalane. Le succès économique a entraîné une forte immigration qui était constituée de locuteurs d'autres langues. Ils dépendent de lois qui ne sont pas décidées en Catalogne, les fonds pour leur industrie n'étaient pas majoritairement catalans et les médias principaux n'étaient pas catalans non plus. Cette dépendance des locuteurs de la langue majoritaire a rendu les Catalans très vulnérables à un système de récompenses organisé par les détenteurs du pouvoir, locuteurs de la langue majoritaire. Cela avait pour effet de disloquer la cohésion sociale et les efforts de revitalisation de la langue catalane. Pour Joshua Fishman, les efforts pour assurer l'utilisation de la langue minoritaire sur le lieu de travail impliquent que la langue soit parlée par les travailleurs de base de l'entreprise. Le stade 3 n'est ni un stade nécessaire ni un stade suffisant, c'est juste un stade qui permet de contribuer positivement à la revitalisation de la langue minoritaire et généralement très loin de l'objectif primordial de la transmission intergénérationnelle de la langue minoritaire, comme langue maternelle. Ce stade est fréquemment hors de portée des acteurs de la revitalisation linguistique et ils doivent plutôt apprendre à s'en passer. »

Ce stade décrit par Joshua Fishman est certes intéressant mais ne correspond plus vraiment à la situation de la Bretagne d'aujourd'hui. Aujourd'hui le profil du locuteur brittophone actif n'est pas celui du « travailleur » mais plutôt celui d'un acteur évoluant dans les professions intermédiaires ou supérieures, ce qui change les perspectives car une position de responsabilité offre plus d'opportunités de convertir d'autres salariés, qu'un individu travaillant seul à son poste de travail.

Le catalogue des situations linguistiques proposées par Joshua Fishman est un travail remarquable qui appelle un certain nombre d'observations et de remarques, quant aux situations décrites et aux moyens d'action à mettre en place.

2. Discussions

Cette approche situationnelle intéressante appelle plusieurs remarques et commentaires, à commencer par celles proposées par l'auteur lui-même.

Avec l'expérience, Joshua Fishman attire notre attention sur deux points particuliers qui sont deux zones de « danger » dans l'application de la méthodologie qu'il présente.

La première limite concerne la détermination de la situation dans laquelle se trouve la langue minoritaire et les actions à entreprendre. Un ensemble d'actions peut être entrepris, quel que soit le stade considéré. Cependant, il souligne qu'il est bon de bien déterminer le stade en question car cette connaissance contribue à bien valider la nature des actions qui peuvent être entreprises. La perception de la situation d'une langue, ou de chacun des paramètres établis par Joshua Fishman est empreinte d'une certaine subjectivité liée à la situation de l'évaluateur. Un militant n'aura certainement pas la même perception qu'un Professeur d'Université, qu'un « homme de la rue », qu'un étranger à la zone géographique concernée, même en faisant un réel effort d'indépendance. Faire travailler des personnes d'horizons différents avec des perceptions différentes sur les langues minoritaires (incluant des personnes tenant des langues majoritaires) ne peut qu'enrichir la pluralité de perception des situations à évaluer et de l'efficacité des solutions proposées. L'évaluation de la situation d'une langue est un travail d'équipe et non un travail solitaire. Reconnaître une limitation quant à un instrument de mesure ne vaut pas pour récusation de son utilité. Moyennant quelques précautions d'emploi et d'interprétation des résultats, le travail réalisé par Joshua Fishman reste tout à fait exploitable.

Il souligne aussi la nécessité de cohérence dans l'action de revitalisation linguistique et de ne pas perdre de vue que la transmission intergénérationnelle est le plus important pour la survie d'une langue, quelle qu'elle soit. Des victoires vides de sens ne peuvent s'inscrire dans une fondation solide. Ce point est trop souvent absent des considérations des acteurs de la revitalisation linguistique en Bretagne.

Sa seconde remarque concerne les trois situations qui selon lui, comportent des dangers particuliers qui appellent des décisions et une vigilance accrue :

- Situation 7 : Le danger le plus important est que la satisfaction personnelle des participants à des activités linguistiques pour adultes prenne le pas sur l'objectif de transmission

intergénérationnelle. Pour lui, de tels investissements débouchent inéluctablement sur un échec et constituent un gaspillage de ressources et d'efforts.

- Situation 5 : Le danger principal de ce stade vient de la timidité des locuteurs de la langue minoritaire vis-à-vis de ceux de la langue majoritaire tout spécialement dans le monde des affaires. Le risque est que les locuteurs se réfugient dans leur zone de confort linguistique et qu'une petite minorité de locuteurs se satisfasse de leur situation sans réelles avancées solides pour la langue. Ceci est une expérience que j'ai pu expérimenter personnellement et sur laquelle je reviendrai à deux reprises, dans l'étude des objections à l'utilisation d'une langue minoritaire dans un environnement professionnel (l'étude du cas Produit en Bretagne) et à l'occasion de la partie réservée à mes expériences personnelles dans la partie III de ce travail.
- Stade 2: Le danger de ce stade est d'oublier la règle d'or de la transmission intergénérationnelle, la notion de frontières socioculturelles du groupe ethnolinguistique et la maintenance de ces frontières. Sans une vigilance accrue à ce stade la survie de la langue minoritaire reste toujours précaire sur le long terme.

D'un point de vue méthodologique, Joshua Fishman, insiste beaucoup et avec raison, sur la planification. Cela implique la détermination d'un point de départ qui est la situation actuelle de la langue. Pour permettre à chacun de déterminer la situation de départ il propose une série de cas qui peut permettre à chacun d'étalonner et de normaliser sa mesure. Cette démarche implique aussi un point d'arrivée qui lui ne varie pas tant qu'il n'est pas atteint : la transmission intergénérationnelle de la langue.

Reste ensuite à établir les moyens pour relier ces deux points qui peuvent être extrêmement éloignés l'un de l'autre. La tâche peut apparaître comme gigantesque (ce qui est vrai) et comparable à l'entreprise de devoir « manger un éléphant », ce qui semble impossible. Il faut donc établir un plan et avancer par étapes, qui seront autant de batailles gagnées. L'ensemble doit toujours s'inscrire dans un projet et un plan d'ensemble, pour garder sa cohérence.

Même si Joshua Fishman nous donne quelques exemples, cet itinéraire est à définir et à redéfinir en fonction de la situation présente et à adapter en permanence en fonction des aléas inhérents à tout projet. Les moyens constituent une limitation quant à la vitesse de progression. C'est la tactique mise en pratique sur le terrain, en fonction du prévu et de l'imprévu qui doit permettre d'atteindre l'objectif.

A titre d'illustration de la difficulté, en Bretagne, les énergies pour la revitalisation de la langue bretonne ne manquent pas, même si elles sont nettement insuffisantes au regard des moyens qui ont été mis en place par la France pour tenter d'anéantir les langues minoritaires principalement au début du XXe siècle. Cependant, il existe toujours des moyens et des énergies pour la revitalisation de la langue bretonne et leur optimisation et mise en cohérence est d'autant plus importante que la ressource est rare.

Il n'est pas toujours facile de percevoir la cohérence d'ensemble des actions entreprises. On assiste parfois à une multitude d'initiatives individuelles, ou collectives, en général soutenues par les autorités de la zone linguistique considérée. L'ajout d'une cohérence des actions, avec une mesure périodique des progrès réalisés ainsi que de l'efficacité des actions (deux choses bien distinctes) serait très bénéfique quant au focus des actions et à l'atteinte des objectifs de normalisation de la langue minoritaire.

Rien n'empêche que ce soit d'utiliser la langue bretonne, dès lors qu'elle rentre dans le cadre des lois françaises. Malheureusement pour les tenants de la diversité linguistique, les autorités françaises ont un fil conducteur fort (la constitution) ainsi que des moyens importants (financés par ce que l'état prélève aussi sur les différents défenseurs des langues minoritaires et qu'ils utilisent à leur encontre) pour maintenir les langues minoritaires dans une sphère quasi inaudible en la cantonnant aux relations familiales et amicales.

Que ce soit au niveau de l'éducation ou de la signature des traités, c'est toujours la loi qui, créée à dessein, engendre des tracasseries inextricables qui engluent toute tentative significative de mettre en place un plan d'action concret pour la diversité linguistique. Cela va jusqu'à la transformation de l'interprétation de la loi: sous prétexte de tenter de définir les frontières linguistiques de la langue française avec celle de la langue anglaise, Jacques Toubon alors ministre de la Culture a promulgué une loi¹²² qui fait de la langue française la seule langue officielle de France, en reléguant toutes les autres langues quelles qu'elles soient, au rang d'accessoire facultatif.

Dans les faits, cette loi associée à la constitution sera utilisée contre les langues minoritaires de France, au point même que c'est son unique cas d'application aujourd'hui. Depuis, les hommes politiques français utilisent des mots anglais dans leur discours, sans que les constitutionnalistes y voient un quelconque problème.

On voit ici que le cadre linguistique légal français conserve dans ses objectifs la poursuite de la politique « d'anéantissement des idiomes et patois de France » entreprise il y a plus de deux

¹²² <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000005616341> Loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française dite loi Toubon. Site visualisé le 24 10 2015

siècles à l'encontre des langues minoritaires, tout simplement en ne leur laissant aucune place dans les sphères de la société qui recèlent une petite parcelle de pouvoir.

Un autre obstacle à la revitalisation des langues minoritaires de France et de la langue bretonne en particulier est l'absence de conscience ou de volonté d'action en faveur de la transmission intergénérationnelle des langues minoritaires. Ce point est rarement évoqué dans les médias ou par les acteurs de la revitalisation linguistique comme étant un point capital et prioritaire. A l'échelon local, il existe cependant une cohérence entre la création d'une école par immersion et la formation nécessaire des parents à la langue pour qu'ils puissent suivre le travail de leurs enfants mais cela concerne déjà ceux qui sont en âge d'être scolarisés.

En ce qui concerne la politique, l'une des clés du problème est de savoir comment fédérer les énergies des « Régionalistes » comme ils sont appelés par les médias, sur une seule ligne capable de peser dans le débat politique¹²³.

A chaque élection impliquant les acteurs locaux, au lieu de créer une proposition forte acceptant en son sein plusieurs courants politiques, à de rares exceptions près, au niveau de chacun des partis régionalistes en Bretagne, l'option qui prévaut est de rallier le plus rapidement possible le parti national français de « tutelle » et de s'y trouver dilué, voire désagrégé. Alors, de reniements en faiblesse devant la politique « nationale » du parti de tutelle, plutôt que de tenter de faire valoir les actions pour la région qu'ils sont censés représenter, les spécificités locales ne pèsent plus.

Dans l'histoire des élections régionales, les exemples ne manquent pas. Ils ont été minutieusement étudiés et relatés par Michel Nicolas¹²⁴.

3. Conclusions sur la revitalisation linguistique

Joshua Fishman nous soumet une conclusion en trois points qui porte sur : l'implication des acteurs de la revitalisation linguistique, la planification des actions et enfin la gestion des changements de situation du GIDS, tel qu'il les a définis.

Toute action de revitalisation linguistique ne peut être basée que sur les propres forces des acteurs de la revitalisation linguistique : les membres de la communauté ethnolinguistique, leurs avocats et leurs supports. Une fois ces forces identifiées et soudées autour d'un objectif commun, même si le groupe est numériquement faible, il est possible de mobiliser et d'agir mais il est important de ne compter que sur ses propres forces. Les premiers stades, de 8 à 5,

¹²³ Annexe 34 : Organisations politiques en Bretagne

¹²⁴ Nicolas Michel Breizh, *la Bretagne revendiquée*. Ed Skol Vreizh 2012 p117 et suivantes

sont surtout des phases de travail intensif qui requièrent du temps, de dévouement et de la motivation mais pas nécessairement beaucoup de ressources financières.

La clé du succès d'une revitalisation linguistique s'inscrit dans la planification des actions en fonction des ressources disponibles. Vouloir parvenir trop rapidement des stades 8 à 5, aux stades 4 à 1, peut induire une démoralisation des acteurs et résulter en une situation pire que de rester sur les stades 8 à 5 d'une manière stabilisée. Le fait de s'intéresser aux stades 4 à 1 ne permet pas de mettre l'accent sur la transmission intergénérationnelle. Cela revient à lutter contre les tenants de la langue majoritaire alors que la base de l'organisation minoritaire est toujours faible et en construction. D'autre part, il faut aussi établir les conditions d'un support de la population ce qui demande du temps et qui a été à l'origine de l'échec de bien des courants de revitalisation linguistique en Bretagne. Cette adhésion est d'autant plus difficile que le contexte général engendré par les tenants de la langue majoritaire n'est jamais favorable ce qui maximise les risques d'échec.

Joshua Fishman insiste sur les passages d'étapes : *« Il est important de bien réfléchir aux interfaces qui se situent entre deux stades, tout spécialement au passage du stade 4. Pour tous les stades au-dessus de 4 il faut se poser la question du rôle des actions entreprises sur la transmission intergénérationnelle de la langue maternelle. A quel moment s'opère-t-elle et comment se transmet-elle ? Une transmission intergénérationnelle de la langue maternelle est quelque chose de différent de l'apprentissage d'une seconde langue. L'apprentissage – maintenance de la langue minoritaire n'est pas une transmission intergénérationnelle. »*

Par rapport à sa méthode, Joshua Fishman nous propose deux pistes de réflexion plus profondes. En premier lieu, il nous indique que la revitalisation linguistique est presque toujours l'un des éléments d'un projet idéologique et politique plus ambitieux. En Bretagne, la visibilité de ce projet plus ambitieux est discrète. D'un point de vue plus philosophique, il remarque aussi que cet exercice de revitalisation linguistique requiert d'accepter de se couper de la « gadgetisation » et de la futilité des biens à notre portée, pour retrouver une certaine fierté d'appartenance à un groupe ethnolinguistique minoritaire.

ii. La méthode Fishman appliquée au gaélique d'Irlande

Voir le détail des actions en annexe.¹²⁵

Remarques et conclusions sur le cas irlandais :

Le cas de l'Irlande illustre très bien une situation paradoxale et difficile. Après des décennies de travail et d'efforts et dans le cadre d'une reconnaissance officielle, le résultat de la revitalisation linguistique n'est guère couronné du succès escompté.

Joshua Fishman nuance cependant les choses et voit que ces initiatives ont contribué à développer de bonnes idées, que les efforts des bénévoles locaux ont souvent donné plus de résultats concrets que les efforts de l'état irlandais avec tout ce que cela représente comme investissements financiers et de moyens divers et variés.

De plus, l'émigration et la récession économique ont réduit les moyens alloués à la langue gaélique en Irlande, ce qui ne donne pas une image positive et porteuse d'avenir aux acteurs de la revitalisation linguistique et comme nous l'avons vu, une crise économique impacte les langues minoritaires négativement mais le retour à une situation plus florissante n'entraîne pas systématiquement son retour à une situation de normalisation plus prospère. L'instauration de « zones de protection » de la langue ne semble pas avoir donné de fruits tant dans les « gaeltacht » que lors de l'initiative privée de Domhnall O'Lubhlai.

A la lecture de cette situation, on perçoit qu'en dépit des moyens mis en œuvre, le soutien de la population n'a pas été au rendez-vous dans une proportion capable d'atteindre une masse critique nécessaire à la normalisation de la langue. Une volonté « populaire » forte est un prérequis pour faire prendre une « greffe linguistique » sur un substrat exogène accepté.

iii. La méthode Fishman à l'épreuve du temps.

Dix ans après la publication de son premier livre sur la revitalisation d'une langue minoritaire, Joshua Fishman revint sur ses concepts théoriques et sur ses « recettes pratiques » devant tendre à inverser le « cours naturel » de l'extinction des langues devenues minoritaires.

En premier lieu, le constat initial d'une disparition massive des langues parlées sur la planète est maintenant avéré. Sur les 6000 langues dénombrées sur la terre, 90% pourraient

¹²⁵ Annexe 35 Cas d'application de la méthode Fishman au gaélique d'Irlande. (Traduction personnelle)

disparaître d'ici à la fin du XXI^e siècle¹²⁶. Joshua Fishman, compare cette disparition annoncée de la diversité linguistique du monde, à une épidémie, qu'il faut traiter comme telle et donc soigner, même s'il est évident qu'une partie de ces langues disparaîtra avant qu'un remède ne soit trouvé pour chacune d'entre elles.

Les changements linguistiques viennent en général d'un voisinage qui par ses ressources et son comportement, influe d'une manière souvent incontrôlée, sur la société voisine.

Joshua Fishman, propose d'établir et de mesurer les changements linguistiques non plus par l'évaluation d'une suite de situations séquentielles mais par rapport à l'évolution des fonctions assurées dans telle ou telle langue, dans une société donnée.

Plutôt qu'une appréciation assez générale par étapes successives, il propose de mesurer la vitalité de la langue par un indicateur du niveau de « charge de pouvoir sociétal » transmis par chacune des langues en présence.

La langue, surtout si elle est minoritaire, n'est pas le point d'attention le plus important des représentants d'une société, il y en a bien d'autres tels que la démographie, l'économie, l'urbanisme, la géographie humaine...qui peuvent constituer d'autres priorités d'une collectivité territoriale. Il n'en reste pas moins que la langue par sa constance dans le temps reste un marqueur profond de toute communauté humaine. Les différentes manifestations et mobilisations par rapport aux langues en danger sont un signe de cette conscience de l'importance du sujet mais aussi des éléments qui y sont associés comme leur identité culturelle. L'identité culturelle a une influence très importante sur les manières d'agir, de connaître et interpréter et sur la manière d'être. Cette diversité est une richesse à l'échelle de l'humanité.

Pour Joshua Fishman, l'éducation, le droit, la religion, les instances de régulation de la société, la littérature orale ou écrite, les traditions, la morale et l'éthique, la médecine, les relations interpersonnelles sont des fonctions dans lesquelles s'exerce un pouvoir intimement lié à la culture et à son moyen d'expression qu'est la langue.

Tout cela requiert une langue pour son expression mais la langue fait aussi partie du « rite » de chaque acte. En ce sens, toute « translation » linguistique dans une culture donne naissance à une autre culture, une culture différente. Dans un chapitre précédent en annexe je mentionnais comment le droit normand applicable à Jersey et Guernesey est étudié à l'université de Caen et non en Angleterre, alors que les îles anglo-normandes sont incluses au Royaume-Uni. Cela illustre bien le phénomène car même si aujourd'hui le lieu d'acquisition d'un savoir peut paraître sans conséquence, il n'en reste pas moins vrai que dans la

¹²⁶ <http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/00120-FR.pdf> page 4 site visualisé le 27 10 2015

perpétuation d'un lieu, il y a bien plus que cette seule notion de lieu géographique, il y a la notion de lieu symbolique, de lieu originel, de rite que l'on peut qualifier comme formant un tout initiatique avec la matière enseignée.

Face à la différence des situations des langues majoritaire et minoritaire¹²⁷, Joshua Fishman, redéfinit la question qui devient donc : « *comment les fonctions de pouvoir peuvent être à la fois partagées et différenciées pour une poursuite du mouvement de revitalisation linguistique ?* ».

Pour lui, la réalité ethnolinguistique implique la reconnaissance de plusieurs situations :

- Les tenants de la langue dominante ont une omniprésence dans la vie des minoritaires. Cela était vrai de par l'organisation mise en place il y a quelques siècles ou décennies (les gouverneurs ou lieutenants généraux sous les rois de France ou les préfets sur le territoire français mais l'est encore plus de nos jours avec le développement des technologies modernes (surveillance des communications, des déplacements, élargissement de la notion de « terroriste » et des possibilités de restrictions des libertés d'autrui...).
- Les habitants des deux cultures se côtoient quotidiennement sur la même entité géographique, sans que les pouvoirs des uns soient identiques aux pouvoirs des autres. Ils habitent des zones et des quartiers différents... les harkis, les émigrés, les pauvres...
- Les acteurs de la revitalisation linguistique sont en général bilingues et parfois maîtrisent mieux la langue majoritaire que la langue minoritaire, ce qui est le cas de la majorité des Bretons brittophones.
- Une situation de co-territorialité associée à une orientation linguistique primaire prépondérante à une forte probabilité de perdurer dans le temps.

Cette situation change la perspective du travail des acteurs de la revitalisation linguistique. Selon Joshua Fishman, l'objectif n'est plus de regagner la place antérieure qu'occupait leur langue mais de la faire coexister avec la langue majoritaire dans le cadre de frontières linguistiques. Quelle que soit la situation, il faudra trouver un *modus vivendi* à minima compatible avec la capacité d'acceptation des tenants de la langue majoritaire.

J'ajoute que le retour en arrière n'est pas une option possible. Le monde évolue et son environnement change, une revitalisation linguistique qui vise à revenir à « l'ancien temps »,

¹²⁷ Annexe 36 : Le rapport de forces des langues majoritaires et minoritaire (Traduction personnelle).

est tout simplement vouée à l'échec. Le seul intérêt pour des militants de la revitalisation des langues minoritaires est de réinventer un futur avec leur langue et leur culture et non d'imaginer un retour impossible vers un passé révolu qui n'existe plus. C'est d'ailleurs là tout l'enjeu d'une revitalisation linguistique : inventer la remise d'une culture minorisée dans une perspective d'avenir et de long terme.

Joshua Fishman insiste sur deux termes : « indépendance » et « crucial ». Tout mouvement de revitalisation linguistique doit compter uniquement sur ses propres forces, le reste doit être pris comme des éléments tactiques favorables s'ils viennent mais ne doivent jamais être intégrés dans la stratégie à long terme. Le second terme est « crucial », dans le sens ou dans un système à ressources limitées par rapport à l'ampleur de la tâche, seules les actions cruciales doivent être entreprises. Un choix doit donc être fait par rapport aux fonctions qui peuvent être occupées / réoccupées par la langue minoritaire, à un moment particulier et voir quelles sont les fonctions déjà reliées à la langue minoritaire, de façon à pouvoir établir un lien entre-elles et construire un système évolutif cohérent.

L'idée est donc de connecter entre elles des fonctions cohérentes, afin que la langue minoritaire ne soit pas confinée à des fonctions disparates et isolées entre elles. Pour illustrer le propos, l'utilisation d'une langue minoritaire dans une fonction interpersonnelle n'a que peu ou pas de connexions avec les médias, qui eux sont fortement influencés par les tenants du pouvoir et des langues majoritaires. Dans un tel cas, une action concertée sur ces deux fonctions ne permet pas de bénéficier de synergies. Il faut donc prioriser les fonctions et prioriser les liens et relations entre les fonctions.

La scolarisation dans la langue minoritaire est souvent l'une des premières actions des militants de la revitalisation des langues et cela se vérifie avec les écoles Diwan en Bretagne. Les conditions d'environnement influencent beaucoup sur l'efficacité de cette initiative, voire même interférer avec ses possibilités d'aboutissement. Pour les élèves qui rentrent dans une école où ils vont recevoir un enseignement en (ou dans la) langue minoritaire, le niveau de succès de cette initiative va beaucoup dépendre de fonctions associées telles que :

- la connaissance initiale de la langue à l'entrée dans l'école,
- la capacité de leurs parents à maîtriser la langue minoritaire,
- l'environnement linguistique extrascolaire dans lequel ils évoluent (média, commerce ...).

Joshua Fishman explique que « *si le système ne permet pas la formation des parents, pour que puisse s'instaurer une possibilité de pseudo transmission intergénérationnelle, la fonction de l'enseignement n'a plus pour objectif la recréation d'une transmission* ».

intergénérationnelle mais un but de conversation dans la langue, qui pourra être le point de départ d'une revitalisation plus profonde une génération plus tard. L'école, dans ce cas, est un maillon que se substitue (temporairement) à la transmission intergénérationnelle ». Pour les personnes qui acquièrent la langue minoritaire comme seconde langue, il faut planifier une remise à niveau entre le moment où la langue sera acquise à l'école et le moment où ces mêmes personnes seront en âge d'avoir des enfants. Sinon, le risque qu'elles aient oublié la langue qui leur a été enseignée reste important.

Pour que l'école ne soit pas uniquement une institution qui transmette une seconde langue, il faut donc développer en amont ou lors de l'avènement d'un enfant, des fonctions connexes qui concernent les parents et les activités sociales hors de l'école. L'école ne peut donc être un îlot isolé où la langue se transmet, elle doit être au centre d'une organisation qui permette à la langue de sortir de l'école, avec si possible des activités ludiques et plaisantes, tant pour les enfants que pour les parents et plus tard avec des activités économiques qui permettent de valoriser la langue minoritaire.

Les fonctions connexes doivent donc être prises en compte pour que les enfants puissent arriver un jour à l'école en ayant déjà la langue minoritaire comme bagage hérité des parents. Même si cet environnement est relativement ténu au départ, le fait qu'il existe est important pour le succès de l'initiative de revitalisation. Il est donc important qu'il y ait une perspective de continuité linguistique dans les activités scolaires et périscolaires de la petite enfance à la vie professionnelle. Ce dernier point est précisément le sujet du présent travail sur la langue dans la vie professionnelle, comme continuité mais aussi comme facteur d'attraction des locuteurs vers la langue minoritaire.

C'est cette continuité qui peut transformer une seconde langue en une langue maternelle ou première. Si la langue minoritaire est compartimentée d'une manière étanche, en ne restant utilisée qu'au niveau de l'école, alors elle ne restera (au mieux) qu'une seconde langue.

Joshua Fishman préconise que les enseignants des langues minoritaires soient reliés entre eux pour pouvoir bénéficier des expériences des uns et des autres et surtout de bénéficier et d'être capables d'utiliser les outils les plus performants du moment, pour les interactions avec les élèves durant ou après les cours : courriels, sites web, vidéo.... J'ajoute qu'il en est exactement de même pour les responsables d'entreprises qui se lancent dans une démarche de normalisation de la langue bretonne au sein de leur établissement, la notion de réseau est importante pour le succès de l'opération. Chaque fonction doit être évaluée par rapport au prérequis de cette fonction, qui doit réunir les conditions pour que la fonction considérée puisse être la suite logique d'une situation préexistante. De la même manière, les fonctions

immédiatement induites par la fonction considérée doivent permettre de donner à ceux qui ont franchi l'étape précédente, une satisfaction que Joshua Fishman appelle la « récompense » et un renforcement de la fonction mise en place précédemment.

Un programme de revitalisation linguistique doit donc tenir compte de l'ensemble de ces fonctions et connexions dans une logique de continuité, de cohérence et de pérennité.

Le coût de l'entrée dans chaque fonction doit être considéré attentivement car plus la fonction porte en elle une part importante de pouvoir (réel ou symbolique), plus le coût financier de l'introduction de la langue minoritaire est élevé. A chaque fois qu'une fonction est établie, il ne s'agit pas de se dire qu'il suffit simplement de passer à l'étape suivante mais il faut prendre en considération le coût et le temps nécessaire à sa consolidation permanente, c'est le coût de maintenance de la langue dans les sphères de pouvoir où elle se situe.

D'après Joshua Fishman, la perspective que nous laisse entrevoir le monde contemporain s'inscrit dans un multilinguisme complexe, incluant des langues majoritaires et minoritaires ainsi qu'une ou plusieurs « lingua franca », ce qui renforce l'idée qu'un retour vers une situation antérieure est illusoire.

Il faut considérer l'absence de frontières entre les langues comme une nouvelle configuration de la linguistique d'une zone géographique donnée.

En conclusion à ce travail de réflexion publié 10 ans après son premier ouvrage sur la revitalisation des langues minoritaires, Joshua Fishman nous propose 5 points essentiels par rapport à son cheminement et à sa réflexion et que je traduis ci-après.

- La perte d'une langue ethnoculturelle est la résultante d'un processus long dans le temps, qui s'est soldé par un transfert massif des acteurs de la culture minoritaire vers la dominante, qui n'a pas le besoin de s'embarrasser de la langue minoritaire.
- Le fait de promouvoir une langue minoritaire est vu comme anachronique et comme une contre-indication majeure à la mobilité sociale indispensable à la survie dans notre monde moderne. C'est même vu comme un retour vers l'arriération et les mots de connotation péjorative ne manquent pas sur le sujet : communautarisme, passéiste...
- Défendre une langue en danger implique que les fonctions réalisables avec la langue minoritaire doivent être à la fois séparées de la langue majoritaire où parfois partagées avec elle. Cette situation est parfois confuse aux yeux des populations.
- Chaque fonction gagnée par la langue minoritaire doit être absolument protégée et renforcée par une maintenance adéquate et par des fonctions immédiatement précédentes ou suivantes.

- L'opposition qui fait face aux acteurs de la revitalisation linguistique peut être à la fois locale et nationale et parfois supra nationale, pour des raisons divergentes. La marge de manœuvre des acteurs est donc étroite pour ne pas céder aux arguments des uns ou des autres. Les acteurs de la revitalisation de la langue bretonne du siècle dernier en savent quelque chose.

iv. Place de la méthode Fishman pour l'évaluation des langues minoritaires

1. Considérations sur la méthode

Une décade sépare les deux livres de Joshua Fishman sur la revitalisation des langues minoritaires. Dans son premier livre, il nous donne une échelle de mesure de la vitalité d'une langue en 8 situations, qu'il baptise le GIDS pour « Graded Intergenerational Disruption Scale » et qui permet de mesurer la situation d'une langue minoritaire.

D'une approche personnelle rapportée en 1991, dix ans plus tard Joshua Fishman nous apporte une expérience sur deux dimensions. D'une part, il montre la nature des progrès accomplis sur le terrain de la revitalisation linguistique et d'autre part il apporte une expérience de l'utilisation de sa méthode de mesure appliquée par lui-même mais aussi par d'autres chercheurs. L'expérience rapportée en 2001 renforce la robustesse de la méthode. Après 10 ans d'expérience, le discours de Joshua Fishman s'est enrichi. Il ne propose pas de modifications fondamentales de son instrument de mesure, certaines graduations sont affinées, en particulier celles situées dans la seconde partie (situations 2 et 3). Cependant, elles n'ont qu'une faible probabilité d'être utilisées, ou du moins pas comme des graduations atteignables dans les circonstances actuelles de la plus grande partie des langues minoritaires. Sans doute qu'une actualisation de l'instrument de mesure est une chose souhaitable pour mieux « coller » aux réalités du terrain. L'évolution de Joshua Fishman est sensible par rapport aux objectifs atteignables lors des initiatives de revitalisation linguistique. Deux éléments infléchissent ses considérations : d'une part l'expérience acquise lors de l'utilisation de sa méthode et d'autre part la prise en compte de l'évolution de l'environnement. D'une proposition d'évolution par étapes, avec un point de départ et un point ultime qui serait une situation de reconquête linguistique totale, Joshua Fishman propose une coexistence des

langues, minoritaires et majoritaires, avec des frontières à négocier. Le dernier point d'évolution significative concerne la mesure de la vitalité d'une langue par rapport aux fonctions porteuses d'une certaine « parcelle » de pouvoir, qui se négocie entre les tenants de la langue majoritaire et ceux de la langue minoritaire. A la notion de puissance des fonctions, il associe un niveau d'énergie nécessaire à la réappropriation de ces fonctions par la langue minoritaire. Le « prix à payer » pour une réappropriation de la langue à la maison dans les relations interpersonnelles des membres d'une même famille (fonction transportant peu de pouvoir pour les tenants de la langue majoritaire), n'est pas le même que celui nécessaire à l'obtention de l'enseignement de la langue minoritaire dans tous les établissements de la zone concernée (fonction capitale pour un état).

La réflexion concernant la stabilité et le renforcement de la fonction conquise dans le temps est aussi intéressante. Il ne s'agit pas de faire un « raid » sur une position fonctionnelle et de revenir à la situation initiale immédiatement après. Pour une solution pérenne, il propose de considérer la prise d'une fonction et de considérer en même temps, voire auparavant, sa consolidation et son renforcement au travers des fonctions connexes amont ou aval. Nous nous devons aussi considérer les points qui n'ont pas varié face aux épreuves du temps et de la pratique.

Il y a une constante importante dans tous les travaux de Joshua Fishman : la transmission intergénérationnelle, seule capable d'assurer la pérennité d'une langue, quels que soient ses statut et situation.

Un certain nombre d'autres d'éléments de mesure qu'il serait trop long de réitérer ici, ne varient pas non plus. Une initiative de revitalisation linguistique est une tâche, longue, incertaine et qui demande une énergie intense et de la cohésion, sur la durée.

2. Les applications

L'un des aspects intéressants des travaux de Joshua Fishman provient du fait qu'il ne s'est pas contenté d'établir une théorie mais de la mettre en application. Mieux encore, 10 ans après la première mesure, il a procédé à une nouvelle étude sur les 17 différents pays/régions étudiés précédemment et a réappliqué à la nouvelle situation le même instrument de mesure. Ce travail a été réalisé par différentes personnes, ce qui permet aussi de capturer la manière dont est utilisé l'instrument de mesure, par des personnes qui n'ont pas été à l'origine de sa

création¹²⁸. Il serait trop long de revenir en détail sur chaque expérimentation mais deux constatations se dégagent des conclusions de ceux qui ont utilisé la méthode de mesure.

- Une période de dix ans est trop courte pour pouvoir observer des modifications substantielles. Sans doute qu'une dilatation des graduations serait appropriée pour permettre de mesurer des évolutions plus fines d'une langue sur 10 ans.
- Le système de mesure GIDS ne prend pas assez en compte les conditions environnementales du terrain : politiques, économiques, démographiques...

Cela à deux conséquences :

- L'instrumentation n'a pas assez de sensibilité pour prendre en compte tous ses aspects connexes qui sont extrêmement difficiles à capter et à mesurer.
- Les « recettes » proposées initialement par Joshua Fishman sont trop caricaturales ou limitées à des situations particulières pour pouvoir être directement applicables.

Sa proposition reste tout de même un moyen de mesure tout à fait pertinent comme guide d'actions et de mise en cohérence des différentes actions. Dans la partie conclusive de son dernier livre, Joshua Fishman jette un regard humaniste sur la lutte pour la revitalisation linguistique.

Joshua Fishman éclaire notre réflexion sur 5 points qui relèvent de sa vision de la société¹²⁹.

- Les valeurs monétaires ethnoculturelles et la démocratie culturelle.

La revitalisation linguistique englobe bien plus que la langue, c'est une culture, un style de vie, un mode de pensée ...qui peuvent tous être solidement documentés. Elle permet à la langue de « coller » aux réalités d'aujourd'hui. Il y a donc dans tout processus de revitalisation linguistique une composante créative. C'est un processus lent de continuation et de création, peu perceptible par les locuteurs. Ce processus est plus complexe et plus visible pour une langue minoritaire en cours de revitalisation. Si chaque langue possède une valeur intrinsèque, il n'en va sans doute pas de même pour la valeur « monétaire » des trois langues, minoritaire, majoritaire et lingua franca, appréciées chacune dans son contexte géographique ou économique. Ce genre de situations fait que le locuteur de la langue minoritaire est presque toujours bilingue car il possède aussi la langue majoritaire (cela se constate aussi pour les pays à population réduite : Pays scandinaves, Pays-Bas, Belgique ...), l'inverse étant bien

¹²⁸ Annexe 37 : Les langues minoritaires analysées par la méthode Fishman.

¹²⁹ Fishman Joshua, *Can threatened languages be saved?* Ed. multilingual matters 2001 p. 452 et suivantes

plus rarement le cas. La logique matérielle ne permet donc pas de défendre a priori les langues minoritaires mais comme le dit Joshua Fishman, n'est-ce pas la marque d'une culture supérieure que d'avoir des valeurs qui ne soient pas uniquement matérielle, comme l'expression des individus et des groupes ? N'est-ce pas une fierté que d'atteindre des objectifs non matériels ?

- La mort « normale » des langues minoritaires.

Dans une logique toute darwinienne les opposants à la revitalisation des langues minoritaires font le constat que de tout temps les langues ont péri et ont été remplacée par d'autres, c'est un processus naturel et que les militants en faveur des langues minoritaires sont des empêcheurs de « tourner en rond » tout à fait inutiles. La logique darwinienne d'ailleurs n'est naturelle que pour les tenants d'une langue majoritaire qui ne se sent pas menacée. Il est toujours étrange de voir comment ces mêmes personnes changent d'opinion quand il s'agit de leur propre langue qui est menacée par celle d'un autre acteur économiquement plus fort, la position de la France par rapport à cela est emblématique.

- La langue minoritaire facteur de paix, la revitalisation facteur de conflits.

La description en ces termes des actions des uns et des autres, ne peut être que le point de vue des tenants d'une langue majoritaire unique et hégémonique. Si nous observons que le pouvoir est forcément du côté du plus fort, on peut mesurer la force qu'il peut déployer pour instaurer la suprématie de la langue majoritaire dans tous les compartiments de la vie des individus : l'éducation, l'économie, le développement local, les troupes de maintien de l'ordre... sont entre ses mains. La langue du pouvoir ignore en général, les autres langues et les membres de leurs groupes ethnolinguistiques. Voir un puissant accuser un faible d'être un fauteur de trouble car il résiste à son propre assassinat est une indécence révélatrice d'une petitesse culturelle d'une étroitesse d'esprit voire d'un nationalisme de la pire espèce.

- Votre nationalisme est pire que le mien.

Il est incontestable qu'il y a un lien entre langue et localisation géographique sachant qu'une langue n'est pas une réalité hors-sol. La non-reconnaissance d'une langue minoritaire est une justification de revendication de son existence. Dans le cadre de la manipulation des images, il est très facile pour une entité démocratique de provoquer les militants d'un groupe minoritaire pour les faire passer pour de dangereux activistes. Procéder de telle manière « autojustifie » l'emploi de la force et permet de dénoncer la dangerosité des personnes qui militent pour la

survie des groupes ethnolinguistiques. Il n'y a que l'oppression qui peut forcer un faible à utiliser le peu de forces qu'il peut réunir dans un combat perdu d'avance. On note que les avancées significatives des revendications des groupes ethnolinguistiques placés sous la tutelle de l'état français ont été obtenues sous la menace insurrectionnelle difficilement contrôlable ou politiquement acceptable face au monde moderne actuel: décolonisation, Nouvelle-Calédonie, Corse... Face à une situation de globalisation mondiale principalement d'origine économique, les responsables politiques perdent le contrôle de ce qu'est l'identité de leur territoire et de l'ensemble des personnes dont ils ont la responsabilité. L'identité est aujourd'hui plurielle et non égalitaire et chaque part y est importante pour garder la richesse de la différence.

- Une langue par pays est suffisant (en particulier si c'est ma langue et mon pays !). Cette considération grotesque serait une sorte de retour aux politiques impérialistes du XIX^e siècle. Pourquoi faudrait-il privilégier la territorialité sur l'appartenance à un groupe ethnolinguistique ? Il serait sans doute plus approprié que les états apprennent à apprécier la complexité de leur propre identité face au phénomène de la globalisation. Demander à un groupe minoritaire d'abandonner sa langue et les autres éléments de son identité, juste parce qu'il est établi sur un territoire régi par un groupe majoritaire revient à demander à un pays d'abandonner toutes ses prérogatives militaires, économiques, éducatives, politiques, parce qu'ils sont dans un monde globalisé dominé par l'anglais et le monde anglo-saxon. Joshua Fishman se permet même un peu d'humour au sujet de la France qui n'hésite pas à demander la protection de sa langue auprès des instances internationales, dès que les circonstances le lui permettent¹³⁰ ! Certains pays ont compris que leur force tenait à leur cohésion plutôt qu'à des guerres internes d'un autre âge. Joshua Fishman nous cite la Suède qui a su reconnaître ses minorités ethnolinguistiques et de fait le sujet des langues est abordé sans tabous à la fois en faveur des langues des minorités linguistiques mais aussi du suédois. Cela a apporté une reconnaissance de ses ethnies et leur adhésion à la construction et la fortification de la Suède. La question qui subsiste devant tant d'hostilité est de savoir d'où peut provenir le support pour les acteurs de la revitalisation linguistique. Joshua Fishman est clair sur le sujet : le support peut venir uniquement des personnes concernées par cette langue et sa revitalisation. Il cite en exemple des pays qui ont acquis la certitude que le salut de leur langue ne viendrait que d'eux même et cette prise de conscience nécessite que ce soit l'ensemble de la population qui se sente concerné par la démarche. Cela est illustré aujourd'hui par les pays scandinaves,

¹³⁰ Fishman Joshua, *Can threatened languages be saved?* Ed Multilingual matters 2001 p 457

les Québécois francophones, les Galiciens, les Maltais et la liste est longue... mais peut tout aussi bien concerner la Bretagne. La prise en compte de cette réalité, ce que les Basques appellent la « conscientisation » est une alliée pour tous les acteurs de la langue minoritaire.

Les outils de communication modernes offrent une aubaine à toutes les personnes en quête d'information et de communication instantanée ou différée dans le temps et l'espace. S'il est une bonne idée que de voir toutes les langues disponibles sur internet, il ne faut pas se laisser illusionner par une appréciation quantitative des documents disponibles dans une langue particulière. La seule communauté qui peut espérer perdurer dans le temps est la communauté réelle, avec des échanges interpersonnels directs et pas les communautés virtuelles qui si elles peuvent aider, ne se substitueront jamais à la transmission intergénérationnelle de la langue. Ceci est aussi une chance si les acteurs de la revitalisation linguistique se considèrent comme étant une partie enrichissante culturellement et linguistiquement du monde globalisé. Leur offre et leur contribution sont uniques et elle n'est pas « délocalisable ».

La revitalisation linguistique comporte un paradoxe que relève Joshua Fishman : ses acteurs se trouvent principalement dans des zones urbaines hyper connectées et très compartimentées alors que toute l'histoire de la langue est basée autour de la vie rurale et communautaire. Sans tomber dans le folklorisme, l'héritage des « minoritaires » est certainement un attrait voire un atout, dans une communauté majoritaire qui a quitté cette dimension rurale et communautaire depuis (plus) longtemps.

L'échelle GIDS proposée par Joshua Fishman dans son second livre est légèrement modifiée par rapport à la première version. Les définitions sont reliées à des descriptions de situations particulières par rapport à des sphères d'utilisation de la langue minoritaire¹³¹. Après dix ans de mise en pratique de sa méthodologie, Joshua Fishman met en relief, les différentes réactions des acteurs de la revitalisation linguistique face à l'immensité de la tâche. Il y a trois attitudes qu'il caractérise ainsi:

- La première est celle qui vise à vouloir « tout et tout de suite »,
- la seconde « un petit peu, c'est mieux que rien »
- la troisième « chaque chose en son temps ».

Le « tout et tout de suite », peut être porté par l'enthousiasme mais l'ampleur de la tâche et la durée sur laquelle les progrès peuvent être perceptibles font qu'il est impossible de concilier le « tout » avec le « tout de suite » et d'ailleurs la stratégie qui a le plus de risques d'échouer. Si chaque action doit être portée avec enthousiasme par ses acteurs, elle doit être d'une taille appréciable pour apporter une vraie satisfaction de progrès dans un temps raisonnable. Le

¹³¹ Annexe 38 : La nouvelle échelle de GIDS.

« tout et tout de suite », n'est pas une manière raisonnable d'aborder la problématique et ne mène qu'au découragement et à l'échec car les actions se font sous le contrôle principal des tenants de la langue majoritaire. Le risque est alors le repli sur quelques « heureux élus ». La Bretagne a connu cette phase, avec des militants solides et érudits qui vont prôner un repli identitaire comme un aveu d'échec par rapport à l'absence de mobilisation de la population en général^{132 133}.

3. Quelle situation pour la langue bretonne ?

La langue bretonne n'a jamais fait l'objet d'une évaluation par la méthode de Joshua Fishman. Fort des considérations qui précèdent, un travail serait justifié compte tenu de l'attention dont cette langue fait l'objet.

La langue bretonne bénéficie d'un courant de revitalisation sous forme de supports multiples : politique, associatif, communautés territoriales, enseignement, culturel, secteurs public ou privé, dont celui des entreprises, qui est l'objet de ce travail. Ces actions concernent l'ensemble de la population, de la petite enfance aux personnes âgées. Par contre, devant cet enchevêtrement d'actions, il est très difficile de déterminer la stratégie globale qui sous-tend les actions menées. Une étude à l'aide de la méthode de Joshua Fishman aurait pour intérêt de faire les bilans qualitatifs et quantitatifs de la situation de la langue dans les fonctions et sphères de pouvoir, ainsi que sur le bilan financier par secteur d'activité sur lesquels portent les opérations de revitalisation linguistique de la langue bretonne. D'autre part, l'utilisation de cette méthode présente l'intérêt de pouvoir effectuer des mesures pour des paramètres définis à des intervalles de temps donnés. La répétition des mesures permet de voir a posteriori les progrès accomplis et le cas échéant, d'adapter les stratégies et les tactiques utilisées.

L'expérience de Joshua Fishman, nous permet de comprendre que la périodicité pose deux problèmes : Elle est nécessaire pour pouvoir mesurer l'impact de l'investissement financier et l'investissement en temps des acteurs qui œuvrent pour la revitalisation linguistique et par là même d'améliorer la productivité des actions. Si cette périodicité est trop courte et nous avons vu qu'une périodicité de dix ans à l'échelle d'une langue est une période courte, le risque est de constater très peu de progrès significatifs et de décourager les acteurs et décideurs des entreprises menées en faveur des langues minoritaires. Une échelle de temps trop longue

¹³² Gelleg Andrev alias Keruzore T. *An harluad* Al Liamm n°1 p. 21

¹³³ Hemon Roparz (Nemo Louis) *Gwalarn* N°55 juin 1933 pages 5 - 20.

aurait pour conséquence de perdre les acteurs sur de longues étapes de navigation dans la revitalisation linguistique sans possibilité de se raccrocher à des repères efficaces.

Pour pallier ce problème, il faut considérer qu'une politique de revitalisation linguistique est un projet de grande ampleur, sur une plusieurs décades, aussi vaste et aussi fou que les projets qui visent à envoyer l'homme sur la lune ou sur la planète mars. Même si son travail est absolument admirable, l'échelle de mesure proposée par Joshua Fishman, ne prend pas assez en compte l'aspect temporel des choses et passe très souvent d'actions et de stades de très long terme à des « recettes » de court terme. Son travail permet toutefois de gérer les progrès accomplis sur l'ensemble du projet, en utilisant comme repères les différentes grandes étapes représentées par les degrés du GIDS. L'échelle de temps à considérer est donc de plusieurs décennies et devrait couvrir 2 à 3 générations au minimum. La revue historique de l'évolution de la langue bretonne au début de ce travail de recherche, nous a permis de déceler des paliers qui se sont échelonnés sur 11 siècles environ (du 9^e siècle à aujourd'hui) et de mettre en évidence les sphères de pouvoir qui ont été abandonnées par la langue bretonne au fil du temps. La partie radicale de l'évolution de la langue bretonne est relativement récente et liée à une intervention linguistico-génocidaire dirigée, dont les fondements ont été édictés sous la Terreur dès 1794. Cette politique a mis près de deux siècles à « porter des fruits », ce qui correspond à la chute de la pratique de la langue bretonne et de sa transmission intergénérationnelle durant les années 1945 à 1955. Il n'est donc pas étonnant qu'avec des moyens très inférieurs aux moyens mis en œuvre pour son « anéantissement » dans une situation où la langue majoritaire fait l'objet de toutes les attentions du pouvoir alors que celui-ci ne tient pas spécialement au renouveau de l'utilisation des langues minoritaires sur son territoire, que la durée d'une revitalisation potentielle soit au moins similaire (soit 1 siècle et demi à 2 siècles environ) si ce n'est plus. Le projet de revitalisation s'inscrit donc sur une durée longue, voire très longue, qui n'est pas compatible avec la durée d'une vie humaine et encore moins avec les échéances politiques des détenteurs du pouvoir et des moyens. Cette politique ne peut donc être pilotée que par des institutions qui auraient une indépendance vis-à-vis des turpitudes politiciennes dont la portée n'excède pas une mandature de quelques années. Ces institutions dans le cas de la langue bretonne bénéficieraient d'un consensus au moins interrégional des institutions administratives de Bretagne (B4) avec celles de la Loire-Atlantique, par délégation des Pays de Loire sur ce chapitre culturel.

En Bretagne, l'organisme qui peut porter un tel projet pourrait être l'Office Public de la Langue Bretonne.

L'office Public de la Langue Bretonne et la région Bretagne se sont dotés d'un plan, dont la dernière mise à jour date de 2012¹³⁴. Ce plan peut paraître relativement ancien mais dans la perspective d'une revitalisation linguistique, si le plan est bien pensé pour que les actions qui lui sont rattachées puissent se mettre en place, il faut une durée qui soit au minimum de l'ordre d'une décennie pour constater des progrès. L'OPLB publie périodiquement un état de la langue bretonne. Ses travaux et publications¹³⁵ sont un outil d'évaluation de la situation de la langue bretonne. Ce plan ainsi que les rapports de situation bénéficieraient d'un apport scientifique et méthodologique.

Une fois les directions définies, chaque étape doit être évaluée précisément et donner lieu à un plan d'action de portée plus réduite. Pour ces sous-projets, il faut redéfinir une structure de projet avec des objectifs, des actions et des ressources affectées. Pour chacune de ces actions, il faut donc définir une échelle de mesure précise et adaptée au sens et à la durée des actions afin de guider les acteurs tout au long de la démarche. L'échelle de temps qui me semblerait approprié pour les projets serait de 5 à 10 ans, avec une mesure intermédiaire tous les deux ans à l'aide d'un outil particulier développé pour chaque projet. Le développement de cet outil ferait partie du projet en lui-même. Chaque projet de moyen terme peut être fractionné en objectifs et actions de court terme (de 1 à 5 années), ce qui permet de mesurer les progrès accomplis sur une périodicité plus courte : mensuelle, trimestrielle où deux fois par an. Il faut associer trois éléments sans les confondre : la mise en place des actions, la mesure de l'évolution du déploiement des actions et de leur coût et enfin la mesure des résultats des actions mises en place. Chaque action doit faire l'objet d'une comparaison entre les ressources allouées et les objectifs fixés, d'un point de vue quantitatif pour la mise en place mais aussi d'un point de vue qualitatif quant aux résultats obtenus. A l'issue de cela, le projet n'est pas terminé, il faut prévoir comment l'action terminée sera entretenue dans une situation opérationnelle et prévoir les coûts associés à cette maintenance.

¹³⁴ Conseil Régional de Bretagne Une politique linguistique pour la Bretagne Rapport d'actualisation Mars 2012 http://www.bretagne.bzh/upload/docs/application/pdf/2012-04/rapport_dactualisation_de_la_politique_linguistique_2012.pdf

Site visualisé le 20 03 2016

¹³⁵ Publications des situations de la langue bretonne par l'Office Public de la Langue Bretonne. <http://www.fr.brezhoneg.bzh/46-situation-de-la-langue.htm> Site visualisé le 20 03 2016

v. Bilan et discussions sur la méthode de Joshua Fishman.

Les travaux de Joshua Fishman constituent un ancrage méthodologique exceptionnel. Il pose les fondamentaux d'une action durable dans le temps en faveur de la revitalisation d'une langue minoritaire. Le cadre général qu'il propose consiste en une détermination (diagnostique) de la situation qui sera le point de départ de l'action et la détermination d'un point objectif. Joshua Fishman nous propose une frontière négociée des langues minoritaires et de la langue majoritaire dans le cadre d'une présence dans certaines « zones de pouvoir » plus ou moins visibles.

Le cadre général étant fixé, il propose de fragmenter l'objectif général en actions catégorielles puis en sous-projets qui auront fait l'objet d'une quantification en ressources tant financières qu'en mobilisation humaine. Cette évaluation doit permettre de choisir et sérier les projets possibles pour ne retenir en premier lieu que ceux qui permettent de maximiser les chances d'atteindre l'objectif général grâce à une cohérence globale des actions entreprises.

Une application des travaux de Joshua Fishman à la langue bretonne est souhaitable et pourrait faire l'objet d'un travail universitaire en collaboration avec l'Office de la Langue Bretonne et la région Bretagne (B5).

d) Mesure de normalisation d'une langue minoritaire dans la sphère économique

Entreprendre une action de revitalisation d'une langue minoritaire dans la sphère économique correspond à un projet tel que défini ci-dessus. En évaluer la progression quantitative et qualitative implique la mise en place d'instruments de mesure ad hoc. L'objet de cette section est une première approche de l'établissement d'un tel instrument de mesure adapté à la sphère économique. Toutes les données chiffrées qui ont servi dans cette section sont regroupées en annexe¹³⁶.

¹³⁶ Annexe 39 : Données de la section consacrée à la quantification de la normalisation de la langue bretonne dans l'économie.

Pour notre instrument de mesure, nous avons quelques données. Il y a la répartition des postes pour lesquels la langue bretonne est un prérequis qui fait l'objet d'une étude périodique par l'Office Public de la Langue Bretonne. Quand on s'intéresse à la répartition des postes de travail rémunérés pour lesquels la langue bretonne est requise, elle est très atypique sur deux plans : par rapport à la proportion de la population de la zone concernée d'une part et par rapport à la répartition de ces mêmes postes dans une population de langue majoritaire d'autre part. La répartition des postes s'effectue comme suit :

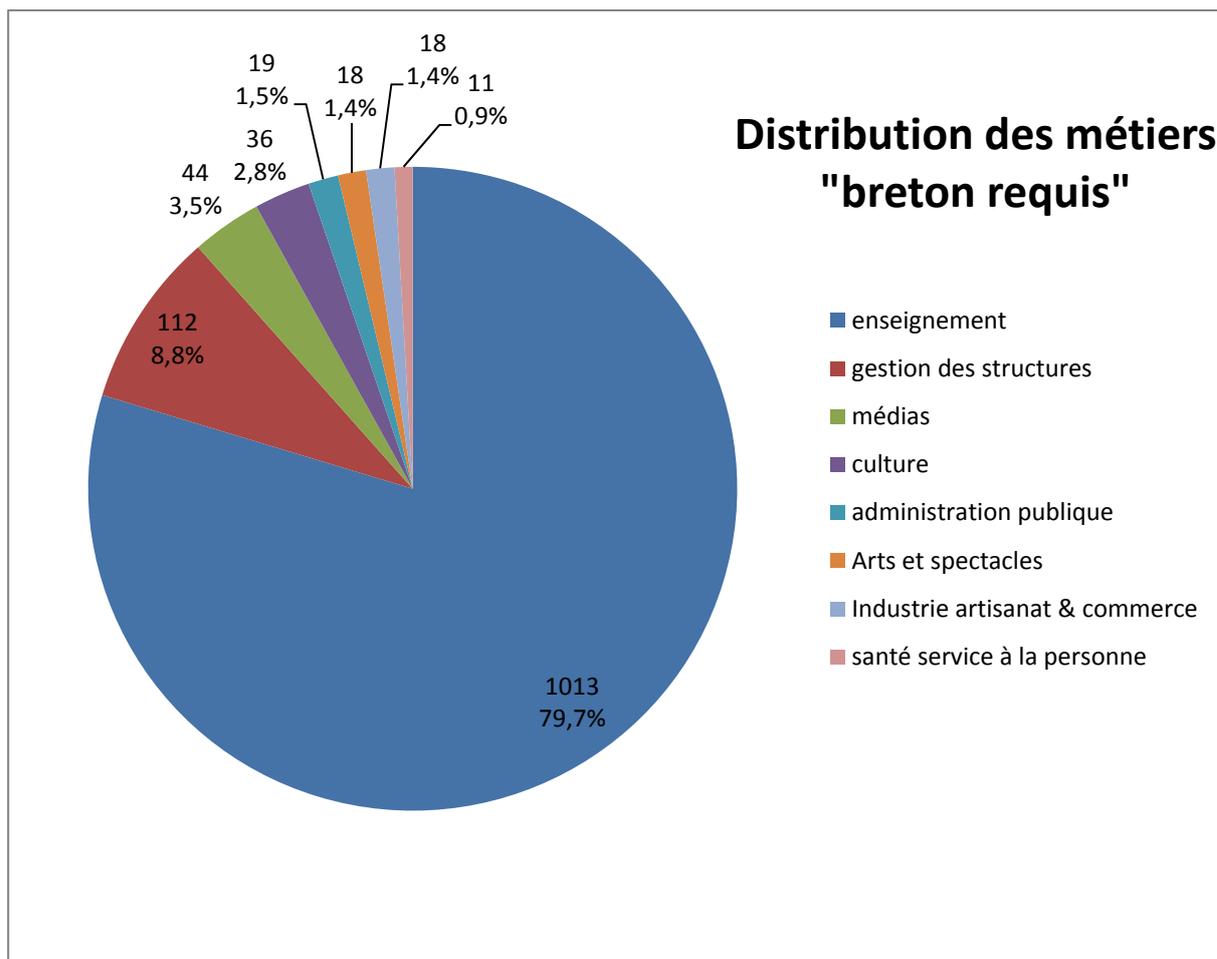


Figure 16: Répartition des métiers et postes de travail ETP (Equivalent Temps Plein) pour lesquels la pratique de la langue bretonne est requise. (Source OPLB)

i. Proportionnalité des postes de travail par rapport à une population de référence

La population de la Bretagne en 2012 est établie à 3 250 000 personnes par l’Insee¹³⁷, à laquelle il convient de rajouter 1 349 609 habitants pour le département de la Loire Atlantique¹³⁸. L’ensemble fait donc un total de 4 599 609 habitants.

Un rapprochement des postes pour lesquels la langue bretonne est requise par rapport à la population bretonne, nous permet d’établir pour ces métiers, un ratio de professionnels de ses métiers par habitant de la zone concernée.

Pour des raisons de commodité de lecture, les chiffres ont été établis pour un nombre de postes pour 100,000 habitants.

Tableau 5 ; Distribution des métiers « breton requis » en 2012 et ratio des professionnels par 100000 habitants (Source OPLB)

intitulés des professions	nombre de professionnels B5	ratio professionnels par 10 ⁵ habitants
Enseignement	1013	22,02
Gestion des structures	112	2,43
Médias	44	0,97
Culture	36	0,77
Administration publique	19	0,41
Arts et spectacles	18	0,39
Industrie, artisanat & commerce	18	0,39
Santé, service à la personne	11	0,25

L’Insee publie périodiquement une statistique du nombre de personnes employées par corps de métier en France¹³⁹. Cette analyse des fonctions est réalisée pour chaque commune et revêt donc un intérêt quant à la précision des données.

¹³⁷ http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=20134 recensement des habitants de la Bretagne par l’Insee. Site visualisé le 29 08 2015.

¹³⁸ <http://www.insee.fr/fr/ppp/bases-de-donnees/recensement/populations-legales/departement.asp?dep=44> recensement des habitants du département de la Loire Atlantique par l’Insee. Site visualisé le 29 Aout 2015.

¹³⁹ Emplois dans les fonctions et emplois des cadres des fonctions métropolitaines dans les communes en 2012, Insee 2013

Les fonctions définies dans l'étude de l'Office Public de la Langue Bretonne et celles de l'Insee ne regroupent pas les mêmes éléments de stratification des populations actives.

L'Insee a choisi des classes de métiers plus larges mais sépare les fonctions cadres des fonctions non cadres. L'office est allé plus en profondeur par rapport à l'analyse des postes mais ne sépare pas les fonctions cadres des fonctions non-cadres.

A partir des données disponibles, j'ai procédé à des regroupements pour pouvoir établir des populations homogènes. J'ai réparti les 8 classes de professions publiées par l'Office Public de la Langue Bretonne, en 6 classes homogènes avec celles de l'Insee. Pour ce faire, j'ai associé les sections « médias », « cultures » et « art » dans une même section intitulée « culture » qui est celle qui se rapproche le plus dans la classification Insee.

Pour ce qui est des données Insee, j'ai regroupé les catégories « cadre » et « non-cadre » en une même et unique catégorie. Cette dernière simplification compte tenu de la situation de la langue bretonne n'a pas vraiment d'influence significative sur les résultats finals. Dans le cadre d'une analyse plus fine et d'une quasi-parité des situations des langues, cette analyse cadre - non-cadre peut cependant avoir son intérêt mais nous sommes très loin de la parité des situations des emplois dans les deux contextes linguistiques. Après ce travail sur les données brutes, on les regroupe telles que présentées dans le tableau ci-après :

Tableau 6: Fonctions regroupées pour lesquelles le breton est un prérequis. Source personnelle.

intitulé des professions	nombre de professionnels B5	ratio professionnel par 10 ⁵ habitants
enseignement	1013	22,02
gestion des structures	112	2,43
culture	98	2,13
administration publique	19	0,41
Industrie artisanat & commerce	18	0,39
santé service à la personne	11	0,25

D'une manière similaire, on calcule le nombre d'actifs par catégorie de métier, par rapport à l'ensemble de la population française, que je considère ici comme ma population de référence dans le cas d'une langue majoritaire.

En 2012, la population française était estimée à 65 241 000 habitants par l’Insee¹⁴⁰. On peut donc calculer le taux de professionnels par type de métier par rapport à la population française (évaluée par classe de 100,000 habitants). De la même manière, les données comparables pour la France s’établissent suivant le tableau ci-après :

Tableau 7: Dénombrement des actifs en France par secteur d'activité et ratio pour 100000 habitants. (Source Insee)

intitulé des professions	nombre de professionnels France	ratio professionnel par 10 ⁵ habitants
enseignement	1342176	2057,26
gestion des structures	4535406	6951,77
culture	917654	1406,56
administration publique	2370383	3633,27
Industrie artisanat & commerce	2694468	4130,02
santé service à la personne	2443243	3744,95

On peut donc maintenant rapprocher les chiffres pour la Bretagne (B5), des chiffres de la France et créer deux index de distorsion entre les situations des métiers dans l’espace de la langue minoritaire et la situation des mêmes métiers dans l’espace de la zone de langue dominante. Voir annexe¹⁴¹

ii. Proportionnalité des postes de travail par rapport à un échantillon de métiers

Le même travail peut être mené en prenant comme base l’échantillon de métiers pour lesquels il existe des données. Nous avons vu la répartition des métiers recensés par l’office Public de la Langue Bretonne pour lesquels la langue bretonne est requise. Par exemple pour ce qui concerne la population des enseignants pour lesquels la langue bretonne est requise, en Bretagne ils représentent 80% du total des personnes qui ont la nécessité de parler la langue bretonne pour accomplir leurs tâches professionnelles. S’agissant de la répartition des

¹⁴⁰ http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?ref_id=NATnon02145 population française en 2012 Site visualisé le 29 08 2015

¹⁴¹ Annexe 40 : Construction d’index de mesure de normalisation d’une langue minoritaire dans la sphère économique.

Français actifs par CSP proposée par l'Insee¹⁴², les métiers de l'enseignement couvrent directement un échantillon qui correspond à 1,89% des professions des actifs d'une population « normale » telle que celle de la France. Ces domaines d'activité sont principalement dans le domaine de l'enseignement secondaire : 0,89% et sur les postes de l'enseignement primaire environ 1% de la population.

La répartition des 6 classes de professions « breton requis » par rapport à l'ensemble des professionnels de ces 6 classes est donc la suivante :

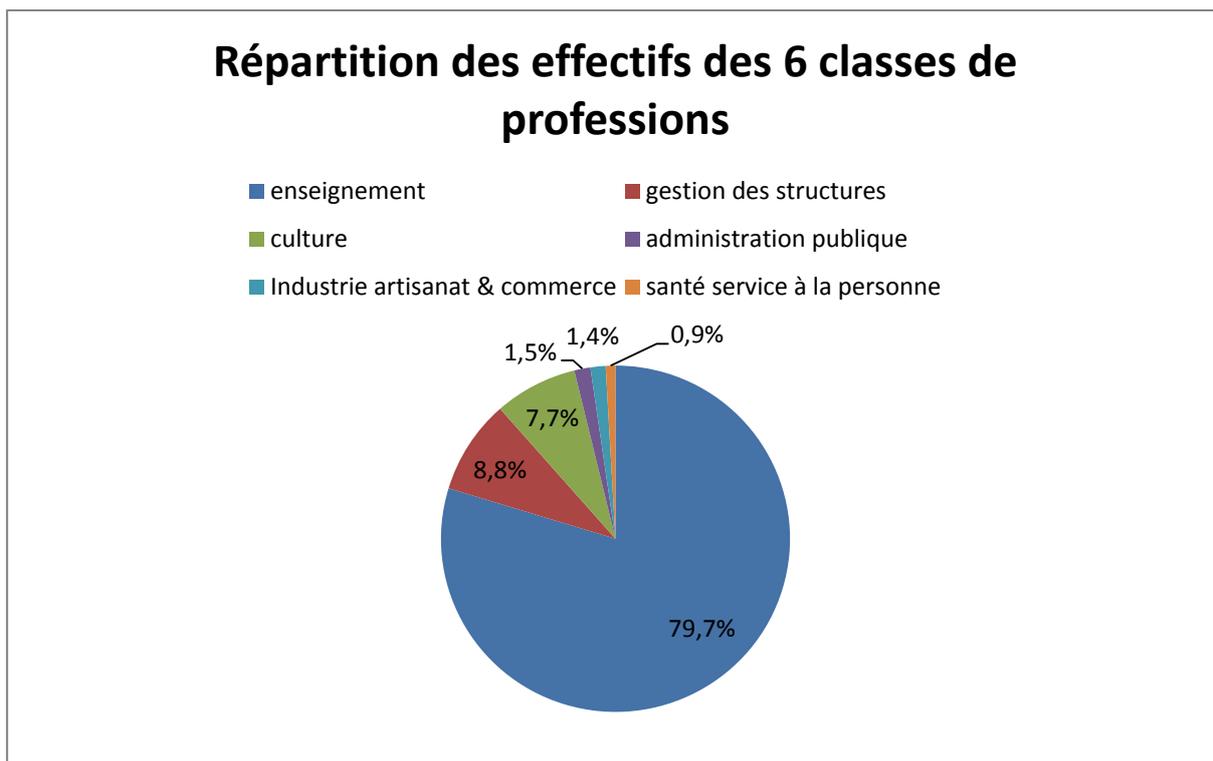


Figure 17: Répartition des actifs sur les métiers étudiés avec breton requis. Source personnelle.

Toujours d'une manière comparable à ce qui a été fait pour la Bretagne, l'ensemble des six classes de métiers choisis regroupe une part de la population qui se distribue suivant le graphique ci-après.

¹⁴² http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=0&ref_id=nattef02135 visualisé et retravaillé pour ne tenir compte que des actifs le 12/08/2015

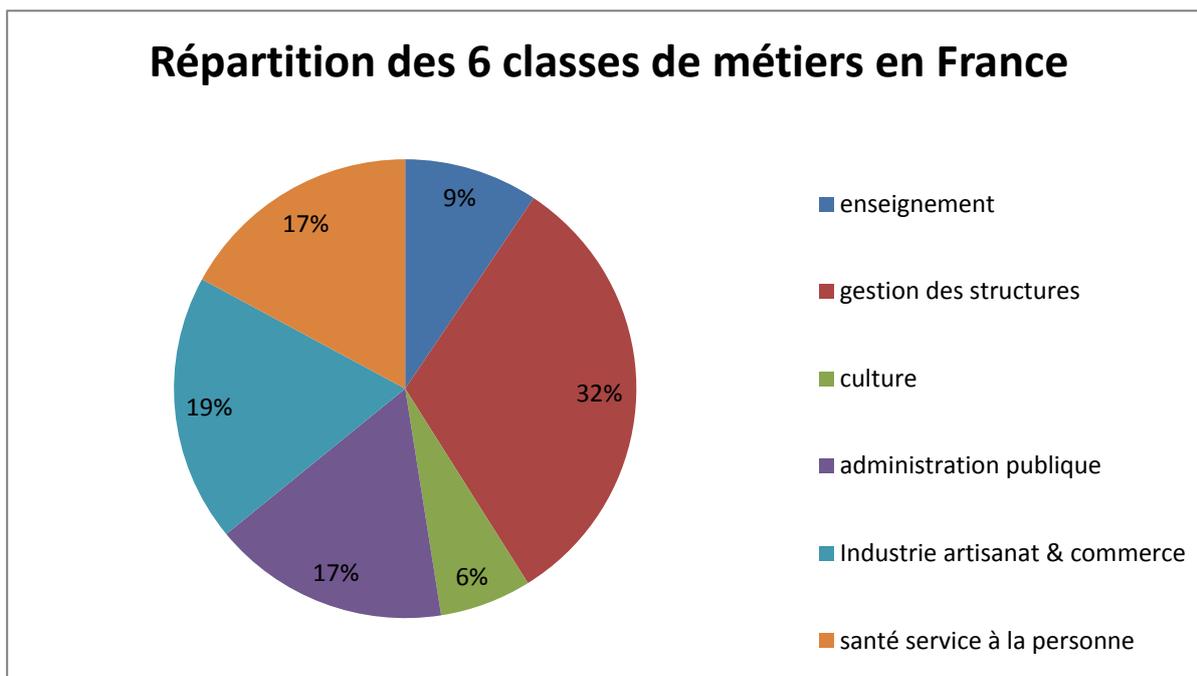


Figure 18: Répartition de 6 classes de métiers et postes de travail ETP par rapport à la population française. (Source personnelle)

Nous avons donc deux classes de données calculées sur des bases identiques pour caractériser deux populations dont l'une est un sous-ensemble minoritaire de l'autre.

Nous avons une répartition proportionnelle de la population exerçant un certain nombre de métiers donnés (six dans notre cas), par rapport à deux zones : le territoire national français et la Bretagne (B5). Les ratios peuvent être établis dans les contextes des langues majoritaires et minoritaires. Si nous prenons comme référence la population normalisée, qui est la population de langue dominante, nous pouvons considérer la distorsion qui existe entre ces rapports de pourcentages par classe de métiers, pour caractériser l'éloignement de la situation de la langue minoritaire par rapport à une situation de langue normalisée.

Une illustration de ces index se situe en annexe¹⁴³.

Ce travail sur les index de suivi de la situation d'une langue minoritaire peut être utilisé pour définir des indicateurs globaux, qui ont une portée limitée dans le cadre d'un plan d'action précis. Les index sont bâtis en fonction des objectifs. Il faut spécifier les limites qui sont liées aux hypothèses de départ :

- Prendre la langue majoritaire pour référence n'est pas toujours opportun. En fonction de la situation de la langue minoritaire, avoir pour objectif de transformer

¹⁴³ Annexe 40 : Construction d'un indice de normalisation de la langue minoritaire dans un environnement linguistique majoritaire.

une langue minoritaire en une langue majoritaire n'est pas atteignable dans un délai raisonnable.

- Comme l'a évoqué Joshua Fishman, inverser les rôles entre langues minoritaire et majoritaire n'est simplement pas le bon objectif et viser une diglossie dans certains domaines d'activité est plus approprié.
- Ici, les données utilisées font état des postes de travail pour lesquels la langue est obligatoire. Cette caractéristique est limitante car rien n'empêche des brittophones d'utiliser la langue minoritaire dans un poste où celle-ci n'est pas obligatoire.
- Un indicateur n'est valable que pour des actions définies. Il faut donc en définir un pour chaque action entreprise.

e) Bilan sur la mesure du dynamisme d'une langue minoritaire.

Dans nos sociétés modernes, la disparition des langues minoritaires est un phénomène reconnu qui trouve une partie de son origine dans la recherche de toujours plus de productivité. Si la biodiversité des espèces animales et végétales engendre une mobilisation grandissante au niveau de plusieurs instances internationales, la disparition des langues ne mobilise que peu d'acteurs nationaux ou internationaux. On note tout de même que le nombre d'acteurs individuels, d'organisations locales, nationales ou internationales est de plus en plus alerté par le phénomène et ceux qui prennent le problème en compte sont de plus en plus nombreux.

Les activités de revitalisation des langues minoritaires mobilisent de plus en plus d'acteurs non professionnels mais la tâche est ardue et gigantesque. Devant l'ampleur et le coût de cette entreprise, les ressources allouées à la revitalisation des langues minoritaires ne permettent pas de disperser les ressources au gré des idées et des désirs. Il est nécessaire d'avoir des outils pour déterminer la situation de départ, établir les objectifs et jalonner le projet de repères quantifiables afin de pouvoir juger des progrès réalisés. Il n'est ni possible ni raisonnable de vouloir tout de suite dans le cadre d'un projet de revitalisation d'une langue minoritaire. Il faut sérier les actions à la fois quantitativement, dans le temps et qualitativement, par rapport aux retombées escomptées.

Pour ce qui est des repères quantifiables, il existe un certain nombre d'outils à la disposition des acteurs. Il y a en premier lieu les outils de quantification, qui peuvent s'apparenter à des actions de comptages par des méthodes statistiques ou de dénombrements directs. Ces actions

sont réalisées par rapport à des populations définies, sur une géographie elle-même définie, avec des critères d'inclusion ou d'exclusion plus ou moins quantifiés ou appréciés qualitativement.

Quelle que soit la méthode choisie, toutes présentent des biais dont il faut tenir compte dans une perspective temporelle. Parmi ces biais, il y a la constance dans le temps de la perception des questions posées. Même si la question est strictement identiquement posée, à 10 ou 20 ans d'intervalle, il se peut que le sens des mots utilisés ait évolué et que la nature des réponses apportées varie en raison d'une nouvelle perception du sens de la question. L'élaboration d'un questionnaire chargé d'être soumis à différents moments d'un processus long et lent doit prendre en compte ce phénomène de façon à ce que la comparaison de deux situations puisse avoir du sens malgré le temps qui sépare les deux quantifications.

Quand on traite des langues, il est aisé d'utiliser uniquement des échelles qualitatives, du style « parlez-vous bien le breton ou l'alsacien ? ». Une telle question permet à chacun de répondre en fonction de sa propre perception ou de la perception de ce qu'il aimerait répondre, en fonction de son engagement militant.

La quantification proposée par un outil tel que le DCL (Diplôme de Compétence en Langue) qui propose une quantification des niveaux de langue dans un référentiel européen, indépendamment de la langue considérée, est déjà une avancée importante par rapport à l'appréciation « libre ». Le DCL n'est pas utilisable dans le cadre d'une évaluation de masse de la population, par contre une démarche qui s'inspirerait de cet outil, pour le rendre opérant dans le cadre d'un sondage, permettrait une meilleure évaluation quantitative et qualitative des locuteurs.

Tout en gardant à l'esprit les biais possibles, les dénombrements ne sont pas une fin en soi. Il faut savoir séparer les évolutions naturelles (évolutions des populations) de ce qui peut être le résultat d'actions orientées dans le sens de la revitalisation linguistique, sous peine de voir l'amalgame résulter en un profond désarroi des acteurs de la revitalisation linguistique. Cela est particulièrement vrai dans le cadre d'une population de locuteurs vieillissants. C'est le cas de la langue bretonne : le nombre global de locuteurs baisse, alors que les actions de revitalisation font repartir à la hausse la portion des jeunes brittophones. La diminution de la pratique bénéficie toujours d'un effet amortisseur, du fait du tuilage des générations, il en est de même pour l'augmentation du nombre de locuteurs quand les efforts portent principalement sur la jeunesse, il existe un effet retard à l'inversion de la tendance.

Les outils de dénombrement de populations selon des angles différents existent et sont des outils intéressants à condition de tenir compte de leurs limitations.

La seconde tâche est d'établir le point de départ de l'entreprise de revitalisation linguistique. En effet, les outils de quantification s'inscrivent dans une dynamique qui se mesure entre un point de départ et un point d'arrivée. Il est donc nécessaire de déterminer le point de départ avec une précision suffisante pour noter les progrès.

Nous avons pu étudier deux outils qui permettent de définir le point de départ. Celui de l'UNESCO et celui de Joshua Fishman. Dans leur approche, les deux méthodes proposent des outils assez différents quant à leur portée et leur finalité. Leur point commun est de placer la transmission intergénérationnelle au centre des préoccupations, comme objectif majeur de toute entreprise de revitalisation linguistique.

La méthode de l'UNESCO a pour but d'établir un état des lieux en comparant la situation relative des langues, les unes par rapport aux autres. L'objectif premier du travail est de faire un recensement des langues existantes dans le monde. Par contre, cet outil de mesure reste très éloigné d'une méthodologie utilisable en faveur de la revitalisation des langues minoritaires. Le critère principal retenu par l'UNESCO, relativement à la criticité de la situation de la langue minoritaire, est l'existence, ou pas, de la transmission linguistique intergénérationnelle. En cela, l'UNESCO et Joshua Fisher sont parfaitement en accord.

La méthode de Joshua Fishman va au-delà de rendre compte d'une situation, elle prend en compte une démarche progressive de revitalisation linguistique. Par rapport à l'ampleur d'une tâche colossale, chaque acteur, chaque organisation peut légitimement se sentir confronté à une entreprise qui n'est pas à l'échelle humaine. La tâche n'est tout simplement pas envisageable sans y adjoindre trois composantes, en premier lieu une quantification de la situation d'une langue, en second lieu une notion de priorisation des actions choisies comme étant nécessaires à la revitalisation linguistique (dans un contexte de ressources limitées) et enfin une notion de progressivité et de temporalité des actions à entreprendre. Pour chaque étape, il est absolument nécessaire de bien planifier les actions, les ressources et d'évaluer les résultats obtenus (ou pas), afin d'effectuer les corrections conjoncturelles nécessaires.

L'expérience acquise sur la méthode de Joshua Fishman, a permis de substituer la notion d'étape sous forme de compartiments étanches par une notion d'introduction de la langue minoritaire dans différentes sphères de pouvoir, renforcé par un tuilage des étapes. Cela nécessite de bâtir des supports passerelles pour accéder aux nouvelles sphères et de bâtir des supports par les passerelles entre les différentes sphères connexes. Ainsi le travail sur une nouvelle sphère peut être soutenu par les constructions de la précédente et rechercher des appuis dans la sphère suivante. Elle permet aussi d'assurer une cohérence dans le cheminement d'une sphère à une autre. Ce concept est très intéressant car il n'est pas une

incitation à partir dans toutes les directions en même temps mais oblige à une recherche de cohérence. C'est par rapport à cette remarque que le travail de cette thèse centrée sur une langue minoritaire dans la sphère de l'économie trouve une partie de sa justification. L'intérêt de la sphère économique dans une entreprise de revitalisation linguistique souffre peut-être d'une méconnaissance des linguistes car le rapport langue - économie est principalement abordé par les linguistes plutôt que par les économistes, deux domaines qui restent éloignés l'une de l'autre. Dans une continuité de l'apprentissage de la langue minoritaire de la petite enfance à l'université, d'une manière plus ou moins continue, l'étape ultime est de pouvoir utiliser, voire de valoriser son apprentissage de la langue dans le domaine économique, situation à laquelle personne n'échappe, ne serait-ce que pour vivre en société. Enfin, par rapport à l'objectif visé, la transmission intergénérationnelle est l'objectif final à atteindre, quels que soient les auteurs de la méthode (UNESCO ou J Fishman). Par contre d'un point de vue pragmatique, l'objectif général doit être soutenu par des objectifs particuliers qui se doivent de former un chemin possible devant mener à l'objectif général. Par rapport à une utilisation de la langue bretonne dans le monde de l'entreprise, d'une utilisation symbolique au bilinguisme ou même un monolinguisme vernaculaire dans l'entreprise, l'éventail des objectifs potentiels reste très large.

Nous achevons ici ce chapitre en ayant revu comment peut se matérialiser une démarche de revitalisation linguistique d'une langue minoritaire, y compris dans le monde de l'économie et des entreprises. Maximiser les chances de succès implique de la discipline et de la rigueur en commençant par définir précisément un point de départ, un point d'arrivée (même si ce n'est qu'une étape), l'utilisation d'outils de planification des actions en cohérence les unes avec les autres, avec les ressources disponibles et une quantification des progrès réalisés.

L'ensemble des étapes doit rapprocher la situation de la langue minoritaire de l'objectif de la transmission intergénérationnelle.

5) Conclusion de la première partie

La première partie de ce travail sur la langue et ses outils, se décompose en quatre sections qui nous ont permis de comprendre l'évolution de la situation de la langue bretonne dans son contexte géographique, historique, politique, économique et sociologique et de percevoir comment au travers de documents, la position de la langue bretonne est passée très lentement, d'une situation de langue du pouvoir à la situation de langue minoritaire. C'est la

compréhension de ce qui a mené à la situation actuelle, qui définit le point de départ d'un projet de revitalisation de la langue bretonne.

Pour une (ré) appropriation d'une langue dans quelque domaine que ce soit, y compris dans la sphère économique, il est nécessaire de disposer d'outils pour servir de base à une utilisation non équivoque du sens des mots.

Utiliser une langue dans un environnement tel que l'économie marchande implique de trouver sur le marché de l'emploi, des personnes formées capables d'utiliser la langue.

Enfin, la revitalisation linguistique est une entreprise monumentale qui requiert méthode et pragmatisme et l'utilisation des éléments de base de toute gestion de projet soit la définition d'un point de départ, d'un point d'arrivée, des ressources (temps, finances, forte motivation) et un suivi.

Les travaux de l'UNESCO et de Joshua Fishman, font état de la vulnérabilité des peuples, de leur culture et de leur langue par rapport à des faits extérieurs pas toujours sous leur contrôle : guerre, invasion, épidémies... L'affaiblissement de la position du peuple breton de sa culture et de sa langue rentre très précisément dans une suite de guerres de grande ampleur. Les différentes fresques qui décrivent l'histoire, l'économie et la société nous ont permis de voir comment les événements agissent sur la culture dont la langue est l'un des éléments les plus vulnérables. Les troubles subits, qu'ils soient militaires, économiques ou politiques, affaiblissent les langues. Nous avons pu mesurer que cette évolution a été extrêmement lente, au point qu'elle peut sembler « naturelle » pour un observateur non averti.

La seconde section permet de mettre en valeur les outils disponibles pour favoriser l'utilisation d'une langue minoritaire dans le monde du travail, en rendant la communication plus aisée. Deux paramètres importants ont été appréhendés. L'actualisation des mots par rapport à une utilisation dans un monde moderne dans lequel les évolutions technologiques font appel quotidiennement à de nouvelles terminologies et d'autre part l'accessibilité de ces outils dans un monde du travail qui se doit d'être productif.

Les travaux de l'Office Public de la Langue Bretonne sont guidé par les besoins mêmes de ses utilisateurs et proposent une terminologie adaptée à la vie quotidienne dans le monde de l'économie actuelle principalement orienté vers les activités tertiaires. En ce qui concerne l'accessibilité à l'information, à ce jour, la création de plateformes de consultation ergonomique reste à imaginer (« smartphone » ou autre). L'actualisation et la disponibilité des termes dont la langue bretonne a besoin pour être utilisée dans le monde de l'économie et de l'entreprise sont deux axes de développement à considérer à l'avenir.

La troisième section met en évidence le potentiel de personnes formées chaque année à la langue bretonne et en mesure de s'exprimer d'une manière autonome. Sans locuteurs autonomes, il n'est pas possible d'utiliser une langue minoritaire avec sérénité, dans le monde de l'économie. Cette partie montre comment sont formés les locuteurs d'aujourd'hui. Deux paramètres ont été explorés : une appréciation quantitative du nombre de locuteurs formés et qualitative pour les niveaux de maîtrise atteints. Il en ressort que sur une population de 4,5 millions d'habitants, la formation annuelle de l'ordre de 600 locuteurs autonomes reste très faible. Dans le cadre d'un recrutement, la probabilité de recruter un collaborateur qui puisse posséder simultanément une compétence linguistique autonome dans la langue minoritaire et une compétence métier est très faible. La rareté de la double compétence fait que tant du côté du chercheur d'emploi que du côté de l'employeur, l'appréciation de la compétence linguistique bien souvent facultative n'est plus visible. Cette appréciation optionnelle réduit de fait l'attractivité de la langue minoritaire comme élément de valeur, alors que les possibilités de valorisation existent et seront explorées dans la partie suivante.

La quatrième section met en valeur les outils qui existent pour mesurer les progrès réalisés en matière de revitalisation linguistique. On peut séparer ces outils en deux familles.

Il y a en premier lieu les outils classiques de comptage des locuteurs. Ces outils ont tendance à être utilisés de manière « contemplative ». Dans une interprétation brute, ils peuvent faire apparaître des informations non pertinentes et de nature à affecter négativement les porteurs d'initiatives de revitalisation, même si le propos n'est pas de se retrancher derrière un angélisme tout à fait illusoire.

La seconde famille d'outils a été développée par l'UNESCO et surtout par Joshua Fishman. Ce dernier inscrit ses outils dans une dynamique qui va bien au-delà de simples outils de mesure et propose une méthodologie pour envisager une revitalisation linguistique. Avec l'expérience, il s'est orienté vers un partage négocié de la place respective des langues majoritaire et minoritaire, dans différentes sphères porteuses de pouvoir (réel ou symbolique) plus ou moins important. Il considère aussi la cohérence d'ensemble de l'initiative. Cette vision permet de situer la place de la revitalisation d'une langue minoritaire dans la sphère économique, dans un projet sociétal d'une portée plus générale. Pour le succès d'une revitalisation linguistique il est important que ceux qui en sont acteurs, reçoivent une « récompense » sous forme de satisfaction, celle du plaisir de se retrouver avec d'autres, ou encore une récompense plus économique, sous la forme d'un travail plus facile à trouver dans une localisation choisie.

Pour la survie d'une langue minoritaire, le point invariable que l'on retrouve tant chez Joshua Fishman qu'à l'UNESCO reste la transmission intergénérationnelle, sans laquelle tout le reste est voué à une avancée sans lendemain assuré.

Les travaux de Joshua Fishman constituent un guide éprouvé et effectif pour la revitalisation d'une langue minoritaire.

Enfin, le dernier volet de cette partie propose une piste de mesure de la normalisation d'une langue minoritaire dans le monde de l'économie et de l'entreprise. Un tel index requiert des données et de le bâtir en fonction du but à atteindre.

Partie II : Une langue minoritaire dans le contexte professionnel

La première partie a permis de remettre la langue bretonne dans son contexte historique et sociétal, d'évaluer la situation des outils de la langue, le potentiel annuel de formation de locuteurs autonomes disponibles pour entrer dans le monde du travail et enfin les outils et méthodes pour procéder efficacement à une revitalisation d'une langue minoritaire dans la sphère économique.

Cette seconde partie traite plus spécifiquement de la revitalisation linguistique d'une langue minoritaire dans la sphère de l'économie marchande et plus particulièrement dans celle de l'entreprise.

Dans un premier temps, nous nous intéressons à la sphère économique, afin de la définir et de donner une perspective sur son évolution. Nous examinons ensuite comment elle se découpe afin de mesurer les enjeux d'une revitalisation linguistique dans chaque compartiment des sous-ensembles de l'économie.

Dans un second temps, nous examinons les initiatives particulières concernant le couple langue minoritaire et économie, depuis le milieu du XIXe siècle jusqu'au XXe siècle. Ces initiatives, tant privées que publiques, par leur variété et leurs résultats sont autant d'enseignements pour les adeptes de la revitalisation des langues minoritaires.

La troisième section est dédiée à l'entreprise contemporaine et se donne comme objectif de répondre à la question s'il existe toujours au XXIe siècle un attrait pour les langues minoritaires dans les entreprises.

La dernière section est consacrée aux formes d'utilisation des langues minoritaires dans la sphère économique.

1) La sphère économique

a) Définition de la sphère économique

Selon le dictionnaire Larousse, la définition du mot « économie » revêt plusieurs acceptations de sens¹⁴⁴:

- Ensemble des activités d'une collectivité humaine relatives à la production, à la distribution et à la consommation des richesses.
- Gestion où on réduit ses dépenses, où on évite des dépenses superflues : Par économie, il faisait le trajet à pied.
- Ce qu'on épargne, qu'on évite de dépenser : Par ce procédé, on réalise une sérieuse économie de temps.
- Régulation, organisation visant à une diminution des dépenses, à une adaptation parfaite au but visé : Ce film a été réalisé avec une grande économie de moyens.

De l'ensemble de ces définitions c'est la première qui nous intéresse dans le cadre de ce travail. Je note qu'il est question ici d'une collectivité humaine, sans distinction de statut, qui s'insère dans un cycle de production de distribution et de consommation (directe ou indirecte) de richesse.

Le dictionnaire le Petit Robert¹⁴⁵ nous propose d'autres définitions dont les plus pertinentes par rapport au travail qui nous intéresse sont les suivantes :

- Art de bien administrer une maison, de gérer les biens d'un particulier (économie privée, domestique) ou de l'Etat (économie publique, politique).
- Economie politique : science qui a pour objet la connaissance des phénomènes concernant la production, la distribution et la consommation des richesses, des biens matériels, dans la société humaine.
- Activité, vie économique ; ensemble des faits relatifs à la production, à la distribution et à la consommation des richesses dans une collectivité humaine.

Ces deux définitions ont en commun d'être relativement larges par rapport aux activités qu'elles regroupent. Il s'agit en premier d'un ensemble d'activités : de production, de distribution et de consommation de richesses. Ces trois actions sont réalisées dans une finalité

¹⁴⁴ <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/%C3%A9conomie/27630> dictionnaire Larousse définition du mot « économie », site visualisé le 14 11 2015.

¹⁴⁵ Le petit Robert définition du mot « économie » 34^{ème} édition 1977 page 600

de création et de consommation de richesses (matérielles ou immatérielles) à des moments qui sont éloignés les uns des autres, ce qui implique une notion de planification et de gestion (voire d'anticipation) de l'offre et de la demande.

Le paramètre le plus communément utilisé pour définir la richesse d'un pays et en suivre les évolutions est le Produit Intérieur Brut (PIB).

Le Produit Intérieur Brut est défini par l'Insee de trois manières :

« Agrégat représentant le résultat final de l'activité de production des unités productrices résidentes. Il peut se définir de trois manières :

- le PIB est égal à la somme des valeurs ajoutées brutes des différents secteurs institutionnels ou des différentes branches d'activité, augmentée des impôts, moins les subventions sur les produits (lesquels ne sont pas affectés aux secteurs et aux branches d'activité)

- le PIB est égal à la somme des emplois finals intérieurs de biens et de services (consommation finale effective, formation brute de capital fixe, variations de stocks), plus les exportations, moins les importations ;

*- le PIB est égal à la somme des emplois des comptes d'exploitation des secteurs institutionnels : rémunération des salariés, impôts sur la production et les importations moins les subventions, excédent brut d'exploitation et revenu mixte ».*¹⁴⁶

L'encyclopédie en ligne Wikipedia nous propose une définition moins technique et plus imagée¹⁴⁷ (tout en reprenant celle de l'Insee).

« Le produit intérieur brut (PIB) est l'un des agrégats majeurs des comptes nationaux. En tant qu'indicateur économique principal de mesure de la production économique réalisée à l'intérieur d'un pays donné, le PIB vise à quantifier — pour un pays et une année donnés — la valeur totale de la « production de richesse » effectuée par les agents économiques résidant à l'intérieur de ce territoire (ménages, entreprises, administrations publiques).

Le PIB reflète donc l'activité économique interne d'un pays et la variation du PIB d'une période à l'autre est censée [sensé] mesurer son taux de croissance économique.

¹⁴⁶ <http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/produit-inter-brut-prix-march.htm> définition du Produit Intérieur Brut par l'Insee site visualisé le 21 11 2015

¹⁴⁷ https://fr.wikipedia.org/wiki/Produit_int%C3%A9rieur_brut site visualisé le 22 08 2016

Le PIB par habitant mesure le niveau de vie et, de façon approximative, celui du pouvoir d'achat car n'est pas prise en compte de façon dynamique l'incidence de l'évolution du niveau général des prix.

Il diffère du Revenu National Brut (RNB) qui ajoute au PIB (produit intérieur brut) les entrées nettes de revenus de facteurs en provenance de l'étranger (revenus de facteurs provenant du reste du monde diminués des revenus de facteurs payés au reste du monde. »

Comme tous les indices, celui-ci est parfois controversé, en particulier par rapport à son utilisation et à son interprétation comme outil de communication politique.

Par rapport à la nature de ce travail, je retiens l'indice du « Produit Intérieur Brut » comme indicateur de la situation économique. Dans le cadre d'une perspective historique, le facteur politique peut être négligé, sachant qu'il n'affecte que très peu la perspective et les tendances générales sur le très long terme.

b) Evolution historique de l'économie : simulation

L'économie est une notion ancienne, son développement et son importance dans la vie quotidienne sont relativement récents. Angus Maddison¹⁴⁸ est un chercheur à l'OCDE. Il a établi une perspective millénaire sur la situation économique mondiale en reconstruisant un PIB global à partir de celui de chaque « pays » (dont la notion est fluctuante au gré de l'histoire). Pour ce faire, il a fait appel à des modélisations qui ne rendent pas compte des épiphénomènes qui marquent l'histoire des pays mais il s'est attaché à donner une image générale des évolutions. Il s'est intéressé en particulier aux évolutions de paramètres tels que la variation de la population mondiale et l'évolution du PIB.

Les chiffres rapportés par Angus Maddison font état d'une population mondiale multipliée par 22 en l'espace de mille ans. Il fait aussi état d'une croissance de PIB par habitant multipliée par 13 sur la même période et un PIB mondial multiplié par presque 300. Ce phénomène ne s'est pas produit partout d'une manière identique. Sur le dernier millénaire, il touche principalement les pays riches comme les Etats-Unis et l'Amérique du Nord, L'Europe de

¹⁴⁸ Maddison Angus *L'économie mondiale : une perspective millénaire Etudes du Centre de Développement L'économie mondiale : une perspective millénaire*, éditions : OECD Publishing, 2001.

l'Ouest, la région Asie-Pacifique et le Japon. Le continent le plus pauvre reste l'Afrique. On notera cependant qu'il y a mille ans, la situation était inversée, le PIB de l'Asie et de l'Afrique était plus important que celui des pays riches d'aujourd'hui.

Le graphique suivant permet d'imager la croissance du PIB en Europe de l'Ouest¹⁴⁹ depuis 2000 ans. Les données sont tirées du travail réalisé par Angus Maddison¹⁵⁰.

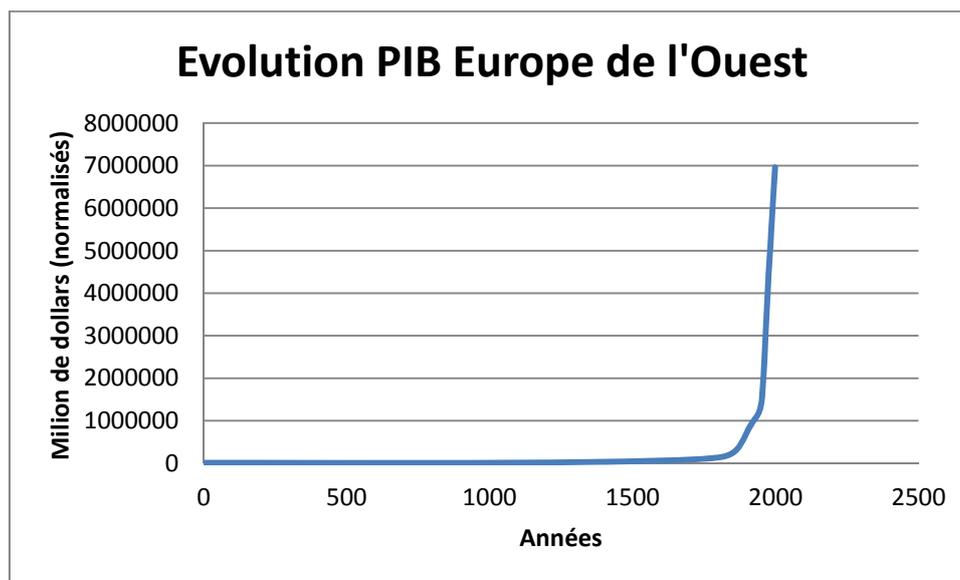


Figure 19 : Evolution du PIB en Europe de l'Ouest sur une perspective millénaire. (Source personnelle)

Nous observons que la croissance économique, telle que nous la connaissons aujourd'hui est un phénomène extrêmement récent et brutal.

Nous pouvons noter quatre phases dans l'évolution du PIB en Europe de l'Ouest.

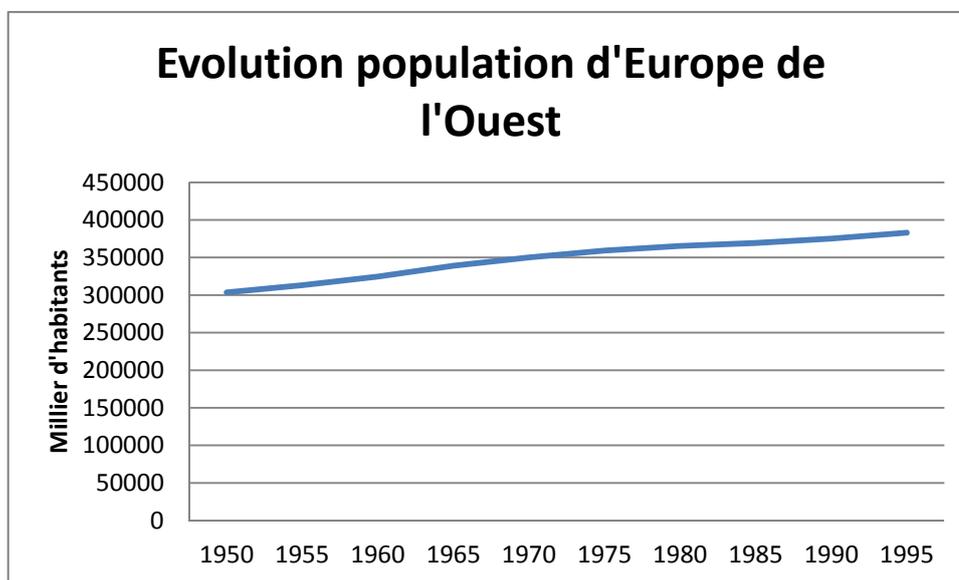
La première phase antérieure à l'an 1500, représente une croissance extrêmement lente à peine décelable. La seconde phase se situe entre les années 1500 et 1800 et montre un début d'accélération de la croissance du PIB, même si cela ne semble encore qu'un frémissement. La troisième phase, entre 1800 et 1950, fait apparaître une accélération marquée de la croissance européenne, est une époque charnière de la croissance du PIB.

Depuis 1950 nous assistons à une phase d'accélération exponentielle.

¹⁴⁹ Les Pays d'Europe de l'Ouest retenus dans l'étude de A Maddison sont : Autriche, Belgique, Danemark, Finlande, France, Allemagne, Italie, Pays-Bas, Portugal et Espagne (ou leur territoire équivalent)

¹⁵⁰ Maddison Angus *L'économie mondiale : une perspective millénaire* éditions : OECD Publishing, 2001.P 280

Si nous mettons en regard de cette croissance vertigineuse du PIB, sur la dernière période considérée (1950-1998), l'évolution de la population sur cette même zone géographique, nous obtenons le graphique suivant¹⁵¹:



Evolution de la population d'Europe de l'Ouest de 1950 à 1990. (Source personnelle)

Nous pouvons observer une augmentation de la population d'Europe de l'Ouest sur environ un demi-siècle. Contrairement à la situation précédente, cette progression est lente, continue et ne montre pas de phénomène de rupture. Les deux graphiques ci-dessus appellent plusieurs remarques :

La croissance du PIB de l'Ouest européen dans laquelle se situe la Bretagne montre une croissance accélérée depuis la révolution industrielle du XIXe siècle, puis une croissance quasi verticale depuis la Seconde Guerre mondiale. Cette croissance verticale peut appeler deux craintes quant à ses effets sur les habitants : la première crainte est liée à la pérennité d'une telle croissance. Est-il possible qu'une situation aussi brusque puisse perdurer dans le temps ? Il n'est pas de mon propos de l'aborder ici. La seconde question porte sur les conséquences d'une telle croissance. Cette croissance est-elle souhaitable par rapport à ses effets induits ?

Manifestement, nous avons affaire à des phénomènes qui affectent la société à des vitesses différentes. D'une part, nous avons un phénomène économique dont la rapidité s'apparente à la vitesse de calcul des ordinateurs et d'autre part nous avons un phénomène biologique qui

¹⁵¹ Maddison Angus *L'économie mondiale : une perspective millénaire Etudes du Centre de Développement L'économie mondiale : une perspective millénaire*, éditions : OECD Publishing, 2001 P288

évolue à la vitesse des phénomènes humains tels que la croissance d'une population, l'évolution de ses mœurs ou de sa langue...

Le différentiel des vitesses d'évolution sur de faibles durées n'est pas sans conséquence.

Par rapport à la création de richesses, toutes les techniques productivistes disponibles sont mises en œuvre pour arriver à ces fins (la technique, les lois ...), au risque de déstabiliser les équilibres de la société. De cette situation naît une partition de la société, dans un monde qui présente comme alternative d'aller toujours plus vite, ou de faire partie des « laissés pour compte » (chômeurs, salariés de plus de cinquante ans, handicapés de toute nature, personnes dont le profil n'entre pas dans les besoins du moment...) et les évolutions qu'une langue peut absorber (et qu'elle doit absorber pour rester « compétitive »), fait face aux mêmes contingences humaines.

Dans le cas d'un rapport de supériorité économique, la diffusion de la langue du vainqueur s'introduit plus subtilement dans la langue de la nation la plus faible économiquement. Induit par une conjoncture économique défavorable, les langues anciennement majoritaires commencent par laisser une place de plus en plus importante aux langues des pays économiquement plus forts, principalement par les mots qui représentent des produits et des services innovants. Pour le locuteur, le point principal est de se faire comprendre, l'origine du mot utilisé n'a que très peu d'importance. A ce stade, c'est principalement un souci de productivité qui dicte l'évolution de la langue et c'est toujours le pays économiquement le plus fort qui va dicter sa loi « linguistique », sans nécessairement que cela soit une volonté délibérée.

Par rapport aux conditions productivistes imposées par un environnement qui se veut être compétitif et économe en ressources, la situation des langues en passe de devenir minoritaires ou déjà minorisées ne répond pas au cahier des charges.

Comme montré par Angus Maddison, le phénomène de croissance et de mondialisation a fortement accéléré la vitesse des échanges d'informations, de marchandises et de capitaux. Cette accélération des échanges a conduit à une concentration et une croissance de l'économie, aidée en cela par le développement de la technique pour atténuer les risques (sans les faire disparaître) et maximiser les profits réalisés.

L'environnement économique mouvant fait de crises successives évolue à la vitesse des calculs d'ordinateur mais les langues restent les vecteurs de la communication des situations qui font réagir les systèmes. Dans un environnement globalisé, les outils qui évoluent à l'échelle humaine, voire sur une échelle multi générationnelle, ne sont pas adaptés à la

rapidité de l'économie mondiale. Les acteurs ont intérêt à améliorer la productivité de la communication et font des compromis entre la communication la plus rapide au plus grand nombre et la capacité individuelle des personnes à capter les messages. La recherche concerne l'efficacité de la communication. Nous sommes très loin ici de l'aspect littéraire de la langue. Nous pouvons observer autour de nous et au quotidien, plusieurs manières d'améliorer la productivité de la communication :

- L'absence de texte remplacé par des images (notices de montage de meubles en kit).
- L'utilisation de traducteurs automatiques et les efforts faits au niveau des interfaces de communication telles que « google traduction » est un exemple. Ce type d'outils est à ranger dans les outils de productivité qui peut être utilisé pour des domaines peu sensibles. En effet, avec les risques associés il faut accepter de se contenter d'une traduction automatisée approximative.
- L'utilisation d'une langue commune, une « lingua franca » : l'anglais en Europe de l'Ouest, le chinois demain ?
- L'utilisation d'interprètes et de traducteurs, ce qui est de plus en plus rare, sauf pour le monde politique et juridique dans les relations internationales car dans ces domaines la précision et la sécurité des messages prévalent (normalement) sur la productivité immédiate.

Les langues en tant qu'outils de communication ont un coût de maintenance pour leur adaptation à un environnement mouvant. Il s'agit du processus de « normation » de la langue, qui requiert des spécialistes et des utilisateurs de la langue qui ont besoin de temps pour intégrer ces changements. Les langues n'échappent pas à la productivité. A l'instar de ce qui se passe pour les hommes, les langues connaissent le même sort : il existe des laissés pour compte, qui pour autant n'ont pas moins de valeur intrinsèque que les autres. L'apport des langues à l'humanité et leur diversité génératrice de richesses ne peuvent être mesurés par des indicateurs financiers de court terme. Cependant, la difficulté n'est pas suffisante pour rendre le processus de revitalisation linguistique impossible, il requiert de mieux définir les actions et les tâches et d'affecter les ressources d'une manière optimisée par rapport à l'objectif visé. Cette situation renforce donc les points importants mentionnés par Joshua Fishman par rapport à l'optimisation des ressources pour un impact maximisé. La revitalisation linguistique n'échappe pas à la productivité !

Ce paragraphe qui s'insère dans un travail sur les langues minoritaires dans l'économie, montre comment il ne va pas de soi de faire cohabiter deux notions : d'une part les « langues minoritaires » avec leurs variétés et leurs spécificités et d'autre part « l'économie », toujours

en recherche de productivité. D'un point de vue économique les deux notions vont à l'encontre l'une de l'autre, d'un point de vue humain, la diversité linguistique est l'une des sources de richesse de l'humanité, au même titre que la diversité de la faune ou de la flore, qui ne rentrent pas non plus dans les calculs financiers.

Ce chapitre ouvre sur un certain nombre de questions, qui dépassent le cadre de ce travail:

Les langues minoritaires sont-elles les victimes collatérales de la productivité mondiale ?

Les langues majoritaires du monde sont-elles les plus propices à intégrer une productivité dans la transmission du sens et des idées ?

Les langues majoritaires le sont-elles devenues pour avoir été parlées au bon endroit à la bonne période ?

Ces questions demanderaient à être étudiées.

c) Découpage de la sphère économique :

Traditionnellement, la sphère économique est divisée en trois parties :

- Le secteur primaire.
- Le secteur secondaire.
- Le secteur tertiaire.

Selon l'Insee¹⁵², le secteur primaire regroupe l'ensemble des activités dont la finalité consiste en une exploitation des ressources naturelles : agriculture, pêche, forêts, mines, gisements. Le secteur secondaire regroupe l'ensemble des activités consistant en une transformation plus ou moins élaborée des matières premières (industries manufacturières, construction). Le secteur tertiaire recouvre un vaste champ d'activités qui va du commerce à l'administration, en passant par les transports, les activités financières et immobilières, les services aux entreprises et services aux particuliers, l'éducation, la santé et l'action sociale. Le périmètre du secteur tertiaire est de fait défini par complémentarité avec les activités agricoles et industrielles (secteurs primaire et secondaire).

Les travaux de l'Insee nous donnent une vision de la répartition des emplois en France par secteur d'activité¹⁵³.

¹⁵² Définition des différents secteurs d'activité selon l'Insee
<http://www.insee.fr/fr/methodes/default.asp?page=definitions/secteur-primaire.htm> site visualisé le 15 11 2015

¹⁵³ Population en emploi par secteur d'activité
http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=0&ref_id=NATCCF03172 site visualisé le 15 11 2015

La perspective sur 10 ans nous montre que cette situation est relativement stable. Il se dégage des tendances :

- une relative stabilité de l'emploi primaire à moins de 3% de la population,
- une baisse significative de l'emploi secondaire de 2% en l'espace de 6 ans. Le secteur secondaire regroupe environ 13% de la population active.
- L'emploi tertiaire compense (en pourcentage) les pertes dans l'emploi secondaire, avec une progression de 2% en l'espace de ces mêmes six années.

Le graphique ci-après rend compte de la faible variation qui existe entre les trois secteurs, ce qui ne remet pas en cause l'ordre de grandeur de cette répartition.

Tableau 8 : Evolution de la distribution des emplois français par secteur d'activité 2008 - 2014 en pourcentage.
(Source Insee)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Primaire	2,7	2,9	2,9	2,9	2,9	3,0	2,8
Secondaire	14,9	14,7	14,0	13,9	13,7	13,5	13,1
Tertiaire	74,9	75,0	75,4	75,9	76,1	76,2	76,9
Autres	7,5	7,4	7,7	7,3	7,3	7,3	7,2

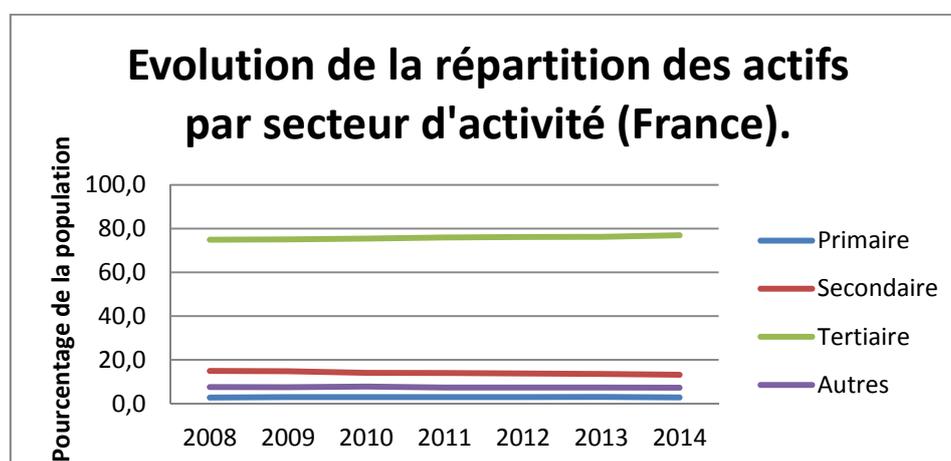


Figure 20 : Evolution de la répartition des actifs par secteur d'activité (France). (Source Insee)

Le camembert ci-dessous, permet de visualiser la répartition de la population active. On constate que le secteur tertiaire regroupe près de 80% de la population. C'est à la fois le secteur d'activité qui regroupe le plus de salariés et celui qui a pris la plus

grande part à l'accélération de la création de richesses entre 1950 et maintenant. Les autres secteurs d'activité regroupent légèrement plus de 20 % de la population et sont en tendance stable ou légèrement baissière.

Le camembert ci-dessous, nous donne la répartition des actifs en France en 2014.

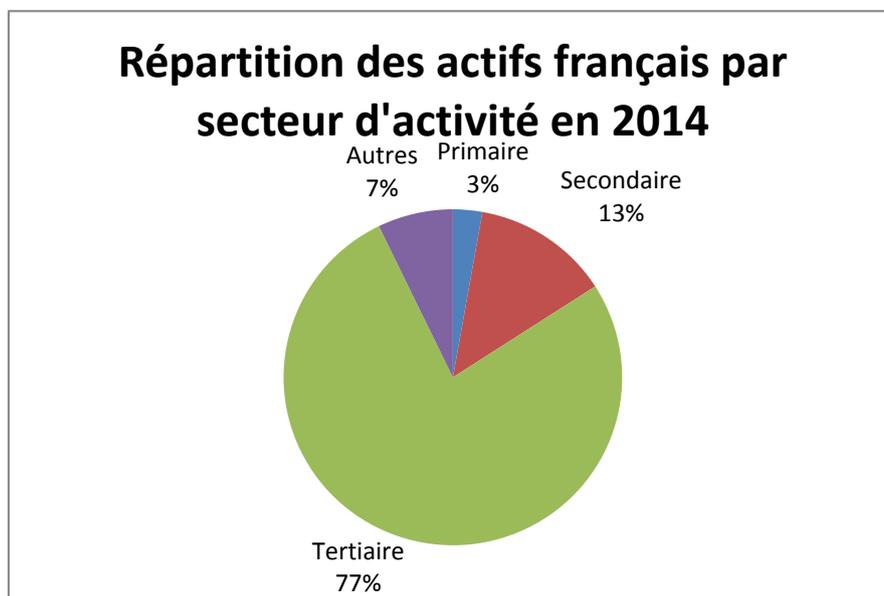


Figure 21 : Distribution des actifs français par secteur d'activité en 2014 (source Insee)

Nous avons vu au chapitre sur le dénombrement des locuteurs par secteur d'activité que le taux de pénétration de la langue bretonne évolue d'une manière fortement décroissante du secteur primaire au secteur tertiaire. Cette situation a deux conséquences : D'une part toute tentative de revitalisation de la langue bretonne ne peut s'économiser le fait de porter ses efforts sur le secteur tertiaire sans ignorer les trois quarts du monde économique. D'autre part, le secteur tertiaire est celui qui utilise le plus de technologies nouvelles axées sur la productivité (même si cette situation n'est pas exclusive au secteur tertiaire). Ceci implique une adaptabilité du vocabulaire de la langue minoritaire sous forme de création de mots nouveaux, pour signifier les produits et les services liés à l'évolution des processus de travail dans ce secteur d'activité.

A ce titre, le travail de terminologie entrepris par l'Office Public de la Langue Bretonne¹⁵⁴, remplit une fonction tout à fait pertinente et disponible en ligne sur son site internet.

Si nous reprenons la distribution des postes de travail recensés par l'Office Public de la Langue Bretonne et pour lesquels la maîtrise du breton est un prérequis, nous pouvons vérifier

¹⁵⁴ <http://www.fr.brezhoneg.bzh/36-termofis.htm> site de terminologie de l'Office de la langue bretonne, principalement dédié aux activités du tertiaire. Site visualisé le 15 11 2015

que les postes se trouvent à 98,6% dans le secteur tertiaire et le solde (1,4%) se trouve dans le secondaire. Le besoin en maîtrise de la langue bretonne est particulièrement avéré dans le secteur tertiaire.

Les caractéristiques des populations qui œuvrent dans les secteurs primaire, secondaire et tertiaire sont assez différentes par rapport à la distribution de la formation générale des actifs. Pour le primaire et dans une certaine mesure pour le secondaire, les emplois requièrent en général moins de qualification, ce qui veut dire que dans la recherche d'un salarié bretonnant, il est plus aisé de rechercher un salarié bilingue et de le former ensuite à la compétence métier. Par contre, pour les emplois du tertiaire et d'une partie du secondaire, la productivité a éliminé les tâches automatisables, à l'usine comme au bureau, la compétence métier est donc plus longue à acquérir et dans ce cas, la recherche d'une personne possédant la double compétence, métier et linguistique (dans la langue minoritaire) s'avère plus problématique.

L'adaptabilité de la langue à son environnement est un autre paramètre qui compte pour sa survie. C'est le travail réalisé par les organismes qui normalisent les langues quand ils existent. En Bretagne, l'Office Public de la Langue Bretonne a entrepris le travail de « normation » de la langue bretonne principalement sur les techniques et services récents.

Cette obligation de la langue de s'adapter en permanence à son environnement, rend totalement hors de propos toute tentative de considérer la revitalisation linguistique comme un retour vers le passé d'un « bon vieux temps ». Une politique de revitalisation linguistique est une entreprise définitivement tournée vers l'avenir et non pas une tentative de retrouver un passé révolu qui de toute façon n'existe plus. Une vue passéiste et nostalgique d'une langue n'a aucune perspective d'avenir, même si bien sûr, rien n'empêche d'apprécier la littérature plus ou moins ancienne d'une langue. La chose n'est bien évidemment pas incompatible.

2) Les initiatives de revitalisation

a) Les initiatives privées

Les interrogations qui existent sur les liens qui unissent l'économie et la langue ne sont pas récentes. Quand on se réfère aux travaux postérieurs au milieu du XIXe siècle, plusieurs auteurs et organisations se sont intéressés à l'histoire des langues minoritaires et aux liens entre les langues minoritaires et l'économie.

i. Les premières initiatives

L'Association Bretonne

L'une des plus anciennes associations toujours actives en Bretagne, est appelée « *l'Association Bretonne* ». Elle est née en septembre 1843 à Vannes, à l'initiative d'un aréopage de personnalités, dont la liste figure au compte-rendu de la réunion inaugurale¹⁵⁵. On y trouve le préfet du Morbihan, le maire de Vannes, des membres des sociétés d'agriculture des cinq départements bretons et des personnalités aussi diverses, qu'un colonel à la retraite, ou un conseiller de préfecture.

Le préambule¹⁵⁶ du compte-rendu de réunion instituant l'association définit ses objectifs économiques : il s'agit de réunir des compétences sur la situation de l'agriculture en Bretagne (B5), dans le but d'éclairer le gouvernement sur les besoins de l'agriculture bretonne. Après ce préambule viennent les statuts de l'Association Bretonne. Ils sont composés d'un règlement de 10 articles et de 21 dispositions réglementaires.

Le premier article exprime le but économique et la volonté de faire participer la Bretagne à la croissance que procure le modernisme et de profiter des effets de levier dispensés par le gouvernement. L'Association Bretonne se veut être un « lobby », basé sur une approche scientifique pour la recherche des potentiels de progrès de l'agriculture. Les articles suivants concernent la gestion interne de l'association. Ce n'est qu'un peu plus loin que l'on note que la portée de l'association est bien plus générale que ce qui est décrit dans le préambule. Ainsi page 19, les sujets abordés par l'association sont nommément : l'agriculture, l'industrie pour l'agriculture, la littérature et les beaux-arts, l'éducation et la morale et les établissements philanthropiques. Si les deux premiers thèmes sont relativement proches de l'objet principal de l'association relaté dans l'article 1, la littérature et les beaux-arts, l'éducation et la morale ainsi que les établissements philanthropiques sont des sujets qui s'en éloignent foncièrement. La littérature et les beaux-arts sont composés des lettres, de la peinture, de la sculpture et l'architecture. L'assemblée est partagée en trois sous-sections : Statistiques et Économie agricole; Cultures et Bestiaux; Archéologie. L'association dépasse donc le seul but de favoriser l'agriculture en Bretagne pour devenir une véritable société savante au service de la Bretagne et de ses intérêts. Dans ce premier congrès, on remarque la forte influence de Hersart de Villemarqué sur ses thèmes de prédilection : langue, chants populaires, monuments

¹⁵⁵ Association Bretonne, *premier congrès agricole tenu à Vannes les 20, 21, 22, 23 et 24, Septembre 1843. Compte rendu*, Nantes, Prosper Sebire, Libraire éditeur de l'agriculture de l'ouest.

¹⁵⁶ Annexe 43 : Principaux éléments des statuts de l'Association Bretonne.

ethnologie. Ainsi sur la base d'une société dédiée au développement de l'économie, on voit que la culture et la langue bretonne forment un ensemble homogène aux yeux des participants.

Dès 1844, soit un an après sa création, le compte-rendu du second congrès tenu à Rennes est dédié à l'archéologie¹⁵⁷. L'ensemble des questions qui sont traitées a une connotation culturelle très marquée et consacrée à la langue bretonne.

La 7^{ème} question pose une problématique linguistique :

« *Quels sont les caractères des divers dialectes de la langue bretonne ?* »

La 10^{ème} traite d'un sujet qui nous intéresse au premier plan :

« *A quelle époque a-t-on commencé à se servir de la langue vulgaire pour la rédaction des actes publics en Bretagne ? – Connait-on des actes en breton ?* »

Hersart de la Villemarqué multiplie les interventions par rapport à la langue bretonne en demandant à ce que cette langue soit considérée comme l'un des plus beaux monuments de la Bretagne. Dans une autre intervention, il demande aussi à ce que soit favorisée l'édition en breton, de documents ayant trait à l'agriculture dans le Morbihan. La fin de ce compte-rendu est un plaidoyer pour la langue bretonne ainsi les discussions ont comme sujet la publication de dictionnaires à l'attention des agriculteurs et de la « *langue nationale* » pour définir la langue bretonne.

C'est dans le numéro de l'année suivante¹⁵⁸ en 1846 qu'est abordée la réponse à la question sur l'utilisation de la langue bretonne dans les actes publics... la réponse est relativement brève et plutôt décevante. Après les préliminaires sur la manière dont les Bretons acceptent et implémentent les nouveautés techniques par rapport à leurs voisins des autres régions, voici la réponse telle que retranscrite dans le compte-rendu :

¹⁵⁷ Association Bretonne, section archéologie, congrès de Rennes tenu en 1844, compte-rendu et procès-verbaux, imprimerie d'Amb. Jausion, 1845

¹⁵⁸ Association Bretonne, section archéologie, congrès de Nantes tenu en 1845, procès-verbaux, imprimerie d'Amb. Jausion, 1846

Ce principe une fois posé, M. de Kerdrel en fait l'application à l'histoire de la paléographie bretonne. Le premier acte rédigé en français que l'on connaisse en Bretagne est de l'an 1248, tandis que l'on en cite un de 1118 dans une autre province. Toutefois les actes français ne deviennent communs en France que vers le milieu du 13.^e siècle, et alors aussi ils cessent d'être rares en Bretagne, où l'on se met d'un bond au même niveau que la France.

Passant à la seconde partie de la question 21, M. de Kerdrel prétend qu'il n'existe pas d'acte en breton et qu'il n'y en a jamais eu. Il fait observer toutefois que, dans les chartes du 9.^e siècle, on rencontre des passages rédigés en cette langue, et il en cite un fort remarquable qu'il a eu le bonheur de découvrir dans le cartulaire de Redon.

En terminant, M. de Kerdrel signale un rôle de dîmes écrit en latin et en breton, comme existant au 16.^e siècle à l'abbaye de Bon-Repos (1).

La réponse ne rend pas compte du travail de recherche effectué mais il arrive à la même conclusion que d'autres chercheurs contemporains sur l'absence de documents et d'actes officiels ou de contrats commerciaux en langue bretonne.

En 1849 sort le bulletin suivant¹⁵⁹, il retrace les communications faites à différents congrès tels ceux de St Briec (1846) et Quimper (1847). Le préambule de ce rapport met en lumière un fait perceptible depuis le début des publications par rapport à l'aspect scientifique des débats et des réponses apportées.

Les séances de la Classe d'Archéologie, aux derniers Congrès de l'Association Bretonne, ne se sont pas bornées, comme dans les premières de ces assemblées annuelles, à un échange d'observations verbales trop souvent improvisées. Des mé-

Fait notable, le titre du compte rendu fait état du « bulletin archéologique de l'Association Bretonne ». Née sous le même toit que l'Association Bretonne, dans le cadre d'un objectif

¹⁵⁹ Bulletin archéologique de l'Association Bretonne, congrès de Nantes tenu en 1845, procès-verbaux, Librairie de Verier Rennes, Librairie archéologique Paris, 1849

pour le progrès de l'agriculture, l'émancipation de la section archéologique est de plus en plus nette. Il y est rapporté une réponse à une question linguistique sur l'étendue géographique ancienne et moderne de la langue bretonne. Cette question a donné lieu à de vifs débats qui, en dépit des bonnes intentions énoncées dans le préambule, se sont conclus sur des allégations plutôt que sur un débat scientifique. Ce débat donne lieu à des divergences de vues et sera clos après intervention (assez péremptoire) du président.

Ces quelques numéros de l'Association Bretonne nous permettent de voir que très tôt au XIXe siècle, nous retrouvons une élite bretonne, qui souhaite défendre les intérêts de la Bretagne et peser sur les décisions du gouvernement central de Paris. Nous observons que les sujets abordés sont de deux natures : l'économie d'une part et la culture d'autre part. A cette époque ils ne sont pas exclusifs les uns ou les autres mais complémentaires. Dès le milieu du XIXe siècle, participer à l'essor économique général de l'Europe ne signifie pas renoncer à sa région et à sa culture. On retrouve la volonté d'apporter sa différence à la construction d'un ensemble plus important et non de construire une nouvelle entité en détruisant ce qui n'est pas la vision du dominant. La logique est différente.

Un point d'achoppement dans l'initiative de l'Association Bretonne concerne le caractère scientifique de ses travaux. Très vite après la création de l'Association, le côté scientifique des démarches fait défaut et on ressent bien à l'évocation des réponses aux multiples questions soulevées, que la présence de certains individus, parmi cet aréopage de fortes personnalités, ne permet pas à l'association de trouver la respectabilité scientifique nécessaire à ses ambitions.

L'Union Régionaliste Bretonne 1898

La création de l'Union Régionaliste Bretonne (URB) fait suite à un appel qui sera lancé lors de la représentation théâtrale « Mystère de Saint Gwenole » en 1898, par un ensemble de personnalités bretonnes. Leur but est (déjà) de lutter contre un centralisme jacobin, qui ne cesse de mettre les intérêts des régions à la merci des autorités de Paris. On note que cet appel ne remet pas en cause l'unité de la France¹⁶⁰.

L'Union Régionaliste Bretonne a pour but d'œuvrer dans les domaines de l'économie, de l'administration et de la culture bretonne. Nous retrouvons ici le même triptyque que celui de l'« Association Bretonne ». Les membres sont aussi assez similaires dans leur profil: ce sont des notables de la bourgeoisie et de l'aristocratie bretonne. Neuf articles constituent les statuts

¹⁶⁰ Nicolas Michel, *Histoire de la revendication bretonne*, éd coop Breizh 2007, p 50 et p 316.

de l'association et les plus intéressants sont en annexe¹⁶¹. Le Directeur de l'Union Régionaliste Bretonne est le Marquis Régis de L'Estourbeillon de la Garnache, personnage célèbre en Bretagne pour son militantisme régional. Les autres membres de l'URB sont Camille Le Mercier d'Erm, Léon Le Berre, Taldir Jaffrennou, Théodore Hersart de Lavillemarqué, René de Kerviler, Jean Choleau, Emîle Ernault, Joseph Loth, François Vallée et bien d'autres... et tous sont célèbres pour leur engagement en faveur de la Bretagne. Conformément à ses statuts, l'URB rapporte les conclusions de ses études, positions et propositions dans un bulletin annuel. Cet aréopage de l'URB exprime le besoin de réfléchir la Bretagne dans sa globalité, à l'approche de nouveaux bouleversements sur les plans économiques et sociaux, qui vont avoir des conséquences importantes pour la culture et pour la langue bretonne.

D'un point de vue économique, nous sommes dans un état de bouleversements. Jusqu'alors, le moteur de l'économie bretonne est essentiellement lié à la terre que possédaient les nobles et l'aristocratie locale, demain c'est l'industrie qui va créer la richesse. La richesse liée à la terre était une économie statique, un ordre établi, alors que l'industrie et le marketing déplacent les lieux de la richesse dans une dynamique nouvelle. Il n'est donc pas étonnant de voir l'aristocratie bretonne se mobiliser car ils sont les possédants que les changements inquiètent. L'entrée du "modernisme" dans l'agriculture bretonne va fortement aplanir les différences sociales et culturelles. Ces bouleversements constituent une nouvelle donne et de nouvelles opportunités pour la population, qui va pouvoir s'émanciper et échapper au pouvoir des autorités locales traditionnelles pour se tourner vers les sirènes d'un "mieux-être" légitime mais peut-être utopique. Ces bouleversements sociétaux constituent un changement d'allégeance à de nouveaux maîtres, qui seront de plus en plus immatériels dans leur représentation mais bien plus dangereux par rapport à leurs effets transformateurs de la société et de sa culture.

Dans les initiatives de l'Association Bretonne puis de l'URB, il y a chez certains une prise de conscience du danger que les changements sociétaux représentent pour la culture et surtout pour la langue bretonne qui fait l'objet d'une volonté d'anéantissement, à l'initiative de la gauche radicale. Pour les membres aisés de l'URB, comme pour le clergé, deux craintes apparaissent : une menace sur leur position sociale ainsi qu'une menace sur un environnement qu'ils maîtrisent et qu'ils n'ont pas intérêt à voir exposé à des propositions de changements. Nous percevons ici que la motivation des membres est un ensemble multifactoriel qu'il est difficile de démêler : on y trouve des motivations personnelles, sociales, économiques,

¹⁶¹ Annexe 44 : Etude des statuts de l'Union Régionaliste Bretonne.

politiques, religieuses, culturelles, linguistiques qui forment un ensemble de facteurs plus ou moins prépondérants en fonction des préoccupations de chacun des membres.

La Fédération Régionaliste de Bretagne

Née d'une scission de l'URB, la Fédération Régionaliste de Bretagne (FRB) est créée à Rennes le 29 octobre 1911. Cette scission est expliquée dans le premier bulletin, elle a pour origine, une dérive des objectifs de l'URB ainsi que des problèmes liés à la personnalité de certains membres.

La FRB sera plus "bretonne" quant à ses objectifs. Comme étudié par Michel Nicolas¹⁶², la FRB représente aussi un courant plus novateur que l'URB, en particulier par rapport à ses membres qui sont d'origine plus urbaine et bourgeoise plutôt que d'origine aristocratique et rurale. En cela, l'évolution des membres créateurs est bien le reflet des changements de la société. Dans la FRB, on trouve diverses personnalités transfuges de l'URB mais aussi du monde bardique, tel Taldir Jaffrenou, à la fois barde et industriel de la région de Carhaix, qui possède un négoce de boissons alcoolisées et une imprimerie. Taldir Jaffrenou ainsi que Jean Choleau sont tous les deux acteurs impliqués à la fois dans la littérature et la langue bretonne et dans le monde économique breton.

Il est assez net qu'au début du XXe siècle, nous sommes à un point de changements importants pour la Bretagne. Tout changement non maîtrisé vers un futur à construire entraîne naturellement une inquiétude pour ceux qui détiennent un certain pouvoir (nobles, bourgeoisie et clergé). Cette inquiétude se manifeste d'une manière récurrente sur deux aspects, il y a d'une part la culture en général et la langue en particulier et d'autre part l'émancipation de la Bretagne et la participation d'une partie de la population à l'ascension sociale. Peu à peu, une séparation s'opère avec d'une part "l'ancien régime": l'aristocratie, la terre, tout ce qui a fait la richesse de la Bretagne à une certaine époque et la bourgeoisie, qui occupe l'espace économique grâce à la forte croissance de l'industrie et la ville comme terrain de prédilection. Cette observation correspond bien aux débuts des changements économiques importants relevés par Angus Maddison (c.f. partie II section sur l'évolution historique de l'économie). Cette transition est perceptible dans le passage de l'Union Régionaliste Bretonne à La Fédération Régionaliste Bretonne.

Ces mouvements perdent définitivement de leur influence et même leur existence dans les affres de la Seconde Guerre mondiale.

¹⁶² Nicolas Michel, *Histoire de la revendication bretonne*, ed coop Breizh 2007, p 49 et suivantes

L'après-guerre voit l'apparition du Comité d'Etudes et de Liaison de la Bretagne, CELIB, en 1952. Cette structure de "lobbying" est principalement dirigée vers le développement économique de la Bretagne. Même si dans ses objectifs la culture est citée, la langue bretonne ne sera jamais incluse aux travaux du CELIB.

Les principaux axes du CELIB sont¹⁶³:

- Permettre à la Bretagne de proposer des projets pour prendre sa part au développement économique, dans un contexte où après la Seconde Guerre mondiale, tout se réorganise et s'accélère.
- Exercer un lobbying sur les autorités parisiennes, par l'intermédiaire de personnalités politiques déjà influentes à Paris.
- Promouvoir l'idée que chaque région doit définir sa propre politique, indépendamment des décisions parisiennes. Enrayer le déclin démographique dû à l'exode principalement rural.
- Redonner à la Bretagne le contrôle de son héritage culturel.

Par rapport à ce dernier point, le mouvement breton dans la tourmente de l'après-guerre, trouve un ancrage politique, économique et culturel dans la structure de CELIB qui se dit apolitique. Un certain nombre d'avancées culturelles naissent sur cette période mais une fois perdus ses appuis bretons à Paris, les dissensions politiques nées au sein du CELIB donnent au pouvoir central parisien une opportunité de marginaliser les activités du CELIB dont les activités cessent d'elles-mêmes, dans les années 60. Par rapport à l'activité du CELIB, on peut conclure, qu'il y avait une véritable volonté de développer la Bretagne économiquement d'une part et de lui redonner une identité positive, par une meilleure reconnaissance de sa culture dont fait partie la langue mais que jamais il n'y a eu une synergie réelle entre l'économie et la culture.

Indépendamment des structures associatives, un certain nombre d'initiatives ont été menées dans les domaines de l'économie et de la culture bretonne et en particulier sur la langue, à l'initiative d'individus tels que Taldir Jaffrennou, Jean de Sailly de Kerampuil et Jean Choleau.

Taldir Jaffrennou :

Taldir-Jaffrennou (Carnoët 1879 – Bergerac 1956) est à la fois un entrepreneur et un régionaliste convaincu que le nationalisme breton n'est pas la voie à suivre. Sa vie est marquée par son engagement en faveur de la Bretagne et du panceltisme. En sa qualité de

¹⁶³ Nicolas Michel, *Histoire de la revendication bretonne*, ed coop Breizh 2007, p 103

barde, il favorise autant que faire se peut mais sans succès économique marqué, les relations entre les différents pays celtiques (Pays de Galles, Irlande et Ecosse en particulier). Il est de tous les combats de son époque, membre tour à tour de l'Union Régionaliste Bretonne, puis de la Fédération Régionaliste Bretonne avant d'être pris dans les affres de l'après-guerre. Son double engagement à la fois militant breton mais aussi entrepreneur, lui donne une vision particulière du monde de l'entreprise et de l'économie.

Il crée un journal appelé *An Oaled* en 1928. Ce journal paraît jusqu'en 1939. Dans le numéro 50, 8e année, 4e trimestre 1934, il prend l'initiative de chercher à lier la langue et l'économie, dans un concours d'enseignes en langue bretonne¹⁶⁴. Je ne reviendrai pas sur chacune des enseignes primées mais comme pour les dépôts de marques commerciales, on retrouve ici une association de la langue bretonne et de l'économie. On peut dire que ces initiatives sont les premières utilisations de la langue bretonne, mise au service de l'économie.

On peut trouver dans ces enseignes deux fonctions : d'une part les textes qui sont là pour transmettre un message littéral porteur de sens par rapport à la nature de l'activité de l'entreprise et d'autre part une fonction artistique qui passe par le design de l'enseigne elle-même mais aussi par les textes qui peuvent s'apparenter à de véritables petits poèmes en langue bretonne. Sans en respecter les règles, on est très proche de l'art de l'aïkou : sur un nombre de vers et de syllabes limitées, le lecteur se trouve mis dans une zone de confort et de sensations agréables de nature à le faire sourire et le mettre en de bonnes dispositions par rapport au commerce qui l'interpelle. Nous sommes en présence d'une forme esthétique de la langue, au service d'entreprises ou de magasins.

Jean de Saisy de Kerampuil :

Jean de Saisy de Kerampuil (Plouguer 1881 – 1933) est un industriel originaire de Carhaix, c'est un fidèle compagnon de Taldir – Jaffrennou et va aussi chercher à contribuer au développement économique de la Bretagne tout en gardant une perspective sur la culture bretonne et panceltique.

Régionaliste convaincu, il investit dans l'économie de la Bretagne. Son concept est de rendre la Bretagne économiquement forte, ce qui obligerait les instances dirigeantes françaises à devoir composer avec les Bretons.

Il crée plusieurs entreprises notamment une à Riec sur Bélon, pour l'exploitation du kaolin. Il va tenter de promouvoir son entreprise d'une manière originale en y organisant une fête

¹⁶⁴ Annexe 45 : Taldir – Jaffrennou *Concours d'enseignes de langue bretonne* An Oaled N° 50 1928 édité par l'auteur.

interceltique¹⁶⁵, les 13 et 14 août 1927, en marge de la réunion annuelle de la Fédération Régionaliste de Bretagne. Face à des difficultés rencontrées dans l'exploitation de son établissement, Jean Saisy de Kerampuil tente de mobiliser le monde panceltique pour trouver des débouchés ou des capitaux outre-Manche et relancer son affaire. La fête sera réussie et de nombreuses délégations venues d'Ecosse de l'île de Man, d'Irlande et du Pays de Galles vont y participer. Cette fête sera relatée dans sa revue intitulée « *le consortium breton - Ar c'hevre breizhek* » en des termes très élogieux (par l'organisateur lui-même)¹⁶⁶. A l'heure des comptes, les investissements réalisés au regard des commandes obtenues ne permettent pas la survie de son établissement qui sera déclaré en faillite l'année suivante, en 1928.

A delà du personnage et de ses péripéties, il y a chez Jean de Saisy de Kerampuil une volonté de développement économique de la Bretagne associée à la culture bretonne dans laquelle il fait une place à la langue bretonne et au druidisme.

Jean de Saisy de Kerampuil tente de fédérer les différents pays celtiques de l'Europe de l'Ouest dans le but de créer une « zone économique privilégiée » basée sur une parenté ancienne devant déboucher sur une solidarité économique. Ce concept de développer l'économie par la culture et la langue ne fonctionne pas en dépit de ses efforts. Le résultat de cette expérience n'est pas positif mais il apporte un élément de connaissance important : la langue et la culture ne sont pas des éléments suffisants pour créer un effet d'entraînement de l'économie.

Jean Choleau :

Jean Choleau est né et mort à Vitré (1879 – 1965) il est fils de commerçants, attaché à sa région. C'est un militant de la cause bretonne et de la culture de haute Bretagne.

Il est membre de l'URB (Union Régionaliste Bretonne) puis de la FRB (Fédération Régionaliste Bretonne). Il exerce différents métiers : tisserand, conservateur du musée de Vitré et s'intéresse beaucoup à l'économie. Il publie différents ouvrages entre 1904 et 1953, ils sont principalement dédiés à l'économie et à la Bretagne ou à sa culture.

L'un de ses ouvrages¹⁶⁷: Questions Bretonnes des temps présents (tome I et II), traite d'un ensemble de sujets liés à la Bretagne et à son économie, d'une manière originale, fort intéressante et aisée à lire. Pour la langue bretonne, il prône la réalisation d'un inventaire des

¹⁶⁵ http://www.cartolis.org/detail_notice.php?num=AA00038324 ce site de cartes postales anciennes propose une demi-douzaine de vues de cette fête qui est restée mémorable dans la région de Riec sur Bélon. Site visualisé le 28 11 2015.

¹⁶⁶ Saisy de Kerampuil Jean Le festival inter-celtique de Riec en Bretagne. Le consortium breton – ar c'hevre breizhek 1^{ère} année, vol 2, N°8 septembre 1927

¹⁶⁷ Choleau Jean Questions Bretonnes des temps présents (tome I et II) Ed Unvaniez Arvor Viré 1942

ressources minières de la Bretagne, en utilisant les noms de lieux en langue bretonne comme indicateurs des ressources présentes dans le sous-sol (tome II p 13). Cette proposition est une manière originale de lier langue bretonne et économie, en mettant la première au service de la seconde. Il propose aussi la création d'un label breton dès 1905, cela n'est pas sans rappeler ce qui s'est produit près d'un siècle plus tard avec l'association « Produit en Bretagne » (Tome II p 105 et suivantes).

Jean Choleau ne s'intéresse pas à l'utilisation de la langue bretonne en tant que telle, il est vrai qu'il est lui de même de haute Bretagne où elle n'est pas parlée mais il travaille sur l'économie de la Bretagne avec passion et originalité, ce qui en fait un personnage digne d'intérêt.

Les premières manifestations du breton dans la vente et le marketing

Les traces de la langue bretonne que nous trouvons dans l'économie du XXe siècle peuvent se diviser dans le temps : avant et après la Seconde Guerre mondiale. D'une part, nous trouvons la période qui achève la IIIe république et qui nous mène jusqu'aux années 1940 - 1945. Dans la continuité de ce que nous avons remarqué au XIXe siècle, nous trouvons deux utilisations principales de la langue bretonne dans le monde économique : la publicité qui fait son apparition et la recherche de fonds pour l'état français.

Les deux visent à séduire les bretonnants pour attirer leur contribution ou susciter un acte d'achat. Les deux représentent donc une sorte de marketing ciblé... et pragmatique.

En ce qui concerne les publicités, j'ai recensé plusieurs documents¹⁶⁸. Les premiers documents sont des dépôts de marques commerciales au tribunal de commerce de Brest dans les années 1910 à 1924. Il s'agit de trois marques déposées pour la vente d'eau de vie anisée : « LA BLANCHETTE Ar güella dour güenn », la seconde marque déposée concerne du café qui doit être vendu sous les marques « ROUZIC DREIST », « ROUZIC DISPAR » et « ROUZIC NEUZ KET GUELLOC'H », la dernière vise à vendre des brosses pour la lessive sous le nom « KANI BRAU », « AR PADUSSA », « AR GWELLA » et « AR BROSS MAD¹⁶⁹. »

¹⁶⁸ Annexe 46 dépôts de marques en langue bretonne.

¹⁶⁹ Anonyme Ar güella dour güenn (1910); Ar Rouzic, Ar Rouzic Dreist, Ar Rouzic Dispar, Ar Rouzic Guelloc'h(1923); Ar Padussa, Kani Brau, Ar Gwella, Ar Bross Mad (1924). Dépôt de marques de fabriques au greffe du tribunal de commerce de Brest 1910-1924 archive du conseil général du Finistère cote 63 U 17 2



Figure 22: Dépôt de marque « la blanchette ar guëlla dour guënn »

Par rapport à ces marques, nous pouvons constater qu'elles ont été déposées par des sociétés basées en zone urbaine (Brest) ou dans sa très proche banlieue, qu'elles utilisent toutes la langue bretonne comme vecteur de promotion des produits concernés, qui n'ont en eux même rien de particulièrement lié à la Bretagne ou à sa culture (eau de vie, café et brosses à linge).

L'objet de la marque consiste à donner une identité au produit pour le démarquer des produits similaires. Le concept vise à créer une atmosphère propice au déclenchement de l'acte d'achat. La marque est donc l'un des éléments servant à la publicité du produit et assure la promotion d'une manière plus ou moins explicite ou implicite, des avantages du produit ou du service.

Par exemple :

- « LA BLANCHETTE, ar güella dour güenn », la blanchette la meilleure eau blanche.
- « AR BROSS MAD », la bonne brosse.

La marque va bien au-delà du signifié, elle contribue à donner une identité au produit et par-delà même, à favoriser une connivence avec l'acheteur potentiel. L'utilisation de la langue bretonne, dans une ville comme Brest, n'est pas neutre, elle est un élément de différenciation et donne au produit une image de proximité : la publicité s'adresse dans sa langue maternelle à l'acheteur potentiel. Dans la ville de Brest durant les années 1910-1925 la majorité de la population parle le français mais comprend aussi le breton. Par contre si la langue bretonne devient un moyen de différenciation, on peut aussi supposer par voie de conséquence qu'il n'est pas/plus le moyen commun de communication habituel.

Les publicités relevées durant cette période de la première moitié du XXe siècle nous confirment cet aspect des choses. A ce titre, j'en sélectionne trois autres pour leur originalité.

La première est une publicité de 1914 qui concerne la promotion pour des cubes utilisés dans la préparation du bouillon de soupe¹⁷⁰. Cette publicité entièrement rédigée en langue bretonne va bien au-delà du symbolisme. En effet, on y retrouve une marque « ar soubenn Kub », une image et un mode d'emploi. Si l'on en croit la note manuscrite située en bas du document, la traduction a été assurée par un nommé Jaffrennou. Cette publicité en langue bretonne pour un produit non spécifiquement lié à la Bretagne (la publicité indique que le produit est fabriqué en France), la démarche tient du militantisme. Le nom de « Jaffrennou » évoque aussi celui d'un militant breton Taldir-Jaffrennou (1879 – 1956) barde, régionaliste et imprimeur, qui pourrait être à l'origine de la traduction et de cette publicité.



Figure 23 : Publicité Kub en langue bretonne Source : Archives départementales du Finistère.

¹⁷⁰ Anonyme. Gouennet ti ho pourveer ar soubenn KUB...gant eur K . Publicité pour le véritable bouillon KUB...avec un K 1914 archive du conseil général du Finistère cote 4 J 15

Autre publicité sélectionnée, celle pour un alcool, le « triple-sec » de la société Cointreau¹⁷¹. C'est une publicité qui semble destinée à être apposée dans les débits de boisson et de nature à susciter un déclenchement d'achat à la vue du panneau. Cette publicité est bien plus épurée que la précédente et est entièrement rédigée en langue bretonne. De prime abord, elle semble moins militante que la première. On peut noter que le breton utilisé a une consonance léonarde dans sa formulation.



Figure 24 : Publicité Triple-sec. Source : Archives départementales du Finistère

« Ar guella boessoun a h'lfec'h eva eo an Triple-sec – Cointreau » se traduit par : la meilleure boisson que vous pourriez boire est le Triple-Sec – Cointreau.

Le troisième exemple est une publicité entièrement en langue bretonne, pour une entreprise « Ti Sant Gwennole »¹⁷², du centre Bretagne à Caurel, commune située à la limite des Côtes-d'Armor et du Morbihan. Cette entreprise œuvre dans le domaine artistique : l'ébénisterie. Sa publicité est très sobre et reprend le style artistique du mouvement des Seizh Breur. Ely Monbet est connu comme marin et comme artiste-sculpteur. Sa publicité rédigée toute en langue bretonne n'est sans doute pas représentative de la situation de la société bretonne du début du XXe siècle mais elle en fait partie. Cette publicité montre que l'utilisation de la langue bretonne comme vecteur de communication (militante) n'est pas nouvelle et ne posait

¹⁷¹ Ar guella boessoun a helfel'ch eva eo an Triple-Sec. Publicité de la société Cointreau pour le Triple-Sec, "La meilleure des boissons" première moitié du XXème siècle, archive du conseil général du Finistère cote 111 J 443 5

¹⁷² Ely-Monbet, skulter. Arrebeuri ilizou ha tier. Giz breiz, gizioù all. Publicité pour l'entreprise de sculpture-ébénisterie Ely Monbet, de Caurel (dép. des Côtes-d'Armor) années 1925 première moitié du XXe archive du conseil général du Finistère cote 111 J 443 4 A.

pas le problème d'une image rétrograde ou passéiste de la perception du monde. Au contraire, dans le cadre du mouvement des Seizh Breur, la langue associée à une graphie particulière et un design épuré, se voulait être un mouvement avangardiste.

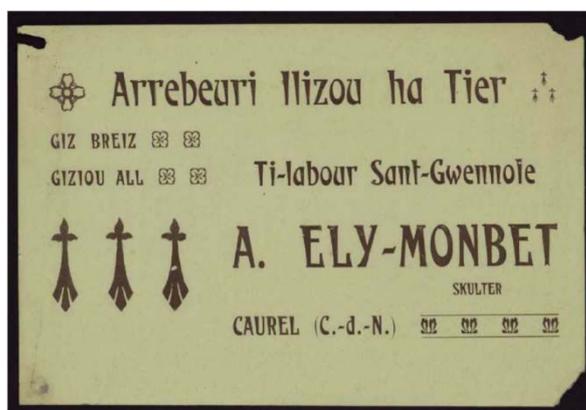


Figure 25 : Carte de visite. Source : Archives départementales du Finistère.

« Arrebeuri Ilizou ha Tier – giz Breizh / Gizioù all Ti-labour Sant Gwenole A. ELY-MONBET Skulter Caurel (C.-d.-N.) » se traduit par : Mobilier d'église ou domestique, design traditionnel ou design contemporain Atelier Saint Gwenole, A. Ely-Monbet Sculpteur – Caurel (Côte d'Armor).

A la limite entre la publicité et l'avis officiel, en 1918¹⁷³, Taldir-Jaffrennou vend « l'imprimerie du peuple » qu'il a créée avec Alexandre le Goaziou en 1904. Afin d'officialiser la cession et le faire savoir à ses clients, le nouveau propriétaire, Louis Le Troadec, fidèle à l'esprit initial de l'imprimerie qui éditait le journal « Ar Bobl », va publier un avis bilingue¹⁷⁴. Bien sûr dans le cas de ces militants de la langue bretonne de la première heure, cet avis bilingue renferme une double motivation dont la première est certainement la volonté de communiquer en breton et la seconde d'être compris de l'ensemble des clients potentiels.

¹⁷³ Ollivier J. Catalogue bibliographique de la chanson populaire bretonne [Imprimeur et Editeurs de chanson populaire sur feuilles volantes]. In : Annales de Bretagne. Tome 48, numéro 3-4, 1941. pp. 288-385.

doi : 10.3406/abpo.1941.1808

url : /web/revues/home/prescript/article/abpo_0003-391x_1941_num_48_3_1808

Consulté le 14 juillet 2015

¹⁷⁴ Le Troadec Louis *Taoled Pled. Avis concernant la cession de l'Imprimerie du Peuple, à Carhaix 1918* archive du conseil général du Finistère cote Fi 1040

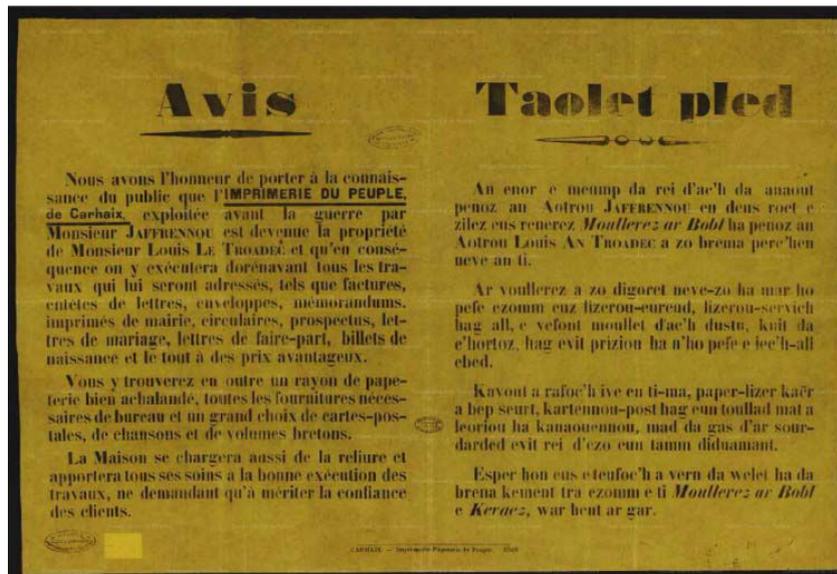


Figure 26 : Avis bilingue de cession d’une imprimerie. Source : Archives départementales du Finistère.

Marquant l’évolution linguistique de la société, la publicité utilise le bilinguisme français-breton dans sa communication. Ici il ne s’agit pas d’un mélange de langue française et bretonne sur une affiche mais à l’instar de l’avis précédent, d’un même texte édité dans les deux langues¹⁷⁵. Ce qui attire l’attention, à la lecture de l’affiche suivante qui date vraisemblablement du premier quart du XXe siècle, est sa qualité artistique et technique qui surpasse les autres documents de l’époque : utilisation de la couleur, l’aspect créatif est bien plus élaboré que ce que nous avons pu voir sur les publicités précédentes.

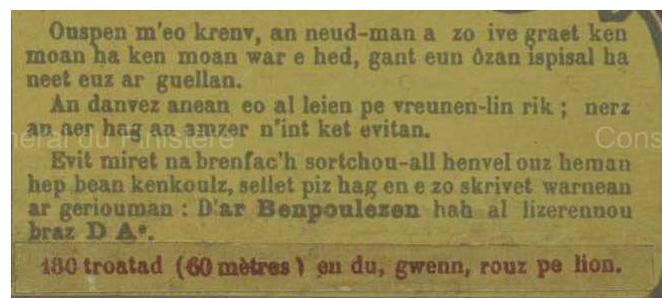
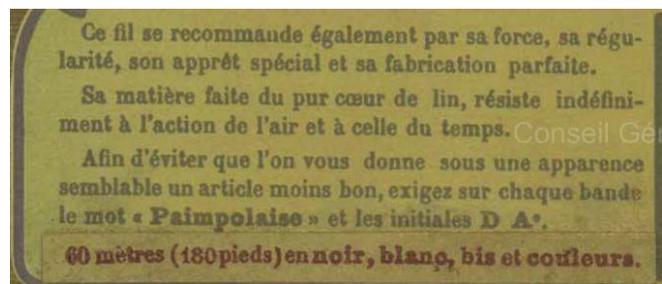


Figure 27 : Publicité avis en langue bretonne pour du fil de lin. Source : Archives départementales du Finistère.

¹⁷⁵ Anonyme. Ar Bempouezen. Neud lîn gwal grêno. Goulennet en kement stal neud Ar Bempouezen. Publicité pour le fil de lin extra fort La Paimpolaise première moitié du XXe archive du conseil général du Finistère cote 111 J 443 3

Induit par le dessin de l’affiche, on retrouve le lien de proximité entre la mer et la terre, en Bretagne. Cette affiche a été réalisée pour repositionner une marque et son produit qui semblent être la cible d’une concurrence qui utilise le mimétisme avec la marque d’origine, pour vendre subrepticement une moindre qualité sous les mêmes aspects. Par rapport à une problématique d’identité et de différenciation, le bilinguisme utilisé sur cette affiche semble l’un des moyens pour garantir l’authenticité du produit et clarifier le message. Le bilinguisme s’impose aussi par rapport à la population visée, celle des marins, qui selon toute vraisemblance n’est peut-être pas entièrement bilingue. Enfin, deux autres éléments militent pour une communication bilingue : la zone de l’entreprise : elle est basée dans le Gouëlo à la limite des zones linguistiques bretonne et française et par rapport à la zone de chalandise de l’entreprise, qui touche à la fois des zones francophones et des zones brittophones.

Ces quelques exemples de publicité nous montrent que dès l’apparition de la publicité dans les médias et le monde de l’économie, la langue bretonne était au service de la communication des entreprises vers les clients potentiels. Nous pouvons distinguer trois raisons à l’utilisation de la langue bretonne dans la publicité. La première est l’utilisation de la langue bretonne par pragmatisme car l’un des buts à atteindre est d’être compris par son auditoire. La deuxième raison est le militantisme pas encore revendicatif mais bien visible, qui trouve sa place dans un contexte ouvertement en guerre contre les langues minoritaires. Enfin, la troisième raison est de créer un lien particulier entre l’acheteur et le produit, qui par la langue bretonne se trouve chargé d’une identité particulière.

Durant la première moitié du XXe siècle, nous trouvons le breton utilisé en particulier lorsque l’état français souhaite mettre en avant une proximité intéressée, pour capter le contenu du bas de laine des Bretons. C’est le cas du document ci-dessous qui est une affiche de 1916 à en-tête de la République française et rédigée en français et en breton¹⁷⁶. Elle est destinée à favoriser la souscription d’un emprunt de guerre. Avangardiste de la publicité et au-delà de la langue minoritaire qui devient soudainement d’une utilisation « politiquement correcte » la République adresse un vibrant appel à la générosité des citoyens.

¹⁷⁶ Anonyme. Presto on marchant d'ar Frans. Souscrire à l'emprunt national c'est hâter la victoire ! Appel invitant la population à échanger son or contre des billets de banque et à acheter des titres de l'emprunt national. 1916-1918 archive du conseil général du Finistère cote 3 J 29 8

R É P U B L I Q U E F R A N Ç A I S E

Souscrire à l'Emprunt National, c'est hâter la victoire!

La FRANCE veut remporter une victoire complète et définitive.
Plus que jamais l'argent est le « nerf de la Guerre ».
Le courage et les honneurs ne font pas tout dans la bataille : c'est la puissance de notre matériel, associée à la valeur de nos troupes qui chassent les Allemands sur la Somme avec le minimum de pertes.
Il faut donc des canons, des munitions.
« Jamais trop, jamais assez ! » comme l'a dit avec raison M. le Président de la République. (Discours du 14 juillet 1916.)

ÉCHANGER NOTRE OR - SOUSCRIRE À L'EMPRUNT
C'est donc notre DEVOIR URGENT

N'est ce pas aussi notre INTÉRÊT ?

L'argent — instrument d'échange — doit produire un revenu, un intérêt à son possesseur.

1.000 fr. au fond d'une annuité, pendant 10 ans rapportent	0 f.
1.000 fr. placés à 5 0/0 donnent, tous les ans	50
— au bout de 10 ans	500
— au bout de 20 ans	1000

Un homme prévoyant peut donc doubler son capital en 20 ans.
Or, l'Etat nous demande à emprunter aux meilleures conditions :

- 1° En payant comptant, il nous suffit de verser :
87 fr. 50 au lieu de 100 fr., bénéfice par 100 fr. — 12 fr. 50.
- 2° Les Bons et Obligations de la Défense Nationale sont reçus au même titre que l'argent comptant.
- 3° L'Etat s'oblige à servir un intérêt qui pendant 14 ans ne peut être moindre de 5 0/0.
- 4° Ces rentes sont exemptes d'impôts.
- 5° La Banque de France admettra la rente 5 0/0 1916 en garantie d'escompte et d'avances.
- 6° Les titres de l'emprunt étant négociables, on peut les vendre, quand on veut.

RÉSULTAT : BÉN QU'ON A BESOIN DE SON ARGENT
ON LE RETROUVE AUGMENTÉ DE LA MAJORATION
DU COURS DE LA BOURSE.

C'est ainsi que le dernier emprunt souscrit à 87 fr. 50 est coté maintenant à 90 fr. soit : 2 fr. 75 de bénéfice par 100 fr. pour celui qui vendrait ses titres présentement.

Et après la guerre, quel bénéfice !

DONC PAS D'HÉSITATION.

Le crédit de la FRANCE — l'un des plus forts parmi les nations — est décrié aujourd'hui, grâce à l'entente économique des Alliés : ANGLETERRE, RUSSIE, ITALIE, ROUMANIE, JAPON, etc.

C'est une richesse mondiale.
BRETONS dont les fils luttent héroïquement pour la Patrie, ne voulez-vous pas les secourir ?

Refusez-vous votre or ou votre argent à l'EMPRUNT ?
Arrière les égoïstes qui enfouissent leur trésor, risquent de le perdre, et n'aident pas leur pays.

Riches ou modestes travailleurs, c'est-à-dire pour LA FRANCE !
En avant, Pour la PAIX GLOIREUSE !
pour l'Emprunt National, Pour la VICTOIRE !

On souscrit immédiatement et sans frais aux Caissees publiques, à la
BANQUE DE FRANCE et CHEZ TOUS LES NOTAIRES

Prestomp hon arc'hant d'ar Frans

Ar Brezel a zo hir, berraomp anedi.
Ar Brezel a zo lea evit hon soudarded, ezasaomp anedi evit.
Prennez ?
Hez eur presta hon arc'hant d'ar Frans.
Rak arc'hant a niver he leff ar Vro a zo ive :
Kanollou a niver war ar Frans.
Boullij heb muret evit.
Kementez a zo
Trancheou an enebourien distrujet
Moioc'h ha enebourien distrujet.
Ha dre ze
Buez kalz euz hon soudarded miret.
Ar Brezel easuet, ar Brezel berrret.
Piou a refusa kemeret perz he kementez ?
Prestomp hon arc'hant d'ar Frans evit :
Ober hon dever sirlz
He krever hor mamm Vro
He krever hon soudarded kemeret hag re a gouez e'hoaz war
an daehen nevezret.
He krever an istanvezet, ar bugalligou, an tadou, ar mammou
a wel duerek o zud he bet war an daehen ar vroret evit hon difenn.
Abalamour da kementez he tleomp holl presta hon holl arc'hant
d'ar Frans.
Er menez ouarz he rolup euz aller vad.
Seiz tur a pevar ugent dek gwanek prestet d'ar Frans a ro
nguent real interest ar bloaz da lavaret eo Daou Skoed nemet
chuec'h gwanek interest dre gant tur.
Epad pennek bloaz hor sur da n'omp pas touch neubeutec'h
evit un interest ze.
M'hor heuz ezan hon arc'hant kentoc'h, ezvo euz her e'hoaz.
Ar Paper rent loun bezo euz e blas a c'hell beza gwerzet pa girimp,
hag chana bras hon bras da e'hoaz ganto.
87 fr. 25 prestet d'ar Frans e mir keran diweza a dalc' iris 90 fr.
Ar re he deuz prestet d'ar Frans varleuz ho deuz great euz aller vad.
Kouls a vezo an hini a rimp breman o presta hon arc'hant d'ar Frans.
Brezez,
Prestomp d'ar Frans an holl arc'hant ha c'hellomp da ziveret.
Euz
BERRAT ar Brezel.
MIRET loun kala soudarded.
Hag rei deomp ar VIKTOR TALVOUDEZ ha roio eur
PEOC'H PEURBADUZ.
Refus hon ober na ve ken din euz eur Brezlad.
Gallout a vez presta diousta heb frejuz euz li ar Perceptourien,
pe er BANK de FRANS hag e li an holl NOYAIRES

Figure 28 : Avis pour un emprunt national français écrit en breton. Source : archives départementales du Finistère.

Il en sera de même quelques années plus tard, en 1926, pour la souscription d'un emprunt lancé par le département du Finistère, instance représentative de l'état français¹⁷⁷. La République devient pragmatique et oublie ses mythes sur l'unicité et l'indivisibilité de la France pour aller à l'essentiel, parler aux Bretons en breton pour les pousser à mettre leurs économies à la disposition des caisses de l'état.

¹⁷⁷ Anonyme Departamant ar Finistère. Emprunt 15 450 000 liur evid labouriou da ober barz ar Departamant. Emprunt lancé par le Département pour permettre le financement de divers travaux d'utilité publique 1926-1934 archive du conseil général du Finistère cote 3 J 29 9

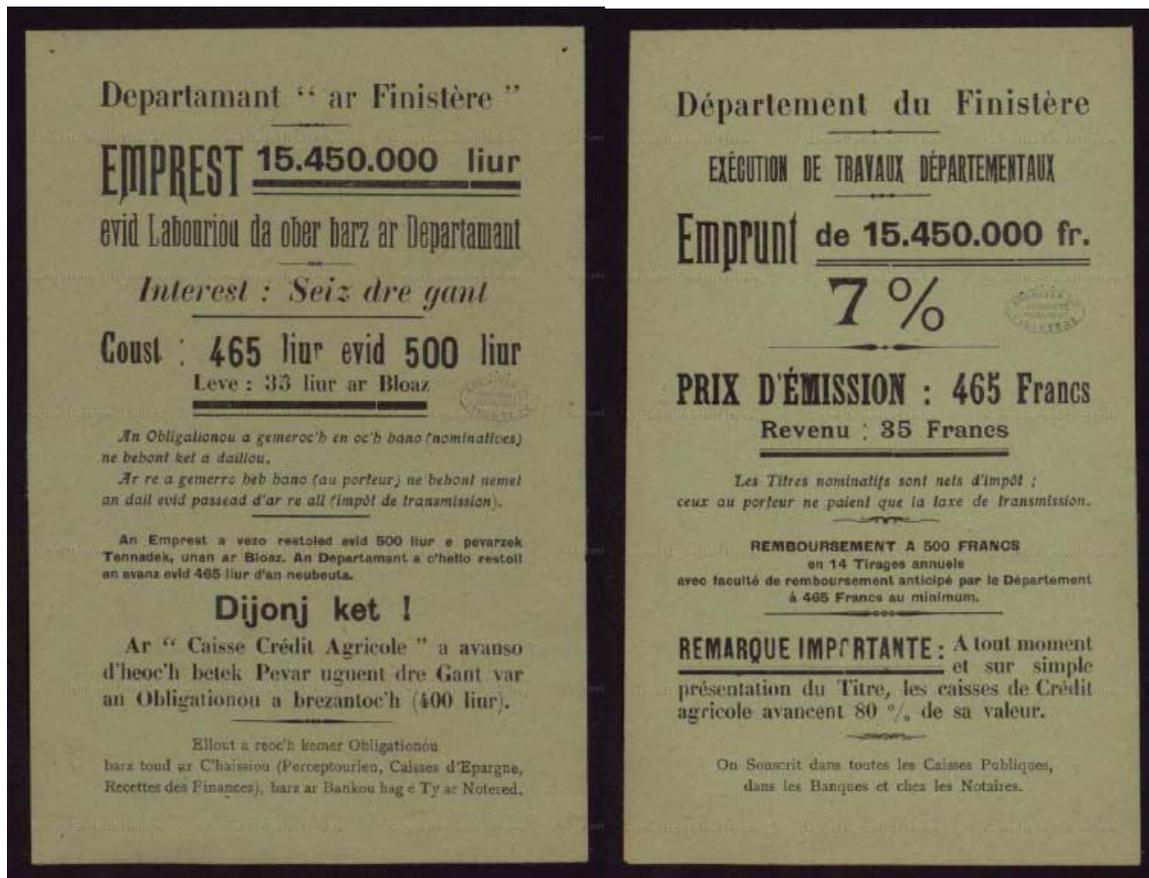


Figure 29 : Avis d'emprunt au bénéfice de l'état français, rédigé en breton et français. Source : Archives départementales du Finistère.

Durant la seconde moitié du XXe siècle, dans une certaine continuité, le breton est utilisé pour la promotion de produits ou de services. Ainsi après la Seconde Guerre mondiale, le papier buvard imprimé dans les années 1950 ci-après vient vanter le vêtement de travail de la marque St Michel.



Figure 30 : Papier buvard publicitaire. Source : Gwendal Denez documents personnels.

« Dilhad labour Mont Saint-Michel: Ar re wella » se traduit par : les vêtements de travail Mont Saint –Michel: les meilleurs.

L'exemple ci-dessous est un sac de papier, imprimé par les magasins de textiles « Jaouen » de Quimper dans les années 1950. Cette publicité est principalement en langue bretonne, seuls les adresses et le nom de la ville de Quimper sont traduits en français. Elle diffère sensiblement du papier buvard sur deux points :

- Le but de la publicité n'est pas de promouvoir un produit. La notoriété du nom dans la zone de vente semble suffir car la nature du commerce n'est pas indiquée.
- D'une manière générale, cette publicité met en avant le travail des « filles de Bretagne », comme élément de garantie de la qualité des produits fabriqués. L'image de la Bretagne devient le vecteur de promotion des magasins. Nous trouvons ici le concept qui sera repris plus d'un demi-siècle plus tard par l'association « Produit en Bretagne ».



Figure 31 : Sac publicitaires circa 1950. Source : Gwendal Denez, documentation personnelle.

« Labour Merc'hed Breizh » se traduit par : le travail des filles de Bretagne.

Durant la seconde partie du XXe siècle, la langue bretonne devient aussi celle de la revendication et de la protestation. Contrastant avec la première moitié de ce siècle et en ligne avec les idées de cette période, le breton n'est plus la langue vernaculaire de la majorité de la population mais devient un symbole associé à la cause défendue quand elle n'est pas elle-même l'objet de cette cause défendue.

L'examen des archives nous montre en effet que la langue bretonne déserte l'ensemble des secteurs vus précédemment pour être uniquement retenue dans les contextes protestataires et revendicatifs. On peut identifier ici une réaction de repli ou l'affirmation d'une différence qui réunit et resserre les liens face à une attaque exogène (en général venue de France).

La langue bretonne, au même titre que le drapeau breton, devient donc un symbole au service de la revendication pour une cause. L'utilisation de la langue minoritaire permet de distinguer

le soutien d'un peuple, parmi d'autres, pour une revendication particulière, la langue sert ici d'identifiant distinctif, ou peut aussi monter le refus d'un peuple qui trouve à l'occasion d'une revendication qui s'oppose au pouvoir central une manière de montrer sa lutte contre l'assimilation forcée.

Trois exemples illustrent l'utilisation de la langue bretonne.

Dans la continuité des actions de la première moitié du XXe siècle, on trouve des timbres artistiquement décorés par Per Peron¹⁷⁸, qui mettent en évidence une revendication de la langue bretonne au travers de métiers emblématiques de la Bretagne, liant de fait la langue bretonne et son économie. On note les préconisations d'emploi de ces timbres (qui ne doivent être utilisés qu'au dos des enveloppes). Ces avertissements concernant l'utilisation des timbres et la neutralité des messages se conforment bien au raidissement des autorités françaises par rapport à l'utilisation et à la revendication des langues minoritaires¹⁷⁹.



Figure 32 : Timbres métiers en langue bretonne. Source : Gwendal Denez, documentation personnelle.

En résumé, les initiatives anciennes vues dans ce chapitre concernent la revitalisation de la langue bretonne dans le secteur de l'économie au cours de la seconde moitié du XIXe siècle. L'Association Bretonne dès 1848 attribue une dimension principalement économique à ses objectifs mais très vite aussi elle crée un espace tout spécialement dédié à la langue bretonne et à son utilisation, dans ses travaux. A ce titre, les membres de l'association se posaient déjà la question de l'utilisation de la langue bretonne dans les actes publics. Les réponses n'étaient pas à la hauteur de la question posée mais reflétaient déjà la difficulté de trouver des traces écrites en breton sur des documents officiels. Dans la même mouvance seront successivement créées l'Union Régionaliste Bretonne (URB) en 1898, puis la Fédération Régionaliste de Bretagne (FRB) en 1911. Toutes ces initiatives lient l'économie et la culture bretonne, dont fait partie la langue bretonne. On remarque aussi quelques initiatives personnelles, qui tentent

¹⁷⁸ Annexe 47 : Peron Per *Micherioù Breizh*, ed Al Liamm Tir na n'Og aux environs des années 1950.

¹⁷⁹ Durant la période de l'après guerre et jusque dans les années 1970, les autorités verbalisaient les propriétaires de véhicules qui arboraient un autocollant « BZH » similaire à celui des pays officiels.

de faire le lien entre l'économie et le monde des affaires avec celui de la culture et de la langue minoritaire. L'une de ces expériences nous enseigne que la culture et la langue minoritaire à elles seules, ne peuvent influencer significativement le cours de l'économie et les affaires. Une autre expérience montre que la langue bretonne peut accompagner positivement la bonne marche des affaires (concours d'enseignes). Durant la seconde moitié du XXe siècle l'utilisation du breton dans l'économie se matérialise sous forme de marques et d'affichages avec l'objectif constant de créer une proximité plus importante, voire une connivence, entre le lecteur et un produit, une cause ou même avec l'image véhiculée par la Bretagne (qualité, sérieux...). Bien après la Seconde Guerre mondiale, dans les années 1980, de nouvelles initiatives associatives ou individuelles, concernant l'économie et la langue bretonne, voient le jour.

ii. Les initiatives contemporaines

C'est à partir des années 1970 que la langue bretonne commence à regagner une attention particulière auprès d'une partie de la population. La prise de conscience des langues minoritaires se fait à partir de la crise française de 1968, qui trouve ses bases sur le refus du modèle sociétal proposé par les hommes politiques et les forces de l'économie. A ce moment, une partie de la population prend conscience que le développement économique n'est pas tout et que les dimensions humaines ne pouvaient être sacrifiées sur l'autel du pouvoir et de la finance. Les détenteurs de ces derniers, ne vont pas voir les choses de la même manière, ce qui crée un clivage entre les tenants de la rationalité, de l'économie et du « sérieux » par rapport aux tenants du renouveau d'un certain nombre de valeurs, vie sociétale, respect de l'environnement et du cadre de vie et des cultures traditionnelles dont la langue bretonne¹⁸⁰. Comme souvent dans de telles circonstances, la vérité se trouve entre les extrêmes mais dès le début, il se produit une fracture entre deux blocs opposés. Cette fracture reste encore bien présente et marquée dans l'esprit de nos contemporains. D'emblée, l'économie d'une part et la langue minoritaire d'autre part, se retrouvent dans deux « camps » différents, ce qui ne facilite pas la naissance d'interactions positives entre ces deux mondes. Pourtant il existe un mouvement naissant et sous le titre « Les opérateurs économiques agités par la culture » Michel Nicolas¹⁸¹ dresse un tour d'horizon de l'effervescence économique-culturelle de cette période. Par rapport aux liens entre la langue bretonne et l'économie, à partir des années

¹⁸⁰ Ces revendications étaient principalement portées par des associations ou groupes qualifiés localement de « blev hir » (cheveux longs), de « hippies » ou de « rêveurs ».

¹⁸¹ Nicolas Michel *Breizh la Bretagne revendiquée*, éditions Skol Vreizh 2012 p 178 à 198 et 208 à 235

1980, les premières initiatives voient le jour sous forme de projets portés par des associations ou des individus. J'ai sélectionné trois initiatives, pour leurs liens entre langue bretonne et économie et pour leur originalité et une quatrième par rapport à une initiative de mise en relation de l'offre et la demande de salariés brittophones.

Chronologiquement, la première proposition est portée par un individu Reun Allan, qui en 1980, cherche à articuler un projet remarquablement bien élaboré. Par la suite, il tente de rallier à sa proposition des acteurs du monde associatif, qui n'ont certainement pas son expérience et sa vision de la vie économique. Le second projet est né en 1998, il est porté par un groupe de dirigeants d'entreprise, regroupé au sein d'une association : KEB Klub Embregerezh Breizh. Ils ont œuvré dans différentes directions, sur la base d'un recrutement sélectif de leurs membres. Ils mènent des expériences pour associer la langue bretonne au service du développement de l'économie, en mettant cette dernière au service de la langue.

Enfin, la troisième initiative a été officiellement mise en place en 1995. Elle était basée sur le développement économique de la Bretagne. L'association « Produit en Bretagne », existe toujours aujourd'hui et se porte très bien après plus de 20 ans d'existence.

Reun Allan

Un Breton expatrié

Reun Allan (René Allain)¹⁸² est né en 1943 à Hennebont dans le Morbihan. Il passe sa jeunesse à Caudan (près de Lorient). En 1961, il rejoint l'école Citroën à Paris et loge dans le XV^e arrondissement de Paris comme beaucoup de Bretons émigrés. En 1967 il se marie à Caudan et habite à Pantin (93) puis à Fresnes (94) en 1973. C'est à Fresnes alors qu'il a 32 ans, qu'il commence à s'impliquer activement dans sa culture bretonne en s'inscrivant à l'amicale des Bretons de Fresnes en 1975. Il prend rapidement la présidence de l'association et y développe les activités culturelles. L'association change de nom pour devenir « *an haderien – les Bretons de Fresnes* ». L'extension aux activités culturelles amène l'association à s'occuper :

- des prisonniers politiques bretons emprisonnés à Fresnes (suite aux manifestations du FLB),
- du soutien de Diwan,
- de décider à participer à l'OBE (*Organisation des Bretons de L'Extérieur*) association rebaptisée depuis « *Bretons du monde* ».

¹⁸² Annexe 48 : Voir compte rendu détaillé de l'interview le 27 octobre 2012 à Carhaix, avec Reun Allan.

Avec la naissance des ordinateurs de poche, dans les années 1980, Reun Allan va participer au développement d'un petit logiciel qui permet d'écrire les chiffres en breton et en toutes lettres, afin de faciliter le remplissage des chèques. Ce petit programme restera largement méconnu par défaut de publicité suffisante. Cette initiative est sans doute l'une des premières qui a associé langue bretonne et modernité numérique. En 1993, ses obligations professionnelles l'obligent à partir pour Montpellier (34) où il restera jusqu'à son départ en retraite en 2004. En 2005 il rejoint définitivement la Bretagne et s'installe à Lignol (56) d'où ses parents sont originaires.

Le projet des « 3B »

Dans le cadre de ses démarches en faveur de la langue bretonne et de l'économie de la Bretagne, Reun Allan travaille un projet qu'il nomme « Bruderien – Bevezerien – Breizh » (publicistes, consommateurs, Bretagne), le projet « 3B »¹⁸³. Sans autre prétention que de développer l'utilisation de la langue bretonne, dans le milieu économique et en particulier dans celui du commerce et de l'industrie, le projet des « 3 B » est une initiative personnelle qu'il mène seul. Les principaux points du projet de Reun Allan sont détaillés ci-après.

Le but est de sortir la culture bretonne du contexte quasi exclusivement militant dans lequel il se trouve à cette période (années 1980). Dans son introduction, le projet porte principalement sur les liens entre deux éléments : le développement de la langue bretonne qui ne se développera pas si l'on en reste au stade des bonnes intentions, d'une part et capitaliser sur la bonne image de la Bretagne dans le cadre d'un projet économiquement viable, d'autre part.

Très vite, il perçoit qu'il existe une exploitation et une valeur économique dans l'image de la Bretagne mais que cela se fait à sens unique, sans retour vers les acteurs culturels qui promeuvent la culture bretonne dans tous ses compartiments.

D'un autre côté, il existe aussi une perception extrêmement négative des mouvements culturels bretons par rapport à tout ce qui touche à l'économie, or, quels que soient les secteurs considérés, l'économie ou les mouvements militants sont deux échantillons de la société bretonne. L'idée maîtresse est qu'un renforcement des échanges entre ces deux sphères serait profitable à l'une comme à l'autre.

Par rapport à sa proposition, Reun Allan présente quelques remarques préliminaires :

- La nécessité d'une aide aux utilisateurs de la langue bretonne dans le contexte économique, afin d'éviter les traductions et orthographe approximatives.

¹⁸³ Annexe 49 : Allan Reun Le projet des « 3B ».

- La timidité des Bretons restés en Bretagne à utiliser leur langue dans leur pays, résurgence psychologique d'une image négative associée à la langue bretonne et entretenue par les instances étatiques et culturelles françaises.
- L'exaltation des Bretons émigrés qui font dans leur imagination, un pays plus beau qu'il n'est mais qui restent néanmoins les mieux placés pour percevoir l'image extérieure de la Bretagne. Ainsi ils sont les plus à même pour constater que les politiques locales en faveur du tourisme, qui visent à reproduire en Bretagne ce que les touristes retrouvent chez eux, va exactement à l'encontre de ce que peut rechercher un voyageur en quête de découvertes lors de ses séjours hors de chez lui. Rebaptiser les noms de rue en français et proposer des musiques françaises standards dans les fêtes locales n'est sans doute pas le meilleur moyen d'offrir un but intéressant aux visiteurs venus en Bretagne. L'opportunité de la Bretagne face aux touristes est de montrer avec fierté qui elle est et non de tenter de leur démontrer qu'elle a les mêmes modes et goûts que les autres.

La conclusion de cette introduction s'achève sur un souhait que la Bretagne affirme sa différence avec fierté et qu'elle trouve sa richesse aux yeux des autres dans l'expression de cette différence et non dans un nivellement culturel uniforme insipide.

La proposition du projet réside dans le développement solidaire d'une communauté d'intérêts, entre le milieu culturel et le milieu économique. Comme son nom l'indique, ce projet des « 3B » : Bruderien, Bevezerien, Breizh est centré sur ceux qui assurent la promotion de la Bretagne, les consommateurs bretons et enfin sur la Bretagne.

Le projet se subdivise en trois sections :

- La section culturelle
- La section économique
- La section des consommateurs.

En cela on retrouve dans le projet proposé par Reun Allan, les principaux axes des structures de l'URB et de la FRB de la fin du XIXe siècle et du début XXe. Nous avons en plus une composante indissociable de la branche économique mais indépendante dans ce qu'elle a comme autonomie de décision et de pouvoir : les consommateurs. La prise en compte du pouvoir d'achat des consommateurs est un autre élément qui rend ce projet original dans sa conception.

La section culturelle :

La section culturelle proposée est constituée de l'ensemble des acteurs culturels bretons, tant en Bretagne qu'en France où à l'étranger. Notons au passage la vue internationaliste de René

Allain et sa volonté d'un projet pour la Bretagne qui dépasse ses frontières traditionnelles. La mission qui leur serait confiée est double, d'une part de représenter la Bretagne là où ils se trouvent mais aussi d'agir en tant que conseiller, pour guider les entreprises bretonnes à développer leurs ventes hors des frontières de la Bretagne. Ces associations seraient donc les ambassadeurs bretons pour des services rémunérés par les structures qui les utilisent (Région, entreprises privées, associations, syndicats professionnels...). Par cette action, les buts à atteindre sont :

- Le maintien des jeunes Bretons au pays en leur ouvrant de nouveaux débouchés et éventuellement favoriser les contacts pour l'accueil des Bretons émigrés qui veulent revenir en Bretagne.
- L'affichage clair des différentes structures culturelles qui sont en faveur de la réunification administrative de la Bretagne. (B5).
- L'utilisation de la langue bretonne, mise en avant dans toutes les communications écrites des structures.
- Soutenir les initiatives pour un affichage des noms de lieux et de passages en langue bretonne.
- Soutenir la proposition généralisée d'un enseignement de l'histoire de Bretagne et de la langue bretonne partout en Bretagne (B5).
- Soutenir l'enseignement de la langue bretonne et l'enseignement en langue bretonne de la maternelle à l'université, sans oublier le réseau associatif Diwan.
- Faire apparaître dans les offres d'emploi que si la langue bretonne n'est pas requise pour l'exécution des tâches, elle est tout de même appréciée.

Afin que les entités économiques puissent être éligibles à devenir membre du cercle des entreprises concernées, cela se ferait par un comité qui certifierait les entreprises sur la base des preuves de soutien aux mouvements culturels bretons : Diwan, affiches en breton, Skoazell Vreizh,...

La section économique

La section économique serait constituée d'acteurs économiques bretons dûment validés par la commission ad hoc, avec une attention particulière aux diffuseurs potentiels de culture bretonne tels les maisons de presse. La liste des critères a le mérite d'être courte et très claire, même si les niveaux de seuil ne sont pas définis¹⁸⁴.

¹⁸⁴ Annexe 50 : Liste des critères pour la sélection des entreprises membres de l'organisation « 3B »

La section des consommateurs

Cette section est prévue fonctionner selon le principe de toute association de consommateurs, avec un but qui serait double. En premier lieu, défendre les intérêts des consommateurs et en second lieu, donner la préférence d'achat à des commerces qui en accord avec la commission d'agrément, donnent la préférence :

- Aux produits présentés avec des étiquettes bilingues (breton et une autre langue).
- Aux commerces qui proposent aux clients d'être servis en breton.
- Aux établissements qui proposent des lieux d'attente avec des magazines culturels bretons, des livres ou bandes dessinées en breton, de la musique bretonne ou celtique ou en faisant entendre les radios qui diffusent en langue bretonne dans le but de faire découvrir la richesse et la multiplicité des formes de la culture bretonne à un nouveau public.
- Aux maisons de la presse et autres librairies qui proposent un large éventail de livres sur la Bretagne mais aussi en langue bretonne.

Si le nombre des consommateurs est suffisamment large et bien organisé, ce groupe peut aussi devenir un groupe de pression auprès des élus locaux, voire nationaux pour exiger une télévision bretonne ou la réunification de la Bretagne mais aussi l'émission en breton sur la région parisienne ou le long des axes routiers qui relie la Bretagne et Paris. Par rapport à ce dernier point, le numérique et l'internet ont rendu cette revendication un peu désuète car cela est maintenant à la portée de presque tout le monde par l'intermédiaire des « smartphones », tablettes et autres systèmes numériques.

L'OBE¹⁸⁵

Dans le projet de Reun Allan, l'OBE (Organisation de Bretons de l'extérieur) deviendrait l'ambassade de la Bretagne dans le monde. Afin de recueillir des informations sur les projets qui se déroulent dans différents pays étrangers d'une part et d'autre part d'aider les entreprises bretonnes à exporter vers les pays où l'OBE est représentée par ses membres.

Les promo-consommateurs

Dans l'analyse de Reun Allan, si le groupe constitué devenait assez puissant, il pourrait influencer positivement sur l'économie de la Bretagne. Il permettrait aux entreprises d'asseoir

¹⁸⁵ L'OBE est une association qui propose de regrouper tous les Bretons à travers le monde. Cette association portait le nom « d'Organisation des Bretons Emigrés », puis est devenue « l'Organisation des Bretons de l'Extérieur » puis abandonnant l'acronyme original, cette association se nomme maintenant « Bretons du monde » ou BDM.

leurs ventes et leur notoriété en Bretagne mais aussi à l'étranger. Une telle réussite économique ne serait pas sans attirer des investissements étrangers (relocalisation ou entreprises étrangères). La gestion de groupe d'entreprises serait elle-même créatrice d'emplois.

Les municipalités et les politiques pourraient aussi participer à l'essor de ce mouvement. La Bretagne présente beaucoup d'atouts pour mener à bien une telle initiative :

- Compétences et tissu associatif dynamique,
- Volonté de réussir et d'afficher sa personnalité culturelle,
- Toujours prête à faire ses choix avec autonomie par rapport à ses relations avec les autres pays.
- Un potentiel de personnel qualifié : le niveau d'éducation et d'instruction en Bretagne est traditionnellement plus haut que dans les autres régions,
- Des ressources naturelles uniques.

Ces quelques lignes brossent un résumé du projet économique de Reun Allan imaginé et écrit au début des années 1980. A sa lecture, on est frappé par la clarté de cette organisation en trois pôles : la sphère culturelle (incluant la langue), la sphère économique (producteurs et commerçants) et enfin d'une manière plus originale, les promo-consommateurs membres des associations actives en Bretagne. Au-delà des pôles, les buts sont clairement identifiés, il s'agit de donner un avantage concurrentiel aux entreprises « citoyennes » de Bretagne, qui au-delà de leur responsabilité économique savent reconnaître la nécessité de participer à la vie de l'environnement avec lequel elles sont intimement liées. Ce concept « d'entreprise citoyenne » commence à être remarqué dans notre environnement, essentiellement au travers des politiques marketings des grands groupes, sous forme de fondations ou de mécénat et plus récemment dans le cadre de la « RSE » (Responsabilité Sociétale des Entreprises). Ce genre d'arguments est une manière d'investir dans l'image de marque de l'entreprise, de participer à des actions culturelles ou humanitaires concrètes. On peut tout de même noter que l'instrumentalisation de la bonne conscience pour des projets qui se trouvent à des milliers de kilomètres de l'entreprise lui donne une dimension internationale mais ne la fait pas participer à la vie du pays dans laquelle elle a décidé de concrétiser son action. Sans tomber dans les stéréotypes du XIXe siècle, où l'entreprise locale pourvoyait aux besoins des salariés, la participation de l'entreprise à la vie locale fait aussi partie de l'entreprise citoyenne que Reun Allan remet ici au goût du jour, non pas dans sa dimension paternaliste mais dans une dimension de responsabilité à l'égard de la communauté et de l'environnement dans laquelle elle est implantée. Dans les exemples donnés, il s'agit bien d'un service à la communauté

dans laquelle s'inscrit l'entreprise dont il s'agit et pas de privilèges donnés à ses salariés uniquement, au risque de retomber dans le paternalisme précité. Dans le projet présenté par Reun Allain, l'avantage de l'entreprise n'est pas une subvention ou une réduction de taxes, bien que cela puisse constituer l'amorçage d'une démarche. Cette incitation à la démarche peut être particulièrement efficace dans un contexte où les entreprises surtout les PME sont celles qui constituent le tissu économique local mais aussi celles qui ont le plus de difficultés à être profitables, en raison du moindre impact des effets d'échelle. Le projet de Reun Allain est centré sur une reconnaissance citoyenne de la responsabilité du consommateur par rapport à son entourage. Dans les faits, la démarche des consommateurs qu'ils soient individuels ou de l'état (marchés publics) est très largement mue par une recherche des prix les plus bas, sans grande considération pour la qualité ou l'origine des produits consommés. Cela se vérifie par le succès des enseignes de grande distribution, avec leurs produits "premier prix", ou celui des sites marchands de type « hard discount » sur internet, devenu propriété des marques de distribution classique. La plus grande partie des consommateurs est encore très loin de percevoir ou d'assumer une responsabilité citoyenne par rapport à leur environnement immédiat et par rapport aux circuits courts, même si le discours est de mieux en mieux accepté.

Le volet culturel tel qu'il est décrit par Reun Allain, est pris dans le sens large du terme. Il ne s'agit pas ici de la langue uniquement mais de l'ensemble des forces vives, sous forme d'associations ou de comités, qui œuvrent pour la promotion de la Bretagne au travers de la danse, de la musique, de la langue, des affiches ... il leur est demandé ici de sortir de leur zone d'activité de confort, pour embrasser une réalité plus large et plus globale de la culture bretonne, dans le but de mieux situer leur action dans un contexte global.

Cela demande un effort particulier car si avant la Seconde Guerre mondiale les associations bretonnes étaient multidisciplinaires, à l'instar des patronages, elles se sont peu à peu spécialisées dans des limites étroites. Cette spécialisation progressive des activités culturelles bretonnes les a isolées du substrat dans lequel elles ont pris naissance, pour devenir une culture hyperspécialisée « hors-sol ». Ainsi il est possible aujourd'hui de faire de la musique bretonne sans aucune référence au contexte de la Bretagne : histoire, géographie, culture, langue, tradition, bassins de vie des habitants... Il en va de même pour toutes les autres activités : danse, peinture, sculpture et l'art en général, radio ou encore la langue.

On retrouve pourtant des traces de l'abord multidimensionnel de la culture bretonne dans de vieilles associations telle que la « mission bretonne de Paris » appelée maintenant « Ti ar

Vretoned »¹⁸⁶ situé 22, rue Delambre dans le 14^e arrondissement de Paris et qui présente, sous un même toit, toute une palette d'activités liées à la culture bretonne. Cette association permet des rencontres de tous ses membres, sans pour autant mettre l'accent sur une fertilisation croisée des activités. Cette proposition de mobilisation des associations œuvrant sur la matière de Bretagne autour d'un héritage commun reste tout à fait d'actualité.

La mobilisation de l'association des Bretons du monde¹⁸⁷ (ex OBE), en tant qu'ambassadrice active de la Bretagne reste une idée pertinente. L'utilisation de cette association pour des liens bidirectionnels entre la Bretagne et le reste du monde est un moyen d'ouverture au monde et une opportunité de faire connaître la Bretagne d'une manière officieuse, citoyenne et efficace. La représentation officielle de la Bretagne, par des ambassadeurs dûment patentés, a cessé en 1532. Les organisations professionnelles de type CCI, ou politiques pour le développement de l'économie locale entreprennent parfois des actions à destination de l'étranger, ces actions mobilisent quelques entreprises ciblées mais n'assurent pas la promotion de la région, d'une culture ou d'un environnement.

Ce programme dans lequel on peut retrouver des idées qui ont été reprises par d'autres organisations bien plus tard, n'est pas allé bien plus loin que l'articulation du mode de fonctionnement du projet qui paraît pourtant basé sur des concepts extrêmement intéressants : l'échange bilatéral de valeur ajoutée, la préservation du patrimoine linguistique minoritaire, l'appel à un comportement citoyen, l'appel à la solidarité autour de causes communes. Seul, Reun entreprend des démarches pour faire connaître sa proposition.

Faire connaître le projet des « 3B » :

Dans la diffusion du projet, Reun Allan s'est dirigé principalement vers le milieu qu'il connaît : les associations bretonnes actives à Paris et en Bretagne. Cette démarche pour assurer la promotion de son projet va le conduire à activer trois composantes de son réseau personnel.

- Il écrit à diverses associations qui proposent des activités en lien avec la Bretagne.
- Il prononce un discours de présentation de son concept lors de l'assemblée générale de Kendalc'h¹⁸⁸. Kendalc'h est une association qui avait des visées généralistes par rapport à la Bretagne et à sa culture. Après la Seconde Guerre mondiale, l'association s'est peu à peu orientée exclusivement vers les activités liées à la danse bretonne et aux costumes.

¹⁸⁶ <http://www.missionbretonne.bzh/> site de la mission bretonne à Paris, visualisé le 01 12 2015

¹⁸⁷ <http://www.bretonsdumonde.org/> site de l'association Bretons du monde, visualisé le 01 12 2015

¹⁸⁸ <http://www.kendalch.com/> site de l'association Kendalc'h visualisé le 01 12 2015

- Enfin, il écrit à Per Denez qui est alors responsable de Kuzul ar brezhoneg¹⁸⁹ [conseil de la langue bretonne], créé en 1952 pour regrouper les associations culturelles de langue bretonne.

A ce jour, dix-sept associations sont membres de ce regroupement qui a pour mission de fournir à ses membres des services professionnels pour des associations qui comptent en leur sein principalement du personnel bénévole. Kuzul ar brezhoneg propose des services dans :

- o La partie amont à l'impression : relecture, mise en page, conception de maquettes, essentiellement pour les textes littéraires.
- o La promotion de livres : catalogues, publicité, stands sur les salons...
- o La logistique : gestion des abonnements, stocks, archivages...
- o La conception d'ouvrages, les traductions littéraires, l'organisation de prix...

Le courrier aux associations :

Pour tenter de mobiliser autour de sa proposition, Reun adresse un courrier¹⁹⁰ à différentes associations bretonnes. Le courrier est assez direct et sans doute un peu surprenant pour ceux qui l'ont reçu sans préparation ou familiarisation avec le concept du projet. De plus, l'Organisation des Bretons Emigrés (ex Organisation des Bretons du Monde) reste une association qui à l'époque, comme de nos jours encore, n'est pas très connue des personnes qui n'ont jamais quitté la Bretagne. Vraisemblablement, le lien proposé entre les entreprises de Bretagne et les Bretons basés à l'étranger est assez improbable pour bon nombre d'entreprises bretonnes, d'autre part aborder les associations dans le cadre d'une perspective économique pour aider les entreprises n'est pas nécessairement dans les préoccupations ou perspectives des adhérents, tout spécialement au moment où ils se trouvent dans le contexte des activités de l'association. Cette introduction directe peut donc sembler un peu dissuasive pour des lecteurs non avertis !

Le corps de la lettre explique la manière dont le processus de la proposition est censé fonctionner. L'échange de services (car il s'agit ici d'un échange et non d'un flux unilatéral) sera assuré, d'une part par les entreprises qui proposeront leurs produits aux réseaux associatifs et d'autre part les associations qui proposeront leurs services et activités aux salariés des entreprises. Ce système présente l'avantage d'être basé sur un échange ce qui conceptuellement est une démarche habituelle dans le monde économique et non sur un flux

¹⁸⁹ <http://www.brezhoneg.org/fr> site de Kuzul ar brezhoneg visualisé le 06 12 2015

¹⁹⁰ Annexe 51 : Courrier adressé aux associations susceptibles d'être intéressées par le projet « 3B ».

unilatéral, qui ne peut perdurer dans le temps. Reste à savoir si le contenu de l'échange est suffisamment motivant et équilibré pour les deux parties afin de s'auto induire par un intérêt commun. D'un côté, pour les entreprises, commerçants et artisans, il y a une perspective d'avoir plus de clients et de consommateurs et donc de ventes. D'un autre côté, pour les associations, la perspective est de pouvoir toucher plus d'adhérents potentiels. Ce dernier point sous-tend un nombre de salariés important pour offrir une perspective intéressante pour l'association. Dans un tissu économique local essentiellement constitué d'artisans et de PME, l'intérêt peut sans doute être perçu comme limité, dû au faible nombre d'adhérents potentiels. De plus, les associations à de rares exceptions près, travaillent à un échelon très local et pour que la rencontre offre/demande se fasse, il faut compter sur une faible probabilité due à la zone « d'achalandage » territoriale. Aujourd'hui avec internet, la perspective est un peu différente car le lieu de rencontre entre une offre de services ou de produits peut être totalement dématérialisée et se situer bien loin de la zone géographique des deux protagonistes actifs : le client et l'entreprise.

Enfin, la conclusion invite à un accueil favorable du projet sans offrir d'étapes ultérieures (visite, bulletin d'adhésion, programme...) afin de concrétiser la proposition. La lettre se termine par une formule de politesse accompagnée d'une phrase en langue bretonne.

Cette initiative pour faire connaître la démarche des 3B, proposée par Reun Allan aux différentes associations cherche à couvrir une distance importante entre deux mondes qui se côtoient peu, ou qui peuvent même éprouver un sentiment de défiance l'un par rapport à l'autre. Dans ces deux mondes se trouvent des acteurs différents. On y trouve d'une part, des militants bretons réunis pour des causes différentes : la langue, la liberté d'expression, la politique locale, la culture, l'écologie, l'économie de la Bretagne (sans en avoir le pouvoir) et bien d'autres sujets. D'autre part, les membres de ce qui peut s'apparenter à un « establishment » soucieux de préserver ses zones de pouvoir et de confort. On trouve dans cette dernière sphère des membres des partis politiques nationaux quelles que soient leurs obédiences, des dirigeants de grandes entreprises (qui possèdent un certain pouvoir économique) et les syndicats nationaux français, qui bien que faiblement représentatifs sont centralisés comme les partis politiques et les grandes entreprises¹⁹¹. Dans leur manière d'agir et de penser, ils font face aux mêmes problématiques et partagent tous des intérêts convergents¹⁹².

¹⁹¹ <http://www.tresor.economie.gouv.fr/File/400998> le paradoxe de la représentativité syndicale en France. Site visualisé le 26 03 2016.

¹⁹² Nicolas Michel, *Breizh La Bretagne revendiquée* ed Skol Vreizh 2012 pages 99 et suivantes

En dehors de ces grands blocs, dans les domaines plus proches des échelons locaux, les deux sphères regroupent parfois les mêmes acteurs qui se trouvent tantôt dans l'une ou l'autre des sphères. Ce peut être le cas d'une même personne artisan, commerçant ou responsable d'une petite entreprise et militant pour d'autres causes. C'est plutôt la méconnaissance réciproque des uns par les autres, parfois dans une atmosphère d'hostilité cultivée aux échelons nationaux, qui engendre les sentiments de défiance dans des échantillons pourtant assez homogènes de la population ou de la société civile. Quel que soit le niveau considéré, la mission que s'était assigné Reun Allain de faire se côtoyer des pouvoirs décisionnaires et des militants consommateurs, est un défi personnel difficile et chargé d'incertitudes quant aux résultats atteignables.

Le discours à l'assemblée générale de Kendalc'h (1982)

Reun Allan trouve sa seconde opportunité de faire connaître sa proposition, lors de l'assemblée générale de l'association Kendalc'h.

Par ses relations associatives, il a l'occasion de présenter son projet à un ensemble d'adhérents de l'association Kendalc'h, lors de son Assemblée Générale, le 7 décembre 1982. Son discours est intitulé « *Goulennoù, huñvreoù ha soñjoù droch a-berzh kevredigezh « An Haderien » e-keñver Bodadeg-Veur Kendalc'h 1982.* », soit en français : « questions, rêves et idées folles de l'association « An Haderien » [les semeurs] à l'occasion de l'assemblée générale de Kendalc'h de 1982 »¹⁹³.

Ce titre met en avant le côté décalé de la proposition et contient en lui-même une petite dose d'autodérision, qui permet déjà à son auteur de se dédouaner des propositions si celles-ci devaient être tournées en dérision. Cela démontre aussi le côté audacieux de la proposition, ce qui indique que la question de la langue et de la culture bretonne, traitée dans le cadre du monde de l'économie, ne va pas de soi. Un titre en breton marque une proximité avec les militants de Kendalc'h dont bon nombre encore parlait ou du moins comprenait le breton. Hormis les titres de chaque section et la conclusion, le corps du discours est rédigé et prononcé en français.

Le discours est une suite d'exemples et de propositions touchant des domaines économiques assez divers, tels que la presse magazine, la distribution d'objets culturels, la formation scientifique, les offres de services, le cinéma. Il va terminer sur une explication sur la manière

¹⁹³ Annexe 52 : Allan Reun Discours à l'assemblée générale de Kendalc'h (1982)

dont la langue bretonne peut être créatrice d'emplois. Ses exemples et propositions concernent des passerelles établies, ou à établir entre la langue et l'économie.

Pour la presse magazine, il propose la fusion de deux périodiques différents mais complémentaires, qui traitent l'un de la culture et l'autre de l'économie en Bretagne. Dans le cadre d'un rapprochement de la langue et de l'économie, il propose la fusion des deux magazines pour rapprocher l'un de l'autre non seulement d'une manière physique mais aussi dans le but d'établir ce lien dans l'esprit des lecteurs. Reun Allain illustre son idée de rapprochement de la langue bretonne et de l'économie, d'une manière concrète. Il met en avant deux propositions pour la refonte du magazine : plus de place pour la langue bretonne d'une part et d'autre part la publication d'offres d'emploi et de services divers. Enfin, il propose la création d'une rubrique dédiée aux fêtes, spectacles et émissions de radios bretonnes. Sur cette proposition concernant la presse magazine, il propose de faire le lien entre la langue, la culture et l'économie. A ce stade, Reun n'a aucun pouvoir sur les fusions-acquisitions des entreprises entre elles et ce n'est sans doute pas son ambition, il va tout de même sur la base d'un exemple, faire un lien entre des sujets qui appartiennent à des sphères bien différentes et éduquer ses interlocuteurs à prendre conscience du bien-fondé de cette proposition.

Sa seconde proposition concerne l'entreprise et maison d'édition « Coop Breizh ». Il propose d'élargir les produits et services offerts par cette entreprise pour créer de l'emploi et allier les intérêts culturels et économiques de la Bretagne. Pour cela, il propose d'utiliser la marque « Coop Breizh » comme vecteur de diffusion de produits tels que l'alimentaire, l'artisanat, avec un système de marqueurs (langue et label) identifiant le produit comme étant d'origine ou de conception bretonne et possédant un niveau de qualité garanti. On note que l'on se trouve ici sur une description très proche de celle formulée et mise en application près de 15 ans plus tard par l'association « Produit en Bretagne ». Sa proposition va jusqu'à écrire les modes d'emploi, les descriptions, les compositions et les publicités en breton, non pas d'une manière moins lisible avec de plus petits caractères, comme cela se passe encore de nos jours mais au contraire, avec des caractères plus grands que ceux utilisés pour les autres langues !

Son troisième exemple concerne la création et la conception de nouveaux produits sous-traités à des fabricants bretons. Il cite la couture contemporaine bretonne, basée sur la richesse du patrimoine breton et des stratégies de niche : enfants, jeunes « non conventionnels » et haute couture. Il propose aussi la création de jouets celtiques et des activités qui tiennent du secteur de l'enseignement technique, qui souffre non seulement d'une dévalorisation générale dans la société mais qui ne propose toujours pas aujourd'hui de filières d'enseignement en langue

bretonne. A ce jour, il faut toujours choisir d'une manière exclusive entre la technique et la langue bretonne, les deux ne sont toujours pas accessibles en même temps. Pour cette lacune, il propose la création d'un « micro laboratoire » à destination des futurs électroniciens et informaticiens qui partagent une langue celtique : Bretons, Gallois, Cornouaillais, et Irlandais. Il y voit une possibilité pour les peuples d'origine celtique de reprendre dans les nouvelles technologies, un leadership technique qu'ils ont perdu au moment de la révolution industrielle du XIXe siècle. Pour cette proposition, il poursuit deux buts : former la jeunesse en utilisant la langue bretonne comme vecteur de transmission du savoir, dès l'âge de 7 ans et d'ouvrir leur esprit technique aux lois de base de la physique et aux technologies de demain car c'est par eux que passe nécessairement l'avenir. Il propose d'autre part de mettre en place ce que l'on appellerait aujourd'hui une « discrimination positive » pour les locuteurs des langues celtiques. Il mentionne tout de même que dans une telle entreprise la maîtrise du français et de l'anglais reste requise, ne serait-ce que pour l'amortissement des manuels. Ce dernier point était pragmatique à l'époque où le savoir passait exclusivement par les livres. Avec l'informatique et internet, ce verrou n'est plus incontournable.

L'illustration suivante concerne le potentiel économique de la langue bretonne par rapport aux services qui peuvent y être associés. Il va citer en premier lieu les organismes publics qui ont pour vocations de développer la qualité de vie des habitants mais aussi la vocation de faire vivre l'économie de leurs territoires. Pour ces actions, il propose la création d'entités pour le conseil sur la langue bretonne à destination des services publics, toponymie, articles en langue bretonne pour les collectivités locales, les associations de patrimoine ou les offices de tourisme. Par son implication professionnelle dans le monde de l'entreprise, il n'oublie pas les services possibles aux entreprises : enseignes et décors pour les commerces (à l'instar du concours d'enseigne organisé quelques décennies avant par Taldir-Jaffrennou) et les services pour les activités de marketing à l'exportation en tablant sur les relations privilégiées avec les Bretons expatriés où les associations proches de la Bretagne et de sa langue.

Une autre proposition de Reun Allan pour l'illustration de son propos est de favoriser les échanges économiques (art, production locale) avec les autres peuples minorisés. Cet aspect de Reun Allan pour la solidarité est un point marquant de sa vie. Il cherche dans ses initiatives à créer des liens solidaires qui dépassent la Bretagne et les Bretons. Cet aspect spontané dans ses propos illustre bien que s'intéresser à sa culture n'implique pas le repli sur soi dans un « communautarisme » tant décrié par les responsables politiques de toute obédience politique. Dans un autre exemple, nous trouvons le cinéma et le monde artistique. Il cite en premier lieu l'association pour laquelle il fait ce discours : Kendalc'h, qu'il présente comme une

association qui forme des artistes, danseurs et musiciens. Le cinéma breton n'existait pas à l'époque mais dans sa démarche visionnaire, il anticipe le manque d'artistes capables de s'exprimer en langue bretonne le jour où la demande va se concrétiser et il propose à Kendalc'h d'ouvrir une section cinéma et de former les acteurs de demain. Par rapport au cinéma, il mentionne aussi les nécessités de cet art, par exemple pour pouvoir tourner dans des extérieurs préservés, il va proposer qu'il y ait une ville pilote qui puisse être « bretonnisée » afin de servir au tournage de films dans un décor d'époque. Il propose Pontivy comme ville du Kreiz Breizh (centre Bretagne) ou Lorient pour son aspect portuaire et tourné vers la mer. Cela implique la participation de toute une population et en particulier celle des commerçants. Dans un tel projet, il voit la possibilité de drainer de nouveaux clients vers les villes choisies. Depuis, de telles initiatives ont été prises comme celle du Puy du fou¹⁹⁴ qui dans la durée, s'inscrit comme une réussite économique. Au-delà du spectaculaire et de l'économie, c'est aussi une occasion que prend une région pour faire revivre et surtout relater son histoire si particulière qui est bien souvent retranscrite à charge et d'une manière négative par les tenants de l'histoire de France officielle. L'art, le cinéma et le spectacle sont des vecteurs de liberté d'expression.

A la fin de son discours, il revient sur l'aspect économique de la langue bretonne. En premier lieu, il constate qu'un simple comptage des personnes qui sont employées par les grandes associations œuvrant dans la sphère de l'Emsav n'est pas une représentation complète de la contribution de l'image de la Bretagne à son économie. Il va illustrer cette assertion en insistant sur le fait que le dynamisme des différents acteurs bretons, dont celui des associations culturelles, a contribué à forger une image de la Bretagne. Les entreprises sont bénéficiaires de cette image au point même où l'origine du produit : la Bretagne, est à lui seul un élément qui contribue au développement économique de certaines entreprises. D'un autre côté, il dénonce un déséquilibre dans cet échange en posant la question de savoir combien d'entreprises contribuent à la création de cette image dynamique qui joue en leur faveur. Il met donc le doigt sur un lien qui n'est sans doute pas spécialement pensé de cette manière mais qui décrit une réalité. En effet, l'image d'une région est considérée comme un bien commun et par extrapolation gratuit. Ce n'est pas une denrée que l'on produit et que l'on consomme, au contraire c'est une notion qui quand elle est utilisée à bon escient, ne fait que renforcer l'image de la Bretagne au service de tous. Par rapport à cette implication, il remarque avec justesse que ce n'est pas la peine d'espérer une contribution économique de la part des organisations extérieures à la Bretagne, si déjà en Bretagne cette solidarité n'existe

¹⁹⁴ <http://www.puydufou.com/> site du parc d'attraction du Puy-du-fou visualisé le 05 12 2015

pas. La solution qu'il propose pour réduire ce déséquilibre est sans doute discutable par rapport à sa faisabilité à grande échelle. Il va proposer une sorte d'organisation unique de la culture dans le cadre de la proposition faite un peu plus haut avec une sorte de Coop Breizh soutenue par les militants. Cette proposition contraste un peu avec les autres, dans la mesure où l'on passe d'un échange équilibré entre économie et culture, à une sorte de magasin breton dont la pérennité est entretenue par les militants de toutes tendances. Dans ce schéma, l'équilibre est remplacé par une action de soutien militant, qui par nature est difficile, voire impossible, à pérenniser. Reun Allan encourage aussi les membres de « l'Emsav », à exiger un minimum de connaissance en langue bretonne, même si les postes offerts n'exigent pas la maîtrise du breton pour leur bonne exécution. Selon lui, cette demande peut apparaître comme extrémiste mais la normalisation du breton en Bretagne devra passer par de telles phases si l'on souhaite vraiment qu'elle se fasse.

Dans sa conclusion en breton, Reun Allan a un regard réaliste sur ses propositions et comme il le dit, il est sans doute plus facile d'avoir des idées que de les mettre en place d'une manière concrète. *« Ici [lors de l'assemblée générale], nous ne pouvons pas faire grand-chose mais c'est à chacun de faire ce qu'il peut. Il y a aussi des gens prêts à retourner en Bretagne et prêts à participer à des travaux divers quand ils le leur seront proposés ».*

Soucieux que ses exemples ne soient pas pris pour l'expression d'un rêveur, Reun adresse un complément au manuscrit de son discours. Il traite plus en détail des microlaboratoires celtiques, pour tous les enfants et jeunes passionnés qu'il a pu croiser et observer, avec l'espoir d'un intérêt de la part des écoles du réseau Diwan. Il propose que les techniques modernes soient mises au service de la Bretagne et de la langue en particulier et stimuler la création par des concours par tranche d'âge. Reun Allan cite des projets et activités tout à fait modernes, comme les outils de reconnaissance vocale. Il aborde le problème des outils d'une langue minoritaire, les dictionnaires illustrés, voire encyclopédiques, avec un classement des fascicules par centres d'intérêt : les textes, les illustrations et les thèmes classés par sections, la grammaire ... Par rapport aux sciences, il propose l'édition de manuels scientifiques à l'attention des animateurs et membres des cercles scientifiques afin de couvrir toutes les disciplines techniques et scientifiques. Il pose aussi le problème déjà évoqué de la traduction et de l'élaboration de mots nouveaux. Il renvoie toutes ces problématiques à l'université pour en faire de bons sujets de réflexion pour les mémoires de Maîtrise. Il traite aussi de la créativité bretonne et de la conception des produits nouveaux dans le complément à son discours. Encore une fois, c'est dans son observation de la jeunesse qu'il puise son inspiration. Il aborde un secteur qui est à la rencontre de l'économie et de la culture : le

vêtement. Il reprend le thème développé par le mouvement des « seizh breur », « *la création bretonne entre tradition et modernité* ». Il traite aussi en détail du jouet, qui peut être d'inspiration bretonne ou celtique. Ces jeux sont une possibilité didactique et plaisante de contribuer à l'apprentissage de la langue bretonne, des noms utiles aux microlaboratoires précités, des noms de lieux de l'histoire et de personnes qui ont marqué la Bretagne.

Il demande aussi à ce que soit créée une carte de la Bretagne en breton et un outil informatique qui permette de rectifier l'orthographe du nom breton si celui-ci était erroné ou si le mot d'interrogation de la base est orthographié en français. En ce qui concerne les services, il pense en premier lieu aux traductions en toutes sortes de langues, dont le breton.

Les vidéoclubs bretons : Avec l'apparition alors récente des magnétoscopes, Reun Allan pense immédiatement qu'un département de la Coop Breizh devrait s'intéresser à la diffusion de productions bretonnes pourtant pas encore très nombreuses au début des années 80. Il cite : les enregistrements publics de spectacles : concerts, événements, pièces de théâtre, la réalisation de films...

Ainsi s'achève le discours de Reun Allan à l'assemblée générale de Kendalc'h de 1982. J'ai utilisé le mot visionnaire par rapport au travail de Reun Allan et pour illustrer ceci, je pense qu'il n'y a pas une de ses propositions qui ne soit pas en application à ce jour, sachant que chacune d'entre elles a été mise en place bien postérieurement à 1982. Pour ne citer que quelques exemples, je relie chaque idée à une entreprise ou un organisme qui s'est donné pour mission ce qui a été imaginé et décrit par Reun Allan.

- 1) Les services de traductions. Comme étudié précédemment il existe plusieurs sources qui proposent des outils pour les traductions en breton de mots de vocabulaires plus ou moins spécialisés :
 - a. L'Office Public de la Langue Bretonne : domaine termofis¹⁹⁵.
 - b. Le site de la maison d'édition TES pour la normalisation des termes techniques et scientifiques en breton¹⁹⁶.
 - c. Le dictionnaire historique du breton de l'OPLB Meurgorf¹⁹⁷
 - d. Les sites plus généralistes :
 - i. Vieux terrier (site émanant de la commune d'Ergué-Gaberic)¹⁹⁸

¹⁹⁵ <http://www.fr.brezhoneg.bzh/36-termofis.htm> site de traduction en ligne de l'office de la langue bretonne site visualisé le 05 12 2015.

¹⁹⁶ <http://brezhoneg21.com/geriadurGB.php> site brezhoneg 21 créé à l'initiative des enseignants en langue bretonne visualisé le 05 12 2015

¹⁹⁷ <http://meurgorf.brezhoneg.bzh/meurgorf/enklask?terme=iroun&submit=Klask&categorie=0&oeuvres=0> site de l'office public de la langue bretonne visualisé le 05 12 2015.

- ii. Preder qui à défaut d'être généraliste est orienté d'une manière spécialisée sur un ensemble important de matières et sujets.¹⁹⁹
- 2) Les jeux en breton. Il existe plusieurs éditeurs de jeux en breton, à titre d'exemple, on trouve :
- a. La société bretonne Bordier avec son jeu de société « Breizhit »²⁰⁰, qui a pour objectif de mieux faire connaître la Bretagne.
 - b. La société Aplud²⁰¹
- 3) La vidéo en breton. Les magnétoscopes ayant disparu, on peut transposer le magnétoscope d'hier avec ses cassettes, à la vidéo en ligne et à la demande. Une entreprise Breizh VOD a été créée il y a quelques années et sur son site internet il est possible de commander et visualiser un film en langue bretonne, à tout moment de la journée quel que soit le jour de la semaine²⁰².
- 4) La production de spectacles et d'émissions. Il existe à ce jour en Bretagne plusieurs initiatives dans le monde de l'audiovisuel, principalement sur internet, comme Breizhoweb²⁰³, Gwengolo production²⁰⁴, bali Breizh²⁰⁵...
- 5) Les camps de vacances pour enfants et adolescents. L'UBAPAR²⁰⁶ fédère toute une offre de camps en breton et gallo pour les jeunes et les adolescents. Les camps sont organisés principalement durant les vacances scolaires par différentes associations disséminées sur le territoire de la Bretagne. L'UBAPAR en assure la promotion active grâce au dynamisme de ses membres. Les thèmes de ces camps ne sont pas spécialement scientifiques, comme le préconisait Reun Allan mais plutôt tournés sur la découverte et le respect de la nature, du sport, de la langue...
- 6) La mode et la création de vêtements. Les entreprises qui créent des vêtements d'inspiration bretonne sont nombreuses en Bretagne. Aux côtés des sociétés

¹⁹⁸ http://grandterrier.net/wiki/index.php?title=Consultation_de_dictionnaire_GrandTerrier site basé sur le dictionnaire de Roparz Hemon et Ronan Huon. Visualisé le 05 12 2015

¹⁹⁹ <http://brezhoneg21.com/geriadurGB.php> site de la maison d'édition Preder visualisé le 05 12 2015

²⁰⁰ <http://www.breizhit.com/> site internet dédié à la vente du jeu de société « Breizhit » entièrement en breton.

²⁰¹ <http://aplud.bzh/> créée il y a deux ans en Bretagne, la société Aplud a pour objectif la création de jeux pédagogiques en breton. Site visualisé le 12 05 2015

²⁰² <http://www.breizhvod.com/qui-sommes-nous.html> site visualisé le 05 12 2015

²⁰³ <http://www.breizhoweb.com/> site de Breizhoweb chaîne de télévision en breton sur internet. Site visualisé le 05 12 2015

²⁰⁴ <http://www.gwengolo.com/> site de Gwengolo filmoù visualisé le 05 12 2015

²⁰⁵ <http://france3-regions.francetvinfo.fr/bretagne/emissions/france-3-breizh/actu/magazine> lec'hienn France 3 et ses émissions en langue bretonne. Site visualisé le 12 05 2015.

²⁰⁶ <http://www.ubapar.bzh/spip.php?article76> offre de camps en breton ou gallo, à destinations des jeunes de 6 à 17 ans. Site visualisé le 05 12 2015

traditionnelles telles « Armor-lux »²⁰⁷, il y a des sociétés plus jeunes telles « à l'aise Breizh »²⁰⁸, « Breizh Punisher »²⁰⁹, « Stered »²¹⁰, « brin de mer »²¹¹, « odivi »²¹² qui exploitent positivement l'image de la Bretagne pour leur donner une connotation moderne et jeune, en utilisant parfois la langue bretonne. Dans la haute couture bretonne, Valérie Piriou a produit un certain nombre de créations qui ont fait l'objet d'expositions²¹³ et Pascal Jaouen²¹⁴ brodeur et créateur de vêtements propose ses lignes d'inspiration bretonne, qu'il revendique clairement. Ce ne sont là que quelques exemples d'une industrie qui semble attirer beaucoup de créateurs et d'industriels.

- 7) L'organisation du commerce breton, les services marketing en breton. A l'instar de ce qui existe pour la mode, pour les services en communication et marketing, l'offre bretonne existe mais n'est pas aussi fournie. Des agences comme « Awenstudio »²¹⁵ proposent des services en trois langues dont le breton, ou comme « imagic »²¹⁶ et « Gwenva »²¹⁷ proposent des services qui permettent de conjuguer la Bretagne et modernité sans toutefois proposer des sites en langue bretonne car la compétence linguistique n'est pas simple à trouver. Par rapport à l'organisation de la vente de produits ayant des racines en Bretagne, on trouve des associations telles que « ConsoBreizh »²¹⁸ et « produit en Bretagne »²¹⁹ sur lesquelles je reviendrai plus loin, ainsi qu'une multitude d'entreprises qui grâce à l'image de la Bretagne associée à leur communication, introduisent une valeur ajoutée de « rêve » dans leurs produits et services.

²⁰⁷ <https://www.armorlux.com/> site de la société Armor-lux créatrice de vêtement en Bretagne depuis 1938. Site visualisé le 05 12 2015

²⁰⁸ <http://shop.alaisebreizh.com/> site de la société « à l'aise breizh » créée en 1996. Site visualisé le 05 12 2015

²⁰⁹ <http://breizhpunishers.com/> site de la société « Breizh punishers », qui revendique son appartenance à la Bretagne depuis 1996. Site visualisé le 05 12 2015

²¹⁰ <http://www.stered.eu/fr/> site de la société « stered » créée en 2009. Site visualisé le 05 12 2015.

²¹¹ <http://www.brindemer.fr/content/8-vetements-marins-la-vareuse> site de la société brin de mer qui capitalise sur l'image de la Bretagne pour la création de ses lignes de vêtements. Site visualisé le 05 12 2015.

²¹² <http://www.owenpoho.com/odivi-owen-poho.html> site du créateur et designer Owen créateur qui s'inspire de la Bretagne dans ces créations originales. Site visualisé le 05 12 2015.

²¹³ http://www.museebretagne.fr/fileadmin/documents/musee/Expositions_temporaires/archives_expositions/Dossier_de_presse/DP_Piriou_.pdf site consacré à l'exposition « Valpiriou » au musée de Bretagne. Site visualisé le 24 08 2016.

²¹⁴ <http://www.pascaljaouen.com/index.php> site du créateur Pascal Jaouen, visualisé le 24 08 2016.

²¹⁵ <http://awen-studio.com/accueil/> site d'une agence en communication sur lequel les services proposés sont en breton, en anglais ou en français. Site visualisé le 05 12 2015.

²¹⁶ <http://www.imagic.fr/realisations/#01> Agence de communication basée en Bretagne et qui travaille l'image d'une Bretagne moderne. Site visualisé le 05 12 2015

²¹⁷ <http://www.gwenva.com/#home> site visualisé le 05 12 2015

²¹⁸ <http://www.consobreizh.com/br> site conso breizh qui fédère un certain nombre de producteurs et de commerçants bretons. Site visualisé le 05 12 2015

²¹⁹ <http://www.produitenbretagne.bzh/> site de l'association « produit en Bretagne » visualisé le 02 12 2015

Ce bref inventaire à la Prévert, nous permet de nous rendre compte de l'esprit visionnaire de Reun Allan car si lui-même a eu du mal à faire adopter son projet, tout ce qu'il présentait en 1982 lors de son intervention à l'assemblée générale de Kendalc'h, s'est réalisé depuis.

Le courrier à Per Denez :

La troisième et dernière tentative de Reun Allan pour faire connaître son projet des « 3B » est d'écrire à Per Denez, alors président de « Kuzul ar brezhoneg » [Conseil de la langue bretonne]. Il écrit ce courrier le 23 janvier 1983²²⁰. Là encore, Reun reste dans la sphère associative et tente d'attirer l'attention de l'association qui réunit l'ensemble des associations qui œuvrent pour la langue bretonne. Ce courrier est composé d'une lettre d'introduction suivie de l'ensemble des éléments étudiés plus haut. Comme il se doit, ce courrier est rédigé entièrement en langue bretonne et il l'adresse à la fois au président du conseil de la langue bretonne et à un compatriote. Il va présenter l'objectif de son courrier en introduction. Son but est de répondre à une question qui est : « comment mettre l'énergie de l'économie au service de la langue bretonne et son corollaire : comment développer une économie bretonne grâce à la langue bretonne ? ». Pour cela il propose d'emblée ses solutions :

- créer une nouvelle association de consommateurs.
- Créer des cercles scientifiques celtiques afin de développer les esprits scientifiques des enfants et adolescents, en langue bretonne.

Il indique ensuite que le président de « Kuzul ar Brezhoneg » a déjà travaillé sur cet aspect et qu'il a peut-être déjà élaboré des projets précis sur le sujet. Reun recherche donc auprès de Per Denez, des conseils sur le sujet, ainsi que l'attribution d'un délégué de l'association pour travailler plus en avant sur la mise en application du projet. Il lui indique que le projet a été soumis à Ivonig Giquel, administrateur de Coop Breizh, à Bernard le Nail (Secrétaire Général du CELIB entre 1979 et 1983) et à Malo Louarn de l'association « chadenn », ainsi qu'à tous les membres de l'Organisation des Bretons Emigrés, ainsi qu'à bien d'autres encore. Reun Allan précise qu'il ne sait pas bien comment les choses pourraient aller de l'avant mais qu'il a été surpris par l'accueil favorable qui a été fait au projet car il pensait être pris pour un rêveur (ou un idiot). La question que se pose Reun est de savoir comment sera reçu le projet en Bretagne, c'est une question importante pour lui car ce n'est qu'en Bretagne qu'un tel projet peut prendre forme, grâce au regroupement de plusieurs associations. Ce dernier point justifie ce courrier à Per Denez, en tant que président d'une fédération d'associations. Reun conclut sa lettre en souhaitant plus de liberté pour la Bretagne et en lui souhaitant ses vœux pour lui et

²²⁰ Annexe 53 : Allain Reun, lettre au Président de Kuzul ar brezhoneg : Per Denez.

pour la Bretagne. Suivent dans sa lettre, les documents déjà étudiés précédemment. Cette démarche de Reun Allan est la dernière pour faire connaître son projet et recruter de nouvelles forces vives pour le mettre en pratique. Pour des raisons non éclaircies, Reun ne recevra pas de réponse de la part de Per Denez, en dépit de son habitude de répondre systématiquement à tous les courriers qui lui étaient adressés. Les recherches n'ont pas permis de retrouver le courrier de Reun Alan dans les archives de Per Denez. Il est clair que le projet de Reun est ambitieux par rapport à son objectif clairement exprimé dans l'introduction de cette lettre. La mise en pratique est multidirectionnelle et pour conserver un espoir de réussite, elle demande une énergie intense et des ressources dédiées. Cette mise en œuvre dépassait sans doute les possibilités d'une fédération d'associations, ce qui confirme l'un des principaux enseignements de Joshua Fishman quant aux entreprises de revitalisations linguistiques.

Pour conclure²²¹ sur cette proposition de Reun Allan, on peut noter les points suivants :

- Les propositions contenues dans le travail de Reun Allan ont pratiquement toutes été mises en application bien après qu'il les ait formulées.
- On peut donc dire qu'il a eu un regard visionnaire sur l'association de la langue bretonne et de l'économie.
- L'initiative de Reun Allan s'inscrit bien dans le principe de continuité de l'utilisation d'une langue minoritaire, de l'école à la vie quotidienne dans les environnements familiaux et professionnels. A une époque où les écoles Diwan faisaient leur apparition, c'est le signe d'une préoccupation de sortir « le breton de l'école », alors qu'il s'y installait à peine.
- Par rapport au mode de fonctionnement général du système proposé, il était principalement basé sur la bonne volonté et l'action militante. Si ces ingrédients sont nécessaires au démarrage d'une telle initiative, ils ne peuvent cependant pas être le mode de fonctionnement à long terme.
- Sa proposition est le fruit du travail d'une seule personne qui n'a pas le pouvoir décisionnaire. La proposition est un véritable tour de force mais sa mise en application demande encore beaucoup d'efforts et d'appuis pour pouvoir voir le jour.
- Les personnes qui ont été contactées pour la mise en pratique du projet faisaient toutes partie de la sphère associative. Cette sphère n'est pas décisionnaire, ni spécialement compétente sur les aspects économiques. Les membres de la sphère associative peuvent éventuellement se trouver en opposition avec les concepts sur

²²¹ Annexe 54 – Analyse détaillée de la proposition de Reun Allan.

lesquels sont basées les économies modernes et donc avoir une réaction d'indifférence, voire de rejet, par rapport à la proposition de Reun Allan.

- La proposition est restée sur les aspects conceptuels, la mise en œuvre du projet nécessite des ressources financières et humaines, qui n'ont pas été abordées dans la proposition.
- Le but poursuivi par rapport à la langue bretonne n'est pas quantifié, ce qui peut laisser libre cours quant aux objectifs à atteindre et à l'efficacité des mesures proposées.
- On peut constater que la proposition est très riche, que son implémentation nécessite beaucoup d'énergie qu'un seul homme ne peut fournir. Une telle initiative ne peut avoir de succès potentiel que si elle est menée sur le terrain par une équipe pluridisciplinaire regroupant divers acteurs motivés par le projet.
- Nous sommes dans un schéma de fonctionnement général où c'est la langue minoritaire qui engendre le projet économique. Cette proposition n'a pas permis de fédérer les ressources nécessaires.

Klub Embregerezhioù Breizh (KEB) .

L'association KEB (Club des Entreprises de Bretagne)

KEB est une association créée le 25 novembre 1998 et déclarée à la préfecture de Quimper. Le premier président de l'association était Andrev Lavanant qui a aussi été président de l'association Diwan. L'association a eu jusqu'à 31 membres et regroupait différents dirigeants d'entreprises basés en Bretagne, favorables à la langue bretonne et à sa normalisation dans le domaine économique. A l'origine, le but de l'association était le soutien des élèves des écoles Diwan par rapport à leur entrée dans la vie professionnelle. Avec le temps, le soutien s'est étendu à toutes les écoles des filières bilingues. Au fil des années, le nombre des membres de l'association s'est amenuisé. En 2015 il n'y avait plus que 7 membres et personne ne souhaitait prendre la place d'Alan ar Gal en tant que président. L'association a été dissoute le 24 novembre 2015.

Les statuts de l'association KEB.

Les statuts de l'association Klub Embregerezhioù Breizh sont composés de 10 articles²²², dont les plus intéressants par rapport au sujet qui nous concerne sont les articles 1, 3 et 5.

²²² Annexe 55 : Analyse des statuts de l'association Klub Embregerezhioù Breizh / Entreprises bretonnes.

L'article 1 décrit les objets de l'association : « *De créer un réseau de chefs d'entreprises et de cadres dirigeants attachés au développement économique de leur région par la mise en commun d'informations et de ressources permettant d'accroître l'efficacité économique des organisations qu'ils représentent.* »

Cette première phrase du premier article met en avant trois points :

- Le fait que les membres dirigent une entreprise ou en soient des cadres dirigeants,
- un attachement à la région,
- une recherche de l'efficacité économique.

En théorie, cela pourrait concerner bon nombre des responsables d'entreprise basés en Bretagne. L'étude des interviews de « 100 patrons bretons » présentée plus loin montre leur attachement à la Bretagne car spontanément une majorité d'entre eux cite la Bretagne comme élément important de la localisation de leurs activités. Dans les conditions conjoncturelles actuelles, la recherche de l'efficacité économique est une condition de survie plutôt qu'une option facultative. Il est cependant important de souligner que l'économie est rarement mise en avant dans l'objet d'une association. Ce préambule implique aussi que l'association dans son fonctionnement doit répondre à ces critères. Elle se doit d'être dirigée et efficace, en plus d'être fortement impliquée dans le tissu économique local.

« *D'encourager à la sensibilisation et à la connaissance de la culture et de [la] langue bretonne dans l'entreprise et le monde économique.* »

Ce second paragraphe est plus restrictif et implique une grande sensibilisation à la culture et à la langue bretonne, au sein de l'entreprise. Par nature et destination, l'entreprise n'est pas un lieu de promotion de la culture, nous avons vu que c'est un lieu d'échange en partie double à l'exemple du salarié qui donne de son temps et de son intelligence ce qui crée une dette qui sera compensée par une rémunération, des congés, des RTT, des récupérations, de la reconnaissance ... La contrepartie donnée et acceptée engendre l'effacement de la dette. D'un premier abord, la culture et la langue bretonne, ne se conjuguent pas habituellement avec l'efficacité requise dans le monde économique. Un tel point dans l'article 1er, peut avoir un effet dissuasif des personnes potentiellement visées par l'association. Par rapport au type d'association que le bureau souhaite créer, la définition du degré de militantisme attendu est un curseur à fixer de façon à ce que l'association puisse vivre de manière adéquate par rapport à son effectif.

« *D'encourager les entreprises à soutenir les filières d'enseignement bilingue (breton, français).* »

Ce troisième point comporte une dimension qui se rapproche de plus en plus du militantisme actif. Il est aussi extrêmement stratifiant, dans la mesure où le nombre d'entreprises qui soutiennent spécifiquement les filières d'enseignement bilingue n'est pas très important. Flécher une taxe d'apprentissage vers telle ou telle école est possible, acheter un objet ou un produit vendu au bénéfice d'une association est un acte compris de tout le monde, participer aux activités sociales de ses clients est une pratique courante dans la mesure où cela peut être compris comme une démarche commerciale, par contre contribuer financièrement sans contrepartie au développement d'une école n'est sans doute pas possible pour beaucoup d'entreprises. Ces différents cas de figure sont autant d'axes de réflexion pour ré-imaginer les liens entre les entreprises et les écoles bilingues.

« D'apporter le conseil et l'aide à la réalisation de projets d'entreprises portés par des jeunes des filières bilingues »

Cet avant-dernier point du 1er article permet de revenir sur le terrain habituel de l'entreprise. La réalisation de projets est l'essence même du travail dans une entreprise, il s'agit de mobiliser des ressources pour créer de nouveaux produits ou services. Associer de jeunes bilingues et penser à eux pour la création d'entreprises est une bonne manière de valoriser leurs savoirs. Ces projets peuvent être ceux de l'entreprise ou ceux des jeunes.

« De conseiller sur la réglementation fiscale dans le cadre du mécénat et du parrainage. »

Ce dernier point me paraît plus technique et sans doute réservé aux membres de l'association qui ont des compétences pointues dans le domaine fiscal, ce ne peut être une compétence générale obligatoire pour l'ensemble des membres de l'association. L'article 3 définit la qualité de membre ainsi que la composition de l'assemblée de l'association. Il existe trois types de membres : les membres actifs, les membres sympathisants et les membres parrainés.

« ...

1. Membres actifs :

Personnes morales : les entreprises ayant comme responsable (gérant, directeur, P.D.G.) un parent d'élèves ou ancien élève d'écoles bilingues ; les associations générant un chiffre d'affaires propre significatif et dont les membres sont parents d'élèves* ou anciens élèves des filières d'enseignement bilingue.*

Personnes physiques : les parents d'élèves ou les anciens élèves d'écoles bilingues exerçant une activité en nom propre dans le cadre d'une profession libérale, de l'agriculture, de l'artisanat, du commerce, ainsi que les cadres dirigeants.*

*(*anciens ou actuels)*

2. Membres sympathisants :

Personnes physiques : citées dans l'article précédent mais ayant arrêté leur activité professionnelle.

3. Membres parrainés :

Les Personnes morales ou physiques : - tel que précisé à l'article 3-1 -, n'étant ni parents d'élèves (anciens ou actuels) ni anciens élèves [qui] seraient présentées par 2 membres actifs et cooptées par le bureau..... »

Cette hiérarchie et la multiplicité des types de membres de l'association peut surprendre. Les deux premières catégories font référence principalement aux parents d'élèves scolarisés dans les filières bilingues et pourraient faire penser d'un premier abord à une association de parents d'élèves un peu élitiste, dont les membres sont responsables d'entreprises, ou d'associations « avec un chiffre d'affaires significatif ». La superposition des deux conditions a pour conséquence de limiter d'une manière drastique, les candidats potentiels.

Le troisième statut de membre (celui de parrainé), semble plus ouvert car il ne requiert pas de spécificité par rapport à la scolarité des enfants mais nécessite d'être dirigeant ou cadre dirigeant et d'avoir été coopté par au moins deux membres de l'association. Après l'examen des statuts, on peut anticiper que le recrutement des membres nécessaires à la vie et au dynamisme de l'association sera difficile.

L'article 5 traite du mode de fonctionnement interne et des prises de décision soumises au vote.

« ... L'Association est administrée par un Conseil d'Administration de 8 membres maximum, élus par l'Assemblée Générale.

La majorité absolue du C.A. doit être détenue par le Collège des membres actifs... »

Il stipule que la majorité des membres du CA doit être composée de membres actifs et que les membres peuvent être exclus par la majorité des membres du CA.

L'ensemble des critères d'intégration des membres potentiels est restrictif, bien que l'objectif général de l'association KEB semble ouvert et accessible à toutes les personnes qui peuvent œuvrer directement ou indirectement pour offrir une perspective professionnelle à de jeunes brittophones.

Le chapitre suivant reprend l'un des projets qui a été soumis à l'examen des membres du bureau par le dernier président de l'association. A l'instar de ce qui a été fait par Reun Allan, cette proposition est au départ l'œuvre d'un seul homme Alan ar Gal. Les deux projets présentent des similitudes et représentent une importante réflexion et beaucoup de travail.

Le projet de l'association KEB

Sur la proposition d'Alan ar Gal, l'association KEB examine un projet intitulé « commerce et langue bretonne »²²³ pour établir un lien entre la langue bretonne et l'économie. Ce projet est structuré et émane d'un acteur engagé dans le monde économique.

Le projet

Justification et grands principes

La première partie de la proposition est une justification de l'initiative qui vise à expliquer l'intérêt d'utiliser les entreprises pour développer la langue bretonne. L'auteur part de la constatation que les individus pris séparément ou collectivement sont des acteurs de la société. A ce titre, ils doivent prendre leur part dans la promotion de la langue bretonne.

La généralisation de cette assertion comme postulat de base peut sembler audacieuse car le fait d'être acteur dans la société, ne crée pas de devoirs envers une langue soit elle minoritaire et menacée d'extinction. La seconde partie de l'argumentaire justificatif est basé sur une autre assertion sur le fait que l'économie a un rôle important à jouer pour développer la langue bretonne. Suivent un certain nombre d'exemples :

- 1) Le pouvoir de l'entreprise de décider de recruter des bretonnants pour leur utilisation dans la communication interne et externe (publicité, emballage..)
- 2) L'entreprise est un lieu de rencontres et de socialisation. Les magasins et les ateliers sont donc des lieux où la normalisation d'une langue peut prendre corps tout en offrant une visibilité importante.

Ces deux points ne sont pas opposables aux acteurs du monde économique mais recèlent des possibilités de normalisation et de visibilité d'une langue minoritaire dans le monde de l'entreprise et du commerce. Le troisième argumentaire est relatif au pouvoir que chaque acheteur détient (en tant qu'individu ou en tant qu'entreprise) dans le choix de l'affectation de ses ressources financières. C'est le pouvoir décisionnel de l'acheteur qui obéit à des rationalités variables. Le but du projet est de faire en sorte que la préférence du consommateur se fasse en faveur d'une entreprise ou d'un commerce qui soutient la langue bretonne, plutôt qu'en faveur de celles qui y sont indifférentes ou hostiles. Ce fait implique qu'une décision économique prenne en compte une dimension militante qui engage. On reconnaît dans ce troisième volet un objectif similaire à la proposition de Reun Allan. Il pose la question de l'identification de l'entreprise par sa labellisation et sa signalétique. En retour, les entreprises qui bénéficient de la « préférence d'achat » de la part des consommateurs, doivent contribuer

²²³ Annexe 56 : Ar Gal Alan. Projet « kenwerzh ha brezhoneg » (commerce et langue bretonne)

au soutien de la langue bretonne. Le dernier point que met en avant Alan ar Gal concerne la liberté individuelle de chacun d'utiliser une langue minoritaire dans ses relations interpersonnelles dans l'entreprise ou entre les commerçants et les individus. Même s'il existe des limitations légales à l'utilisation d'une langue autre que la langue française dans certains cas : contrats, annonces de recrutement, réponses aux appels d'offres... toutes les relations qui ne sont pas susceptibles d'interagir avec l'administration française peuvent se faire dans la langue que choisissent les interlocuteurs. C'est une zone de liberté qui n'est pas assez souvent mentionnée et qui offre des possibilités certaines.

La base de la proposition d'Alan ar Gal vise à développer l'utilisation de la langue bretonne dans le monde de l'économie. La seconde partie de sa proposition est une description détaillée de l'implémentation du projet.

L'approche tactique du projet : Le paragraphe consacré à cette implémentation est intitulé « Comment organiser les relations entre les militants bretons et les entreprises bretonnes. » Ce titre est révélateur du profil de consommateur à qui s'adresse la démarche : les militants. Ceci constitue une limitation draconienne du potentiel visé dans la description de l'objectif du projet initial. La limitation de la portée d'un projet au monde des militants ne permet pas vraiment d'atteindre un objectif de normalisation d'une langue minoritaire dans la société en général. De plus, le militant d'aujourd'hui, plus que celui d'hier, intègre aussi une dimension économique dans ses décisions d'achat. Le concept d'Alan ar Gal est basé sur le commerce par correspondance. L'idée est de permettre aux entreprises d'économiser sur les frais de distribution : expédition directe sans passer par les canaux de distribution classiques, magasins, points de vente... ce qui permettra aux entreprises de réduire le prix de vente et d'attribuer parallèlement une ristourne correspondante partagée, entre les clients (avantage au niveau du prix d'achat) et les associations qui travaillent sur le développement de la langue bretonne (attribution du reste de l'économie réalisée). Les produits vendables par le réseau doivent faire apparaître les renseignements en breton ou au minimum à parité avec le français (ou avec la langue majoritaire). Cet étiquetage n'est sans doute pas le seul élément déterminant mais cela est une proposition et les critères peuvent évoluer en fonction de l'expérience et de leur pertinence. Par rapport au déploiement de l'initiative, la proposition est de travailler graduellement avec un nombre croissant de clients potentiels, partir des associations militantes, puis d'élargir la proposition à d'autres structures, clubs sportifs, comités d'entreprise... Le concept est d'évoluer d'un choix militant à un choix économiquement raisonné en dehors de la sphère militante, ce qui est certainement un gage de la pérennité du système à mettre en place. L'idée est donc de proposer un avantage aux clients

et de faire croître le chiffre d'affaires de l'entreprise qui produit ou commercialise le bien en Bretagne.

A ce stade, une validation de l'impact financier espéré serait à propos, pour déterminer l'enjeu d'une telle démarche et si l'effort réalisé permet d'offrir aux consommateurs bénéficiaires et à l'entrepreneur, une contrepartie attractive.

Des bénéfices pour tout le monde ?

La proposition du projet est de faire en sorte que l'ensemble des partenaires se retrouve dans une situation où tout le monde y gagne : le consommateur, l'industriel et la langue bretonne. Ce regard sur le système est garant de sa pérennité, même si l'exercice n'est pas facile. Le premier avantage revendiqué dans le projet est une mise en évidence de la langue bretonne à l'occasion d'une nouvelle initiative qui peut bénéficier d'une couverture médiatique, même si elle reste éphémère. Le second avantage est de créer un contexte favorable à l'apprentissage de la langue dans la mesure où celle-ci est mise en visibilité. Cela peut être un facteur pour susciter l'intérêt et déclencher une décision d'apprentissage, qui même limité peut effectivement se produire. L'auteur de la proposition voit aussi au travers de cette initiative un avantage pour la Bretagne, qui pourrait se matérialiser par un rapatriement de fabrications et un accroissement des exportations par le développement de relations avec des associations militantes situées hors de la Bretagne. Sur ce point, l'auteur propose donc d'informer les militants des autres régions de France et d'ailleurs de cette initiative et de créer des liens entre les associations de même type de façon à internationaliser le concept et favoriser les exportations de la Bretagne et l'importation de produits d'associations qui sont en faveur du même concept. Pour lui, l'internationalisation du concept, c'est aussi montrer la solidarité des Bretons avec les autres peuples dont la langue a été décimée par les politiques linguistiques défavorables aux langues minoritaires de différents pays. Une analyse de la mise en application du projet est située en annexe²²⁴.

Ce projet a été soumis à l'ensemble des membres de l'association KEB. En fonction de l'expérience de chacun, les réactions sont diverses.

Les réactions des membres

Les membres de l'association Klub Embregerezh Breizh, sont d'horizons très divers. On y trouve principalement des responsables d'entreprise en activité ou à la retraite, qui œuvrent dans des secteurs d'activité variés qui vont de l'imprimerie, au développement de sites web à

²²⁴ Annexe 57 : Etude de la mise en application opérationnelle du projet KEB.

vocation scientifique, du service à la personne à la formation. Nous avons donc un profil de responsables d'entreprises de type PME/PMI qui représente le tissu industriel et du service en Bretagne. Quatre membres se sont exprimés sur le sujet²²⁵. D'une manière générale, l'ensemble des membres de l'association qui se sont exprimés saluent l'initiative d'Alan ar Gal. Elle représente un effort en temps et en investissement intellectuel important pour penser un tel projet. Les limites exprimées par les membres concernent quatre points :

- 1) L'investissement humain en temps. Il faut trouver des personnes prêtes à s'investir pour le développement de la langue bretonne et même si tout le monde se désole de la voir de moins en moins utilisée, cela est de plus en plus difficile de mobiliser des énergies bénévoles.
- 2) L'investissement financier. L'un des membres va attirer l'attention sur le coût d'un système de site internet pour la vente en ligne de produits. Il indique clairement que six produits ne permettront jamais de couvrir les frais associés à la vente en ligne. Il propose l'utilisation des réseaux sociaux pour développer les ventes.
- 3) La gestion du projet par les associations. Un responsable d'une association qui pourrait être bénéficiaire du système proposé pointe deux problèmes potentiels :
 - La gestion des commandes serait une mission de plus pour les salariés de l'association qui ont déjà une charge de travail importante.
 - Il ne sera pas aisé de faire comprendre aux salariés l'intérêt pour eux mêmes et pour la langue bretonne de faire une partie de leurs achats une fois par mois par l'intermédiaire de leur employeur. Cette dernière remarque est extrêmement intéressante. Elle montre que le domaine associatif, fut-il celui de la langue bretonne, n'échappe pas à la partition employeurs / employés. Elle montre bien qu'une personne qui s'insère dans une association qui défend une cause s'y intéresse par militantisme, dès lors qu'elle devient salariée de la structure, elle s'inscrit dans le système d'échange travail/salaire. Elle peut rester militante à l'extérieur, mais dans le cadre du travail elle reste avant tout une personne salariée. Cette initiative à la limite de la sphère privée et de la sphère professionnelle peut être extrêmement mal vécue et prise comme une action intrusive de l'une dans l'autre.
- 4) La complexité de la gestion du projet une fois établi. Le projet tel qu'il est exprimé paraît complexe et basé sur une sorte d'obligation tacite d'utiliser le système. L'avis est que placer le client ou le fournisseur dans une situation contraignante ne peut fonctionner sur le long terme. Le conseil que donne l'un des membres est de penser la

²²⁵ Annexe 58 : Contributions au projet KEB.

mise en place du système sur la base d'un site web, qui permettrait de réduire les coûts et de dynamiser l'offre. Une autre remarque concerne la gestion des flux de produits et celle des flux financiers. Il est vrai que d'une situation générale de ressources attribuées à la culture et à la langue bretonne, le projet s'est transformé en une attribution des ressources collectées sous forme de ristourne aux associations qui revendent les produits. Ceci correspond donc à une activité spécifique d'une association pour son autofinancement. Comme évoqué plus haut par le responsable d'une association, c'est un secteur commercial à développer au sein même de l'association qui n'a pas spécialement les moyens humains ni les compétences nécessaires pour mener à bien ce genre d'initiatives sur le long terme.

Bilan du projet KEB

L'association KEB, Klub Embregerezhioù Breizh, est une association militante principalement composée de membres ayant une double qualité relativement rare dans la population : responsables d'entreprises et parents d'élèves des filières bilingues. Cette association est donc relativement fermée par rapport à la population concernée.

Responsable économique actif, le président de l'association a proposé une manière de mettre l'économie au service de la langue bretonne. Pour ce faire le projet consiste d'un côté à faire faire des économies dans la logistique d'approche des produits en remplaçant un certain nombre d'intermédiaires professionnels par du travail bénévole fourni par des associations culturelles bretonnes œuvrant principalement dans le domaine de la langue et d'autre part de partager le bénéfice généré entre le client final du produit, l'association qui gère la distribution et les écoles Diwan et bilingues (français – breton)

Le concept a été soumis aux membres de l'association, qui ont donné leur avis sur la faisabilité technique du projet. Il en ressort que la mise en place d'une telle initiative requiert des ressources et des compétences qui ne sont pas à la disposition de l'association. Le projet n'a pas recueilli l'assentiment de la majorité des personnes qui se sont prononcées.

A l'instar du projet proposé par Reun Allan, cet exemple illustre bien la difficulté d'œuvrer pour un sujet d'intérêt très général tel que la langue, en utilisant les outils et les logiques de l'économie ou d'utiliser l'économie au service d'une langue minoritaire.

L'association « Produit en Bretagne »

Histoire :

L'association « Produit en Bretagne » est née en 1993, à la suite d'une crise économique majeure qui a affecté le monde occidental. Les conséquences de cette crise ont été une hausse du chômage, une contraction des dépenses des ménages, une diminution relative du Produit Intérieur Brut (PIB) et une hausse des faillites d'entreprises.

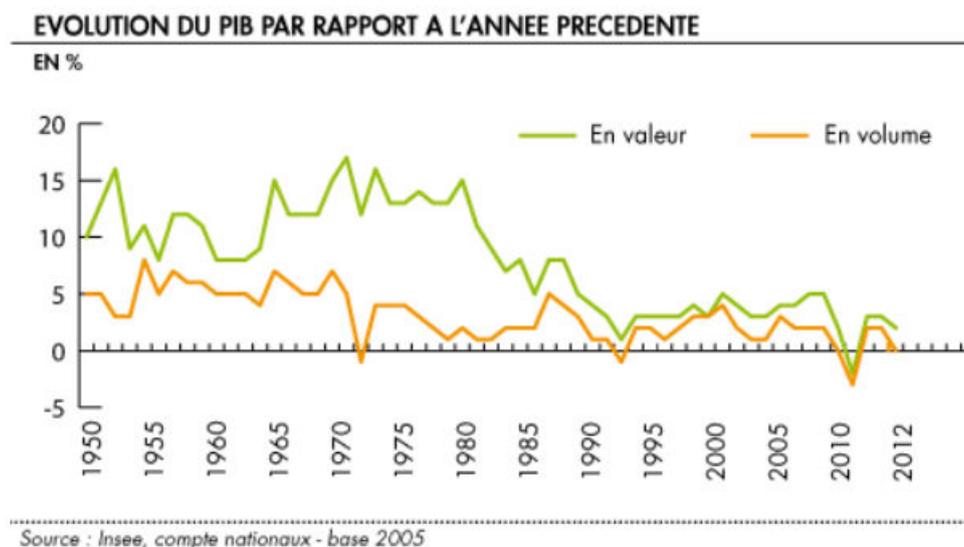


Figure 33 : Evolution du PIB de la France de 1950 à 2012. Source Insee.

Sur ce graphique édité par l'Insee, on remarque bien cette crise de 1993, qui selon les spécialistes trouvait son origine dans un manque de confiance lié à la mise en place du Système Monétaire Européen (SME). La conséquence était les incertitudes par rapport aux taux de changes des différentes monnaies européennes et l'éclatement de ce qui a été appelé « la bulle financière »²²⁶. Les conséquences de cette crise affectent la Bretagne, qui se sent loin des axes européens d'échanges. Devant ce marasme, un groupe de responsables d'entreprise bretons²²⁷ travaille pour envisager d'assurer la promotion de leurs produits, non pas par leur qualité intrinsèque mais par rapport à l'origine de leur fabrication. Ce concept était plutôt à contre-courant, par rapport aux politiques de délocalisations des productions de la France vers l'étranger, qui avaient cours à l'époque. La genèse de l'initiative est due à deux

²²⁶ BAUD-BABIC Marie-France, « CRISE DU S.M.E. », *Encyclopædia Universalis* [en ligne], consulté le 19 décembre 2015. URL : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/crise-du-s-m-e/>

²²⁷ Responsables d'entreprises à l'origine de la création de l'association « Produit en Bretagne » : Jean-Claude Simon (groupe coopératif laitier Even), Claude Pujol (Scarmor, centrale d'achat de Leclerc), Jean-Michel Bordais (Leclerc), Jean-Marie Le Gall (groupe coopératif Savéol), Jean-Yves Chalm (Le Télégramme), Jean Bannier (Crédit mutuel de Bretagne) et Gilles Falc'hun (groupe SILL).

personnes : JC Simon²²⁸, alors directeur marketing d'une coopérative de producteurs et de JY Chalm, directeur délégué du journal « Le Télégramme ». Le concept était de développer les achats militants de façon à renforcer à la fois les entreprises bretonnes et le nombre d'emplois créés en Bretagne. Le système devait s'appuyer sur le triptyque : producteurs, distributeurs et médias²²⁹. En 1993 et 1994, une opération test est menée sur une trentaine de produits. Ils sont mis à disposition sur les linéaires de supermarchés avec une marque distinctive additionnelle (« Certifié Bretagne ») qui identifie leur lieu de fabrication. L'opération est immédiatement un succès.

Le 10 janvier 1995, l'association est créée officiellement et les statuts²³⁰ sont déposés à la Préfecture du département des Côtes-d'Armor. Le siège est basé à l'institut de Locarn²³¹. L'association rassemble 8 enseignes de la grande distribution et 30 industriels de l'agroalimentaire.

Un nouveau logo est créé pour symboliser la Bretagne soit : le profil de la Bretagne, le phare et ses éclats et l'inscription « Produit en Bretagne » qui remplace l'ancienne identification. Dès 1995, les statuts intègrent une dimension relative à l'emploi en Bretagne.



Figure 34: Premier logo de PEB. Source PEB.

L'article 3 des statuts de l'association est libellé comme suit :

« L'Association a pour objet de contribuer, dans un esprit d'éthique et de solidarité, au développement de l'emploi régional, à travers la dynamique économique et culturelle de la Bretagne. Au sens des présents statuts, la Bretagne recouvre les départements suivants : Côtes-d'Armor, Finistère, Ille-et-Vilaine, Morbihan, Loire-Atlantique. »

Cet article fondateur met en valeur plusieurs dimensions. Il y a en premier l'éthique et la solidarité. Si le premier élément est communément admis, au moins dans le discours des

²²⁸ Broudic Fañch, *Economie et langue bretonne : un rôle déterminant, deux fois ? (Annexe : interview de JC Simon)* La Bretagne linguistique ed CRBC Brest. 2015

²²⁹ Boëssel du Bourg Malo *Produit en Bretagne une fabuleuse aventure / Un aventur varvailhus*. Editions les oiseaux de papier 2013.

²³⁰ <http://pro.produitenbretagne.bzh/sites/default/files/pages-f/iles/adm-statuts-2015.pdf>, Statuts de l'association Produit en Bretagne. Site visualisé le 19 12 2015.

²³¹ <http://www.institut-locarn.fr/> site de l'institut de Locarn, visualisé le 19 12 2015

entreprises, force est de reconnaître qu'au siècle dernier, ce n'était pas une mention habituelle dans le domaine économique. L'intégration de l'éthique au monde des affaires fait montre d'une certaine vision de la responsabilité des entreprises. A ce titre, il existe un comité d'éthique qui a ses règles de nomination et ses missions, qui sont exposées à l'article 15. La fonction principale du comité d'éthique est de vérifier l'adéquation des axes de travail avec l'objet de l'association et le règlement des litiges qui pourraient survenir à l'intérieur de l'association, ou entre des membres de l'association. La seconde valeur mentionnée est la solidarité. Là encore, nous sommes assez loin d'un vocable communément utilisé dans le monde de l'économie, même s'il existe une branche de l'économie qui est qualifiée de solidaire. Ce mot est utilisé une seule fois dans les statuts. Les deux notions d'éthique et de solidarité, inscrites dans les statuts, ne sont pas concrètement définies. Il n'y a pas d'élément qui permet de situer les actions par rapport à ces deux notions ni de sanctions en cas de défaut de solidarité ou de manquement par rapport à l'éthique de l'association. Ces deux notions montrent cependant une volonté de cadrer l'économie dans une perspective durable et respectueuse. La suite de l'article est libellée d'une manière particulière : le but principal apparaît comme étant le développement de l'emploi en Bretagne au travers de l'économie et de la culture. Cette formulation est inhabituelle dans la mesure où les trois éléments sont rarement cités ensemble : emploi, économie et culture. D'autre part, l'emploi est mis en avant mais il est le plus souvent une résultante, une conséquence de la situation économique. Le fait que la situation de l'emploi intègre une composante culturelle est un concept novateur. Prendre en compte l'apport de la culture dans l'économie est une prise de conscience, qui a été évoquée dans les projets de Reun Allan et de KEB. L'association « Produit en Bretagne » intègre même un retour de l'économie à cette culture dont elle use pour démarquer les produits de ses membres. Nous nous trouvons ici dans un système d'échange, comme base de l'économie : la culture est un vecteur qui porte l'économie, le monde économique se doit de soutenir la culture. Se référer à l'économie pour créer de l'emploi peut s'avérer relativement classique, reconnaître à la culture qu'elle porte en partie l'économie est une vision audacieuse. En fait en tant que culture il faut entendre ici non pas la culture comme des produits culturels (CD, livres, spectacles, expositions, théâtres) mais dans son acceptation comme marqueur d'identité. Ici le concept est de capitaliser sur l'image de la Bretagne et des Bretons. Ces images font appel à ses aspects réels et concrets mais aussi à tout l'imaginaire véhiculé par son passé, sa résistance, ses racines profondes (par rapport à la futilité et au superficiel du monde marchand), sa mythologie... Ces images sont bien visibles particulièrement sur les emballages des produits, elles constituent l'une des « matières premières » utilisées par les

créateurs de publicité. Née dans le contexte d'une situation de crise et d'une tendance de délocalisation des productions à l'étranger, la mise en avant de l'emploi, bien qu'il soit une conséquence, montre bien l'attachement des industriels et des commerçants créateurs du concept à renforcer leurs racines dans leur territoire d'origine.

Si l'économie est une science relativement bien cernée, l'élément culturel est moins bien défini, y compris dans la proposition de l'association « Produit en Bretagne ». Il semble que ce concept d'associer la culture à l'économie pour retrouver une prospérité localisée, soit plutôt une intuition et c'est en cela que l'association propose ici un concept tout à fait unique et audacieux.

A partir de 1998, l'association décerne un prix baptisé « Culture & Création ». Il doit servir à mettre en avant les meilleures créations parmi les produits des adhérents de l'association. On peut voir dans cette démarche un retour de l'économie à la culture et à l'image de la Bretagne, à l'aide de ses outils et de ses concepts.

En 2005, l'association fédère sur un même tract publicitaire, l'ensemble de ses adhérents œuvrant dans la grande distribution. Quand on sait la concurrence que se font ces enseignes entre elles, on ne peut que mesurer la diplomatie et la clairvoyance des personnes qui sont parvenues à atteindre ce résultat. En 2008, le logo de l'association bénéficie d'une modernisation.

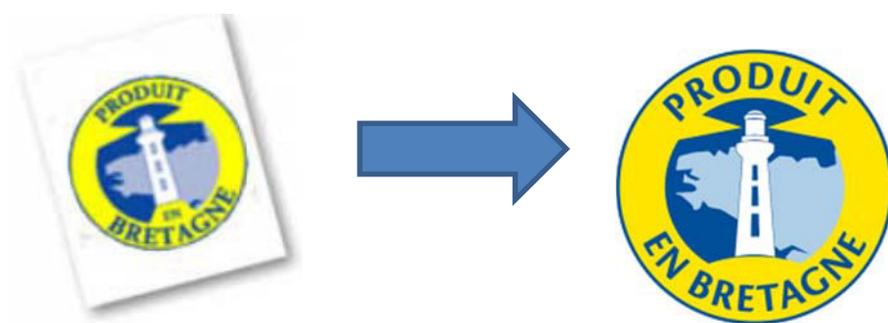


Figure 35: Modernisation du logo PEB. Source PEB

En 2011, 18 ans après la création de l'association, le logo est disponible en langue bretonne. Ce décalage dans le temps montre que la langue bretonne n'est pas un concept naturel et évident pour bon nombre de responsables d'entreprise.



Figure 36: Le logo PEB en breton. Source : PEB

Cette section qui retrace rapidement l’histoire de l’association, montre les fondements qui lui ont donné naissance dans le cadre d’un marasme économique par deux personnes qui ont souhaité relever le défi et se battre pour que la Bretagne, se rassembler autour de ses valeurs et de sa culture pour défier la conjoncture.

La langue bretonne est apparue 18 ans plus tard sur les étiquettes des produits. A ce jour, les produits qui arborent le logo en langue bretonne ne sont pas très nombreux (environ 1,5% des entreprises membres utilisent le logo en breton²³²), le chemin qui mène à la normalisation de la langue bretonne est loin d’être terminé.

Les valeurs de l’association comprennent plusieurs volets qui se superposent à ses buts. Ils sont détaillés dans les statuts de l’association²³³.

Les membres de l’association sont structurés en 4 collèges :

- Industriels des biens de consommation courante distribués dans les grandes surfaces (principalement dans l’industrie agroalimentaire).
- Les distributeurs, qui sont subdivisés en 1) Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) et Grandes Surfaces Spécialisées (GSS) ; 2) la Restauration Hors Domicile (RHD) et enfin 3) la Vente A Domicile (VAD).
- Les fournisseurs de services et d’ingénierie, se subdivisent aussi en 3 ensembles : 1) services ; 2) enseignement, emploi et formation ; 3) équipement industriel et Ingénierie.
- Le collège « Culture et création » qui est aussi divisé en 3 catégories qui sont : 1) l’édition ; 2) l’art de vivre en Bretagne ; 3) les équipements culturels et de loisirs.

La répartition des membres par collège s’effectue comme suit :

²³² Estimation du directeur de l’association (2016)

²³³ Annexe 59 : Etude des statuts de l’association « Produit en Bretagne ».

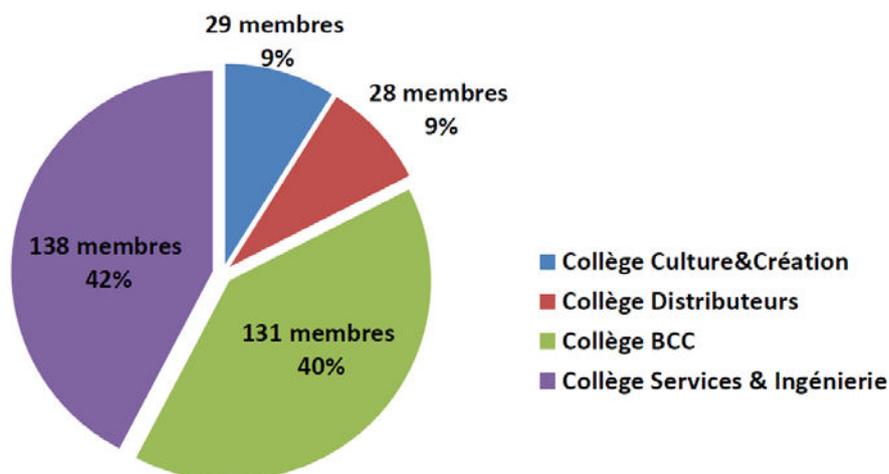


Figure 37: Répartitions des entreprises membres par collège (source PEB Mars 2014)

Dans ses spécificités, la charte du collège « Culture et création » se trouve à mi-chemin entre la charte des industriels fournisseurs des distributeurs et celle des fournisseurs de services et d'ingénierie. Ce collège n'a pas l'autonomie dont jouissent les fournisseurs de services ou d'ingénierie par rapport aux distributeurs mais ils n'en ont pas non plus toutes les contraintes (sauf la catégorie des éditeurs).

Les cotisations et les droits d'entrée sont clairement exprimés. Pour favoriser ce secteur d'activité, les montants demandés pour leur adhésion et l'utilisation de la marque sont plus progressifs. En ce sens, on peut dire que l'association contribue à favoriser les créations bretonnes et leur permet un accès à une plus grande notoriété au travers des réseaux de distribution des membres. Ceci se fait dans le cadre d'un échange : d'une part, l'artiste a accès à une large audience en Bretagne, en échange le distributeur peut espérer accroître ses ventes. Cette étude de l'association « Produit en Bretagne » au travers de ses statuts et des collèges qui y sont rattachés permet de comprendre les buts et le fonctionnement de l'ensemble. Le véritable organe de décision de l'association est le directoire. Dans les statuts de l'association, le collège des distributeurs a des droits spécifiques, en particulier au niveau de leur représentativité au sein du directoire sans avoir la majorité absolue des droits de vote ainsi qu'un droit de regard sur les données financières des fournisseurs (marge, quantité, obligation de fournir et livrer..).

En plus de la structure des collèges, il existe au sein de l'association une structure de commissions qui crée des groupes transversaux reliés directement au directoire. Ils traitent de sujets précis dans un domaine de compétence particulier. Elles sont composées de représentants élus des entreprises adhérentes pour 2 ans. Elles sont pilotées par un binôme

salarié (de l'association)/adhérent. Leur mission est de proposer des plans d'action et les budgets afférents, d'en assurer le suivi tout au long de l'année et de former des groupes de travail ad hoc pour traiter de sujets particuliers en profondeur. Les commissions justifient de leurs travaux directement au directoire par l'intermédiaire de leur représentant élu.

L'illustration ci-après montre la répartition des commissions et les sujets des groupes de travail de l'association dans les diverses commissions de rattachement²³⁴

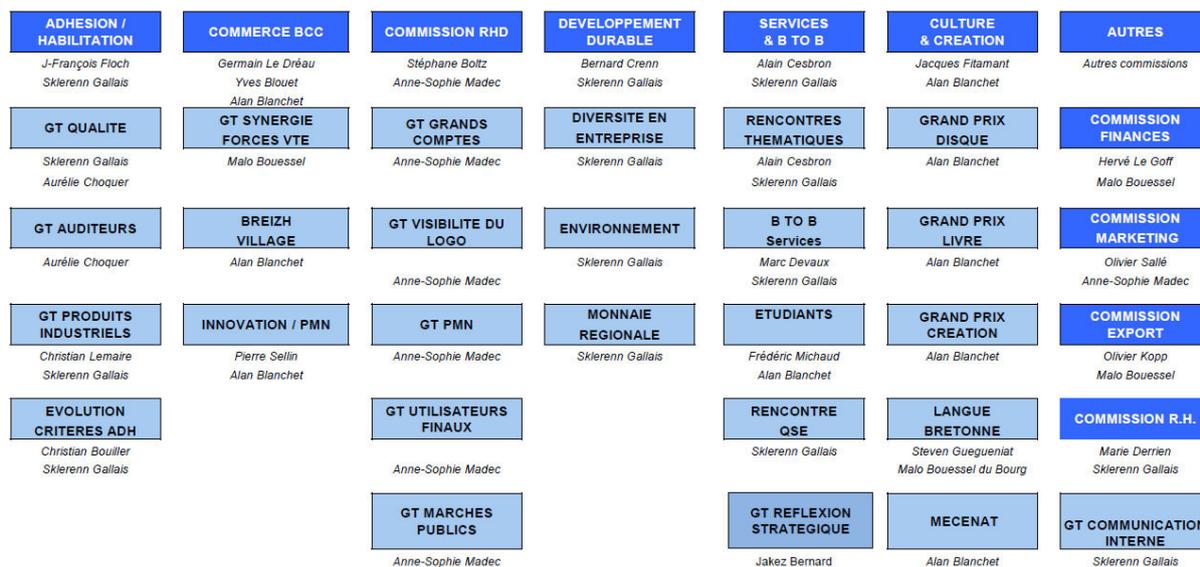


Figure 38: Les groupes de travail. Source PEB

Les groupes de travail forment une subdivision des commissions mais ils peuvent aussi rapporter directement au directoire. On note ici le groupe de travail « langue bretonne » copiloté par Steven Gueguénat (Responsable de l'entreprise Ouestélio) et Malo Bouëssel du Bourg (Directeur de l'association « Produit en Bretagne »). Ce groupe de travail est placé dans la commission « Culture & Création » mais les retombées de leur travail concernent l'association dans l'ensemble de ses activités et l'ensemble des membres de l'association, indépendamment de leur appartenance à tel ou tel collège. C'est au sein de ce groupe de travail qu'ont été imaginés et réalisés l'ensemble des actions liées à l'intégration de la langue bretonne comme vecteur de promotion de l'association et de ses produits.

L'ensemble des points qui ont été traités ici permettent de situer la place de la langue bretonne, au sein de l'association. Bien que la seule mention de la langue bretonne soit faite dans les statuts de l'association mère, par rapport à l'utilisation des logos et de la charte graphique, au fil du temps, la langue bretonne est devenue un symbole de communication de l'association « Produit en Bretagne ».

²³⁴ Annexe 64 : Bouëssel du Bourg Malo. Présentation de l'association « Produit en Bretagne ». Situation au 07 02 2014.

Situation de l'association

L'association en quelques chiffres²³⁵ :

La situation de l'association est forte :

- Elle a un impact de communication important
- Elle bénéficie d'une large visibilité pour les consommateurs qui s'approvisionnent dans les supermarchés de Bretagne et d'ailleurs.

Deux sondages de notoriété ont été commandés par l'association en 2007 et en 2010. Les résultats détaillés de ces sondages sont disponibles sur le site internet de l'association.

L'association comprend à ce jour 360 membres. Ils se répartissent sur les 5 départements bretons de la manière suivante (chiffres de 2014) :

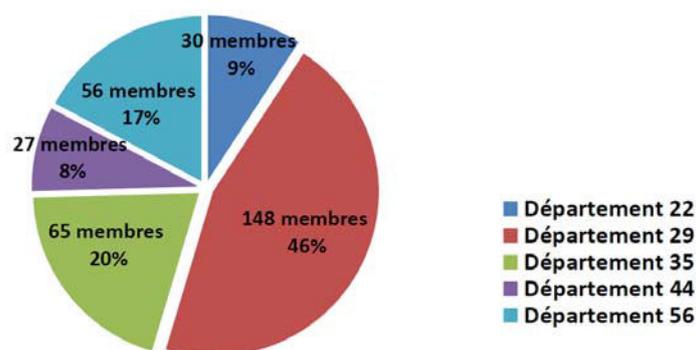


Figure 39: Répartition des membres de l'association PEB par département (chiffres 2014: source PEB)

Les Finistériens représentent presque la moitié des membres (46%), suivi du département d'Ille-et-Vilaine (20%). Viennent ensuite le Morbihan avec 17% des membres puis à quasi-égalité, les Côtes-d'Armor (9%) et la Loire Atlantique (8%). La forte présence du Finistère dans une organisation qui communique fortement sur son identité renforce la place de la langue bretonne comme outil de communication de l'association.

Les entreprises sont affectées à l'un des quatre collèges étudiés précédemment et se répartissent comme suit :

²³⁵ Chiffres 2014 publiés sur le site de l'association. <http://www.produitenbretagne.bzh/> Site visualisé le 28 12 2015

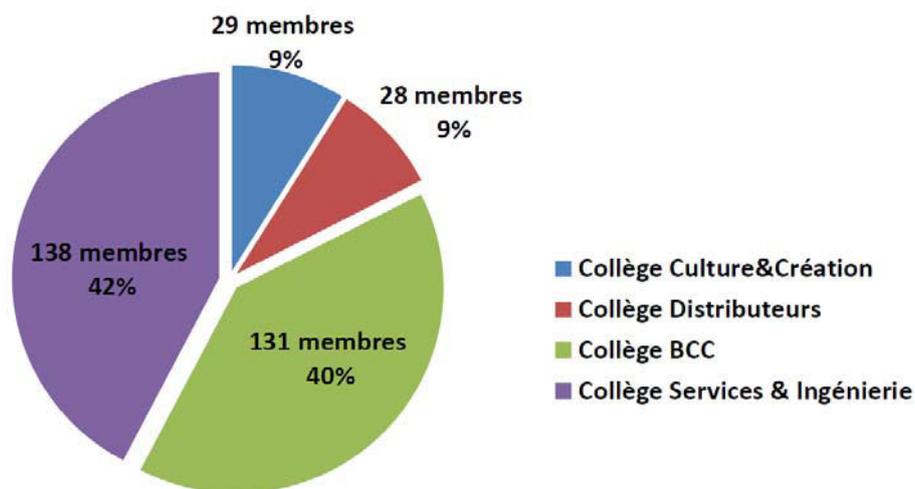


Figure 40: Répartition des membres de l'association par collège (chiffres 2014: source PEB)

On note que le collège des distributeurs regroupe le moins d'adhérents (28 membres) mais représente le plus fort vecteur économique. L'industrie de bien de consommation courante, collège historique représente une part importante des adhérents (40%). Leur nombre indique qu'ils trouvent un intérêt certain d'être représentés au sein de l'association. Le collège « Service et Ingénierie », bien que créé plus tardivement est le plus représenté (138 membres). Le collège « Culture et création » comprend 29 membres, ce qui reflète le volume limité des entreprises qui œuvrent dans ce secteur d'activité.

La répartition de ces mêmes entreprises par nombre de salariés reflète bien le tissu des entreprises bretonnes :

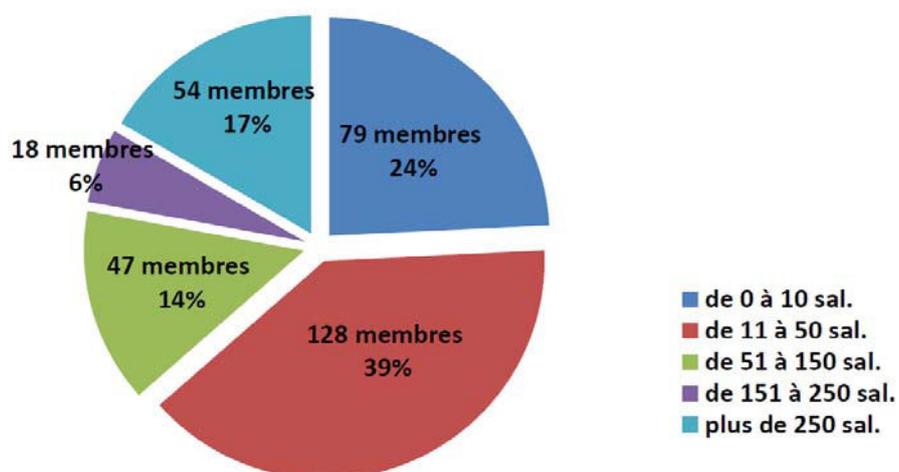


Figure 41: Répartition des membres de l'association (source PEB 2014)

Le quart des entreprises (24%) sont des TPE/TPI (entreprises de moins de 10 salariés) et près de 63% des adhérents ont moins de 50 salariés.

La catégorie des grosses PME/PMI (51 à 250 salariés) représente 20% des membres, soit un effectif global de TPE/TPI - PME/PMI représentant 83% des membres. Seulement 17% des membres (soit 54 entreprises) ont des effectifs salariés de plus de 250 personnes. L'association « Produit en Bretagne », a été créée par les responsables de grandes surfaces de distribution et leurs fournisseurs principaux en produits de consommation courante, qui tous les deux comptent parmi les structures aux plus gros effectifs (>250 personnes).

Il est tout à fait intéressant de noter l'effet d'entraînement que cela a constitué au point qu'à ce jour, les membres de l'association sont composés de PMI/PME à 63%. L'image de l'association « Produit en Bretagne » vient principalement de la présence de produits labellisés disponibles en grandes surfaces. Son action auprès des PME/PMI est nettement moins connue et mériterait d'être mieux communiquée.

Dans une économie réglementée et scrutée par les investisseurs, pour une grande entreprise la prise de risques est toujours stressante pour les dirigeants et pour les investisseurs. La logique d'adjoindre un tissu de PME/PMI à l'association permet de lui associer une capacité d'innovation et de flexibilité, libérant les forces de créativité. Si le résultat permet de déboucher sur une innovation commercialisable, les grosses structures ont les moyens de la mettre en avant et ainsi de concrétiser la réussite des PME/PMI innovantes. La mise en place par l'association de prix de l'innovation dans tous les domaines d'activité est un moyen de stimuler la créativité des petites entreprises.

L'association promeut les valeurs de la Bretagne, au travers de l'imaginaire qu'elle suscite dans le conscient et l'inconscient des consommateurs, en Bretagne et à l'extérieur de la Bretagne. Le concept d'identité régionale pour être visible doit trouver sa place et être physiquement palpable et repérable.

A ce titre, l'action de l'association pour différencier la Bretagne est à l'initiative d'actions concrètes dans différents domaines, dont la langue bretonne, qui est l'un de ses moyens uniques. L'association a d'ailleurs créé un prix de la langue bretonne. Les domaines dans lesquels une langue minoritaire peut être utilisée comme vecteur de promotion et de différenciation ne manquent pas. Dans le champ particulier de l'économie, il n'y a que l'imagination et certaines lois françaises qui puissent y trouver des limites.

L'association « Produit en Bretagne » revendique 3900 produits mais lorsque l'on additionne les produits du catalogue du site internet on en trouve 4799 qui se répartissent comme suit :

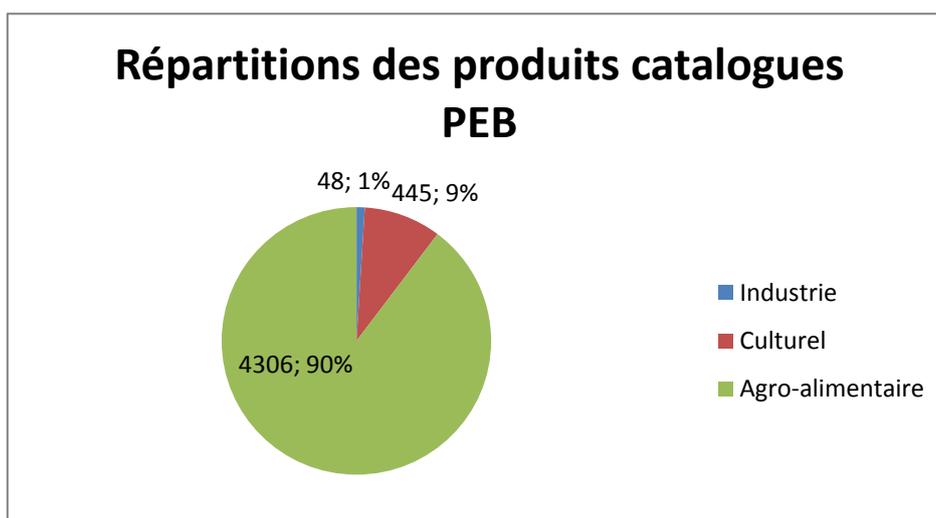


Figure 42: Répartition des produits labellisés par collège. Source : site internet PEB au 29 12 2015

On remarque que la grande majorité des produits labellisés par l'association provient de l'industrie agroalimentaire (90%). Ceci explique aussi l'image de l'association comme regroupement des industriels de l'agroalimentaire. Le secteur "culturel et création" représente 9% de l'ensemble dont la moitié est représentée par des livres. 1% des produits proposés vient du collège Service & Ingénierie, réparti sur 6 sociétés. Sachant que ce collège est le plus représenté par son nombre important d'adhérents, ce dernier chiffre traduit bien la représentation du secteur tertiaire au sein de l'association. On note que certaines entreprises utilisent le site de Produit en Bretagne comme un site d'exposition de leurs produits labellisés, alors que d'autres ne le font que très peu, en particulier les prestataires de services et les industriels qui à défaut de présenter leurs produits pourraient présenter leur savoir-faire et leurs engagements en tant que membres. D'après l'association, l'ensemble des entreprises membres représente 100,000 salariés.

Le budget de l'association est de 1 250 000 € autofinancé par les membres à hauteur de 85%, ce qui représente un autofinancement de 1 000 000€ soit sur 360 entreprises, une cotisation annuelle moyenne de 2 800€ par membre. Le reste du budget, soit 250,000€, est composé de subventions diverses.

L'analyse de la situation des membres de l'association, complète l'analyse de S Stervinou et S Lê, sur l'aspect multiforme des motivations des adhérents²³⁶. Parmi les adhérents, il existe des situations de proximité géographique, d'intérêt mais aussi des différences marquées par rapport à la nature des produits, au positionnement des entreprises par rapport à leur taille et leur indépendance de décision. Sur le point de l'identité organisationnelle des entités, je suis

²³⁶ Stervinou S et Lê S Une méthodologie pour analyser les groupements localisés d'entreprises, le cas de l'association « Produit en Bretagne ». Langues régionales, cultures et développement. Etudes de cas en Alsace, Bretagne et Provence. L'Harmattan 2009 p165 à 190.

plus modéré car de grands groupes internationaux de distribution aux TPE/TPI locales, les structures organisationnelles sont très différentes et leur variété s'est renforcée dans le temps. Il existe entre les membres des situations de dépendance et de concurrence mais ce qui les unit dépasse ce qui peut les opposer. Il est clair aussi qu'à côté de cette adhésion à une forme de solidarité de proximité et d'attachement, il existe un florilège de raisons qui complètent la motivation des membres adhérents et la notion économique ne peut en être absente. Par rapport aux conclusions de S Stervinou et de S Lê : l'appartenance à l'association est totalement indépendante des produits ou services proposés, ce qui est démontré en particulier par la diversité de l'offre des membres du collège « Ingénierie et Services ». Cette appartenance est marquée par une revendication territoriale forte des dirigeants des entités membres. A partir de la conscience territoriale, c'est naturellement que des éléments identitaires tels que la langue bretonne se sont imposés dans l'arsenal des outils différenciateurs disponibles pour la promotion des produits, des services et de l'association. Comme pour tout outil, la langue bretonne a fait l'objet d'un travail de réflexion important pour qu'il puisse être utilisé d'une manière efficace par rapport aux objectifs de l'association.

La langue bretonne au sein de l'association

D'une utilisation naturelle à une utilisation revendiquée

L'étude de l'association Produit en Bretagne montre qu'elle est active sur le domaine de la langue bretonne et reconnue pour cela. Pourtant, comme vu précédemment, rien n'indique un quelconque intérêt marqué pour la langue bretonne dans les statuts de l'association, ni dans les chartes des différents collèges. Nous avons donc la situation paradoxale : Une association de forte notoriété en Bretagne (et ailleurs), qui a dans ses statuts la mention de la possibilité d'utiliser un logo décliné en langue bretonne et qui dans un sondage de notoriété fait apparaître dans les 8 premiers points cités (sur 20), l'action en faveur de la langue bretonne²³⁷. Cette situation méritait un peu plus d'investigation pour comprendre comment la langue bretonne est devenue un élément indissociable de l'association « Produit en Bretagne ».

D'après une source d'information personnelle²³⁸, c'est autour de l'année 1997 que le directoire de l'association a débattu de la place de la langue bretonne au sein de l'association. A l'unanimité moins une voix, il a été décidé que le breton avait sa place au sein de

²³⁷ Annexe 64 : Bouëssel du Bourg Malo. Présentation de l'association Produit en Bretagne 2014 pages 6 et 19.

²³⁸ Bouëssel du Bourg Malo, Directeur de l'association « Produit en Bretagne »

l'association. Le second président de l'association, Jean Claude le Gall²³⁹ est un homme bien implanté dans le territoire finistérien. Son premier métier est celui d'agriculteur-serriste, ancré dans le terroir de la presqu'île de Plougastel-Daoulas, région productrice de fraises et de tomates. Il est sensible aux avantages que procure le fait de se regrouper en tant qu'industriel et voit immédiatement l'avantage de l'association qui permet d'éviter les situations de blocages stériles avec les responsables des circuits de distribution. L'association est pour lui un lieu de rencontres enrichissantes et un vecteur pour le développement des petites entreprises autour de produits innovants et de qualité, en leur donnant une chance de faire reconnaître leur talent auprès d'un grand nombre de clients. Pour J. C. le Gall, la mise en avant de la marque « Produit en Bretagne », avec une communication intelligente, est un vecteur de développement de l'identité et de la culture bretonnes. Sa langue maternelle est le breton et loin de la renier, il prononce le discours d'ouverture de l'assemblée générale de l'an 2000, à Nantes, en breton. On peut donc dire que la langue est devenue très tôt un élément de l'identité de l'association, grâce avant tout, aux personnes qui à des postes clés la maîtrisent en tant que langue vernaculaire. Le troisième président de l'association est Xavier Leclercq, créateur de la compagnie Brit'air à Morlaix. C'est un président d'ouverture et sous sa présidence l'association va sortir de la sphère territoriale finistérienne, pour se développer vers l'est jusqu'à l'Ille-et-Vilaine et la Loire Atlantique. C'est sous sa présidence aussi que sont créés deux nouveaux collèges, celui de la « culture et de la création » ainsi que celui des « services et ingénierie ». Après une enquête personnelle auprès du directeur actuel de l'association, Malo Bouëssel du Bourg, c'est sous la présidence de Xavier Leclercq en 2005, que des débats ont eu lieu au sein du directoire par rapport à la place de la langue bretonne (et non pas par rapport à son utilisation : débat qui date de 1997). Le débat est né dans le cadre de la campagne de promotion de l'association et de ses membres, par voie d'affichage dans le métro de Paris. L'ensemble des membres n'étaient pas unanimes et c'est le président de l'association qui a eu le dernier mot. Il pensait que le slogan principal en breton sur les affiches était une bonne chose. Cette décision controversée n'était pas en relation avec l'utilisation de la langue bretonne au sein de l'association pour la promotion des produits mais plutôt par rapport à l'opportunité de son utilisation pour une campagne d'affichage dans le métro de Paris. Ce débat et cette courte victoire de la langue bretonne au sein d'une association ancrée en Bretagne est révélateur de la perception des langues minoritaires en France. Cette perception, engendrée par les campagnes de dénigrement successives, fait de

²³⁹ Bouëssel du Bourg Malo, *Produit en Bretagne une aventure fabuleuse*, Editions les oiseaux de papier, 2012 p 85 – 86.

l'utilisation d'une langue minoritaire en France, un fruit défendu²⁴⁰, un sacrilège que les locuteurs eux-mêmes ont peine à dépasser. Au moment de l'arrivée du directeur de l'association, Malo Bouëssel du Bourg, la langue bretonne a pris une place plus importante et plus structurée au sein de l'association. Sa position de dirigeant et sa maîtrise du breton dans tous les compartiments de la langue (littérature, poésie, communication professionnelle...) et sa volonté ont permis d'associer la langue bretonne à l'image de l'association. En 2005, un groupe de travail sur la langue bretonne est créé, il s'agit de penser la place de la langue bretonne au sein de l'association et dans son environnement économique. Par rapport à la langue bretonne, certains membres y sont très attachés car cela représente une partie de leurs racines dans ce territoire, d'autres y sont plus indifférents mais à ce jour, il n'y a pas d'opposants à l'utilisation de la langue bretonne au sein de l'association. En ce sens, on peut parler de normalisation de son utilisation. Les chapitres suivants sont consacrés à la matérialisation de la langue bretonne au sein de l'association Produit en Bretagne.

La charte graphique

La charte graphique est un document de 22 pages très précis et détaillé²⁴¹. Il existe 3 logos officiels, qui sont déclinés en français et en breton. Chaque logo à son utilisation :

- Application sur les produits.
- Application sur les supports autres que les produits pour informer que l'entreprise est membre de l'association.
- Application sur les produits des membres du collège « Culture et Création ».

Chaque logo et déclinaison a ses spécificités d'application : couleur, monochrome, type de support : clair, sombre, photo, les zones de respiration qui permettent d'identifier le logo plus facilement, l'inclinaison possible des logos,...

Une page de la charte est consacrée aux versions bretonnes (page 14). L'explication concernant leur utilisation est très succincte et claire :

« Les logos en breton :

Le choix de la langue est laissé à la libre appréciation de chacun. Possibilité de mixité : un facing en breton, un facing en français. Les règles d'utilisation du logo en breton sont les mêmes que celles du logo en français. Il est possible, en cas de présence multiple du logo sur un support, d'alterner la version française et la version bretonne. »

²⁴⁰ Coadic Ronan Le. *Bretagne, le fruit défendu?* PUR. 2002

²⁴¹ Annexe 65 : Charte graphique 2014 de l'association « Produit en Bretagne ».

L'ensemble des logos en breton se décline de la manière suivante :



Figure 43: Les logos PEB en breton. Source PEB

Dans le cadre de sa propre communication, l'association communique en deux langues sur le logo qui lui est exclusivement réservé :



Figure 44: Le logo propre au bureau de l'association PEB. Source PEB

De même, la seule carte autorisée pour présenter la Bretagne est celle de la Bretagne historique à 5 départements, à l'exclusion de toute autre :



Figure 45: Carte PEB source : geobreizh sur le site eurominority .

Au-delà de la réalité de la zone d'action de l'association, on peut considérer cette position comme un acte militant. Sur les communications de l'association, le breton est visible en pied de page pour ce qui concerne l'adresse et les autres renseignements de contact (numéros de téléphone, fax, site internet ...). De même, les logos en breton sont visibles sur 3 pages (sur les 22 de la charte) : la page qui présente les logos en langue bretonne ainsi que deux exemples de packaging qui utilisent la version bretonne des logos (p14).

Une autre suggestion de présentation aurait été pour chaque chapitre de la charte d'illustrer la langue bretonne, aux côtés de la langue française, à parité et d'une manière indifférenciée. Cela offre plus de place à la langue bretonne et contribue plus ouvertement à sa normalisation. Il en va de même pour l'illustration par les produits photographiés, il y a 60 exemples d'utilisation des logos de l'association, dont deux seulement sont présentés dans la version bretonne.

Une autre initiative est à mettre au crédit de l'association pour la normalisation de la langue bretonne : les stickers bilingues. Publiés par l'association, ils représentent une initiative remarquable qui mériterait d'autant plus de publicité qu'ils sont proposés gratuitement. Ils permettent une signalisation bilingue et élégante à utiliser au sein même des entreprises :



Figure 46: Stickers bilingues de PEB. Source PEB

Une extension de ces étiquettes aux autres fonctions communément trouvées au sein des entreprises serait appropriée : atelier, magasin / stock, industrialisation, bureau d'études, qualité, comptabilité, finance, fabrication, gestion de production, service clients, service après-vente, conseiller ... et pourrait faire l'objet d'une participation financière des bénéficiaires.

Le site internet de l'association

Le site de l'association²⁴² est principalement francophone mais présente la démarche de l'association en faveur de la langue bretonne :

« C'est tout naturellement que *PRODUIT EN BRETAGNE*, dans un esprit de soutien au dynamisme économique et culturel, intègre le breton sur son site internet comme composante incontournable de la culture bretonne. »

Cette démarche se décline en plusieurs points :

- Un lexique français/breton/anglais de près de 400 mots spécialisés dans les matières de l'économie, du commerce, de la logistique et de la production.
- La langue bretonne est associée à des actions qualifiées d'innovantes et porteuses d'avenir, ce qui contribue à changer l'image passéiste et « vieillotte » que peut encore avoir la langue bretonne dans les yeux de certains. Huit actions sont mises en avant :
 - La campagne publicitaire bilingue réalisée dans le métro de Paris.

²⁴² <http://www.produitenbretagne.bzh/> site de l'association visualisé le 27 12 2015

- Les encarts publicitaires de l'association ou de ses membres dans la presse en breton.
 - La participation active de l'association à des émissions de radio ou de télévision.
 - Une campagne annuelle de promotion des produits bretons lors de la fête de la Saint Yves, supportée par 2 millions de prospectus bilingues.
 - La participation de l'association Produit en Bretagne à la « Redadeg » : une course de relais biannuelle qui se court en Bretagne sur plus de 1700km et dont les gains sont distribués au profit de la langue bretonne.
 - La création du prix « Ambassadeur de la langue bretonne ».
 - Un film sur l'utilisation et le développement de la langue bretonne dans les entreprises²⁴³.
 - Un numéro spécial de la revue Armen intitulé « brezhoneg & business » publié en 2011, grâce à la participation active du groupe de travail sur la langue bretonne.
- En dehors des actions tournées vers l'extérieur, l'association développe aussi des programmes en direction de ses adhérents et de leurs salariés :
 - La signalétique bilingue dans leurs propres locaux (cf. ci-dessus).
 - Les documents administratifs de l'association sont tous bilingues (carte de visite, de correspondance, papier à lettres, signature des mails...
 - Le message d'attente pour le téléphone est exprimé en 2 langues.
 - Le magazine de l'association distribué chez les membres de l'association comprend toujours une partie en langue bretonne.
 - L'association propose des cours de breton facultatifs à ses salariés.
 - L'association a signé la charte « oui au breton » / « Ya d'ar brezhoneg » en 2009.

Le groupe de travail « langue bretonne »

Au sein du collège « Culture et création », le groupe de travail sur la langue bretonne a été créé le 15 novembre 2010. Il est composé des représentants d'un groupe de huit entreprises : Ouestélio, Coreff, Kerne élagage, Distillerie des menhirs, Stumdi, Dizale, Coop Breizh et

²⁴³ http://www.dailymotion.com/video/x17bq73_langue-bretonne-et-entreprise-par-produit-en-bretagne_webcam site sur lequel il est possible de visualiser le film réalisé par l'association « Produet e Breizh ».

ArMen.

Comme tous les groupes de travail de l'association, il est animé par un duo (salarié de l'association / membre d'une entreprise). Malo Bouëssel du Bourg, directeur de l'association représente le salarié de l'association et Steven Guéguégniat (Ouestélio) représente le membre de l'association. Le groupe se réunit trois à quatre fois par an dans deux buts principaux :

- sensibiliser les responsables des entreprises membres de l'association à l'utilisation de la langue bretonne,
- mener à bien des projets tels que le numéro spécial d'ArMen consacré à la langue bretonne, l'élaboration d'un film de sensibilisation sur l'utilisation de la langue bretonne au sein des entreprises, une exposition itinérante, les étiquettes bilingues, le prix « ambassadeur de la langue bretonne », ou l'élaboration d'une plaquette bilingue pour l'assemblée générale.

Ce groupe de travail a été placé sous le patronage du collègue « Culture et création » mais ses membres sont d'horizons divers et les actions du groupe trouvent leur matérialisation dans tous les collèges de l'association.

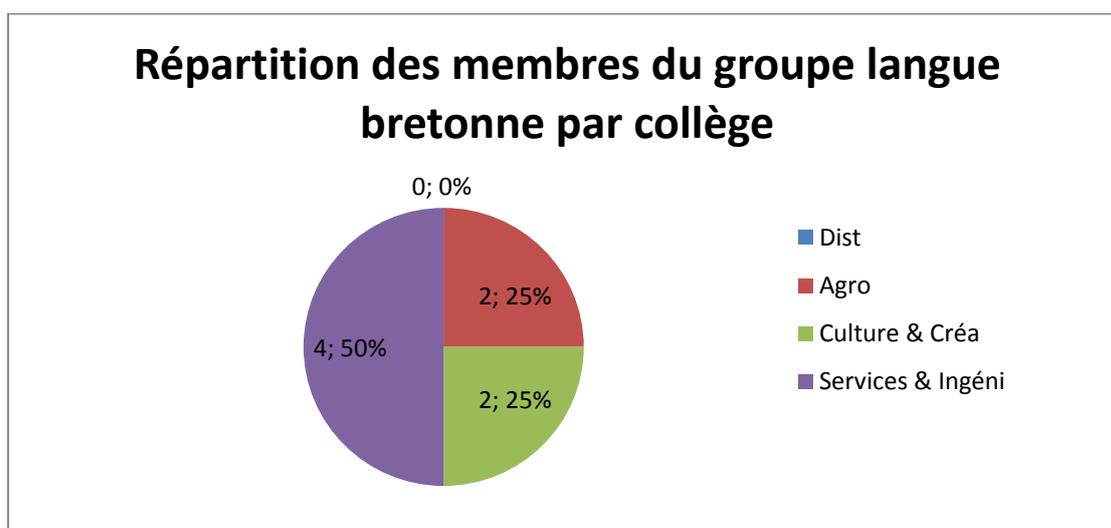


Figure 47: Les collèges d'appartenance des membres du groupe "langue bretonne". Source personnelle.

La répartition de l'origine collégiale des membres du groupe de travail montre qu'à l'exception du collège distribution qui n'est pas représenté, les autres le sont tous avec une certaine prépondérance pour les services, qui regroupent des activités très variées. Au-delà du collège de rattachement, sur les 8 membres de ce groupe de travail, 2 ont une activité liée exclusivement à la langue bretonne (Dizale et Stumdi), les 2 autres utilisent la langue bretonne comme partie intégrante de leur offre produit (Coop Breizh et ArMen) et pour les 4

autres la langue est un outil facultatif, utilisé à la promotion de leurs entreprises et de leurs services. En ce qui concerne l'origine géographique des membres, elle est finistérienne à 87% (tous sauf un). L'entreprise Dizale est basée dans le Morbihan mais est en passe de venir s'installer à Quimper en 2016, on note donc que 100% des membres de ce groupe sont en Basse-Bretagne.

Cette liste d'actions internes en faveur de la langue bretonne est la plus grande contribution du monde économique à la langue bretonne, bien que cette fonction apparaisse dans les statuts de l'association d'une manière indirecte.

*L'économie et la langue bretonne au sein de l'association
Produit en Bretagne*

Au travers des exemples relatifs aux initiatives précédentes (Reun Allan et KEB), nous avons vu la difficulté qui existe pour associer la langue bretonne et l'économie, dans le cadre d'un projet structuré. Avec un directoire principalement tourné vers le monde des affaires (ce qui est son rôle), il est intéressant de comprendre les mécanismes qui ont conduit l'association à se créer une notoriété dans le domaine de la langue bretonne. La question qui se pose est de savoir si la langue bretonne est un « business lever » un levier en faveur des affaires, ou est-ce l'initiative d'une poignée de convaincus un peu originaux ? Pour rappel, le concept de l'association « Produit en Bretagne » est né en 1993. Après 2 ans de gestation, sa création officielle date du janvier 1995 avec 8 marques de distribution et 30 industriels de l'agroalimentaire. Il n'est nullement question de langue bretonne au départ mais uniquement d'enjeux économiques et sociétaux.

Le livre paru en 2012 à l'occasion des festivités célébrant les 20 ans de l'association, propose un chapitre sur la langue bretonne au sein de l'association. On y trouve cette affirmation : « *Pour respirer et grandir, l'entreprise crée de la valeur sur son territoire. La langue bretonne doit donc participer d'une démarche de valorisation* »²⁴⁴.

Cette assertion peut paraître surprenante mais elle revêt une réalité économique. Une place à la langue bretonne dans la sphère de l'économie implique qu'elle puisse trouver une justification économique. Cette valorisation peut prendre plusieurs formes et s'apprécier sur différents aspects. Voyons dans un premier temps, comment l'association valorise-t-elle la langue bretonne dans ses actions vers les consommateurs ?

²⁴⁴ Bouëssel du Bourg Malo. *Produit en Bretagne une aventure fabuleuse*, Editions les oiseaux de papier, 2012 p 67.

Un système de fonctionnement ad hoc

C'est en 1998-1999 qu'est créé le collège « Culture et Création ». Ce collège est une ouverture vers d'autres mondes, à la fois distincts des sphères habituelles de l'économie (le domaine de la création et de la culture) mais pourtant étroitement liés aux contingences économiques de la vie : il faut être créatif et se différencier des autres et pour vendre et vivre de son art. Pour que ces deux mondes puissent communiquer et travailler ensemble, l'association interagit avec le domaine de la création et de la culture, par l'intermédiaire des maisons d'édition (presse, livres, musique, vidéo...). L'équilibre de l'échange se fait sur la base de la valeur ajoutée que chacun peut apporter à la construction globale d'un succès :

- L'artiste crée et prend le risque de sa création : réputation, temps consacré...
- L'éditeur détecte le talent par rapport à un espace – temps donné (en fonction des modes et aspirations du moment). Il fait connaître et prend le risque lié à l'édition.
- Le distributeur met à disposition des clients et vend en prenant le risque que son mètre de linéaire consacré à la création affecte sa rentabilité (positivement ou négativement).

Si la création arrivée sous les yeux du consommateur a du succès, c'est l'ensemble de la chaîne et chaque maillon qui doivent parvenir à l'équilibre, sinon la chaîne se délite. Contrairement aux systèmes associatifs vus précédemment, la notion d'échange nécessaire au fonctionnement de l'économie est bien mise en évidence au sein du mécanisme mis en place par l'association au travers des statuts du collège « culture et création »²⁴⁵.

La promotion de la langue bretonne dans le sillage de la culture

L'ouverture de l'association à la langue bretonne date de l'année 1997, la langue bretonne était un élément de l'identité bretonne déjà pris en compte par l'association antérieurement à la création du collège « Culture et création » en 1998-1999. On ne peut aborder la culture et la création en Bretagne sans aborder la langue bretonne, qui en est un élément indissociable. La langue se matérialise principalement au niveau de la création musicale et littéraire. Dans le sillage de la culture, la langue bretonne a donc trouvé une place qui lui a permis de renforcer sa position au sein de l'association.

Au niveau de la musique il existe un grand prix du disque, dont une catégorie « musique traditionnelle » qui se conjugue bien avec la langue bretonne et deux autres catégories :

²⁴⁵ Annexe 63 : Statuts du collège « Culture et création » articles 9 et 10.

« musiques actuelles » et « jeunes artistes » qui ont, elles aussi permis à de jeunes talents de donner une place importante à la langue bretonne²⁴⁶.

Au niveau du grand prix du livre « Produit en Bretagne », il existe aussi une catégorie langue bretonne²⁴⁷. Par rapport aux « grands prix » décernés par Produit en Bretagne en partenariat avec d'autres instances médiatiques (France bleu, Bretagne magazine, ArMen, ...) l'association promeut la langue bretonne et la créativité auprès des consommateurs bretons et autres, sur différents supports.

C'est tout particulièrement au travers des divertissements tels que la musique que les Bretons prennent leur premier contact avec la langue bretonne. Comprendre le titre d'une chanson, d'une danse, le titre d'un livre, ce peut être le premier pas vers la normalisation d'une langue minoritaire dans la société et la découverte plus approfondie d'une langue et de sa littérature.

Les actions commerciales.

Dans le chapitre précédent, nous avons vu une liste des actions de l'association, pour lesquelles la langue bretonne a servi de vecteur de communication. Je propose ici de reprendre quelques-unes d'entre elles et de voir comment la langue bretonne a été utilisée pour participer d'une démarche de valorisation :

- Les campagnes publicitaires bilingues de l'association.

Forte de son budget, l'association communique par l'intermédiaire de différents vecteurs : prospectus, encarts publicitaires, émissions de radio, spots publicitaires mais aussi par voie d'affichage. Au travers de sa communication, l'association poursuit deux objectifs. Le premier concerne son propre marketing afin de donner aux éléments d'identification de l'association, une signification concrète quant aux garanties et valeurs portées par le logo et la marque. Le second objectif est la promotion des produits des membres de l'association, sans jamais mentionner les canaux de distribution de ces produits pour ménager les susceptibilités de la concurrence que se font les distributeurs.

²⁴⁶ Prix du disque Produit en Bretagne : 7 titres en langue bretonne sur 12 titres primés durant les années 2013 à 2015 : Breudeur ha c'hoarezed de Lunch Noazh, Ar bed kloz de Brieg Guerveno, 'N Diaz (album éponyme), Mouezh an Diaoul de Rozenn Talec et Yannig Noguët, Sylvain Barou de Sylvain Barou, Breizh'n'Bass de Miss Blue

²⁴⁷ Bouëssel du Bourg Malo. *Produit en Bretagne une aventure merveilleuse*. Page 60, Edition Les oiseaux de papiers 2012

L'objectif des campagnes de l'association pour le renforcement de la notoriété de la marque « Produit en Bretagne » comprend deux volets :

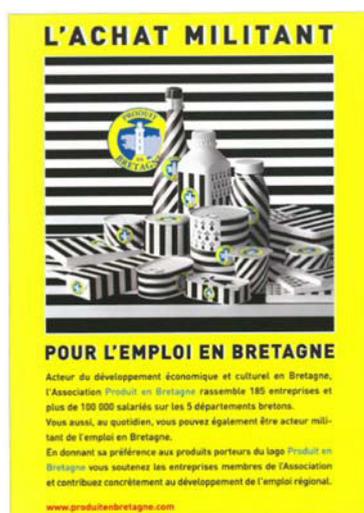
- Communiquer sur les garanties du logo: ce sont les valeurs principales de la charte.
- Rendre toujours plus identifiable le logo de l'association.

Au niveau des valeurs de l'association reprises dans la charte, on retrouve l'emploi, la solidarité, l'action et le pouvoir du consommateur.

Les images suivantes illustrent les différentes campagnes d'affichage :



La communication « institutionnelle » de l'association conserve le cap sur les valeurs de la charte et reste très géographiquement centrée sur la Bretagne (sans référence à la France). La cible est la Bretagne militante mais aussi tous les Bretons, qui vivent en Bretagne et ceux qui l'ont quittée pour différentes raisons.



A partir de 2011, la communication de l'association va changer radicalement de style. Dans sa version indirecte au soutien de l'emploi en Bretagne, l'association va développer une campagne intitulée « je relocalise » qui sera moins marquée territorialement par la Bretagne et qui dans la partie explicative de l'affiche cite en premier lieu la France et en second lieu « ma région », sans référence écrite spécifique à la Bretagne autre que le nom de l'association, « ma région » peut être interprétée par chaque lecteur à sa manière.



Figure 52 : Affiches PEB 2011 Emploi. Source PEB

Les deux affiches précédentes sont à l'unisson avec des campagnes gouvernementales françaises et ont été menées dans un contexte d'élections présidentielles. Cette campagne organisée par l'association atteint son paroxysme, avec l'affiche suivante :



Figure 53: Affiche PEB 2012 Emploi. Source PEB

Cette campagne qui a pris fin en 2012 a pu déstabiliser plus d'un fervent des produits labellisés « Produit en Bretagne ». La présence du drapeau français (plus largement visible que le drapeau breton), la référence persistante à la France, la quasi-disparition du mot Bretagne autre que sur le logo qui dans ce cas signe l'affiche plus qu'il ne met la Bretagne en avant, a pu semer le trouble et brouiller l'image de l'association en l'associant non plus aux valeurs de la charte de l'association, ni même aux débats sociétaux centrés sur la Bretagne mais plus directement aux débats politiques nationaux du moment.

Le second volet des campagnes publicitaires est centré est l'identification du logo de l'association et traduit une volonté d'accroître sa notoriété. Elles sont régulières dans le temps, tout en restant fidèles à un graphisme et à un message, elles trouvent matière à défrayer la chronique par rapport aux lieux où elles sont affichées. Voici quelques exemples d'affiches utilisées pour des campagnes publicitaires réalisées entre 1996 et aujourd'hui. Ces affiches sont d'abord destinées à être utilisées en Bretagne puis à destination de zones hors Bretagne à fort pourcentage d'émigrés bretons : Paris et les régions du « grand ouest » de la France. La première affiche date de 1996. Le logo de l'association est présenté sous forme d'un sceau d'authenticité ou de qualité tel que l'on peut en trouver sur un diplôme. Sans être explicite, le logo se présente comme garant d'un niveau de satisfaction des clients.



Figure 54: Affiche PEB valeur produit 1996. Source PEB

L'affiche est destinée à être utilisée dans les supermarchés membres de l'association. La promotion des lieux de vente des produits labellisés par l'association se fait sans que le lieu de vente ou la marque du magasin n'apparaisse d'une manière explicite.

Les deux affiches suivantes sont à destination des magasins installés en Bretagne. Le label et le lien explicite et fort avec la Bretagne sont mis en évidence.



Figure 55: Affiches PEB 1997. Source PEB

L'affiche ci-dessus, utilisée durant la même période, met en avant le logo de l'association, la Bretagne et ses produits. Au second plan, les images de la ville et de la campagne reflètent deux réalités de la Bretagne actuelle. La juxtaposition de la ville et de la campagne et le logo au centre montrent le lien entre la campagne (production agricole) et les villes (la population urbaine à nourrir), deux mondes reliés par l'association qui œuvre pour le bien de tous. Placé entre la ville et la campagne le logo apparaît comme un élément fédérateur de toutes les réalités de la Bretagne. Le véhicule sur roues, animé par un système de remontoir et les petits traits symbolisant le mouvement donnent une notion de dynamisme au logo.

Une fois établie la notoriété du logo de l'association, les affiches vont évoluer, pour ne citer que le nom de la Bretagne avec un clin d'œil au tube de Johnny Halliday de 1973 : « toute la musique que j'aime... » On peut dire que cette campagne aux couleurs estivales n'a d'autre but que de rappeler aux consommateurs estivaux, le lien très fort entre le label de l'association et la Bretagne.



Figure 56: Affiche PEB 2001. Source PEB

A partir de 2008 et sur 3 ans, la communication de l'association va prendre une nouvelle forme et au même moment, elle s'exporte au-delà des frontières de la Bretagne.

Entre 2008 et 2011, l'association change radicalement sa communication. Pour promouvoir la notoriété du logo, elle va toujours mettre en avant le logo de l'association et elle va trouver son « accroche » et facteur de différenciation par la mise en évidence de la langue bretonne.

Toutes les affiches présentent un triptyque constant : logo / slogan / fond d'image ce qui favorise la rapidité de perception du sujet et la signature de l'organisme.

Le premier ensemble est constitué d'un fond d'image à connotation maritime (estivale ou neutre), du logo en très grand format et enfin du slogan en langue bretonne.



Figure 57: Affiche PEB 2008 en breton. Source PEB

Le second ensemble est constitué par un fond d'image neutre (de couleur bleu-marine), un logo bien visible, mis en scène par une personne qui le croque, et toujours le slogan en langue bretonne qui ne peut pas laisser indifférent. Ce slogan est aussi en grand format, en langue bretonne et traduit en français en plus petits caractères.



Figure 58: Affiche PEB 2009 en breton. Source PEB

Enfin, la troisième affiche se décline suivant les mêmes éléments, avec un fond résolument tourné vers la période estivale, avec sur fond de mer belle, un sac aux couleurs de la Bretagne et quelques produits labellisés « Produit en Bretagne » qui apparaissent.



Figure 59: Affiche PEB 2010 en breton. Source PEB

Sur les trois affiches, la nouveauté réelle est l'utilisation de la langue bretonne comme slogan principal. En plus de la langue, l'effet de surprise est renforcé par la taille des affiches utilisées pour la campagne publicitaire, ce qui à ma connaissance est une première dans l'histoire de la publicité et de la langue bretonne.

L'œil du passant ne peut manquer de voir :

- l'affiche en dimension 4 mètres par 3 mètres, ce qui est le plus grand format communément utilisé en publicité.
- Le logo de l'association qui est mis en premier plan sur l'affiche.
- Un slogan principal inhabituel mis en avant sur l'affiche.
- Qu'il s'agit de mots dans une langue inattendue.

S'il comprend la langue, ce slogan principal retient son attention par l'effet de surprise.

Dans l'alternative, ce qui est la majorité des cas par rapport au public visé, le passant ne peut pas comprendre la langue et il va devoir chercher la traduction en français, imprimée en plus petits caractères pour comprendre. L'ensemble de ces quatre éléments est un assemblage habile vraiment unique sur une même affiche. Oser de telles affiches, c'est faire le pari de différenciation positive, pour que le succès de la campagne soit au rendez-vous.

L'un des slogans utilisé est « Plijadur penn da benn ! ». Pour un brittophone, les mots choisis sont relativement simples, pour une personne qui a vécu un peu Bretagne il peut identifier les mots : "plijadur" et "penn". Les deux mots sont relativement communs. Le mot « penn » se retrouve incorporé à des mots français : le mot « penn », que l'on retrouve dans des noms de

lieux comme « Penmarc'h » ou des lieux-dits : « pennalé » ou « penn ar c'hreac'h » voire pour des noms de personnes (plus de 5300 individus portant le nom de « le Pen » dans le Morbihan). Il entre aussi dans un bon nombre de locutions populaires : « penn kalet » (tête dure, pour celui qui ne veut accepter autre chose), « penn a-dreuz », tête qui montre du mécontentement. Il n'est donc pas rare pour une personne qui entretient des relations avec la Bretagne de trouver la sonorité du mot « penn » familière. Ce mot signifie le début, le bout, la tête, le sommet, l'extrémité... Dans le cas présent, le mot « penn » est utilisé dans une expression populaire qui nécessite une certaine connaissance de la langue : « penn da benn », qui littéralement peut se traduire de plusieurs manières : « du début à la fin », « de bout en bout », « entièrement ». Le mot « plijadur » est un mot commun connu des brittophones et d'un échantillon assez large de la population brittophone ou pas. C'est en effet un mot qui a survécu dans la langue française²⁴⁸, au-delà de son utilisation dans la langue bretonne. Ce nom signifie « plaisir ». Intégré dans le slogan « Plijadur penn da benn », il est donc possible de comprendre les mots et de leur donner un sens, même pour un bretonnant incertain, ou un brittophone débutant. Pour une personne ignorant totalement la langue bretonne une traduction est proposée « du plaisir de bout en bout », ce qui est une traduction assez littérale mais qui permet aux lecteurs de l'affiche de bien identifier les mots qui se trouvent reproduits dans la même séquence : « Plijadur penn da benn » / « Du plaisir du début à la fin ».

Avec la même identification des termes, une autre traduction aurait été possible : « Du plaisir de bout en bout », dans une perspective didactique, elle permet de bien identifier la séquence des mots et de montrer que le mot « bout » en breton, subit un changement, une mutation dans certains cas d'emploi « penn / benn ». Sans chercher à conserver une identité dans la séquence des termes, d'autres traductions plus proches de l'usage habituel du français auraient été possibles. Dans un langage relâché, une traduction telle que « Rien que du plaisir » ou même « Que du plaisir ! » aurait été possible mais l'identification des mots terme à terme était alors plus difficile voire impossible.

La singularité de cette campagne promotionnelle combine une initiative linguistique, un choix de taille de caractères et une localisation inhabituelle pour les lieux d'affichage :

²⁴⁸ <http://www.letelegramme.fr/ar/viewarticle1024.php?aaaammjj=20001128&article=1977200&type=ar>
<http://www.ouest-france.fr/bretagne/guingamp-22200/le-fest-noz-de-plijadur-dans-eu-du-succes-1291665>
<http://www.editionsouestfrance.eu/livre-ma-doue-beniguet-trilingue-fr-breton-gallo.html> Trois exemples de titres de publications régionales récentes utilisant le mot « plijadur » intégré dans l'expression courante en français, sites visualisés le 16 01 2016

- L'utilisation d'une autre langue que le français. Dans un pays où la langue officielle de la république est le français et dans lequel la loi impose que dans le cas de toute utilisation d'une autre langue, celle-ci soit traduite en français sous peine d'un florilège de conséquences fâcheuses et sévères²⁴⁹, il est extrêmement rare de voir une autre langue que celle constitutionnellement officialisée, utilisée dans l'espace public.
- Le rapport de grandeur des polices de caractères utilisées.
Ce rapport des grandeurs de polices de caractères utilisées interpelle le lecteur. Non seulement il va être surpris par la langue utilisée qui ne lui est pas familière (ce n'est pas du français et ce n'est pas de l'anglais non plus) mais encore il va être obligé de lire ce qui est écrit en plus petits caractères pour comprendre. Cette situation qui oblige celui dont la langue est habituellement la langue dominante de devoir lire les petits caractères pour comprendre la publicité contraint le lecteur à un exercice d'humilité positive auquel il n'est pas habitué, tant la place hégémonique de la langue française sur le territoire métropolitain est une évidence indisputable. Pour beaucoup, la découverte d'une langue nouvelle est toujours une source d'enrichissement.
- Troisième et dernier point de différenciation de cette campagne : les lieux où ont été placées les affiches. Lors de cette campagne, l'association est sortie des magasins des adhérents, elle est sortie de sa Bretagne pour aller rejoindre les nombreux Bretons émigrés à Paris.

Le choix du lieu d'affichage de cette campagne dans le métro parisien est plutôt judicieux car il touche potentiellement plus de 4 millions de voyageurs chaque jour²⁵⁰. De plus la nature de ce transport oblige à des périodes d'attentes obligatoires durant lesquelles les voyageurs peuvent observer les affiches.

²⁴⁹ <http://legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000590791&dateTexte=&categorieLien=id>
Circulaire du 20 septembre 2001 relative à l'application de l'article 2 de la loi du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française site visualisé le 16 01 2015

http://www.legifrance.gouv.fr/jo_pdf.do?id=JORFTEXT000000884672 JO du 16/03/1986, page 04256 site visualisé le 16 01 2016

<http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT0000005616341>

Loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française Site visualisé le 16 01 2016

²⁵⁰ http://www.ratp.fr/fr/ratp/c_10556/le-metro-cest-paris/ site de la ratp visualisé le 16 01 2016



Figure 60: Affiche PEB en breton dans le métro de Paris. Source : PEB.

Pour un exercice de communication qui doit permettre à l'association de faire connaître son existence et son logo, on ne peut que saluer ici l'audace créatrice de cette campagne publicitaire et les résultats obtenus sur la notoriété de l'association et de son logo²⁵¹. Par référence à un sondage de 2007, en 2011, la notoriété du logo « Produit en Bretagne » est passée de 90 à 97% en Bretagne. En 2011, cette même notoriété est mesurée à 78% dans les départements limitrophes de la Bretagne (B5) (il n'y avait pas eu de sondage sur cette zone en 2007). En région Île-de-France et sur la même période 2007 - 2011, la notoriété du logo est passée de 21 à 49%.

Le second volet de la communication de l'association concerne la promotion des produits de ses adhérents. L'exercice est relativement délicat lorsqu'il est mené par l'association elle-même car elle se doit de ne pas favoriser l'un ou l'autre de ses adhérents. Cela est particulièrement visible au niveau des différents groupes de supermarchés qui ne sont jamais

²⁵¹ http://www.produitenbretagne.bzh/sites/default/files/pages-fles/une_tres_forte_notoriete.pdf résultats du sondage mené par TMO entre juillet 2010 et janvier 2011, en Bretagne et en île de France site visualisé le 16 01 2016.

cités. Les initiatives publicitaires liées aux produits sont donc laissées à l’initiative des adhérents qui seuls peuvent décider de monter une campagne publicitaire, en utilisant le logo de l’association. Ils peuvent aussi en commun et sous le patronage de l’association décider d’actions commerciales et marketing spécifiques par voie d’affichage, en des lieux et sur des supports variables. L’affiche ci-après vante les produits des membres de l’association sous le patronage de l’association elle-même. Ces campagnes n’ont pas eu recours à l’outil de la langue bretonne.



Figure 61: Affiche PEB 2000 Promotion produits. Source PEB

En guise de conclusion sur ces différentes campagnes d’affichage menées sous l’égide de l’association « Produit en Bretagne » on note les points suivants :

- Les campagnes d’affichages sont réalisées sur de grands formats bien visibles. L’association en organise relativement peu mais elles sont destinées à marquer durablement les esprits.
- Les campagnes ont toutes un objectif précis qui se décline autour des valeurs de l’association, la promotion de l’association et de son logo et enfin la promotion de produits particuliers.
- La langue bretonne a trouvé sa manière de s’afficher à l’occasion de l’une des campagnes. Elle s’est affichée non pas pour assurer la promotion de la langue bretonne mais comme un outil entrant dans le cadre de la promotion. La langue bretonne utilisée de cette manière est un moyen de différenciation puissant et leurs auteurs ont su l’utiliser pour susciter une réaction d’intérêt.

- Les 20 objections à l'utilisation de la langue bretonne dans les entreprises²⁵².

Au-delà de la promotion du logo de l'association et des produits des adhérents, l'association promeut aussi la langue bretonne pour elle-même. Cette initiative vient du groupe de travail « langue bretonne » qui a rédigé un feuillet de 9 pages intitulé :

« *RESPONTOÙ DA 20 DROUGREZON A-ENEP IMPLIJ AR BREZHONEG EN EMBREGEREZHIOÙ* »

« *REPONSES A 20 OBJECTIONS SUR L'USAGE DE LA LANGUE BRETONNE EN ENTREPRISE* »

Ce feuillet est principalement destiné aux personnes qui assument des responsabilités dans les entreprises et qui peuvent agir sur les actions de communication de l'entreprise. Ce document se présente sous la forme de ce qu'il est courant d'appeler une « FAQ », pour « Frequently Asked Questions » qui se traduit en français par une locution peu élégante : « Foire Aux Questions » qui permet cependant de conserver l'acronyme. Il s'en suit une liste de 20 objections auxquelles les membres du groupe de travail « langue bretonne » proposent des réponses. Le fait que ces 20 questions aient été soulevées par des personnes qui occupent des postes de responsabilité dans leurs entreprises rend l'étude de ces questions tout à fait pertinente et intéressante.. L'examen détaillé des 20 points proposés par le groupe de travail « langue bretonne », de l'association Produit en Bretagne figure en annexe²⁵³.

Ces vingt questions constituent un corpus qu'il est intéressant d'analyser dans son ensemble. Pour comprendre l'origine de ces objections, il faut les regrouper selon des dénominateurs communs²⁵⁴, j'ai regroupé les 20 objections en tentant au mieux de les affecter dans l'une des trois racines explicatives suivantes :

- Compétence linguistique interne.
- La perception de l'utilité de la langue.
- La perception des autres par rapport à la cohérence de la communication de l'entreprise. Ces dernières causes ont été réparties en deux catégories : la cohérence de la communication interne, externe (ou les deux).

²⁵² Annexe 66 : Liste complète des objections et des réponses proposées par l'association.

²⁵³ Annexe 67 : Etude détaillée des 20 objections à l'utilisation de la langue bretonne dans la sphère économique.

²⁵⁴ Annexe 68 : Ensemble des données utilisées pour l'analyse des 20 objections

Tableau 9: Synthèse des objections à l'utilisation du breton dans l'économie. Source personnelle

Objections évoquées	compétence interne	utilité	Regard des autres	Cohérence interne	Cohérence externe
1-Je ne parle pas du tout breton.	1				
2-Nous manquons de temps		1			
3-Ce n'est pas utile		1			
4-Cela fait partie du folklore		1			
5-Je soutiens la langue mais pas dans l'entreprise			1	1	1
6-C'est une dispersion d'énergie		1			
7-Difficile car les collaborateurs ne le parlent pas			1	1	
8-La langue des affaires n'est pas le breton, vis-à-vis de la clientèle en particulier étrangère, elle n'a pas sa place.		1			
9-Aujourd'hui, on peut facilement s'en passer, tout le monde parle français.		1			
10-Le breton dans l'économie, cela pourrait faire sourire			1	1	1
11- Nous avons d'autres préoccupations		1			
12- Cela représente un gros investissement alors qu'il n'y a aucune demande.		1			
13- Ce n'est que du symbolique		1			
114-On ne veut pas favoriser l'arrivée d'une caste dirigeante			1	1	
15-L'époque du breton est révolue		1			
16- Vis-à-vis de l'extérieur (hors Bretagne) il faut être dans la séduction, pas dans le militantisme effréné.			1		1
17- Cela va créer de la confusion dans mon message			1		1
18- Pas de place sur l'emballage, trop de choses à mettre.		1			
19- Ce n'est plus le même breton. C'est du breton chimique, hors-sol, coupé de la population...	1				
20-C'est devenu un snobisme.			1		1
Total:	2	11	7	4	5

La classification des objections posées, nous donne la répartition suivante :

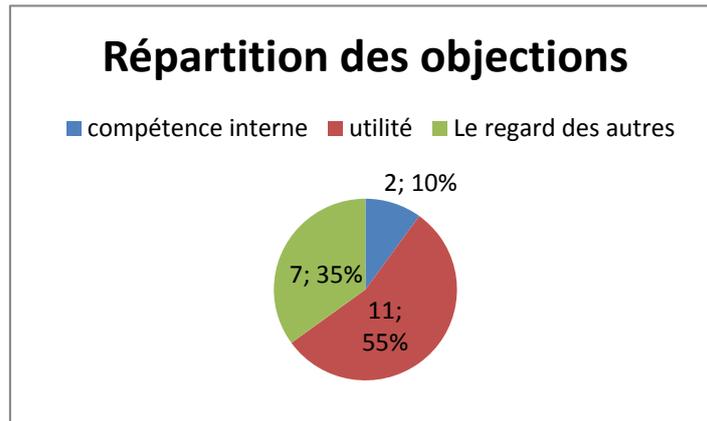


Figure 62: Répartition des objections à l'utilisation du breton dans l'économie. Source personnelle.

Cette répartition révèle les points d'achoppement qui prévalent lors de la mise en place d'une politique de communication intégrant la langue bretonne. Dans l'ordre, on trouve en premier lieu le questionnement quant à « l'utilité » d'une telle démarche : 55% des objections. Pour ceux qui sont convaincus et ont déjà expérimenté l'utilisation de la langue bretonne dans l'entreprise, cette utilité fait sens mais pour se rendre compte de cela, il faut avoir pratiqué et évalué une démarche d'intégration de la langue bretonne dans l'entreprise. Pour ceux qui sont assez loin des sphères de la langue bretonne et de son dynamisme, soit la majorité des habitants de la Bretagne, on voit que cette notion d'utilité n'est pas évidente à concevoir. La nature de l'entreprise étant ce qu'elle est, pour qu'une action soit initiée, il faut qu'elle s'inscrive dans une démarche qui contribue à la progression générale de l'entreprise. Si ce n'est pas le cas, sans même parler d'investissement financier le coût du temps de la mobilisation pour focaliser les énergies, est encore trop élevé car n'ayant aucune valeur ajoutée perçue. Un investissement sur un projet linguistique et vecteur d'identité sort des investissements purement comptables et financiers auxquels les entreprises sont habituées. Il est en effet difficile de calculer un retour sur investissement pour un tel projet qui implique l'humain, l'identité, la société en général et pourtant, les entreprises qui en font le choix y voient un intérêt qui transparaît en filigrane. Le lien entre utilité et investissement linguistique sera abordé dans la troisième partie de ce travail.

Le second obstacle touche au regard des autres, il représente 35% des cas d'objection. Une langue minoritaire véhicule plus que du sens, elle véhicule aussi une différence revendiquée, qui force celui qui l'utilise à transcender sa différence pour en faire, non un outil stigmatisant mais une différenciation positive par rapport à ce qui est utilisé par l'ensemble des personnes qui constituent la norme.

Se démarquer est un risque, voire un pari. Prendre le risque d'être différent des autres implique une gestion de la différence qui doit être manipulée avec tact, ce qui suppose de maîtriser les subtilités de la communication et de la langue.

Ce poids du « qu'en-dira-t-on » semble disproportionné par rapport à l'acte en lui-même. L'utilisation d'une langue, quelle qu'elle soit devrait se faire d'une manière totalement décomplexée. L'utilisation de la langue anglaise, espagnole, allemande, portugaise ne pose de problèmes à personne, au contraire, pour une langue minoritaire de France, on voit ici comment après plus de deux siècles de pilonnage idéologique et de dénigrement de la langue bretonne, les esprits sont durablement marqués. Il est étonnant de voir comment une telle guerre psychologique marque durablement la population d'un pays sur plusieurs générations pour devenir une sorte de plaie ouverte et traumatisante du patrimoine culturel des personnes qui ont été dénigrées, vexées, conspuées par toute l'intelligentsia des tenants de la langue majoritaire. Cet effet retard sur plusieurs générations implique aussi que tout changement ne pourra s'opérer que sur des durées qui excèdent largement une à deux générations.

Lorsque l'on combine les deux principales objections (la perception de l'utilité et le qu'en-dira-t-on), on peut comprendre la réticence des entreprises à se lancer dans un projet qui semble risqué, sans retour économique concrètement chiffrable, sans garantie de succès.

Le troisième point, qui vient loin derrière les deux autres, est celui de la compétence linguistique. Pourtant dans le cadre d'une mise en pratique d'une politique de communication intégrant une langue minoritaire, la maîtrise de la langue est instrumentale et indispensable, pour ne pas complexifier son utilisation pour une communication normalisée.

Par rapport aux objections, le point de la compétence linguistique n'apparaît que lorsque les acteurs ont transcendé leurs propres résistances sur la valeur et l'utilité de la langue et le « qu'en-dira-t-on ». Si les deux premiers points ne sont pas outrepassés, l'absence de compétences par rapport à quelque chose que l'on n'utilise pas n'est jamais ressentie comme un manque réel.

La crainte du « qu'en-dira-t-on » est forte. J'ai cherché à comprendre l'origine du risque perçu par les responsables d'entreprise, selon deux axes importants pour l'image de l'entreprise : d'une part le risque interne par rapport à la cohésion de l'ensemble des membres de l'entreprise et d'autre part le risque perçu par rapport à l'extérieur de l'entreprise : ses clients et ses fournisseurs.

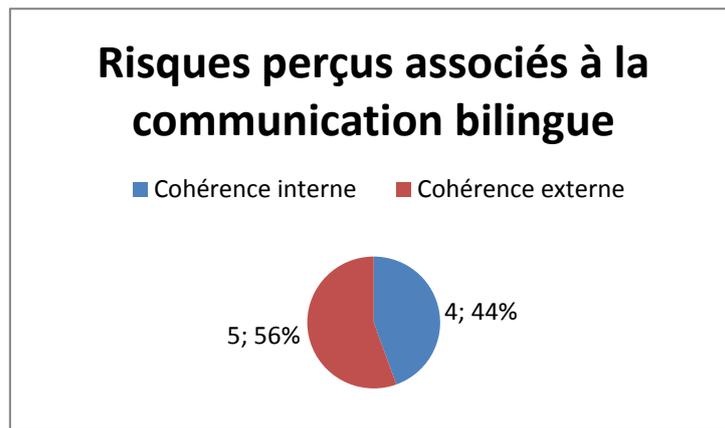


Figure 63: Risques perçus associés à la communication bilingue. Source personnelle.

Les craintes sont partagées à parité, ce qui indique que le problème n'est pas spécifiquement lié à tel ou tel aspect de l'entreprise mais à la société prise dans son ensemble. La majorité des craintes exprimées, 56% des objections, sont focalisées sur les risques associés à la communication par rapport aux personnes extérieures à l'entreprise. Au premier plan, on trouve les clients de l'entreprise qui constituent en quelque sorte la « mine d'or » de toute entité, sans laquelle elle n'a pas vocation à exister. Devant un tel enjeu, on peut comprendre la réticence d'un responsable de la communication d'une entreprise à ne pas risquer de « braquer ses clients » en communiquant avec eux d'une manière incompréhensible ou dissonante par rapport à leurs habitudes, voire aussi par rapport à ses propres habitudes s'il ne maîtrise pas la langue minoritaire. La méconnaissance est toujours un obstacle plus important qu'il n'est en réalité. Pour comprendre les perspectives et les possibilités offertes par une communication différenciée qui intègre l'utilisation de langues différentes, cela implique une éducation ouverte sur les langues quelles qu'elles soient et sur les langues minoritaires, ce qui n'est pas le cas en France. Les seconds acteurs extérieurs de l'entreprise sont ses fournisseurs. Il est important pour une entreprise de préserver ses fournisseurs car ils sont partenaires dans le succès de l'entreprise. Le crédit accordé à l'entreprise par ses fournisseurs est basé sur la perception de sa solidité, toute image dissonante ou mal comprise, risque donc d'être un élément défavorable à l'entreprise. Les enjeux de la communication extérieure sont tels qu'ils plaident pour une neutralité, qui ne déplaira à personne, plutôt qu'une audace qui pourrait impacter négativement la vie de l'entreprise.

Il y a en second lieu, les objections concernent la cohérence interne de l'entreprise (44%) par rapport à l'ensemble des salariés. Ils constituent l'ensemble du savoir-faire de l'entreprise et à ce titre sont un capital majeur pour elle. L'anxiété générée face à une initiative linguistique peut se matérialiser sur plusieurs aspects : l'incompréhension des salariés par rapport à une

démarche à laquelle ils n'adhéreraient pas ;le risque de voir la compétence linguistique détenue par un petit nombre devenir l'élément primordial de différenciation pour les postes à pourvoir ; le risque d'induire deux « clans » dans l'entreprise : les brittophones et les autres... Il faut aussi savoir que lors d'une embauche, utiliser un facteur de différenciation positive par rapport à une compétence linguistique plutôt que de privilégier la compétence métier peut induire des effets catastrophiques pour l'entreprise et sur son climat.

Encore une fois, on peut nettement percevoir qu'il y a des risques à implémenter une nouvelle stratégie qui touche à la politique linguistique de l'entreprise. Si elle est mal introduite, elle peut à la longue s'avérer clivante et destructrice pour l'entreprise. L'un des challenges de l'introduction d'une nouvelle politique linguistique dans l'entreprise est donc son acceptation et sa concrétisation comme élément de richesse de l'entreprise, par le personnel. Cela implique une introduction graduelle dans le temps et dans les zones dans lesquelles la langue minoritaire peut trouver une place adéquate.

Sur la base de cette analyse, on peut dégager 2 axes de communication essentiels qui visent à ce que les entreprises soient mieux conseillées pour l'implémentation d'une utilisation raisonnée d'une composante linguistique minoritaire dans leur communication. Il s'agit d'une part de faire apparaître les raisons pour lesquelles une telle démarche peut être utile et bénéfique aux entreprises en agissant positivement sur l'ensemble du personnel et d'autre part de voir comment une entreprise peut tirer bénéfice de l'intégration d'une langue minoritaire dans sa communication interne et externe. Il faudrait donc, en premier lieu, communiquer sur l'utilité de la démarche et sur ce qu'elle peut apporter de positif tant sur l'esprit d'équipe des salariés, que sur les clients et les fournisseurs de l'entreprise. Le développement de ces deux axes de communication peut être délégué aux responsables nommés par les sociétés pour les aider à définir leur politique de communication : les chargés de communication des entreprises, les responsables des services marketing, les responsables d'entreprises, les agences de communications, les agences de marketing, les imprimeurs qui offrent souvent un service de conception, les entreprises spécialisées dans la communication graphique des entreprises concepteurs de sites web, décoration de véhicules aux couleurs des entreprises ...

- Une campagne annuelle de promotion lors de la fête de la Saint Yves.

Une fois par an, l'association « Produit en Bretagne » coordonne l'ensemble des distributeurs membres pour qu'ils puissent communiquer sur le même support. Cette prouesse est réalisée en ne publiant pas les prix de vente des articles présentés mais uniquement l'avantage

consenti au consommateur durant la période de promotion : soit une économie sur le prix du produit, soit une quantité de produit augmentée.

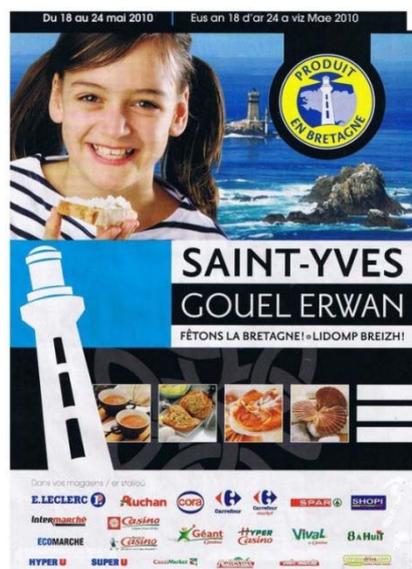


Figure 64: Affiche bilingue PEB. Promotion de la St Yves. Source PEB.

Cette campagne donne lieu à la publication d'un prospectus de plusieurs pages²⁵⁵, qui se lit comme un menu, du début à la fin du repas. La page de garde est principalement en français, avec une traduction du titre principal en breton, la seconde page est une reproduction en français exclusivement, d'une affiche de la campagne consacrée à la relocalisation. Enfin, chacune des pages suivantes commence par un titre en breton traduite en français en plus petits caractères et indique la phase du repas concernée par les produits exposés sur la page en question : du « Dijuniñ lipous » (Petit déjeuner savoureux) aux « Dibennoù-pred lipous » (Fameux dessert) en passant par le « Digor-kalon etre mignoned » (Apéritif entre amis) tout y est !

Sur chacune des pages, chaque description de produit est traduite en breton, il en va de même pour ce qui concerne les lieux de production des articles. Cela est bien visible sur l'extrait de catalogue ci-après.

²⁵⁵ Annexe 69 : Prospectus bilingue de l'association « Produit en Bretagne » proposé en 2012 via les canaux de toutes les enseignes de distribution membres de l'association.



Figure 65: Page bilingue du catalogue PEB St Yves. Source PEB

La dernière page du prospectus se termine par un concours auquel tous les consommateurs sont invités à participer. Cette initiative montre comment l'association arrive à communiquer avec ses membres pour que le collègue des distributeurs, le moins enclin à utiliser la langue bretonne (sur ses sites internet) accepte que le seul prospectus commun de l'année fasse apparaître la langue bretonne. On peut remarquer que cette communication bilingue n'exclut aucune langue, le rapport des deux langues entre elles est équilibré et ne remet jamais en question la lisibilité du message principal. En terme de cohérence de la communication externe, cette initiative est un exemple concret intéressant.

- Numéro spécial de la revue Armen : « brezhoneg & business ».

Un autre exemple de l'activité de l'association « Produit en Bretagne » est visible sous la forme d'un numéro spécial de la revue Armen intitulé « brezhoneg & business ». Il a été publié grâce à la participation active du groupe de travail sur la langue bretonne, en 2011. Le groupe de travail de l'association a développé en partenariat avec l'un de ses membres : les éditions fitamant de Quimper, un numéro spécial « hors série » de la revue « ArMen » consacré à la langue bretonne en entreprise²⁵⁶.

²⁵⁶ ArMen hors-série Brezhoneg & Business - Février / C'hwevrer 2012



Figure 66: Une de couverture du n° hors série de la revue ArMen février 2012. Source ArMen

Ce numéro spécial hors-série de la revue ArMen est rédigé en 2 langues (français – breton).

L'organisation de la revue est la suivante :

- Un éditorial intitulé « Brezhoneg & Business » signé par Yann Rivallain²⁵⁷
- Un avant-propos intitulé « Plijadur Penn-da-benn » signé par Léna Louarn²⁵⁸
- Un article de Yann Rivallain intitulé « Produit en breton – Produet e brezhoneg »
- Un ensemble d'articles regroupés sous le thème « La langue bretonne et l'économie ».
 - « Au fond de mon panier un monde à découvrir / E don va faner ur bed da zizoleiñ » article signé par Malo Bouëssel du Bourg²⁵⁹.
 - « Mon emballage parle breton / Ma fakadur a gomz brezhoneg » (article non signé)
 - « Du breton dans mon supermarché / Brezhoneg em gourmarc'had » article signé par Malo Bouëssel du Bourg.
 - « Le breton sur mon lieu de travail / Brezhoneg war va lec'h labour » article signé par Malo Bouëssel du Bourg.
- Un autre ensemble d'articles est regroupé sous le titre « Faire le premier pas »
 - Dire oui à la langue bretonne (article non signé).
 - Traduction / signalétique, vers qui se tourner ? (article non signé)
 - Signalétique bilingue Un guide de bonnes pratiques. (article non signé)

²⁵⁷ Rivallain Yann est journaliste. Il était alors Rédacteur en chef de la revue ArMen.

²⁵⁸ Louarn Lena Militante bretonne, Vice-Présidente du conseil Régional de Bretagne depuis 2010 et réélue en 2015 en charge des langues de Bretagne.

²⁵⁹ Bouëssel du Bourg Malo : Directeur de l'association « Produit en Bretagne »

- Au-delà des mots le son et l'image (article non signé, inspiré par Samuel Julien²⁶⁰)
- Communiquer hors des sentiers battus, article signé par Yann Rivallain
- Financer l'avenir du breton (article non signé)
- Apprendre le breton en travaillant (article non signé) avec deux encarts spéciaux, l'un sur le « e-learning : le breton à son rythme » et un autre sur « le breton, un plus sur le CV ! »

La revue se termine sur un lexique intitulé : « les mots du boulot ». L'analyse des idées-forces de chaque article se trouve en annexe²⁶¹. L'idée de dédier un magazine à la langue bretonne dans le monde de l'économie est une idée originale pour susciter l'intérêt. Rassembler les réflexions et les expériences sur le sujet permettent de mettre en avant l'existence d'une telle démarche, une introduction au concept et de présenter les éléments d'une démarche structurée pour l'introduction d'une langue minoritaire dans la sphère économique. Cet inventaire permet d'attirer l'attention sur l'ensemble des possibilités offertes par une telle démarche et qu'une telle initiative n'est pas unique mais qu'elle a déjà été implémentée par d'autres, ce qui permet de bénéficier de leur expérience. Le second point est de prendre connaissance d'un ensemble d'outils utiles pour la mise en pratique de la démarche. Cependant leur utilisation et leur lisibilité ne sont pas évidentes lorsque l'on se trouve un peu éloigné du monde de la « brittophonie ». Il n'est pas possible de faire une liste exhaustive de ces outils car tout un chacun peut en créer de nouveau en fonction de son imagination. A titre d'exemple, voici une sélection de ceux qui sont directement accessibles :

- La charte « Ya d'ar brezhoneg / oui au breton » qui sera étudiée en détail dans les chapitres suivants constitue une méthodologie pour entreprendre les premiers pas dans l'intégration d'une langue minoritaire telle que le breton dans le monde de l'économie marchande et non marchande.
- L'office Public de la Langue Bretonne propose des services de traduction pour tout ce qui concerne le vocabulaire moderne utilisé en entreprise.
- Les règles de conception d'une signalétique bilingue intégrée.
- Les moyens audiovisuels pour intégrer la langue bretonne aux productions autres que celles qui se trouvent sur des supports écrits.

²⁶⁰ Julien Samuel : Directeur de l'association DIZALE. <https://fr.linkedin.com/in/samuel-julien-94b44657> profil « Linked in » site visualisé le 03 04 2016

²⁶¹ Annexe 70 : Etude détaillée des articles du numéro hors-série de la revue ArMen consacrée à la langue bretonne dans la sphère économique.

- La communication d'entreprise en breton sur des supports exclusivement en bretons ou pas : une manière de se différencier. Cela concerne les journaux, revues, affiches, radios, télévision...
- Le mécénat d'entreprise.
- La Redadeg (course de relais non compétitive sur toute la Bretagne) : une possibilité festive de supporter la langue bretonne et d'associer les entreprises à la langue bretonne.
- La formation continue à la langue bretonne ou par e-learning (apprentissage de la langue en ligne par internet).

Les initiatives de l'association dans le domaine de la langue bretonne traduisent son dynamisme inventif pour développer l'image de la Bretagne, sa matière première. De ce fait, la langue bretonne est devenue l'une des composantes fortes de l'association. L'intérêt de la différenciation linguistique n'est pas partagé par tous les membres comme étant un facteur suffisamment moteur pour l'économie de leur entreprise, par rapport à ce qu'elle nécessite pour sa mise en oeuvre au sein de leur structure. Pour que la communication de l'entreprise soit dynamique, elle doit être aisée à utiliser et immédiate. On retrouve ici un obstacle déjà évoqué : la disponibilité fluide de la compétence en interne. Cela est confirmé par le fait qu'aucun des adhérents ne s'oppose (idéologiquement) à l'utilisation du breton comme vecteur de communication de l'association.

Cette étude des actions entreprises par l'association « Produit en Bretagne » met en valeur comment la langue utilisée par une entreprise pour sa communication n'est pas un vecteur neutre. Au contraire, c'est un vecteur porteur de sens et apte à créer une différenciation positive quant à l'impact de la communication. L'étude des objections contre l'utilisation de la langue bretonne dans la communication d'entreprise est riche d'enseignement. Au-delà du premier degré de l'objection, on ressent des interrogations et une perception anxieuse légitime créée par la démarche. Aujourd'hui, la dimension psychologique de l'acceptation raisonnée d'utiliser la langue bretonne dans le monde de l'entreprise n'est que trop peu abordée. Elle concerne à la fois les responsables des entreprises qui dans un contexte économique souvent difficile sont récalcitrants à prendre ce qu'ils perçoivent comme un risque à la fois vis-à-vis des salariés de l'entreprise mais aussi vis-à-vis de l'environnement extérieur de l'entreprise. D'un autre côté, on observe aussi que les agences de communication qui pourraient être des vecteurs de promotion et de différenciation n'utilisent pas spontanément l'outil que constitue la langue bretonne, ou les autres langues minoritaires en

général. Sauf cas exceptionnel, ces agences n'ont pas en leur sein du personnel capable de maîtriser la langue, ce qui les expose à une plus grande insécurité professionnelle face à la langue bretonne et le concept du marketing ethnique est considéré comme un tabou en France.

*Etudes des 389 entreprises membres de « Produit en Bretagne »*²⁶².

Le répertoire des membres de l'association « Produit en Bretagne » est un corpus vivant du fait des mises à jour fréquentes du site, tant au niveau des entreprises que des produits labellisés. Hormis les autres sources citées, l'ensemble des données présentées dans ce paragraphe est compilé dans un fichier qui se trouve en annexe²⁶³.

Dans cette étude, j'ai voulu aborder certaines réalités de la situation des entreprises membres, à travers leur communication via leur site internet.

J'ai d'abord quantifié un certain nombre de réalités physiques concernant leur situation géographique, leurs effectifs et leur domaine d'activité. Pour ce dernier point, l'appartenance à un collègue ou un autre de l'association n'étant pas un renseignement de l'annuaire des membres, en fonction de la description d'activité, j'ai choisi de les affecter à l'un ou l'autre des collègues. J'ai ensuite cherché à déterminer comment les adhérents utilisent la marque « Produit en Bretagne », pour leur communication vers l'extérieur : celle qui est principalement à destination de leurs clients. J'ai ensuite étudié comment ils utilisent l'image de la Bretagne, autrement qu'en signalant leur situation géographique d'une manière factuelle, puis j'ai recherché et apprécié l'utilisation de la langue bretonne dans leur communication : site bilingue, noms des produits...

Pour ce qui concerne les réalités physiques des membres, j'ai recensé les 289 entreprises membres. Dans quelques rares cas, j'ai dû procéder à des arbitrages, c'est le cas des entreprises qui partagent les mêmes salariés pour deux entités juridiques distinctes, ou pour les structures qui regroupent d'autres structures, même si elles sont juridiquement indépendantes (sièges de groupe de distribution par exemple). Dans ces différents cas, je me suis efforcé de conserver la notion d'entité physique réelle (c.-à-d. dans le cas du siège d'un groupe) j'ai retenu ce que représente physiquement le siège du groupe pour les effectifs par exemple). Ces arbitrages touchent moins de 1% des adhérents.

²⁶² Entreprises membres de « Produit en Bretagne » au 31 décembre 2015 et répertoriée dans la section annuaire des membres. <http://www.produitenbretagne.bzh/annuaire-des-membres> Site visualisé entre le 26 et le 31 décembre 2015.

²⁶³ Annexe 71 : Liste des membres de l'association « Produit en Bretagne ». Listenn an izili.

La répartition des localisations des entreprises membres par département est la suivante :

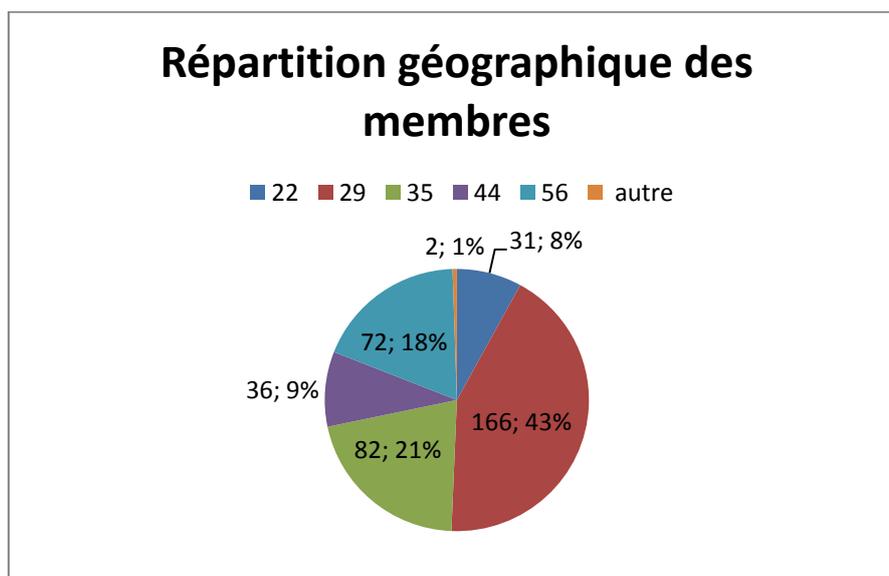


Figure 67: Répartition des membres PEB en fonction de leur localisation (2015). Source : personnelle

On retrouve ici une répartition similaire à celle présentée lors de l'assemblée générale de 2014. L'ensemble des entreprises membres est passé de 360 à 389, soit une croissance de 7,5%. La croissance n'est pas uniforme pour tous les départements : proportionnellement, la présence du Finistère est plus faible de 4 points et celle des Côtes-d'Armor régresse d'un point. Ces 5 points se redistribuent quasi également sur le Morbihan (+2%), L'Ille-et-Vilaine (+1%) et la Loire Atlantique (+1%), enfin les entreprises basées hors Bretagne représentent (1%) de l'ensemble (elles n'étaient pas mentionnées en 2014). Cette progression caractérise un intérêt certain pour la marque, ce qui signifie que les membres attribuent une valeur économique à l'apport de l'association. Sur 2 ans, tous les départements ont progressé en nombre d'adhérents (même si pour les Côtes-d'Armor, cette progression n'est que de 1 pour cent). La majorité des entreprises représentées est basée dans le Finistère (42%), le département d'Ille-et-Vilaine suit avec la moitié du nombre finistérien : 21% des membres, le département suivant est le Morbihan il représente 18% des adhérents. Viennent ensuite le la Loire-Atlantique (9%) et les Côtes-d'Armor (8%), à quasi-parité.

Nous pouvons représenter les membres de l'association, comme un train dont la locomotive est le Finistère, le second wagon est celui de l'Ille-et-Vilaine et de Loire Atlantique et enfin deux petits wagons le Morbihan d'une part et les Côtes-d'Armor d'autre part. Si l'on recoupe ces chiffres avec la réalité géographique on trouve les poids lourds de part et d'autre d'un axe plus faible : le Finistère avec 42% des membres, La Loire-Atlantique et l'Ille-et-Vilaine qui regroupées représentent 40% des membres, soit plus de 80% des adhérents et un axe central nord-sud, plus faible qui représente moins de 20% des membres.

Cette configuration peut s'expliquer par une zone ouest qui revendique ce qu'elle est, en particulier par rapport à ses éléments identitaires dont fait partie la langue bretonne. A l'est aux marches de la Bretagne, on retrouve des produits fabriqués en Bretagne mais qui peuvent souffrir d'une perception plus confuse quant à leur identité. Cette confusion, entretenue par la politique et l'administration française est d'ailleurs dénoncée par certains acteurs politiques et économiques locaux²⁶⁴. L'appartenance à l'association répond dans ce cas un besoin de clarification identitaire de l'origine des productions. L'apposition du label « Produit en Bretagne » dans une zone qui en est exclue administrativement est un vecteur fort de cette identité, sans nécessairement devoir faire référence à la langue. Entre ces deux blocs, on retrouve des zones mixtes, qui sont clairement identifiées comme étant bretonnes d'un point de vue historique et administratif mais qui n'ont pas la même homogénéité par rapport aux éléments identitaires de ces deux départements, à commencer par la langue. Le découpage départemental imposé en 1790, sans aucun respect des bassins de vie ou linguistiques des habitants dilue la propre identité des habitants. Ceci était l'un des objectifs visé afin d'accélérer la génération de citoyens uniformisés et « égaux » sur une entité géographique indifférenciée : le territoire national²⁶⁵.

D'autre part, trois départements n'ont pas de situation d'ambiguïté linguistique interne par rapport à leur identité. Cela va de 100% de langue bretonne sur l'ensemble du territoire finistérien, à un quasi 100% de langue de tradition galloise sur la zone est : Ille-et-Vilaine et dans une moindre mesure en Loire-Atlantique. Dans le Morbihan et dans les Côtes-d'Armor, le mixte des deux langues (bretonne – galloise), peut introduire une différence de perception des langues au sein même des deux départements. La faiblesse de cet axe central nord-sud peut provenir de la juxtaposition des deux langues dans la même entité administrative, ce qui peut faire perdurer le ressentiment dévalorisant associé à la langue bretonne, après les campagnes de dénigrement de la langue bretonne orchestrées sur plusieurs siècles.

Pour ce qui concerne les secteurs d'activité, j'ai classé chaque entreprise dans le collège qui me semblait le plus approprié en fonction des éléments recueillis sur les sites internet des entreprises. Une même entreprise peut avoir deux ou trois activités. Aussi, en fonction de ma perception de l'activité principale j'ai donc choisi d'affecter les entreprises dans tel ou tel collège. Il est à noter que je n'ai pas été affecté par la classification de l'association dans la

²⁶⁴ Coraud Alan, *Sauvons le Muscadet d'une mort programmée*, éditions Yoran Embaner ISBN 978-2-916579-82-5, 2015.

²⁶⁵ La première proposition de découpage des départements faite à l'Assemblée Nationale consistait à superposer un damier sur le territoire. Proposition Sieyès Thouret de 1789. http://www.assemblee-nationale.fr/histoire/thouret_division1.asp site visualisé le 27 08 2016.

mesure où l'annuaire des membres proposé sur le site n'indique pas le collège d'appartenance. Par rapport à mon classement, j'obtiens la répartition suivante :

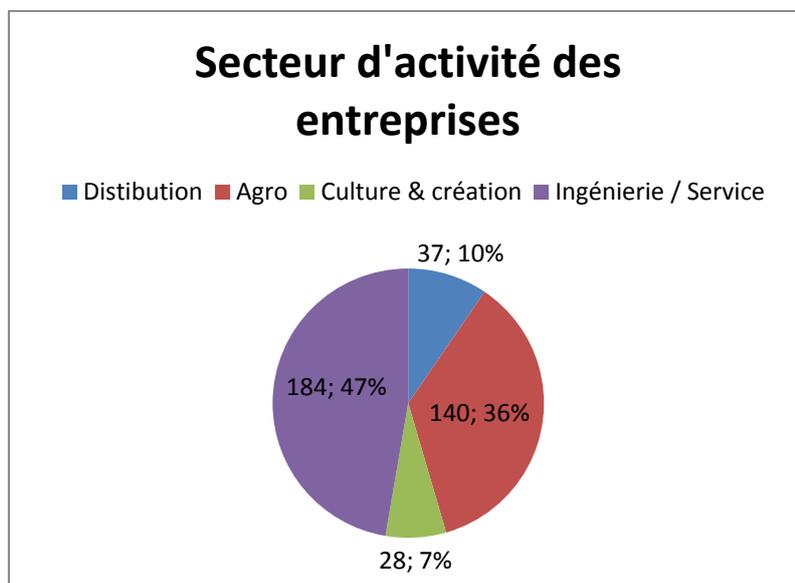


Figure 68: Répartition des entreprises membres en collèges (Déc. 2015). Source : personnelle

Par rapport aux chiffres publiés par l'association lors de l'Assemblée Générale de 2014, on peut constater des variations, qui peuvent s'expliquer par mon classement en collège par rapport à celui effectué par l'association et par l'intégration de nouveaux membres. On remarque cependant que les grandes masses d'entreprises classées par activité sont similaires. On constate une décroissance relative de la place des industries de biens de consommation courante et de la culture et une croissance relative de la place des distributeurs et des entreprises de service et d'ingénierie qui représentent la plus forte part de l'ensemble (47%).

Le premier collège d'un point de vue numérique est celui des services et de l'ingénierie. Au niveau des métiers représentés, ce collège est le plus éclectique car les services et l'ingénierie peuvent comprendre des métiers aussi divers qu'une société de transport et logistique, ou un cabinet d'études marketing et stratégie, une entreprise de gardiennage comme une association d'avocats ou des écoles. Cette diversité est certainement un facteur de richesse au sein du collège mais aussi dans les échanges inter collèges. Le second collège est sans surprise, l'ensemble des producteurs de biens de consommation courante et parmi lesquels on retrouve une majorité d'entreprises de l'agroalimentaire. Ce collège représente 36% de l'ensemble des adhérents. C'est un collège dans lequel il y a des évolutions liées à des rachats d'entreprises et même si le nombre des entités est relativement important par rapport aux deux autres collèges, une étude visant à déterminer celles qui ont des liens juridiques entre elles, diminuerait le nombre d'établissements répertoriés (sans que cela ne remette en cause

l'importance numérique de ce collègue). Le troisième collègue est celui des distributeurs, il est composé de trois entités, les supermarchés, les entreprises de restauration hors domicile et les entreprises de vente par internet. Comme nous l'avons vu, les règles de formation du directoire de l'association permettent de garantir une représentativité importante à ce collègue, malgré sa faible représentation numérique : 10% des membres. Au-delà de cette représentativité, ce collègue a quelques prérogatives particulières sur deux plans importants. Ils ont un pouvoir important par rapport à ce qu'ils proposent à leurs clients. En ce sens, ils peuvent être perçus comme les faiseurs de bonnes ou de mauvaises fortunes des fournisseurs. La seconde position de force du collègue des distributeurs est liée à la masse financière qu'ils représentent. L'ensemble de ces points fait qu'en fine le collègue le plus puissant reste celui des distributeurs. Enfin à parité numérique avec le collègue des distributeurs nous trouvons le dernier né des collèges, celui de la culture et de la création. C'est un collègue d'ouverture aux plus petites entités, ou aux entités en devenir. Ce collègue sert deux propos : d'une part, il permet à de petites entreprises d'avoir accès à la surface médiatique importante offerte par l'association « Produit en Bretagne » et en cela on peut dire que c'est un accélérateur de notoriété, d'autre part cela permet aux distributeurs d'utiliser l'association comme un détecteur de talents, générateurs potentiels de revenus. Ce collègue est ouvert à tous les créateurs dans trois domaines : les éditeurs quel que soit le support utilisé, la catégorie « art de vivre » qui regroupe tout ce qui peut associer la Bretagne à l'art pratiqué : restauration, hôtellerie, création artistique ... et enfin le collègue des entreprises créatrices ou gestionnaires d'événements culturels ou de loisirs. La répartition de chaque type d'activité par département diffère sensiblement d'un département à l'autre. Le graphique suivant en pourcentage de l'ensemble des membres de chaque département illustre cette variabilité.

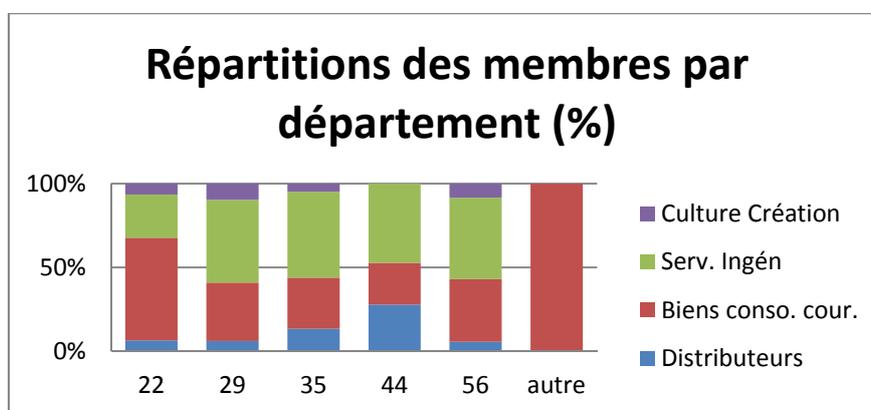


Figure 69: Répartition des populations de collèges par département. Source personnelle.

Les éléments notables de ce graphique nous montrent plusieurs faits marquants quant à la répartition des secteurs d'activité dans chaque département :

- La part prépondérante de l'industrie agroalimentaire (biens de consommation courante) dans les Côtes-d'Armor (60% des membres), ce qui est notable dans un département généralement faiblement représenté parmi les adhérents.
- La part importante des services et de l'ingénierie dans tous les départements.
- La part importante du secteur de la distribution parmi les membres de la Loire-Atlantique (33%).

Pour synthétiser ce premier regard global sur les adhérents de l'association « Produit en Bretagne », on trouve :

- la catégorie des distributeurs numériquement minoritaires mais détentrice d'une part représentative plus importante dans l'association et d'autre part de la majorité du pouvoir économique.
- Les fournisseurs de la grande distribution, principalement des fournisseurs de produits agroalimentaires est une autre catégorie numériquement importante mais en décroissance relative.
- Le groupe « culture et création », associé à la grande distribution offre une possibilité de développement et de diffusion de la culture bretonne vers le plus grand nombre. Pour eux, le label « Produit en Bretagne » offre la possibilité d'une surface de communication élargie et la possibilité d'accéder à une certaine « notoriété ».
- Enfin, le dernier groupe « services et ingénierie » est plus éclectique et nettement plus indépendant du collège des distributeurs. Ce groupe constitue pour l'association une ouverture majeure vers une diversification enrichissante. Ce dernier groupe, important numériquement, trouve très clairement « autre chose » dans l'association que le seul attrait d'un avantage financier direct. Il permet aussi à l'association d'accroître sa notoriété et sa popularité au sein de la population.

Cette recherche « d'autre chose » qu'un avantage financier ou de notoriété par les entreprises membres de l'association amène à rechercher l'origine de ces autres motivations au travers de l'affichage volontaire des membres, de leur appartenance à l'association et de l'utilisation de la Bretagne pour la promotion de leurs produits ou de leurs activités. Cette étude est limitée aux entreprises membres qui possèdent un site internet. Elles représentent un effectif de 363 entreprises sur un ensemble de 389 soit 93% d'entre elles. Les 26 entreprises membres qui ne possèdent pas de site internet (7%) se trouvent dans les secteurs suivants :

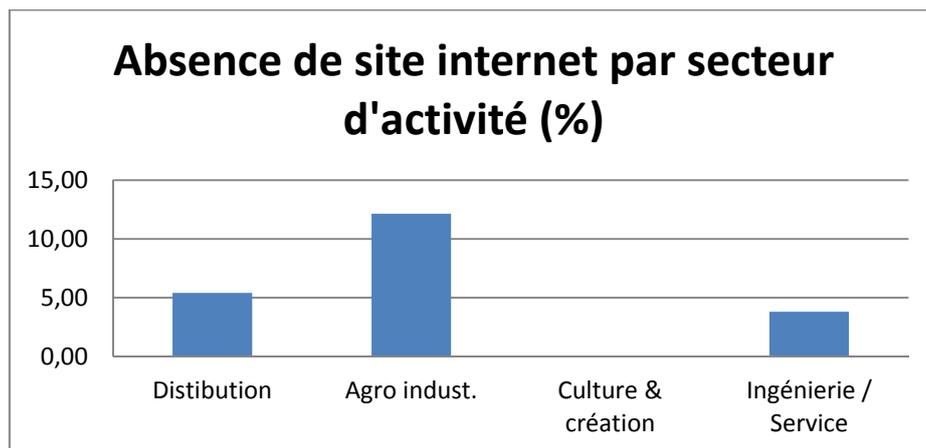


Figure 70: Entités sans site internet par collège membre PEB. Source personnelle.

L'absence de site internet touche donc principalement les industriels de l'agroalimentaire (12% des entreprises). Cela caractérise donc un secteur qui ne ressent pas le besoin de communiquer au grand public en s'inscrivant dans le commerce entre professionnels : Business to Business (communément appelé le « B to B »). Il en est de même pour le secteur des services limités aux professionnels, ou pour deux sociétés de distribution spécialisées dans la RHD mais à destination des professionnels ou de sièges de sociétés.

Ce préliminaire étant fait, le corpus restant est de 363 sites d'entreprises membres de « Produit en Bretagne » et présentes sur internet. Ce corpus est constitué d'entreprises qui veulent communiquer au grand public. Ils se répartissent de la manière suivante en fonction des départements :

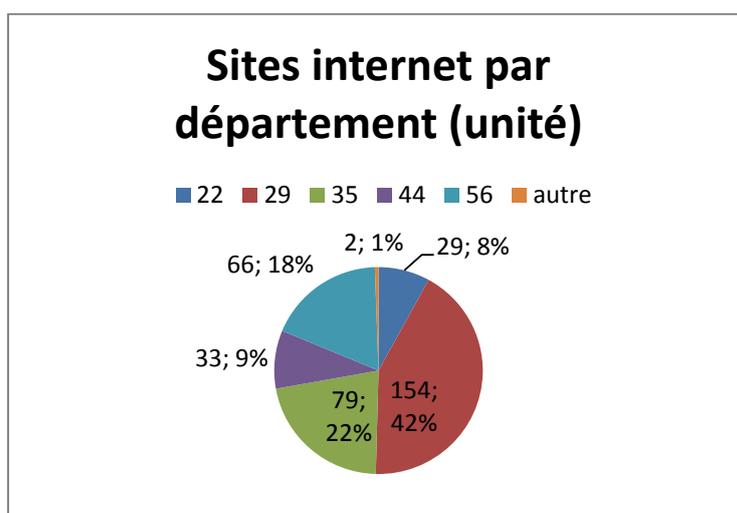


Figure 71: Entités PEB avec site internet, par département. Source personnelle.

En fonction des départements, le taux de présence de site internet pour l'ensemble des entreprises membres varie de 91 à 100%. Sans surprise, nous retrouvons une distribution similaire à celle réalisée pour l'ensemble de membres.

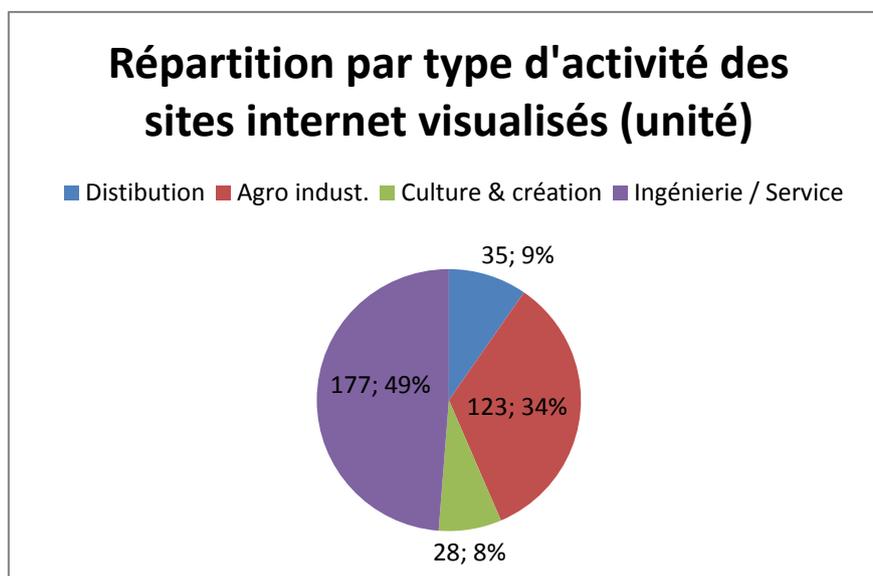


Figure 72: Répartition des sites membres PEB, par collège Source personnelle

Pour la répartition par secteur des entreprises membres qui possèdent un site internet, on retrouve aussi la même répartition que pour l'ensemble des entités membres. On remarque que la distribution des entreprises qui possèdent un site internet est représentative de l'ensemble des entreprises adhérentes tant pour la répartition par département que pour la répartition par secteur d'activité. Ce corpus restreint à 363 entités est bien un échantillon représentatif de l'ensemble des entreprises membres de l'association « Produit en Bretagne ». Il est difficile de cerner l'ensemble des motivations qui poussent les entreprises à adhérer à l'association tant elles peuvent être diverses. On peut dire que cette adhésion nécessite des efforts particuliers dans la mesure où l'adhésion donne plus ou moins de droits en fonction des collèges d'appartenance mais elle impose des devoirs à tous ses membres. Les devoirs sont matérialisés par des frais initiaux d'adhésion, une cotisation annuelle, un investissement en temps pour participer aux activités de l'association, une certaine transparence financière plus ou moins importante en fonction des collèges considérés et enfin une mise en commun des atouts de son réseau professionnel.

En dehors de ces aspects plutôt matériels, l'intérêt des membres peut aussi résider dans l'image extérieure que donne cette appartenance à la société membre. Pour cela, j'ai étudié l'utilisation de la qualité de membre de l'association, comme vecteur de communication au travers des sites internet. Dans un deuxième temps, j'ai cherché à dénombrer les entreprises

qui utilisent la Bretagne comme autre vecteur de promotion des produits ou services vendus. Dans un troisième temps, j'ai étudié l'utilisation de la langue bretonne dans la communication des entreprises.

La première contrepartie de l'investissement dans l'association, est de pouvoir utiliser le logo qui véhicule les valeurs de l'association ainsi qu'une notoriété importante particulièrement en Bretagne. L'ensemble des membres se divise en trois parties :

- les entreprises qui n'utilisent pas le logo ou qui l'utilisent d'une manière qui est difficilement identifiable.
- Les entreprises pour lesquelles l'accessibilité au logo nécessite un effort particulier : identifier le logo sur des photographies de produits, d'un bâtiment ou d'un véhicule, par exemple.
- Enfin les entreprises qui mettent le logo en pleine visibilité.

Le graphique ci-après illustre la situation du corpus des entreprises membres par rapport à la visibilité du logo de l'association :

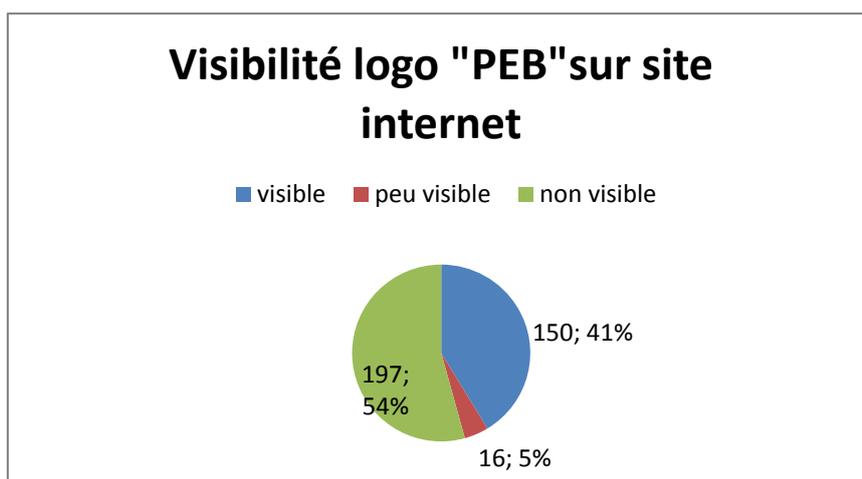


Figure 73: Visibilité du logo PEB sur les sites des adhérents. Source personnelle.

Une étude complète de l'utilisation du logo par les membres de l'association est présentée en annexe²⁶⁶. On peut tirer les conclusions suivantes sur l'utilisation du logo :

- Plus l'entreprise est nationale ou internationale et traite de nombreux produits, plus il est difficile de distinguer l'appartenance de l'entreprise au réseau « Produit en Bretagne ». La grande distribution ne crée pas pour ainsi dire, elle rapproche l'offre de la demande, ce qui est une action qui est de plus en plus « hors-sol » aujourd'hui par les plateformes internet.
- Le marqueur « Produit en Bretagne » concerne principalement les consommateurs et les producteurs qui ont une conscience que l'appartenance à un territoire a une

²⁶⁶Annexe 72 : Utilisation du logo et de l'image de la Bretagne par les membres de PEB.

importance par rapport à leur production. L'affichage du logo est un choix facultatif et personnel qui reflète la volonté des entrepreneurs.

- Plus le lien est fort entre le produit et la Bretagne (en particulier dans le secteur de la culture et de la création) plus l'image du logo fait sens aux membres. Cela est aussi perceptible pour le collège « service et ingénierie » : quand le service ou l'objet est très technique et donc moins lié au territoire, le logo n'apparaît pas d'une manière aussi spontanée.

Par rapport aux statuts de l'association, la garantie du logo est multiforme. Il y a bien sûr une garantie par rapport au produit mais aussi l'aspect de l'enracinement local pour l'emploi, pour la langue, par rapport au respect des salariés, de l'environnement, de l'éthique et des valeurs au sens large du terme, ne transparaît pas dans la communication des entreprises en général. Pourtant ces aspects, indépendants du produit ou du service, m'apparaissent comme un atout pour toutes les entreprises, indépendamment de leur secteur d'activité. C'est certainement un axe de réflexion intéressant pour l'association qui a récemment trouvé le moyen de resserrer le lien entre les producteurs et les consommateurs par l'affichage du nombre de salariés sur certains produits labellisés « Produit en Bretagne ».

Dans le cadre du marquage territorial des entreprises et des produits, j'ai quantifié l'utilisation de l'image de la Bretagne dans la promotion et la vente de produits. J'ai éliminé les mentions purement factuelles de l'adresse des membres, pour retenir uniquement les membres qui font une mention appuyée de leur localisation en Bretagne, parfois renforcée par l'utilisation de photographies, pour la promotion de l'entreprise ou des produits. Le résultat global de cette étude est illustré par le camembert suivant :

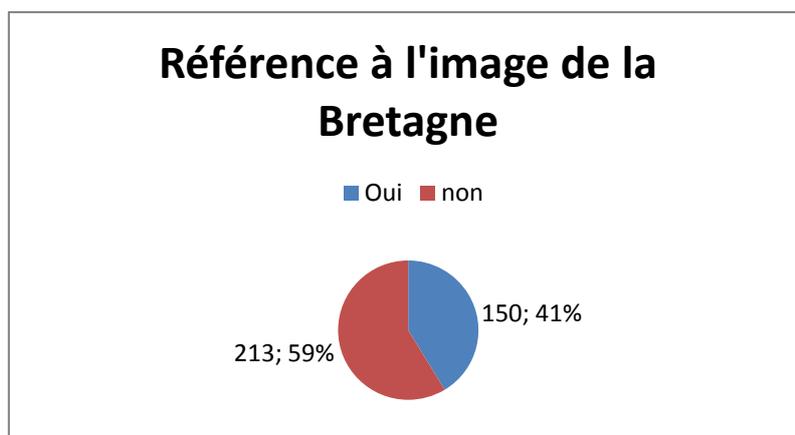


Figure 74: Référence à l'image de la Bretagne sur les sites internet des membres PEB. Source personnelle.

Par rapport à l'analyse qui figure en annexe, on peut tirer plusieurs conclusions :

- Pour les entreprises ayant une vocation nationale ou internationale dans le secteur de la distribution, l'image de l'association (logo) ou celle de la Bretagne ne sont pas des éléments suffisamment marquants pour qu'il y ait un intérêt à les utiliser pour la promotion de leurs produits ou services. Cet état de fait peut sembler « normal » à cette échelle mais certainement pas inévitable. Les économies d'échelle qu'offrent les sites internet nationaux s'accommodent assez mal des spécificités locales, qui peuvent être plus avantageusement portées par les responsables locaux. Une possibilité de personnalisation des sites internet des grandes chaînes nationales ne semble pas hors de portée par rapport aux techniques informatiques actuelles.
- Pour les entreprises qui délivrent des biens ou des services pas nécessairement liés à la Bretagne, le logo de l'association est un élément marqueur d'identité. Par exemple, un photocopieur asiatique n'a que peu à voir avec l'image de la Bretagne, par contre la revendication d'être une entreprise bretonne de service d'installation de photocopieurs japonais peut subsister sans problème.
- Les entreprises qui trouvent une partie de l'essence même de l'âme de leurs produits dans la matière de Bretagne : art, musique, cuisine... privilégient l'image « concrète » de la Bretagne à celle du logo de l'association, sans délaissier pour autant le logo de l'association.

D'une manière quantifiée, la répartition des entreprises utilisant les marqueurs identitaires liés à la Bretagne s'établit comme suit :

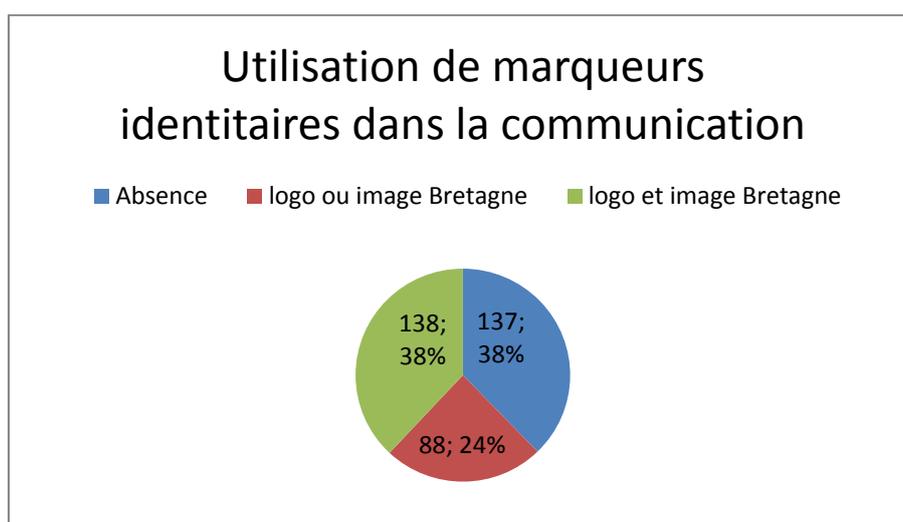


Figure 75: Utilisation des marqueurs identitaires par les membres de PEB. Source personnelle.

38% des entreprises membres qui communiquent sur internet ne font pas cas de leur localisation ou de leur présence sur le territoire de la Bretagne.

62% des entreprises revendiquent clairement leur appartenance au territoire sur lequel elles se situent. 38% de l'ensemble utilise la double image de la Bretagne et de l'appartenance à l'association. Ce double message peut se comprendre comme deux éléments complémentaires et distincts qui recouvrent deux notions différentes : territorialité et valeurs, deux éléments qui se renforcent l'un et l'autre par leur juxtaposition.

Après avoir étudié ces deux marqueurs identitaires qui définissent une territorialité, une culture et des valeurs, intéressons-nous maintenant à un marqueur identitaire fort en Bretagne : la langue bretonne.

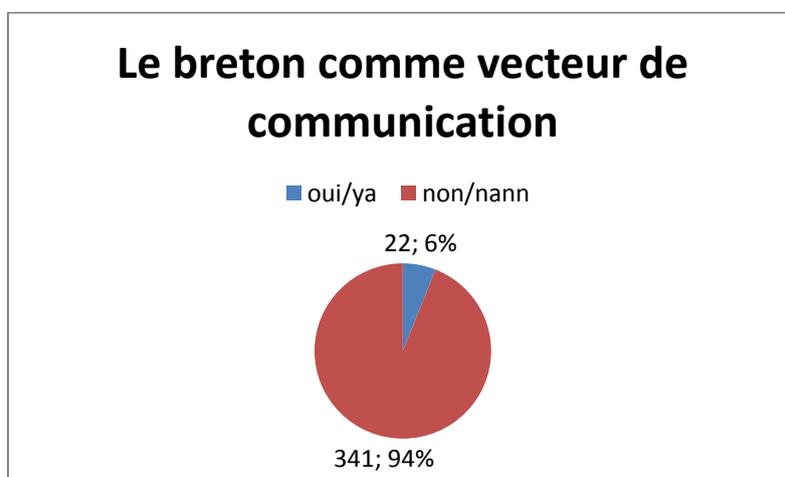


Figure 76: Part des membres de PEB qui utilisent la langue bretonne sur internet. Source personnelle.

22 des 363 membres de l'association « Produit en Bretagne », présents sur internet utilisent la langue bretonne comme vecteur de communication, cela représente 6% du total. La langue bretonne, minoritaire, est un marqueur d'identité fort : elle est parlée par un faible pourcentage de la population mais c'est une langue reconnaissable et identifiable en Bretagne par une majorité d'habitants si l'on en reste sur les noms propres ou communs les plus connus : Breizh, kenavo, degemer mat, ti (aussi orthographié « ty »), mat (aussi orthographié « mad ») et les noms des grandes villes de Bretagne, maintenant communément inscrits dans les deux langues (français-breton) sur les panneaux d'entrée et de sortie des agglomérations²⁶⁷.

²⁶⁷ Le Squère Roseline *Une analyse sociolinguistique des marquages du territoire en Bretagne : toponymie, affichage bilingue, identités culturelles et développement régional* Rennes 2 thèse soutenue en 2007.

Dans une région dont la langue majoritaire est la seule langue parlée par la totalité de ses habitants, la langue minoritaire revêt une position symbolique, la langue peut être aussi l'un des vecteurs de communication utilisé dans l'entreprise. C'est le cas pour les centres de formation à la langue bretonne. Entre ces deux bornes extrêmes allant de la langue utilisée d'une manière symbolique à la langue utilisée d'une manière vernaculaire, toutes les possibilités de proportionnalité dans le mélange de ces deux composantes existent.

Si l'on observe la fréquence d'utilisation de la langue minoritaire par département, on obtient la distribution suivante :

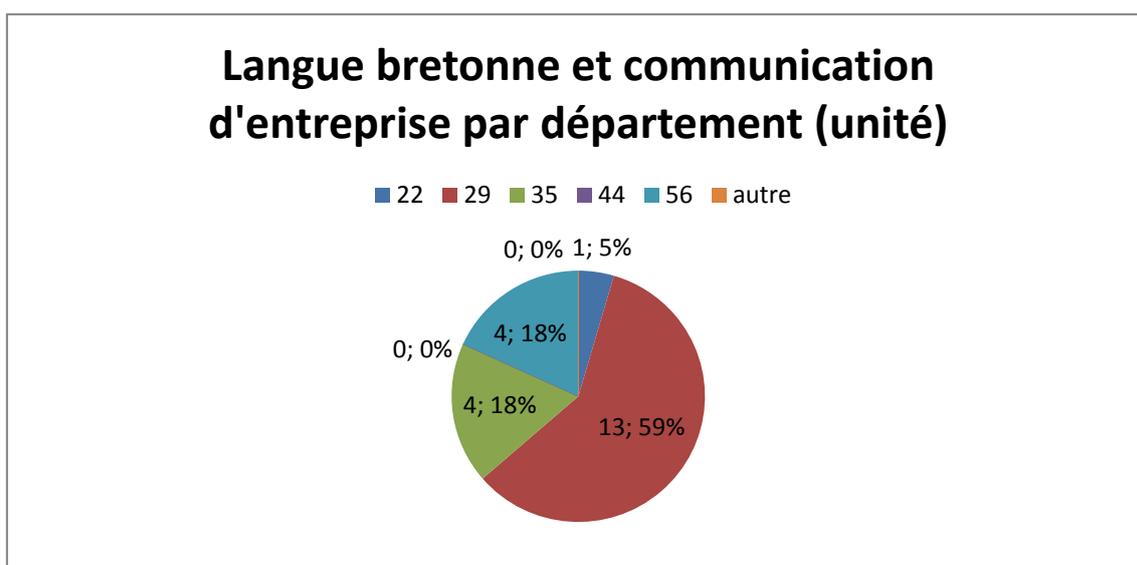


Figure 77: Répartition des membres PEB qui utilisent la langue bretonne sur leur site internet. Source personnelle.

D'une manière attendue, le Finistère représente près de 60% des entreprises qui communiquent en breton. C'est le seul département dont l'intégralité du territoire est sur la zone bretonnante. A égalité, viennent ensuite le Morbihan et l'Ille-et-Vilaine avec 18% du total des entreprises qui utilisent la langue bretonne comme vecteur de communication. Le Morbihan est partiellement implanté sur la zone bretonnante de la Bretagne et l'Ille-et-Vilaine est une terre d'émigration pour les Finistériens qui choisissent de s'y établir pour des raisons principalement économiques et professionnelles. La situation des Côtes-d'Armor est géographiquement et linguistiquement similaire au Morbihan. Sa faible représentativité au sein de l'association « Produit en Bretagne » renforce sa faible position dans l'utilisation de la langue bretonne dans les entreprises. La Loire-Atlantique ainsi que les entreprises situées hors Bretagne n'utilisent pas la langue bretonne sur leurs sites internet. La compétence linguistique y est plus difficilement disponible.

Les valeurs absolues permettent de voir où se situent les entreprises qui utilisent le breton dans leur communication mais ne donne pas une grande relativité quant à la pénétration de la langue bretonne sur les différentes entreprises de chaque zone. Si l'on retient comme base, l'ensemble des entreprises membres possédant un site internet, dans chaque département, nous trouvons les pénétrations suivantes :

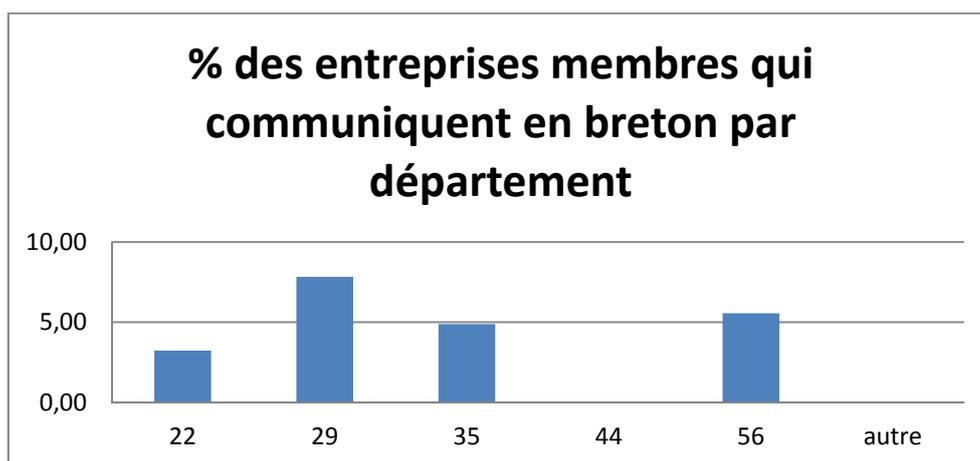


Figure 78: Pénétration de la langue bretonne sur les sites internet des membres de PEB. Source personnelle.

En fonction des départements, cette pénétration se situe entre 0 et près de 8%. Le Finistère est en tête avec 8% des membres qui affichent une utilisation de la langue bretonne. Le Morbihan et l'Ille-et-Vilaine, avec leur 5 à 5,5% d'entreprises sont des exemples intéressants car l'un des départements est partiellement en zone bretonnante et l'autre ne l'est pas. Ceci signifie que la langue bretonne peut s'exporter dans les départements limitrophes à l'est de la Bretagne. L'absence d'utilisation de la langue en Loire-Atlantique reflète sans doute la faible représentativité de l'échantillon étudié par rapport à l'ensemble des entreprises du département, une compétence linguistique en breton moins dense que dans les autres départements et un positionnement politique ambigu du fait de l'écartèlement de la capitale historique de la Bretagne de la Région administrative Bretagne. Ce « brouillage des cartes » a un impact sur la notion d'appartenance des habitants de Loire-Atlantique à la Bretagne. Il y a d'un côté un département et de l'autre la Bretagne (B4), une entité culturellement et géographiquement plus vaste, dont la Loire-Atlantique est tenue à l'écart. Au-delà du découpage territorial, il est intéressant d'examiner l'utilisation de la langue bretonne, par secteur d'activité.

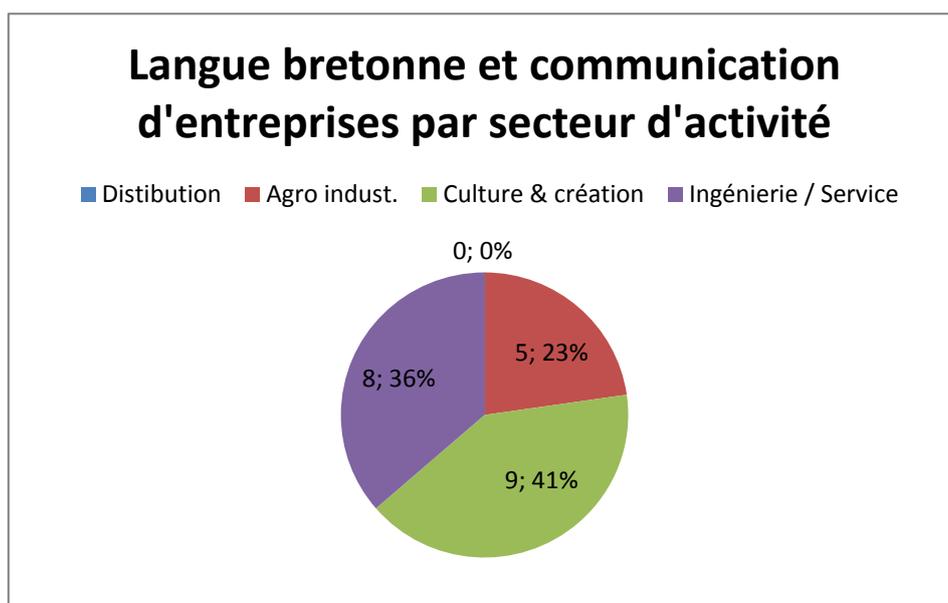


Figure 79: Communication en breton par collège PEB. Source personnelle.

Nous avons déjà noté l'absence d'utilisation du logo de l'association et de l'image de la Bretagne, dans le secteur de la grande distribution. La langue bretonne est également absente de la communication des membres du collège des distributeurs. Pour ce secteur d'activité, au niveau des entités locales, il existe d'autres supports de communication (affiches, panneaux de bienvenue...) qui utilisent la langue bretonne. Cela montre qu'il existe le même attachement à la Bretagne pour les responsables de magasins basés en Bretagne que pour ceux des autres secteurs d'activité mais quand les moyens de communication sont maîtrisés par des réseaux nationaux, ces derniers ne s'encombrent pas des particularités locales.

C'est dans les secteurs de la culture et de la création ainsi que dans celui des services et de l'ingénierie que nous trouvons le plus fort taux d'entreprises qui utilisent la langue bretonne. Pour aller un peu plus loin dans l'analyse de ces deux secteurs, dans celui de la culture et de la création on trouve exclusivement des éditeurs (4/9), des festivals (4/9) et un musée (1/9).

Dans la catégorie des services et de l'ingénierie, on retrouve un ensemble de fournisseurs de services assez éclectiques.

Le secteur des biens de consommation courante est le plus faiblement représenté. Seuls les brasseurs utilisent la langue bretonne dans leur communication (5/5). Cette exclusivité est notable et l'utilisation de ce marqueur identitaire fort peut s'interpréter de différentes manières. Il y a deux ou trois décennies, la bière était un produit qui n'était pas spécialement lié à l'image de la Bretagne. Avec le temps, la bière bretonne a su atteindre une notoriété importante à l'échelle régionale, voire nationale. L'une des premières bières bretonnes est la Coreff, brassée à Carhaix. Le nom de la brasserie « Coreff » signifie « cervoise » en moyen-

breton. Ce mot à la même racine que Cwrw (prononcer « kourou » en roulant le r), en gallois. Pour traduire cette volonté d'un réancrage régional, c'est un mot d'origine bretonne qui a été utilisé. Par phénomène de mimétisme naturel entre concurrents, chaque brasseur breton a utilisé des mots à consonance bretonne pour l'identification de ses bières. Cette expérience pourrait faire l'objet d'une étude particulière afin de déterminer les rapports entre l'utilisation de mots appartenant à une langue minoritaire, à forte connotation territoriale, l'imaginaire des consommateurs et le succès d'une marque locale. L'intérêt de cette étude serait de déterminer s'il existe une corrélation entre l'utilisation de noms et mots bretons ou de langues minoritaires et plusieurs succès commerciaux dans différents champs d'activité.

Cette expérience est peut-être renouvelable dans d'autres champs d'activités, connexes ou différents, ce qui pourrait faire l'objet d'études sur l'impact du marketing différencié ou ethnique²⁶⁸. C'est un domaine du marketing qui est étudié dans de nombreux pays mais très peu en France en raison d'une spécificité française qui voit en tout regroupement de personnes sur la base d'une culture partagée, un communautarisme (mots pris dans son sens péjoratif) qu'il faut combattre car s'inscrivant en opposition aux dogmes républicains²⁶⁹. Pour ne pas risquer de mettre à mal un dogme, la stratégie utilisée par la France est de rendre hors-la-loi l'accès à la connaissance.

On note que sur un marché à portée régionale (c'est le cas de la brasserie Coreff en Bretagne), la première entreprise présente sur le marché a une capacité à définir les règles du jeu de la communication et devenir un exemple. Ce point me semble important car pour les entreprises en cours de création, l'intégration de la langue bretonne comme élément de communication porte une forte capacité de normalisation de la langue minoritaire :

- dans l'entreprise. Si elle est présente dès sa création elle devient un élément naturel associé à l'entité
- dans le secteur d'activité. Si l'entreprise devient un leader sur son marché, par effet d'entraînement les autres concurrents vont adopter les mêmes codes de communication.

Par rapport à l'ensemble des entreprises membres de l'association « Produit en Bretagne », voici le taux de pénétration de la langue bretonne dans chaque secteur d'activité :

²⁶⁸ Delannoy Arnaud, Peretti Marie, « *Le Marketing Ethnique, au croisement des sphères économiques, politiques et éthiques.* », *Management & Avenir* 2/2010 (n° 32) , p. 286-298

²⁶⁹ <http://www.creg.ac-versailles.fr/le-marketing-ethnique-une-strategie-pour-repondre-a-une-societe-pluriculturelle> site visualisé le 05 04 2016

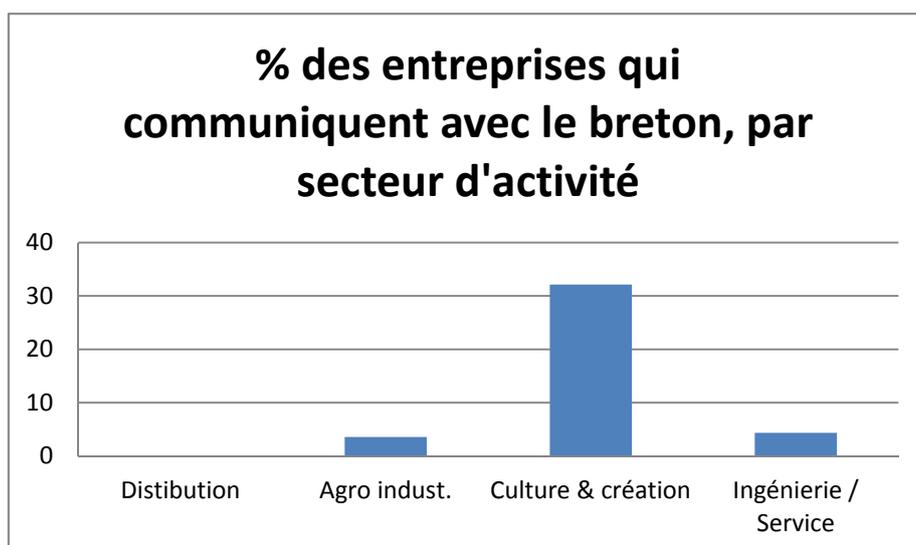


Figure 80: Pénétration de la langue bretonne sur les différents secteurs d'activité. Source personnelle.

Hormis le secteur de la distribution qui n'utilise pas la langue bretonne pour sa communication par internet, elle est présente dans les trois autres secteurs d'activité. Deux des secteurs s'établissent aux environs de 4 à 5% des membres, le secteur de la culture et de la création se distingue par une utilisation de la langue bretonne pour plus de 30% des entreprises membres.

Sur les 22 sites étudiés, le degré d'utilisation de la langue bretonne sur les supports internet des entreprises diffère grandement d'un site à l'autre. Le breton identifié sur les sites peut être minimaliste (utilisation d'un seul mot) comme l'entreprise « Breizh Phenix », qui utilise symboliquement ce nom pour marquer sa différence par rapport aux autres entités françaises de « Phenix » et pour marquer sa proximité avec ses clients locaux. A l'opposé, pour le site du centre de formation Stumdi, l'ensemble du site est intégralement proposé en trois langues : breton, français et anglais. Entre ces deux extrêmes, tous les cas de figure existent. J'ai cherché à évaluer le degré d'utilisation de la langue bretonne pour chacun des sites, en prenant comme critère l'échelle d'utilisation suivante :

- Symbolique
- Appuyée sans communication vernaculaire.
- Partiellement en breton
- Entièrement en breton (version complète).

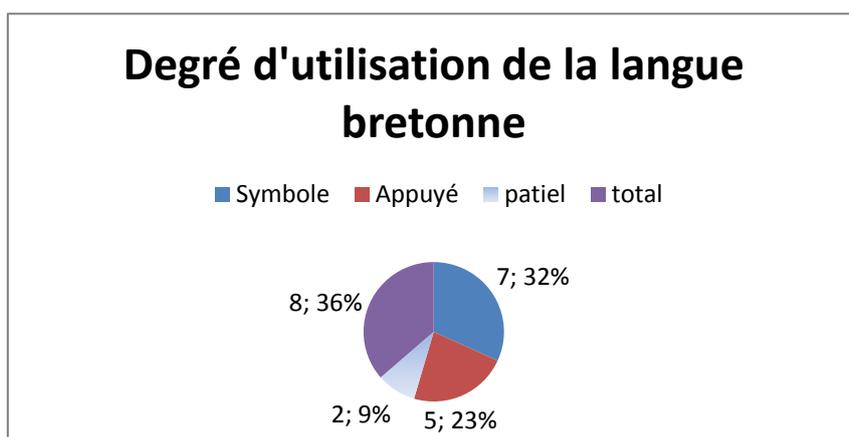


Figure 81: Distribution des sites en fonction de leur degré d'utilisation de la langue bretonne. Source personnelle.

Le groupe le plus important (36%) est représenté par une mise en ligne complète ou quasi complète du site de l'entité, en langue bretonne. Le groupe numériquement le moins important est celui qui fait un usage partiel de la langue bretonne, ce qui peut signifier que le choix d'une version bretonne pour un site internet fonctionne plutôt en tout ou rien, au-delà des difficultés techniques de maintenir un site actif et à jour, en deux ou trois langues. Même si tout peut être sous-traité, il est préférable, voire nécessaire, de posséder les compétences linguistiques sur place afin d'avoir une flexibilité adéquate lors de la mise à jour du site.

Quand on observe l'utilisation symbolique de la langue bretonne, on la retrouve sur un peu plus de la moitié des sites étudiés (55%). Les sites qui n'utilisent qu'un mot comme marqueur identitaire représentent 32% du total et ceux qui utilisent le breton d'une manière plus appuyée (noms de produits, communication générale...) représentent 23% du total des entreprises qui utilisent la langue bretonne. Il est probable qu'une aide particulièrement structurée pour les entreprises qui utilisent déjà la langue bretonne, ne serait-ce que symboliquement, pourrait les amener à développer l'utilisation de la langue bretonne d'une manière plus normalisée et générale. Les entreprises qui utilisent la langue bretonne à parité avec les autres langues sont au nombre de 8. Leur répartition par département s'établit comme suit :

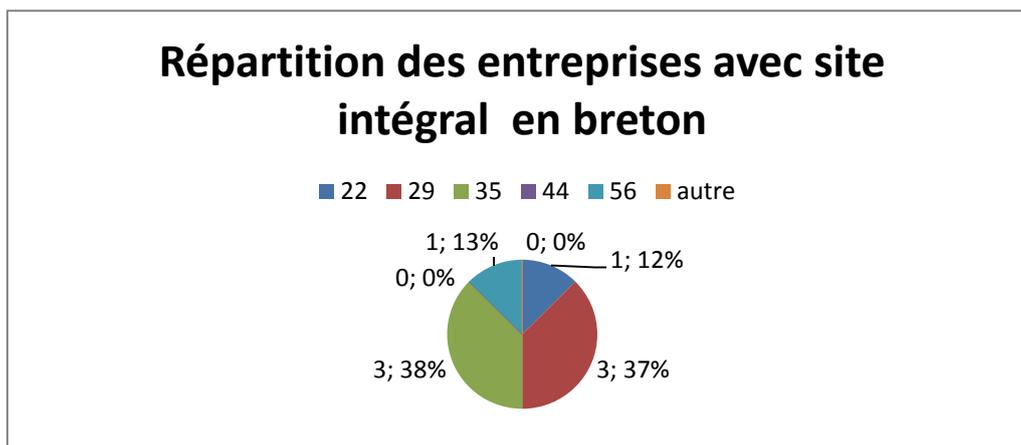


Figure 82: Entreprises avec les sites entièrement en breton. Source personnelle.

Nous obtenons une figure entièrement symétrique, avec deux départements 29 et 35, répartis autour d'un axe nord-sud moins bien doté : les Côtes-d'Armor et le Morbihan, ce qui est une configuration que nous avons déjà observée. Cette même répartition par rapport aux secteurs d'activité nous donne le camembert suivant :

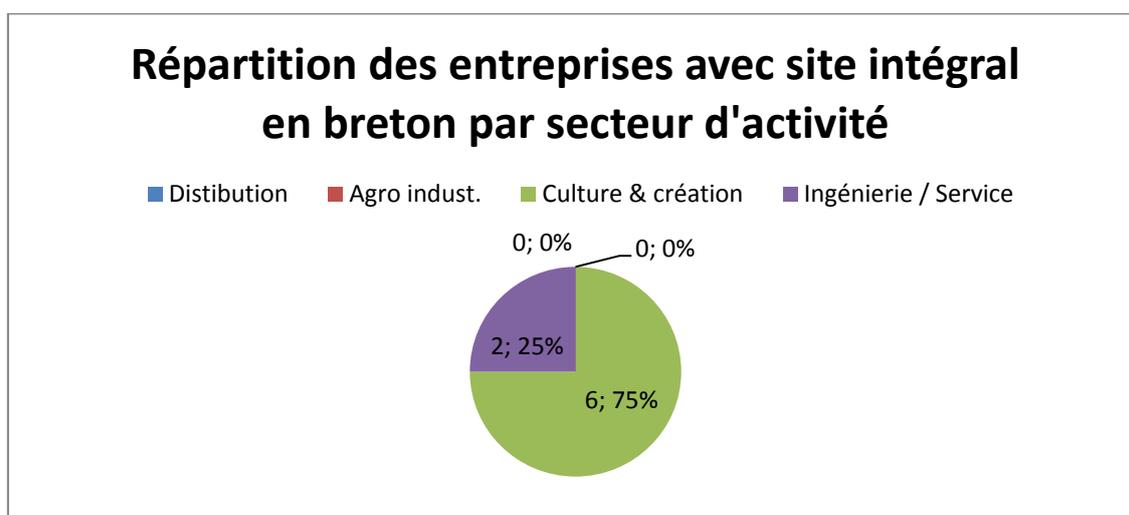


Figure 83 : Les entités qui utilisent un site entièrement en breton par secteur d'activité. Source personnelle

Les sites qui offrent une version entièrement en breton sont dans la mouvance culturelle : les festivals de musiques, l'enseignement de la langue bretonne, un musée ou le doublage de films. Il est fort probable que l'intégralité de ces structures possède en interne les compétences nécessaires à la création des textes en breton. L'association de la langue bretonne et de la culture est intéressante. Comme nous l'avons vu sur les publicités du XIXe siècle, la langue bretonne lorsqu'elle apparaît est réservée à une frange de la population,

plutôt monolingue et qui n'a pas eu accès à un haut niveau d'instruction. La langue bretonne est alors un moyen de développer une proximité avec le client potentiel d'une charrue ou d'un breuvage plus ou moins alcoolisé. Cette approche contraste avec la situation actuelle. Les entreprises qui proposent une traduction de leur site en langue bretonne aujourd'hui, s'adressent à des personnes qui ont un niveau de culture et d'éducation qui leur permet de faire des études, de s'intéresser aux musées et à la culture en général. Compte tenu de la situation de la langue bretonne aujourd'hui, une communication en langue bretonne s'adresse donc à une population plutôt instruite et cultivée. Cela se vérifie d'autant plus que 75% des sites disponibles en breton le sont aussi en langue anglaise. Cette capacité à gérer la langue bretonne sur un site internet reflète aussi une compétence générale à prendre en compte et à gérer les aspects linguistiques dans la communication. Cette communication en plusieurs langues, dont au moins une langue minoritaire, n'est donc pas un repli communautariste sur soi-même mais bien une marque d'ouverture sur l'extérieur, plus prononcée que dans la moyenne des autres entreprises. On note aussi deux entreprises appartenant au collège des services et de l'ingénierie, qui ont choisi une communication en breton (à parité avec les autres langues) pour leur site internet.

Bilan des apports de l'association « Produit en Bretagne »

Ce chapitre consacré à l'étude de l'association « Produit en Bretagne » est à la mesure de tout ce qui a été initié par l'association au niveau de la langue bretonne dans le domaine de l'économie marchande et des entreprises en particulier. L'intérêt de ce chapitre réside dans ce qui a été expérimenté en « vraie grandeur », en faisant le pari de l'utilisation des vecteurs culturels et linguistiques pour promouvoir du savoir-faire, des produits et des services. C'est aussi une association qui a su expérimenter et tirer un enseignement de la volonté de certains de ses membres d'utiliser la langue bretonne comme vecteur de communication utilisé en harmonie avec un ancrage local et une cause locale. La longévité et la vitalité de l'association, ses mutations et ses adaptations dans le temps, invitent à une reconnaissance de la capacité de ses acteurs à fédérer des personnes ayant à la fois des intérêts convergents et divergents. La capacité de l'association à résister dans la durée est un point important pour la validité des actions entreprises.

Depuis sa naissance, l'association a une démarche progressive et structurée qui passe par des étapes de conceptualisation des actions, de validation et enfin, le cas échéant, de généralisation. Cela implique du temps, de la persévérance et une méthodologie avant qu'un concept puisse être généralisé mais une fois la décision prise, les chances de réussite de

l'action sont importantes. L'association progresse avec une certaine sagesse et consacre tout le temps nécessaire pour que les actions entreprises s'inscrivent dans la durée et apportent toujours une valeur ajoutée à ses membres.

Les membres de l'association sont tous des personnes en responsabilité d'une entreprise, en capacité de décider d'opter ou non pour une action. L'origine diversifiée des membres permet aussi un regard riche sur des situations diverses. Une action, une idée peuvent donc rapidement recevoir des éclairages complémentaires ce qui permet une évaluation rapide et aussi complète que possible d'un nouveau concept. Le caractère bénévole des membres de l'association, l'investissement financier et en temps requis de chacun d'eux, oblige à l'efficacité et à un équilibre des retombées économiques du réseau pour chaque collègue afin que l'association puisse perdurer dans le temps. Les points communs qui unissent tous les membres sont liés à leur responsabilité économique et leur affinité territoriale : géographie, population, savoir-faire, différenciation, identité, culture et langue. Au-delà des convictions de chacun, l'association a fait le choix de la transparence entre les membres, ce qui permet une mutualisation des expériences menées au sein des autres entreprises membres. Malgré la volonté d'ouverture de l'association, « Produit en Bretagne » ne concerne qu'une partie des entreprises du tissu économique de la Bretagne (B5). En effet, il existe un cahier des charges précis sur les critères d'entrée dans l'association ce qui exclut une partie des entités économiques de la Bretagne (B5). Certaines exclusions, comme celle des hard-discounters, sont difficiles à comprendre par rapport à ceux qui vendent à prix discount sur internet. En effet, les distributeurs membres ont pourtant tendance à créer leurs propres magasins de discount²⁷⁰, ou à s'inspirer de leurs méthodes²⁷¹. D'autre part, un certain nombre d'autres entités telles que les magasins de détail, les entreprises artisanales, ou les entreprises qui ne peuvent produire en Bretagne pour des raisons indépendantes de leur volonté ne peuvent être admises au sein de l'association. Cependant de par leurs spécificités et leur nombre, elles sont répandues sur l'ensemble du territoire et contribuent d'une manière efficace à la dynamique économique de la Bretagne, dans leur capacité à générer de l'emploi local et à être des vecteurs de normalisation de la langue bretonne.

²⁷⁰ <http://www.lefigaro.fr/societes/2010/01/07/04015-20100107ARTFIG00334-auchan-inaugure-le-premier-hypermarche-hard-discount-.php> hard discount de la société Auchan. Site visualisé le 03 02 2016.

²⁷¹ « Ces derniers [les distributeurs classiques] ont surtout stoppé l'ascension fulgurante du hard discount en s'inspirant tout simplement de ses recettes : produits premier prix et marques de distributeurs (MDD), promotions sur les marques nationales, rayons en vrac testés chez Auchan depuis quelques mois, produits à moins de 1 euro... «Les acteurs traditionnels ont aujourd'hui une puissance suffisante sur les marques premiers prix pour rivaliser avec les paniers des discounters», résume Florent Jacquet, consultant spécialisé chez Simon-Kucher & Partners.» Article du journal le Figaro publié le 04 11 2013 <http://www.lefigaro.fr/societes/2013/11/04/20005-20131104ARTFIG00102-hard-discount-les-raisons-de-la-chute.php> site visualisé le 03 02 2016.

Par rapport à la langue bretonne, l'association a mené des actions concrètes qui ont permis de démontrer que la langue bretonne peut être utilisée d'une manière bénéfique au service de l'économie. Le fait que la langue bretonne ait une utilité démontrée revient à lui donner une place pour exister dans une société où elle est très peu utilisée. On trouve ici une situation d'échange mutuel que l'on peut décrire comme étant un phénomène de symbiose. L'économie et la langue sur des plans différents se soutiennent et s'épaulent l'une et l'autre, dans un rapport d'échange dont les contreparties sont de nature différente. Pour que cette réaction de symbiose se passe, il faut oser ! Le degré de risque pris est fonction des atouts que l'on a pour aborder un tel projet. Le fait de posséder la langue est déjà un atout maître en soi et c'est le cas de la totalité des entreprises qui utilisent la langue bretonne d'une manière significative dans leur communication.

La cohérence d'ensemble amenée *progressivement* est certainement la recette qui conduit au succès de l'intégration d'une langue minoritaire dans le monde de l'économie et des entreprises. Cette cohérence se définit d'une manière unique pour chaque entreprise, par rapport à son territoire d'implantation, la nature des produits, le profil des clients, le profil des salariés et la maîtrise de la langue au sein de l'entité en question, sans que ce soit nécessairement le responsable de l'entreprise qui ait cette maîtrise. Même si ce dernier point contribue fortement au succès de l'opération, il suffit d'être convaincu du bien-fondé de l'utilisation de la langue bretonne selon un plan préétabli, pour que cette compétence puisse être détachée de la direction de l'entreprise et déléguée à une ou d'autres personnes, si possible, à des salariés de l'entreprise.

Un poste de délégué à l'utilisation de la langue bretonne dans le monde de l'économie, portée par l'Office Public de la Langue Bretonne ou par une structure associative qui lui serait rattachée, serait de nature à sensibiliser les entreprises et un facteur de facilitation d'une mise en œuvre d'une démarche linguistique en faveur des langues minoritaires. Pour s'inscrire dans la durée, la démarche doit être perçue comme :

- contribuant à l'identité et l'unité de l'entreprise,
- une libération de freins psychologiques,
- devant être maîtrisée par certains membres de l'entité concernée.

L'utilisation de la langue bretonne doit donc être pensée avant d'être mise en œuvre. Pour qu'elle soit utilisée, il faut qu'il y ait un plan d'ensemble cohérent au niveau de la communication et qu'in fine cela fasse sens auprès de l'entrepreneur qui doit y trouver un avantage distinctif bénéfique pour l'entreprise au travers de ses clients, de ses salariés et de ses fournisseurs. Dans le cadre de ce chapitre consacré aux initiatives en faveur de la langue

bretonne dans le milieu de l'économie, l'exemple de l'association « Produit en Bretagne » est le seul qui a su résister dans la durée. Paradoxalement, l'association ne mentionne pas la langue bretonne dans ses statuts et pourtant l'importance de ce chapitre est éloquente par rapport à tout ce qu'elle a entrepris.

Les autres initiatives décrites plus haut (celle de Reun Allan et de Klub Embregerezh Breizh) pourtant soutenues par des personnes dont les connaissances en économie et gestion étaient bien établies n'ont pas eu un tel succès. On peut y trouver plusieurs explications : les époques étaient différentes, les hommes qui étaient à l'origine n'avaient pas le même pouvoir économique ni la même expérience que ceux de l'association « Produit en Bretagne » mais je note particulièrement le fait que toutes ces initiatives ont en premier lieu pour objectif le soutien à la langue bretonne et le recours à l'action militante par le développement de modèles économiques. Nous avons vu que le mode de fonctionnement du monde militant associatif est différent de celui de l'économie : le don (de son temps, de son énergie, de son argent...) d'un côté, par rapport à l'échange dans le cadre d'une économie de marché de l'autre.

Cette divergence majeure de fonctionnement est à l'origine d'incompréhension et source d'échecs. L'association « Produit en Bretagne » a inversé le concept. Elle s'est d'abord concentrée sur le développement de l'économie et fort de son succès elle a entraîné la culture et la langue bretonne dans son sillage. Cela ne s'est pas fait par hasard mais par la volonté de certains. Cette expérience démontre qu'au-delà des entreprises qui peuvent avoir un rapport plus ou moins étroit avec leur environnement, la normalisation d'une langue minoritaire dans son territoire est tout à fait possible. Le chemin à parcourir est très long mais il en va ainsi de tout changement linguistique, le tout est de persévérer et de conserver la volonté.

L'association UBAPAR²⁷²

L'association UBAPAR (Union Bretonne Pour l'Animation des Pays Ruraux) est née en 1983 d'une fédération d'associations afin de mettre en commun leurs forces dans des domaines aussi variés que la culture, les sports, les loisirs, l'environnement, le tourisme, l'insertion ... et pour faire travailler ensemble différents acteurs tels les bénévoles associatifs, les enseignants, les parents, les agriculteurs et les élus locaux. L'équipe permanente est dotée de 6 salariés. La démarche intègre une part d'utopie revendiquée mais les actions entreprises sont concrètes. L'association dispose d'une animatrice pour les loisirs, dont une partie est proposée en immersion en langue bretonne ou en gallo. Ces activités comprennent l'organisation de camps

²⁷² <http://www.ubapar.bzh/?lang=fr> site de l'association UBAPAR visualisé le 09 04 2016

de vacances pour les enfants et les adolescents, en français, gallo ou breton, ainsi qu'un certain nombre d'autres activités tels les sports et les activités liées à la nature. Cela permet à près de 800 colons de s'épanouir durant les vacances, dans un choix de plusieurs langues possible. L'association offre donc une possibilité aux élèves des filières bilingues de sortir du contexte scolaire tout en conservant une continuité linguistique. Nous sommes bien dans le cadre d'une normalisation des langues minoritaires, au-delà de l'école. A côté de ses activités récréatives et pédagogiques, l'association forme des moniteurs et des directeurs de centres de loisir et de colonies de vacances dans les langues minoritaires de Bretagne. C'est ici un second aspect économique apporté par les langues minoritaires. Afin de pouvoir se faire un réservoir de personnes aptes et qualifiées à l'animation, l'association est devenue un organisme de formation dans les deux langues minoritaires de Bretagne. Enfin, dans le but de favoriser l'emploi des personnes maîtrisant la langue bretonne, l'association a créé en 2010 un site internet pour favoriser le rapprochement du marché de l'offre et de la demande de compétences, spécialement dédié aux brittophones. Il s'agit du site « Labour 'zo »²⁷³ (traduction : il y a du travail)

Le site vise en priorité les emplois socioculturels : l'animation, la garde d'enfants, l'enseignement, les services à domicile, la santé, la gestion et les arts, ainsi qu'une section « divers ».

D'après les informations disponibles, le site regroupe 515 inscrits, dont 1/3 d'employeurs et reçoit 10 nouvelles offres d'emploi tous les mois. Un développement supplémentaire des spécialités regroupées sous le vocable « divers » et une communication plus large permettrait à ce site de devenir un site de référence pour les personnes en recherche d'emploi. Cela ne concernerait pas nécessairement des personnes intéressées par un emploi nécessitant la langue bretonne comme un prérequis mais permettant plus largement aux candidats de rejoindre un environnement favorable à la langue bretonne. Cela se vérifie par les candidats classés dans la catégorie « divers », qui regroupe des personnes ayant des compétences très variées.

A l'instar de l'association « Produit en Bretagne », il serait possible de faire de « Labour 'zo » une agence de recrutement « normale » dédiée à la rencontre de l'offre et de la demande de compétences, ouvertes sur l'économie bretonne tout entière mais réservée à des brittophones dont le niveau serait normalisé grâce au référentiel européen « DCL » (Diplôme de Compétence en Langue). Il serait alors possible à toute entreprise d'apporter un « supplément d'âme » en breton à la nature de leurs activités. Cela pourrait comprendre les emplois pour

²⁷³ <http://labourzo.ubapar.bzh/> site de l'UBAPAR dédié à l'emploi des brittophones. Site visualisé le 09 04 2016

lesquels le breton est requis mais aussi tous ceux pour lesquels la langue bretonne n'est pas une obligation mais un plus apprécié qui ferait la différence.

Un tel outil, mis à la disposition des entreprises et des demandeurs d'emploi, serait de nature à attirer un volume d'offres et de demandes plus important, de dynamiser le site et de favoriser une normalisation de la langue bretonne dans le monde économique. Cette initiative déboucherait aussi sur la création de postes de travail d'animation de l'agence, pour des brittophones.

L'initiative de l'UBAPAR se substitue aux missions de Pôle emploi, qui en dépit de sa mission de service public dont le financement est assuré par tous les salariés et les entreprises françaises, refuse pour des principes idéologiques, le fait que la langue bretonne ou toute autre langue minoritaire présente sur le territoire, puisse être une chose requise pour un emploi, alors que cette mention ne vaut pas pour les autres langues parlées à l'étranger (le gallois par exemple).

b) Les organisations politiques et administratives

i. Europe

L'Europe fixe sa mission concernant les langues minoritaires comme stipulé sur le site de la commission européenne²⁷⁴:

« La Commission européenne collabore avec les gouvernements nationaux et divers groupes d'intérêt pour établir des objectifs communs et elle soutient leurs efforts, notamment en favorisant l'échange de bonnes pratiques.

Elle contribue également à financer des projets et des partenariats afin d'attirer l'attention sur les langues minoritaires, d'en promouvoir l'enseignement et l'apprentissage et, ce faisant, d'assurer leur préservation. La Commission a par exemple financé l'étude Euromosaic, qui a permis d'obtenir une vue d'ensemble de la diversité des langues au sein de l'UE. »

Elle rajoute aussi le point suivant, qui traduit une certaine impuissance de la commission face aux approches hostiles de certains pays :

²⁷⁴ http://ec.europa.eu/languages/policy/linguistic-diversity/regional-minority-languages_fr.htm site de la commission européenne qui traite des langues régionales ou minoritaires ; Site visualisé le 06 04 2016.

« La plupart des décisions relatives à la politique linguistique sont prises par les gouvernements nationaux, notamment en ce qui concerne les langues couvertes par la Charte européenne des langues régionales ou minoritaires du Conseil de l'Europe ».

Les activités de l'Europe dédiées aux langues parlées sur son territoire ne sont pas nombreuses et elles ne concernent pas spécifiquement le monde de l'économie mais plutôt la place des langues minoritaires d'Europe dans la société en général. Une étude de ces programmes et de la charte se trouve en annexe²⁷⁵.

. Nous pouvons en citer trois :

- Le programme Euromosaïc qui date des années 1990.
- Le programme cramlap (Celtic, Regional and Minority Languages Abroad Project)²⁷⁶.
- Le programme NPLD (Network to Promote Linguistic Diversity)²⁷⁷

La charte des langues minoritaires d'Europe est le point marquant relatif aux initiatives en faveur de langues minoritaires. Elle a été signée par la France mais jamais ratifiée par le parlement. Elle n'a donc jamais reçu de reconnaissance officielle dans le droit français²⁷⁸.

ii. France

Les textes fondateurs de la République française sont explicites : le premier mythe fondateur de la France est celui qui figure en première position dans la constitution française : « *La France est une République indivisible* ». Le second article commence ainsi: « *La langue de la République est le français* ». Dans son acceptation courante, qui a été précisée par la loi dite Toubon²⁷⁹, cet article et cette loi instaurent le français non seulement comme langue officielle mais aussi comme langue exclusive et obligatoire. D'ailleurs, l'article 1 de la loi, précise la chose sans ambiguïté : « *Langue de la République en vertu de la Constitution, la langue française est un élément fondamental de la personnalité et du patrimoine de la France. Elle est la langue de l'enseignement, du travail, des échanges et des services publics* ». Si l'on enlève toutes les sphères d'utilisation citées, le domaine des langues minoritaires de France

²⁷⁵ Annexe 73 : Etude des initiatives de la commission européenne en faveur des langues régionales.

²⁷⁶ <http://www.cramlap.org/> programme cramlap. Site visualisé le 06 04 2016

²⁷⁷ <http://www.npld.eu/> programme npld. Site visualisé 06 04 2016

²⁷⁸ Dannequin Claudine. La Charte européenne des langues régionales ou minoritaires. In : Mots, n°52, septembre 1997. L'état linguiste, sous la direction de Josiane Boutet, Lamria Chetouani et Maurice Tournier. pp. 152-157.

www.persee.fr/doc/mots_0243-6450_1997_num_52_1_2473. Site visualisé le 11/05/2016

²⁷⁹ Toubon Jacques Loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française NOR : MCCX9400007L Version consolidée au 23 juillet 2015

reste très limité quant à ses usages possibles et les articles suivants ne font que renforcer cette notion. L'article 21 précise toutefois que « *Les dispositions de la présente loi s'appliquent sans préjudice de la législation et de la réglementation relatives aux langues régionales de France et ne s'opposent pas à leur usage* ». Sachant le peu de place accordé aux langues minoritaires dans les textes législatifs et les réglementations, cette disposition ne change pas fondamentalement la place des langues minoritaires de France. Deux illustrations de la situation du français et du breton en France se trouvent en annexe²⁸⁰.

iii. Région Bretagne (B4)

1. La volonté régionale

Sous la présidence de V. Giscard d'Estaing, après des manifestations houleuses qui ont émaillé l'une de ses visites en Bretagne, le Conseil Culturel de Bretagne a été instauré en 1977. C'était un organe consultatif relativement indépendant sous statut d'association. Il bénéficiait d'une dotation budgétaire de la région. Depuis, son fonctionnement a été profondément modifié avec son rattachement en tant qu'organe consultatif placé sous la présidence de la Région²⁸¹. Ce changement a été compris par certains membres de l'association comme une mise sous tutelle. Il est vrai que le discours inaugural de l'association par le président de la Région Bretagne (B4) Jean Yves le Drian, peut sembler ambigu :

Nous avons en premier lieu deux propositions assertives audacieuses : « *Le temps n'est plus où les Bretons devaient se battre pour préserver leur identité. La singularité bretonne, ce que certains ont appelé le "modèle breton", qui conjugue sur un territoire péninsulaire, vitalité culturelle, modernité d'un développement très largement construit sur des initiatives endogènes et solidarité [tés], est désormais perçue comme facteur de progrès. A nous de cultiver cet héritage et même le partager avec d'autres régions ayant les mêmes aspirations en France et en Europe.* » Citer la France et signifier que « *le moment n'est plus où les Bretons devaient se battre pour préserver leur identité* » dans le contexte linguistique français interpelle.

« *...concernant l'expérimentation pour l'enseignement de nos langues, il s'agit de renforcer notre contribution créatrice et notre volonté collective... Notre identité, notre sentiment*

²⁸⁰ Annexe 42 : Quelques illustrations des positions officielles du français et du breton en France : chèques en breton, discours de F Mitterrand, les livrets de famille bilingues et la charte européenne des langues minoritaires.

²⁸¹ Annexe 74 : Le Drian Jean-Yves. Président de la région Bretagne. *Discours inaugural du conseil culturel de Bretagne dans sa nouvelle version* 4 juillet 2009.

d'appartenance –indissociable de la langue et de la culture bretonne- sont un atout essentiel, à la fois pour la qualité de vie et le développement de la Bretagne. »

Nous avons vu, dans la première partie de ce travail, la situation de l'enseignement de la langue bretonne en Bretagne, quant à sa capacité à former des locuteurs autonomes en nombre suffisant, non pas pour pourvoir les postes pour lesquels la langue bretonne est un prérequis mais pour normaliser l'usage de la langue bretonne dans la société. Si nous parlons ici d'une expérimentation de laboratoire, je dirais que les résultats sont à la hauteur de l'investissement. Parler de succès devant les difficultés associées au manque de brytophones qualifiés dans tous les domaines utiles au fonctionnement de la société outrepassé les limites d'une vision optimiste. L'enseignement des langues minoritaires en France est exemplaire. Un enseignement généralisé de la langue bretonne en Bretagne par les filières habituelles d'enseignement est à la portée de la première volonté étatique sans surcoût particulier (il ne me semble pas qu'un enseignant capable d'utiliser une langue minoritaire soit mieux rémunéré par son ministère de tutelle ?).

« Enfin quatrième sujet et j'en terminerai là, comment faire de notre identité [que] beaucoup nous envient un outil de développement économique. »

Le troisième point que je retiens de ce discours inaugural me semble plus rassurant, bien qu'il ne fasse pas état de la langue bretonne mais d'une identité prise dans son sens général.

Le conseil régional a certainement apporté des outils à la Bretagne et à sa politique linguistique, en particulier, l'Office Public de la Langue Bretonne, dont il est question dans le paragraphe suivant. Pour le reste, il s'agit ici « d'expérimentations », pas d'un programme à l'échelle de l'ampleur de la tâche qui reste à accomplir, dans un contexte de franche hostilité nationale.

2. Un outil efficace au service de la langue dans l'économie : l'Office Public de la Langue Bretonne (OPLB)

L'Office Public de la Langue Bretonne est le seul organisme public qui aujourd'hui prend une part active dans la mise à disposition d'outils en vue de leur utilisation dans la sphère de l'économie. Cet organisme financé par la région Bretagne propose une palette de services à destination du monde professionnel. Ces services concernent les domaines suivants :

- un service de traduction,
- un service de terminologie,
- un service d'offres d'emploi en ligne,

- de nombreuses études sur la situation de la langue bretonne dans différents domaines, dont l'économie et le monde du travail.
- La charte « Ya d'ar brezhoneg »

a. Le service de traduction.

C'est un projet mené en partenariat avec une entreprise (Promsit) localisée à l'université d'Alicante en Espagne. *« Dans un premier temps, l'objectif de ce traducteur automatique n'est pas de proposer un texte parfait qui pourrait, par exemple, être utilisé tel quel pour l'édition. Nous nous attachons d'abord à produire un texte globalement compréhensible. Nous avons choisi de commencer à travailler sur un traducteur breton-français. Ultérieurement, nous pensons proposer des traductions du breton vers d'autres langues également. Les mots précédés d'un astérisque * ne sont pas reconnus pour le moment. Vous pouvez demander à ce qu'ils soient rajoutés. La qualité de votre traduction sera d'autant plus grande que la langue du texte breton à traduire est soignée. Plus votre texte sera proche du breton écrit standard et moins il comportera de fautes d'orthographe, meilleure sera la traduction.[...]Ce traducteur est amélioré en continu »*

Ce dernier point concernant l'amélioration et l'enrichissement continu des outils en ligne mis à disposition est une constante dans les activités de l'office. C'est un point extrêmement important pour l'actualisation dynamique du vocabulaire de la vie quotidienne, y compris et surtout dans la sphère du monde économique, sujette à des évolutions technologiques rapides.

b. Le service de terminologie

Les fondements de ce service sont exposés en préambule :

« Un besoin pour toute langue vivante : La langue bretonne est une langue européenne qui vit dans un environnement de société très développée. Quand elle n'a pas de mot pour exprimer telle ou telle notion, elle se fragilise, elle prend du retard et doit donc faire un effort pour évoluer et s'adapter. Comment exprimer des idées, des valeurs ou tout simplement des connaissances et de l'expérience si ce n'est au moyen d'une langue commune ? Et comment transmettre un savoir si les mots manquent ?

Un processus constant : La création spontanée de nouveaux termes était pleinement à l'œuvre dans la première moitié du XXe siècle. Ainsi, toutes les machines agricoles de cette période ont un nom précis. Mais la perte de la majeure partie de cette fonction de création spontanée engendrée par le recul de la langue dans la société d'une part

et l'accélération constante de l'évolution des techniques d'autre part, imposent aujourd'hui la mise en œuvre de dispositifs nouveaux pour que la langue bretonne puisse prétendre rester et/ou redevenir une langue de communication sociale. TermBret répond à ce besoin à travers la recherche terminologique et la normalisation du corpus linguistique. »

Cette introduction à l'outil exprime clairement le besoin de développer de nouveaux termes pour désigner les choses qui n'existaient pas il y a encore quelques années. D'autre part, cette initiative permet de donner le même sens, un sens « normalisé », aux mots afin que ces mots permettent aux locuteurs de se comprendre, ce qui est l'objet premier de toute langue.

L'autre point fort qu'il me semble important de souligner est la méthodologie suivie pour bâtir le corpus de mots et qui lui donne toute sa force. Contrairement à un dictionnaire dans lequel on trouve un ensemble de mots plus ou moins utiles en fonction des aspirations de chacun quant à leur utilisation, l'office a choisi de laisser ses utilisateurs définir leurs besoins en vocabulaire et de répondre à la demande. Cela développe donc une interactivité qui permet à l'offre de mots d'être au plus près des besoins des utilisateurs, sans discontinuité liée à la publication ou la réédition d'un dictionnaire. Il ne s'agit pas ici de comparer les dictionnaires et les sites tels que celui de l'Office : les deux outils ne sont pas comparables car leur destination finale ne recoupe pas exactement les mêmes objectifs.

c. Le service d'offre d'emploi en ligne

L'Office a mis en ligne un système d'offres d'emploi et d'offre de compétences. Ce service s'adresse dans les deux cas de figure à des postes ou des chercheurs d'emploi bilingues.

Les offres d'emploi sont relativement peu nombreuses (à la date du 7 avril 2016) et sont très spécialisées. Il y a 6 offres qui concernent toutes des postes d'enseignement ou des postes administratifs dans l'enseignement, exclusivement dans le secteur tertiaire. La totalité des postes proposés est à temps partiel, pour des durées déterminées ou pas. Les offres sont sur le site depuis moins de trois mois.

Avec ces constatations, on peut déduire que le volume des offres est relativement restreint et spécialisé sur les postes qui touchent de près ou de loin à l'enseignement. Par contre, l'outil est bien structuré et pourrait accueillir bien plus d'offres. Sans doute que la limitation aux postes pour lesquels la langue bretonne est obligatoire ne permet pas d'atteindre une masse critique qui favoriserait la notoriété du site. Comme nous l'avons vu plus haut avec un dénombrement de 1200 ou 1300 postes au total, il est fort peu probable que

l'attrait de la base d'offres d'emploi génère une masse critique suffisamment importante pour que les flux d'offres et de visites sur le site atteignent un niveau suffisant. Si l'on considérait étendre cette base aux postes de travail pour lesquels la langue bretonne n'est pas obligatoire mais souhaitée, le volant de postes possibles et la fluidité du marché de l'emploi permettraient de développer la rencontre de l'offre et de la demande, tout en promouvant la normalisation de la langue bretonne dans le monde du travail. Je pense en particulier à tous les stagiaires des formations longues, qui représentent une palette de métiers très divers, pas spécialement en lien avec la matière de Bretagne. Comme évoqué dans le chapitre consacré à la formation, ils représentent un potentiel important d'actifs à la fois formés sur un métier et disposant d'une certaine autonomie en langue bretonne. Même si leur recherche d'emploi n'est pas liée aux métiers de la langue bretonne, leur impact potentiellement bénéfique sur la normalisation de la langue bretonne dans la sphère économique est certainement digne de s'y intéresser et de leur ouvrir la base d'offres d'emplois de l'OPLB. On peut aussi imaginer que cette gestion des offres et des demandes d'emploi puisse être combinée avec l'initiative de l'UBAPAR et déléguée à une structure associative comportant au moins un/une salarié(e) bilingue actif(ve) pour catalyser le rapprochement de l'offre et de la demande. En ce qui concerne la base de CV des demandeurs d'emploi, l'offre du site de l'Office est nettement moins performante. Cette base, qui est une excellente idée, reste similaire à ce qui a été fait par Stumdi. L'ensemble n'est ni interactif ni à jour. Une telle base nécessite bien sûr une gestion humaine mais dans le cadre de la normalisation de la langue bretonne dans le monde de l'économie, elle aurait, il me semble, un rôle primordial à jouer. Comme pour la base des offres d'emploi, la gestion de cette base pourrait être externalisée par l'Office et serait un bon lien fédérateur entre tous les organismes de formations longues d'une part et le marché du travail d'autre part.

d. Monographies sur la situation de la langue bretonne dans le monde de l'économie et du travail

L'OPLB publie de nombreuses études sur la situation de la langue bretonne dans la société. Ces publications sont en général disponibles sur internet. Une partie d'entre elles est dédiée au monde de l'économie et du travail. La réitération périodique de ces études constitue une source de renseignements intéressants sur les évolutions de la situation. Ces études concernent les postes pour lesquels l'utilisation de la langue bretonne est nécessaire, ce qui est un indicateur pertinent. Ces postes sont peu nombreux par rapport à la population de la

Bretagne et pour la plus part, financés directement ou indirectement sur des fonds publics. Ceci n'enlève rien à leur qualité mais reste assez éloigné d'une situation normalisée. Dans la situation actuelle d'une langue minoritaire telle que le breton, compter les postes qui requièrent la maîtrise autonome du breton est réducteur par rapport à deux points :

- Entre 100 % et 0 % d'utilisation d'une langue minoritaire, il y existe tout un gradient de possibilités pour des personnes qui utilisent la langue bretonne dans la sphère du travail, sans que leur poste n'en requière la maîtrise autonome.
- Compte tenu de la situation des langues minoritaires en France, mesurer les stades intermédiaires qui permettent d'arriver à un certain degré de normalisation, devrait ouvrir des possibilités pour une quantification plus progressive des progrès accomplis dans le domaine de la revitalisation linguistique.

La normalisation d'une langue minoritaire doit se comprendre comme n'étant pas nécessairement une utilisation exclusive de la langue dans une sphère donnée mais comme un certain degré d'utilisation de la langue minoritaire, admise, acceptée et comprise par les acteurs de la sphère concernée et de ceux des sphères d'interaction. Une maîtrise partielle de la langue permet de faire connaître trois choses : l'existence de la langue, les possibilités offertes par son utilisation (à condition d'y avoir été formé) et les circuits d'accès à l'information sur la langue. Cet ensemble constitue un atout considérable pour le développement de l'utilisation des outils existants qui reste encore trop ignoré de la population en général.

e. La charte « Ya d'ar brezhoneg »

Cette charte « Ya d'ar brezhoneg » (oui au breton) permet aux organismes privés et publics d'afficher volontairement leur attachement à la langue bretonne. C'est un instrument de mesure unique et spécifique, qui permet de déterminer le degré et la volonté de différents organismes d'accepter publiquement la langue bretonne. Une telle initiative est une source d'information importante pour mesurer et détecter la situation de la langue bretonne et sa perception dans l'ensemble du monde économique marchand et non marchand. L'étude des signataires de la charte fait l'objet d'un chapitre particulier de ce travail. Il met en relief le fait que la langue bretonne dans la sphère de l'économie n'est pas l'apanage de certains domaines professionnels mais bien d'un sous-ensemble représentatif de l'ensemble des structures professionnelles dont la densité est proportionnelle au nombre de locuteurs de la zone concernée.

f. Bilan des actions de l'OPLB

A l'échelle régionale, le travail réalisé par l'Office Public de la Langue Bretonne est considérable, tant par la diversité des actions que pour leur suivi. Une partie des actions manquent de ressources et peut être aussi de compétences ou d'expérience internes mais un seul organisme ne peut posséder immédiatement en son sein toutes les compétences et connaissances nécessaires à un programme de revitalisation linguistique. L'interactivité du site internet et le pilotage cadré des projets de l'OPLB sur la base des demandes des utilisateurs est un gage de la bonne adéquation des solutions et réponses apportées à une population en demande.

Pour pallier à la charge de travail dans des domaines spécifiques qui ne sont pas nécessairement du domaine de compétences exclusif de l'OPLB, une partie des projets, pourrait être délégués à des associations ou autres structures paritaires qui prendraient un relais efficace tout en bénéficiant d'une collaboration étroite et active de l'Office.

Deux points retiennent mon attention, il s'agit d'une part du déficit de publicité et de communication de l'Office par rapport aux travaux qu'il réalise et qui mériteraient d'être portés à la connaissance du plus grand nombre et d'autre part l'absence des travaux de terminologie de l'Office sur des applications de type « smartphones ». Si l'Office de la Langue Bretonne est relativement connu et présent dans les médias, l'ensemble des éléments mis à la disposition de tous reste méconnu des responsables d'entreprises, du monde économique et plus généralement du public. L'action de l'Office pour normer la langue bretonne, en particulier pour les technologies nouvelles et dans les applications des métiers du tertiaire, est particulièrement bien ciblée. C'est sur ces deux axes que l'on observe le plus d'évolutions : par le nombre d'innovations qui demandent des termes nouveaux, d'une part et par l'évolution des effectifs d'actifs dans le domaine tertiaire, d'autre part. L'un des éléments de succès pour l'introduction de mots nouveaux est la vitesse de leur pénétration dans la population locutrice. En particulier, dans une conversation orale, la disponibilité et l'accessibilité du mot est un facteur clé du succès de son emploi d'une manière large et consensuelle. L'un des outils les plus adaptés en particulier pour les jeunes générations est l'application sur « smartphone ». Cela pourrait se faire soit par le développement d'une application particulière, soit par le développement d'une passerelle avec un outil communément utilisé comme « Google translate », les deux propositions ne sont pas exclusives l'une de l'autre. En ce qui concerne la « bretonnisation » des logiciels les plus usités (suite Microsoft Office, Thunderbird, Mozilla Firefox...), notons aussi le travail réalisé

par l'association « an drouizig²⁸² ». La mise à disposition d'une manière quasi instantanée des travaux qui concernent la normation de la langue bretonne, lèverait un obstacle de plus à l'accessibilité à l'information quels que soit le lieu et le moment où la demande se fait sentir et favoriserait la normalisation des langues minoritaires. Dans la cadre des actions en faveur de la langue bretonne par les instances publiques, l'Office Public de la Langue Bretonne est certainement l'outil le plus adapté et le plus utilisé par rapport à la normation et à la normalisation de la langue bretonne dans la sphère de l'économie et de l'entreprise.

3. Les partis politiques bretons

A l'échelle de la Bretagne (B5), une partie des revendications linguistiques sont portées par différents partis politiques « bretons » qui ont la principale particularité d'être tous assez peu audibles et largement inconnus de la population. C'est une question à laquelle Michel Nicolas a consacré une grande partie de sa carrière professionnelle. En résumé, à l'instar de ce qui s'est produit au moment de la guerre de succession en Bretagne, les partis politiques bretons oscillent entre deux états : celui d'être phagocytés par les grands partis nationaux et avoir droit à quelques strapontins plus ou moins inconfortables ou à être condamnés à errer dans les déserts du pouvoir, sans ressources et sans voix au chapitre. La structuration du monde politique français favorise cette situation.

Dès les premières difficultés électorales, le repli de chaque parti minoritaire se fait non pas sous la forme d'une union pour la Bretagne mais vers un repli vers les grandes structures politiques nationales françaises. A ce jeu de dupe, dans la grande majorité des cas, les questions linguistiques de la Bretagne ne pèsent pas bien lourd. Une illustration récente de cette situation à l'Assemblée nationale est la participation des élus bretons au vote de la proposition de loi en faveur des langues minoritaires rapportée par le député Paul Molac²⁸³.

iv. Départements

Dans le cadre de la Bretagne administrative, seul le conseil départemental du Finistère consacre une section à la langue bretonne²⁸⁴. Elle comprend plusieurs pages dont une dédiée aux premiers mots, une autre aux vecteurs possibles d'enseignement de la langue bretonne,

²⁸² <http://drouizig.org/index.php/fr/> site de l'association an drouizig.

²⁸³ <http://www.assemblee-nationale.fr/14/cr/2015-2016/20160102.asp> compte rendu des débats à l'assemblée nationale le 14 janvier 2016, où le seul député qui présent est Marc le Fur membre d'un parti d'opposition à celui de celui qui propose la loi. On notera l'opposition systématique du gouvernement en la voix de Fleur Pellerin ex-ministre de la culture.

²⁸⁴ <https://www.finistere.fr/A-votre-service/Brezhoneg-Langue-bretonne> section du site du Conseil Départemental dédié à la culture bretonne. Site visualisé le 09 04 2016

une messagerie en breton qui demande une inscription et enfin une page du site internet consacrée à « vivre en breton²⁸⁵ ». Cette section du site est un inventaire des possibilités offertes dans le département, plutôt qu'une action du département. Il est vrai que contrairement à la Loire Atlantique où seul le département a une légitimité pour porter les actions concernant la langue et la culture bretonne, en Bretagne administrative, cela est du ressort du Conseil Régional.

En étendant la recherche à la Bretagne historique, dans sa section « culture » le Conseil Départemental de Loire-Atlantique mentionne sa participation à la « *Promotion des langues de Bretagne (bretonne ou galloise), en tant que premier élément de valorisation culturelle*²⁸⁶. » La place de ce département est très particulière, dans la mesure où il recèle le siège symbolique et historique des Ducs de Bretagne sans faire partie de la Bretagne administrative. Quelles qu'elles soient, les instances départementales ne jouent qu'un rôle minimal par rapport à la langue bretonne et quand il existe, il est exclusivement consacré à l'aspect culturel. En aucun cas, les départements n'œuvrent pour une normalisation de la langue bretonne dans le monde économique, ce qui est en dehors du champ de leurs prérogatives.

v. L'échelon local

A l'échelon local, les entités administratives œuvrent pour la culture et la langue bretonne en fonction des convictions des élus locaux. Il faut citer le travail de certaines villes, communes et communautés de communes pour développer la culture et la langue bretonne. Cela se matérialise par le développement d'une signalétique en breton qui place le citoyen dans un environnement favorable à la langue naturelle. Cet aspect a fait l'objet de travaux et d'une thèse de doctorat²⁸⁷ qui a mis en relief la notion d'environnement favorable à la normalisation du breton, par l'affichage urbain bilingue. Cela place tous les usagers de la route dans un environnement favorable à la normalisation de la langue bretonne. Dans un autre domaine, Malo Bouëssel du Bourg souligne que la mise en vente de produits marqués par une identité bretonne, dans un magasin qui possède déjà une signalétique bretonne, favorise une harmonie

²⁸⁵ <https://www.finistere.fr/A-votre-service/Brezhoneg-Langue-bretonne/Vivre-en-breton> site du Conseil Départemental du Finistère page consacré aux actions existante en faveur de la langue bretonne. Site visualisé le 09 04 2016

²⁸⁶²⁸⁶ http://www.loire-atlantique.fr/jcms/guides-aides/vous-etes/association/-/federation/aide-a-la-culture-bretonne-fr-t1_26897?portal=aca_6941&category=t1_11118 page du site du conseil Départemental de Loire Atlantique en faveur de la culture bretonne. Site visualisé le 09 04 2016

²⁸⁷ Le Squère Roseline *Une analyse sociolinguistique des marquages du territoire en Bretagne : toponymie, affichage bilingue, identités culturelles et développement régional* Thèse soutenue à l'Université de Rennes 2 2007.

du produit avec son environnement immédiat. Cette harmonie est un facteur favorable pour la normalisation de la langue minoritaire. D'autres communes vont plus loin et lient une partie de leurs actions communales au développement de la langue bretonne en vue de retombées économiques. La liste de ces villes et communes serait très longue et fastidieuse à établir. Je citerai deux exemples : Carhaix qui a su se forger un nom et une réputation à l'échelon international grâce à la culture bretonne et à sa langue qui en est un élément distinctif. Aujourd'hui, cette ville du centre Bretagne attire des investissements conséquents venus de bien au-delà des frontières de l'Europe et réunit plusieurs dizaines de milliers de spectateurs pour son festival annuel. L'autre exemple est une petite commune de Finistère, Ploneis qui grâce à son maire et à l'équipe municipale a su attirer sur son territoire, le siège de la radio associative en langue bretonne : Radio Kerne²⁸⁸, qui emploie 6 personnes à temps plein. Traiter de la normalisation d'une langue minoritaire implique aussi de s'intéresser aux actions concrètes et parfois discrètes, qui se passent sur le terrain. Miser, entre autre, sur la normalisation de la langue bretonne permet de créer des emplois durables. Cela reste aujourd'hui des exemples encore trop isolés mais qui constituent des axes de réflexion pour le développement des communes.

3) Entreprises et langues minoritaires

Avant toute action ou démarche, il faut quantifier le marché auquel on s'adresse. Cette quantification ne peut être précisément juste mais doit permettre de donner une idée globale du but atteignable, avant de se lancer dans l'action. Cet exercice permet aussi de dimensionner les ressources au but à atteindre, ou de définir le but atteignable en fonction des ressources à disposition. Dans le cadre de ce travail, j'ai tenté de répondre à la question suivante : combien d'entreprises sont-elles sujettes à s'intéresser à la langue bretonne comme vecteur de communication dans le cadre de leurs activités ? Ont-elles une typologie particulière qui permettrait de les repérer plus facilement ? Il s'agit ici de définir et de

²⁸⁸ <http://www.radiokerne.bzh/br/> site de la Radio associative Radio Kerne 6 emplois plein temps et 3 animateurs en service civique. Site visualisé le 09 04 2016

quantifier s'il existe une sorte de cible potentielle d'entreprises susceptibles d'être intéressées par la démarche de normalisation d'une langue minoritaire dans le cadre de leurs activités.

Dans un second temps, j'ai recherché au travers d'actes engageants pour les sociétés, à déterminer celles qui manifestent un intérêt plus marqué pour la langue bretonne. J'ai étudié deux populations : d'une part les entreprises qui ont signé la charte « Ya d'ar brezhoneg » (« Oui au breton ») et d'autre part les entreprises qui ont contribué au financement des trois premières courses de relais pour la langue bretonne : les Redadeg 2008, 2010 et 2012. A partir de l'intérêt marqué de ces entreprises, j'ai cherché à caractériser leur motivation à l'égard de la langue bretonne et tenté de déterminer leur typologie.

Enfin, dans un souci de validation de mes conclusions, je suis allé à la rencontre d'un certain nombre de responsables d'entreprises.

a) Le sentiment d'appartenance à une région

i. Le but de la démarche

Le but de ma démarche est de quantifier les entreprises qui expriment un intérêt pour l'utilisation de la langue bretonne dans le cadre de leurs activités. Comme nous l'avons vu antérieurement, toutes les initiatives que nous avons pu noter ont été impulsées à la base, par le ou les responsables des entreprises. Il me semblait donc important de trouver un corpus suffisamment large de responsables d'entreprises qui puissent s'exprimer sur leurs motivations de chefs d'entreprises. Pour l'adéquation au sujet de ce travail, il fallait que ce corpus de responsables d'entreprises soit basé en Bretagne. Pour éviter les biais, je souhaitais qu'ils puissent s'exprimer librement, sans pour autant mettre en avant dans la direction de l'interview, tel ou tel aspect lié à leurs choix par rapport à leur lieu d'implantation, leur attachement, ou pas, à la Bretagne, leur attachement, ou pas, à la langue bretonne.

ii. Le corpus choisi

J'ai choisi un corpus d'interviews de responsables d'entreprises bretons, qui se sont prêtés au jeu d'un dialogue à « cœur ouvert » sur des sujets généraux liés à leurs convictions et leur histoire. Ces interviews ont été menées entre 2010 et 2011 par 4 femmes journalistes. L'ensemble des interviews a fait l'objet d'une parution sous le titre : « Des patrons bretons se

dévoilent, pour tordre le cou aux clichés²⁸⁹ ». La zone géographique couverte est limitée à la Bretagne administrative à 4 départements. Les études réalisées antérieurement nous ont appris que la Loire-Atlantique était le département le moins enclin à l'utilisation de la langue bretonne dans la communication des entreprises, ce qui constitue une exception par rapport aux autres départements bretons (B4). L'absence de la Loire-Atlantique dans ce corpus, ne remet pas en cause la validité de ce qui peut être noté sur la Bretagne administrative (B4). L'échantillon des personnes interrogées est très divers et concerne cent responsables d'entreprise. Les activités des entreprises sont également diverses et pas particulièrement liées aux métiers traditionnellement associés à la Bretagne ou à la langue bretonne, de ce point de vue. L'échantillon choisi est donc représentatif des entreprises de Bretagne. Le choix des entreprises pour ces interviews est indépendant des réseaux spécifiquement reliés à la culture ou à la langue bretonne. Le seul élément commun est la localisation géographique des entreprises sur les quatre départements de la Bretagne administrative.

Auteurs :

Les quatre journalistes sont :

Marguerite CASTEL, Le journal des entreprises, Télérama...

Julie DURAND, France-Soir, L'Hôtellerie-Restauration...

Monique GIRARD, Ex-journaliste du service économique d'Ouest-France.

Françoise JOIN, Ouest-France

Chacune d'entre elles a procédé aux interviews, entre 22 et 28 par journaliste. Les sujets abordés sont libres mais en fonction des journalistes, il apparaît qu'elles ont pu influencer le choix des sujets de discussion, sur des thèmes qui ne sont pas liés au sujet de cette étude. Les journalistes ont chacune exploité leurs réseaux dont les thématiques sont indépendantes de l'objet de ce présent travail. L'essentiel des discussions est concentré sur la manière dont les patrons vivent leur entreprise, quelle qu'en soit la dimension considérée.

iii. La méthode d'analyse

J'ai commencé par établir la liste de critères qui me semblaient pertinents pour caractériser mon échantillon dans le cadre de l'objet de l'étude. Je retiens les dix critères suivants :

Critères liés au dirigeant et à la structure qu'il dirige :

²⁸⁹ Durant Julie, Castel Marguerite, Girard Monique Join Françoise « *Des patrons bretons se dévoilent, pour tordre le cou aux clichés* » éditions la ligne pourpre. octobre 2011

- Origine géographique / culturelle du dirigeant (lieu de naissance ou environnement culturel durant la petite enfance)
- Homme ou femme
- Secteur d'activité (tertiaire, industrie/commerce et primaire). Avec la volonté de mieux connaître l'échantillon des patrons interviewés, j'ai cherché à les classer par rapport à la nature d'activité de leur entreprise.
- Revendication féminine. J'ai retenu ce critère dans la mesure où à la lecture des interviews, c'était une notion qui revenait particulièrement souvent.
- Nombre de dirigeants de la structure concernée.

Critères liés à la Bretagne et sa culture :

- « Bretonnitude²⁹⁰ » j'ai cherché à détecter si une certaine revendication de la Bretagne apparaissait spontanément dans le discours du dirigeant.
- Langue régionale. De même, j'ai cherché à quantifier la mise en avant spontanée d'une référence à la langue bretonne (fortement, faiblement ou pas du tout).

Critère lié au positionnement géographique de l'entité étudiée :

- Département / implantation géographique

Critère lié à la personne qui a mené l'interview :

- Nom de l'intervieweuse

Dans le but d'analyser l'importance des différents aspects de la « Bretagne » (dans plusieurs dimensions) dans des interviews non spécifiquement dirigées sur cette matière, j'ai procédé à la lecture du portrait de chaque patron / patronne avec la grille de lecture qui précède (chaque paramètre a été coté d'une manière binaire).

L'intérêt de ce travail est de mesurer l'existence d'éléments spécifiquement liés à la Bretagne ou à sa culture, dans le discours spontané de responsables d'entreprises établies en Bretagne.

iv. Les analyses

Toutes les analyses sont regroupées dans un tableau qui figure en annexe²⁹¹.

Caractérisation de l'échantillon des interviewés :

²⁹⁰ Le Coadic Ronan, *l'identité bretonne*, éditions Terre de Brume, 1998 (Livre consacré à ce qui constitue les éléments constitutifs de la « bretonnité » des habitants de Bretagne).

²⁹¹ Annexe 75 : Données et analyses des interviews de « 100 patrons bretons ».

Proportion Hommes / Femmes :

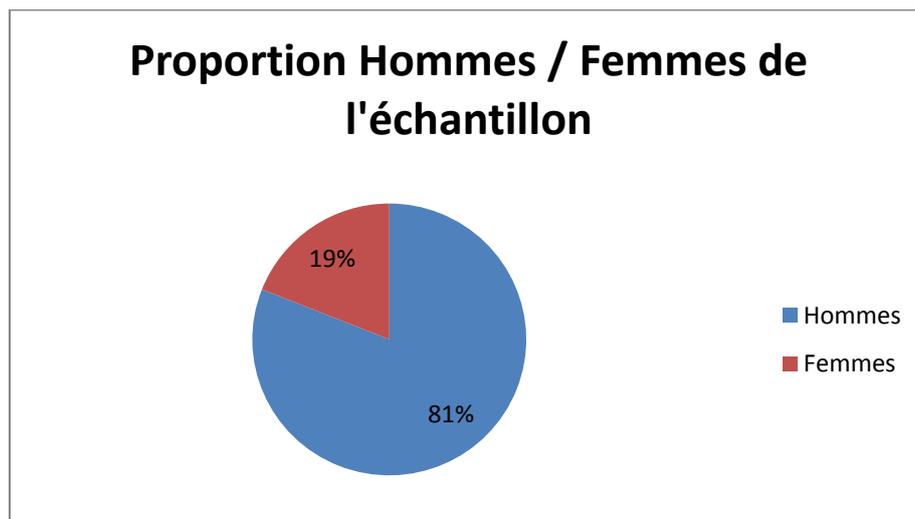


Figure 84: Interview patrons bretons répartition hommes / femmes. Source personnelle.

La part des femmes chefs d'entreprise interviewées dans le cadre de l'étude est de 19 %. Si nous ramenons cela aux statistiques françaises, la part des femmes chefs d'entreprise en 2010 en France est de 12,9 %²⁹². Nous observons une distorsion de 6 % entre l'échantillon interviewé et la moyenne nationale française. Cette distorsion n'est sans doute pas représentative d'une spécificité bretonne mais de la prépondérance de l'un des réseaux utilisés pour le recrutement des interviewés.

La nature des codirections d'entreprise :

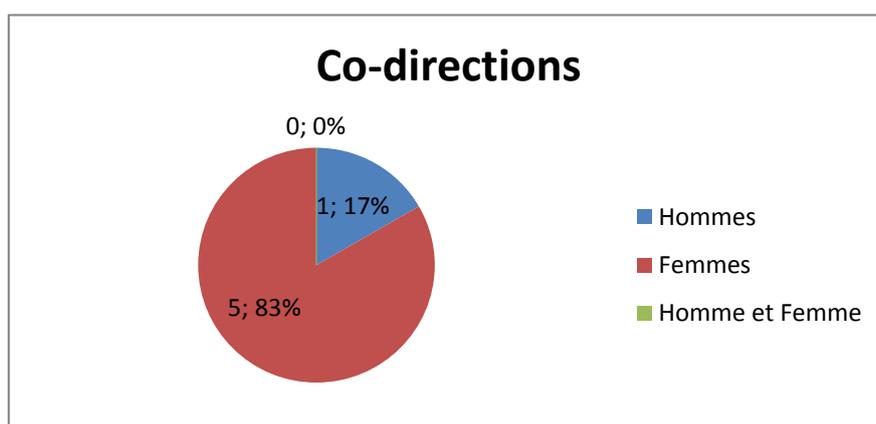


Figure 85 : Codirections dans les entreprises bretonnes. Source personnelle.

²⁹² Répartition hommes/femmes des chefs d'entreprises en France. Source : Statistique de l'INSEE http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?ref_id=NATTEF02135®_id=0 site visualisé le 18-03-2013

6 % des entreprises ont une codirection revendiquée, cela représente plutôt une exception dans la situation des entreprises. Sur ces 6 %, dans un seul cas, l'entreprise est codirigée par deux hommes, dans 5 cas par deux femmes. La mixité homme / femme dans les cogérances ne semble pas être la règle. On note que la codirection semble être une spécificité plutôt féminine.

Caractérisation de l'échantillon des entreprises du corpus par secteur d'activité :

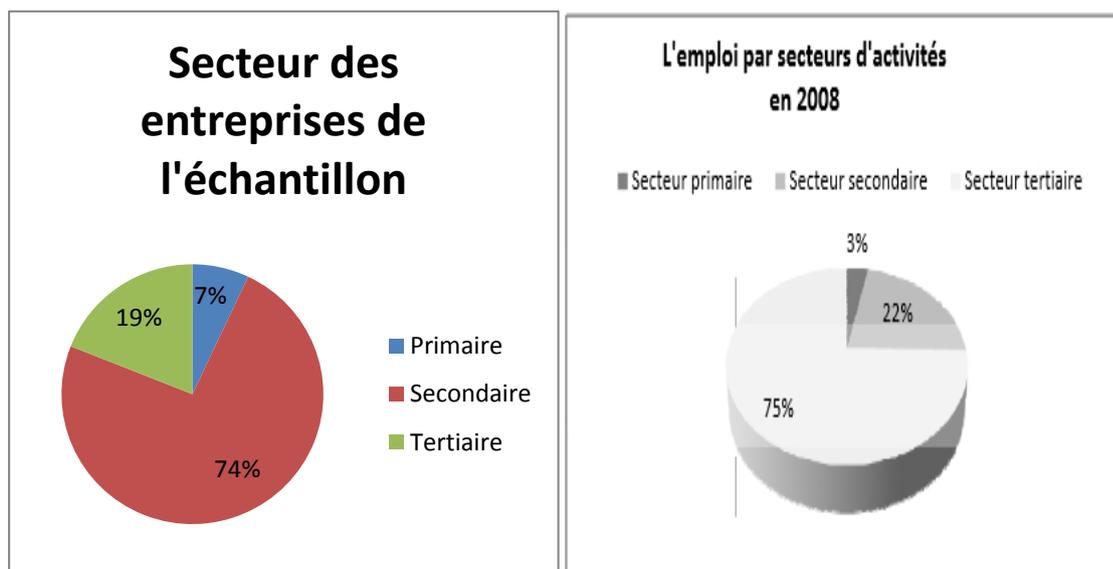


Figure 86: Distribution des entités par secteur d'activité économique. Sources : personnelle et Insee²⁹³

Si l'on compare l'échantillon des entreprises concernées par les interviews à la moyenne nationale française, on constate un important décalage au niveau de la nature des activités. Ce décalage est très certainement lié aux réseaux qui ont servi de support au recrutement des entreprises interviewées et non à la répartition réelle des entreprises en Bretagne. Le secteur primaire est surreprésenté dans notre échantillon (7 % par rapport à 3 % en France). Le secondaire est très largement surreprésenté : 74 % par rapport à 22 % en France. Le tertiaire est très sous représenté : 19 % par rapport à 75 % dans tout le reste de la France. Ce décalage important par rapport aux moyennes françaises est à prendre en compte dans nos analyses car nous avons pu remarquer que le taux de pratique de la langue bretonne varie significativement d'un secteur d'activité à un autre même si avec le temps cette différence s'estompe voire s'inverse.

²⁹³ Répartitions des entreprises françaises par secteur d'activité. Source INSEE http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=T11F047 site visualisé le 23/03/2013

L'origine du chef d'entreprise :

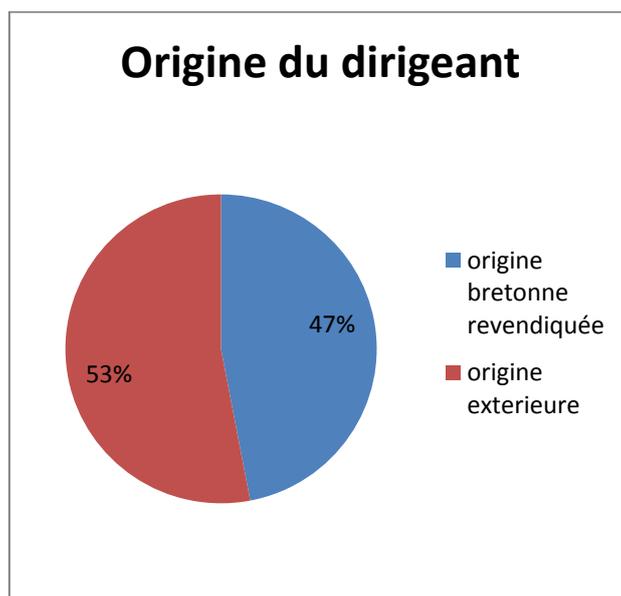


Figure 87: Origine des patrons interviewés. Source personnelle.

La majorité des dirigeants d'entreprise interviewés vient de l'extérieur à la Bretagne 53 %. Ils sont 47 % à revendiquer leurs origines bretonnes.

Répartition géographique des entreprises :

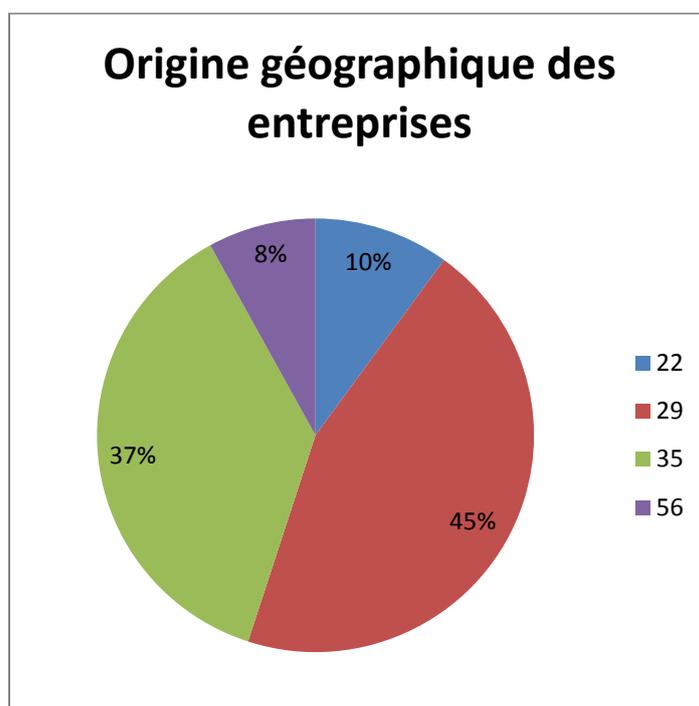


Figure 88: Répartition des patrons interviewés par département. Source personnelle.

A priori, il ne devrait pas y avoir de répartition particulière des entreprises étudiées. En relation avec les réseaux utilisés, on remarque cependant une répartition assez hétérogène des entreprises visitées dans les 4 départements. Le Finistère et l'Ille-et-Vilaine représentent 82 % des entreprises soit respectivement 45 % pour le Finistère et 37 % pour l'Ille-et-Vilaine. Par contre, les Côtes-d'Armor et le Morbihan ne représentent respectivement que 10 et 8 % du total des entreprises. L'échantillonnage peut représenter un certain déséquilibre entre les extrémités est-ouest de la Bretagne, par rapport à un axe central nord-sud. Il est fort probable que ce déficit au niveau des entreprises morbihannaises et costarmoricaines provienne des réseaux qui ont été exploités par les quatre journalistes et non d'une spécificité géographique particulière des deux départements sous ou sur représentés.

La revendication féminine dans l'échantillon des femmes interviewées.

Dans l'échantillon des 19 femmes chefs d'entreprise interviewées (8 femmes sur 19), 42 % d'entre elles ont un discours empreint de revendications féministes. Il y a certainement là l'effet d'une prépondérance de l'un des réseaux utilisés pour recruter les personnes interviewées.

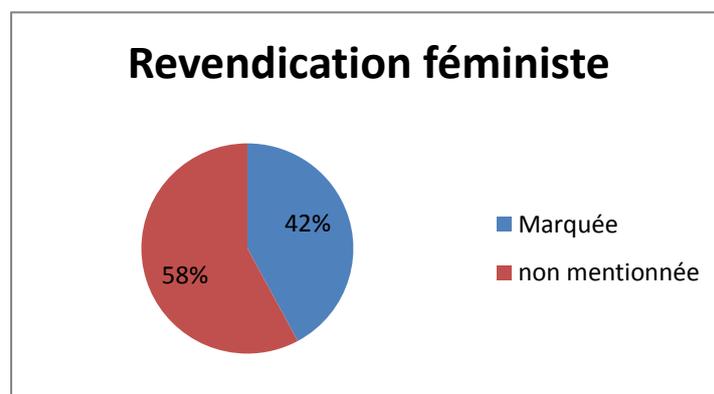


Figure 89 : La revendication féministe chez les patrons femmes interviewées. Source personnelle.

Ce fait peut être considéré comme un biais quand l'importance de cette revendication féminine occupe une place prépondérante dans la totalité de l'interview car il reste peu de place pour les autres sujets.

51 % des interviewés mentionnent spontanément leur attachement à la Bretagne comme élément important dans leur décision de vivre en Bretagne. Parmi ces 51 %, la répartition hommes / femmes fait apparaître une différence sensible entre les deux populations.

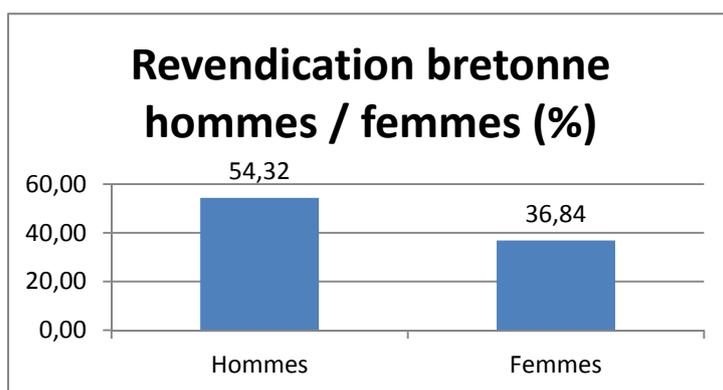


Figure 90 : La revendication de la Bretagne répartition hommes/femmes. Source personnelle.

On trouve une différence marquée de près de 20 % entre les hommes et les femmes par rapport à une revendication de la Bretagne présente spontanément dans le discours des interviewés. On retrouve aussi cette différence par rapport à la mention de la langue bretonne. 10 % des hommes interviewés en font état, alors qu'aucune femme ne la mentionne. Lorsque l'on combine les femmes qui ont manifesté leurs penchants féministes avec celle qui mentionnent la Bretagne, on en trouve 2 sur 7 féministes soit 29 % de l'ensemble des femmes qui revendiquent leur féminisme. Si l'on fait de même pour les femmes qui parlent de la langue bretonne, on ne trouve aucune femme qui mentionne spontanément et simultanément ses penchants féministes et son attachement à la langue bretonne. Cette remarque est intéressante car elle tend à indiquer qu'il y aurait une sorte d'incompatibilité entre le féminisme soit un certain avant-gardisme revendiqué (parmi les femmes responsables d'entreprises) et la langue bretonne et une incompatibilité moindre à associer le féminisme et l'image de la Bretagne. L'échantillon est trop restreint pour pouvoir tirer des conclusions affirmées, cependant, ce phénomène pourrait être l'objet d'une étude dédiée.

Origine et Bretagne revendiquée.

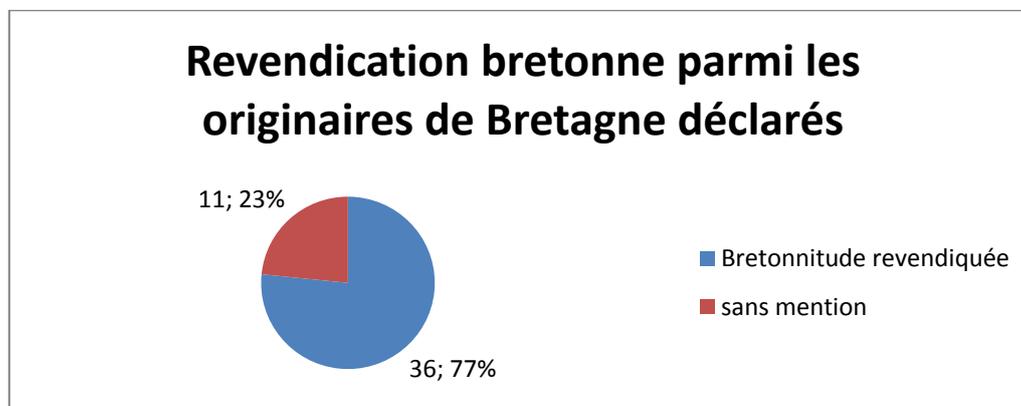


Figure 91: Revendication de l'origine bretonne durant les interviews. Source personnelle.

Lorsque l'on examine la population des chefs d'entreprises qui annoncent spontanément qu'ils sont originaires de Bretagne (47/100), on constate que plus des trois quarts d'entre eux (77 %) vont spontanément parler de la Bretagne comme un choix pour leur établissement professionnel ou pour leur cadre de vie (36/47). La spontanéité de cette revendication montre une grande sensibilité à l'attachement géographique. Ce taux de 77 % reste particulièrement élevé et me semble significatif et révélateur. Les entrepreneurs bretons qui s'établissent en Bretagne ne le font pas par hasard, c'est le résultat d'une réflexion ou du moins d'une volonté. L'entreprise dans son environnement :

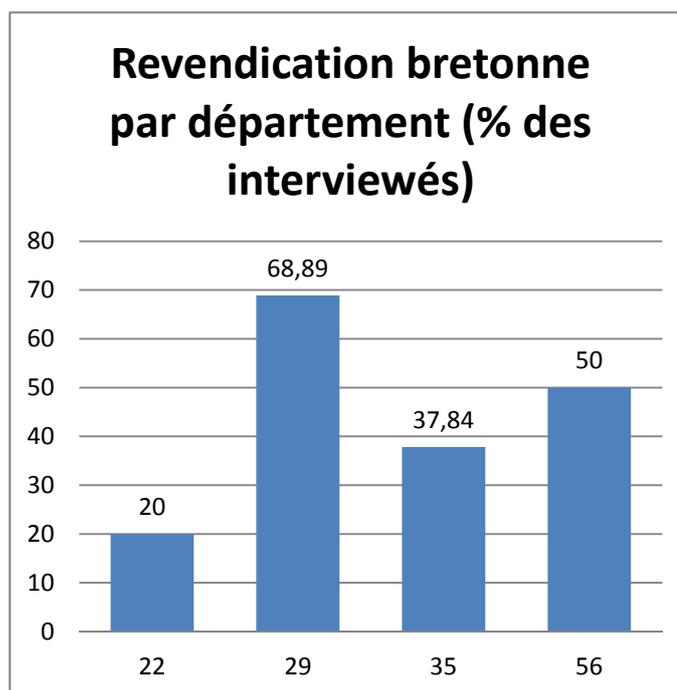


Figure 92 : Le taux de revendication bretonne par département breton (B4). Source personnelle.

On peut noter le chiffre important réalisé par une revendication spontanée de la Bretagne en particulier dans le Finistère, où la proportion d'interviewés qui mentionne spontanément son attachement à la Bretagne, avoisine les 70 %. L'Ille-et-Vilaine (37 entreprises) fait apparaître une revendication réelle mais moins forte qu'à l'ouest. La faible représentation des Côtes-d'Armor (10 entreprises) et du Morbihan (8) ne permet pas de tirer des conclusions aussi nettes mais cette revendication spontanée est néanmoins exprimée et reste forte dans le Morbihan, très nettement moins dans les Côtes-d'Armor.

Revendication de la Bretagne (ou de sa bretonnitude) en fonction des secteurs d'activité des entreprises :

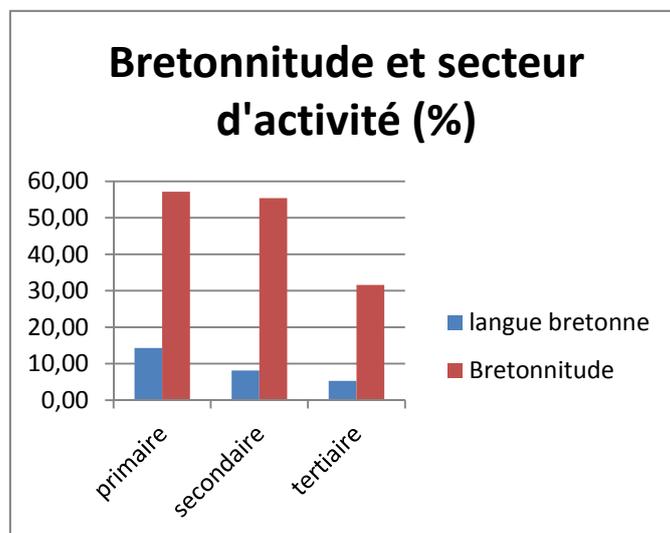


Figure 93: Revendication de bretonnitude chez les interviewés. Source personnelle

Le graphique ci-dessus tend à confirmer que la nature de l'activité de l'entreprise est en relation avec la perception de l'importance de son environnement. Les entrepreneurs du secteur primaire sont plus sensibles à leur environnement (culturel et linguistique) que les autres entrepreneurs des secteurs secondaire et tertiaire. C'est particulièrement sensible pour les entrepreneurs du secteur tertiaire, qui sont nettement moins nombreux à mentionner l'importance d'être basé en Bretagne et encore moins nombreux à mentionner la langue bretonne. Cela montre que le secteur tertiaire est celui qui est le mieux placé géographiquement par rapport à l'apprentissage de la langue bretonne, qui est un phénomène essentiellement urbain mais il est aussi celui qui montre le plus important déficit de prise de conscience par rapport à une sensibilisation à l'environnement culturel et linguistique. La constatation de ce lien (secteur d'activité - environnement culturel) est intéressante car c'est un axe de travail particulièrement d'actualité dans une société qui se « tertiarise » rapidement.

Langue bretonne et entreprise :



Figure 94: mention de la langue bretonne parmi les interviewés. Source personnelle.

Sans surprise, pour des interviews générales, la langue n'est pas le sujet spontanément abordé par la majorité des personnes : 92 % des responsables d'entreprises ne la mentionnent pas.

Il est cependant à noter que cette situation montre que d'une manière ou d'une autre, une mention spontanée de la langue apparaît dans 8 % des interviews. Ceci n'est pas anormal compte tenu de la situation de la langue bretonne en Bretagne. Si l'on prend en compte le critère hommes / femmes, près de 10 % (9,88 %) des hommes vont faire une référence à la langue au cours des interviews (nom d'un produit, nom de l'entreprise, autres mentions...), alors que cela ne sera pas le cas pour les femmes interviewées.

Mention de la langue bretonne par département :

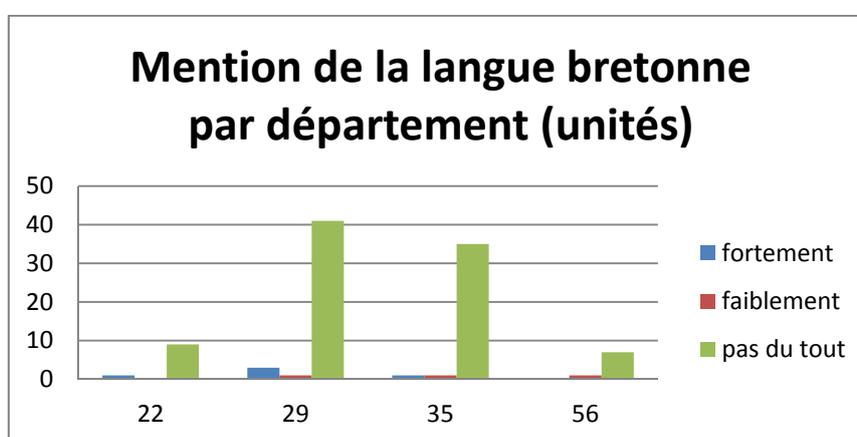


Figure 95: Mention spontanée de la langue bretonne par les interviewés. Source personnelle

On note que, quel que soit le département, d'une manière ou d'une autre, la langue apparaît spontanément dans les comptes-rendus des discussions. On trouve respectivement 9 % et 5,5 % de mention de la langue bretonne dans les interviews des responsables d'entreprises du Finistère et de l'Ille-et-Vilaine, ce qui constitue dans les deux cas quelque chose de remarquable compte tenu de la géographie et de l'histoire linguistique de ces deux départements. Pour ce qui concerne le Morbihan et les Côtes-d'Armor, même si l'échantillon est plus restreint dans les deux cas, on trouve une mention de la langue bretonne qui s'établit respectivement à 12,5 % et 10 %. Les pourcentages varient d'un département à l'autre entre 5,5 et 12 % et nous donne une moyenne de 8 % des entrepreneurs qui mentionnent spontanément la langue bretonne dans leurs interviews. Sachant que ces entretiens n'avaient aucune raison de mentionner la langue bretonne, le phénomène est notable.

Liens entre thèmes abordés et journalistes :

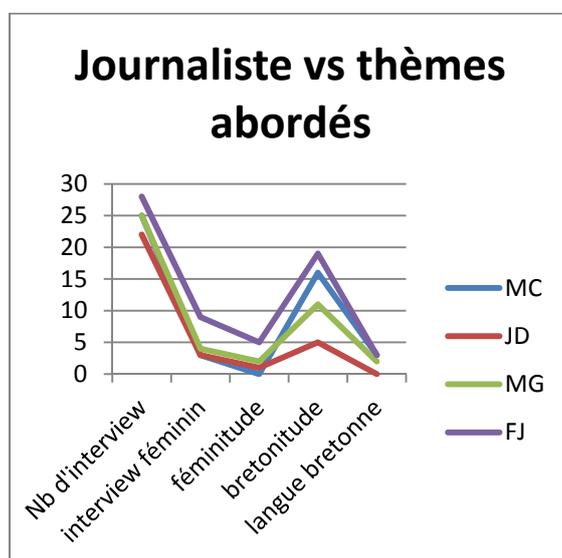


Figure 96: Données factuelles sur les différents journalistes. Source personnelle

Par rapport aux 5 points analysés, on remarque que les courbes ont toutes la même allure générale, ce qui permet de voir qu'il n'y a pas de différences majeures entre les thèmes abordés dans les interviews de chaque journaliste. FJ a interviewé le plus grand nombre de patrons (28 %), le plus de femmes (32 %) et fait ressortir le plus souvent les revendications liées au féminisme (18 %), à la Bretagne (68 %) et à la langue (11 %). Les autres journalistes ne font pas ressortir l'aspect lié à la femme avec la même intensité que FJ.

MG a interviewé 25 patrons (25 % du total), dont 4 femmes (8 %), 11 patrons, soit 44 % de ses interviews font référence à la Bretagne. 2 font référence à la « féminitude » et le même nombre fait référence à la langue bretonne soit 8 % de ses interviewés dans les deux cas.

MC a interviewé 25 patrons dont 3 femmes (8 %). Aucune n'a mentionné de revendication féministe, 64 % soit 12 interviewés font part de l'importance de la Bretagne pour eux et 12 % soit 3 interviewés font apparaître la langue bretonne dans leurs interviews.

JD a procédé à 22 interviews (22 %). Elle ne fait pas particulièrement ressortir les cinq éléments identifiés relatifs à cette analyse dans ses interviews.

L'ensemble de ces courbes montre que parmi les thèmes choisis dans le cadre de ce travail, il n'y a pas vraiment de thèmes occultés par l'une ou l'autre des journalistes. On peut remarquer une propension plus ou moins grande des unes ou des autres à mettre en valeur les thèmes qui ont été suivis. Sur l'ensemble des thèmes relevés, celui lié à une certaine revendication de la Bretagne reste celui qui est le plus prépondérant. La langue bretonne, comme attendu, est la moins évoquée spontanément mais sur ce point, ce qui est notable c'est qu'elle apparaisse d'une manière marquée.

v. Bilan des interviews

Ce recueil d'interviews réalisé en Bretagne permet de mesurer dans un contexte relativement neutre la prégnance de la sensibilité des patrons situés en Bretagne (B4), à leur environnement culturel. L'influence des journalistes qui ont procédé aux interviews sur les thèmes principaux abordés ne constitue pas de biais significatifs même s'il existe des différences entre les quatre journalistes sur la fréquence et l'importance des réponses données sur certains sujets. L'échantillon des femmes chefs d'entreprises affiche une forte revendication féminine sans doute mise en exergue par l'appartenance d'un nombre important d'interviewées à un réseau de femmes créatrices d'entreprises, empreint d'un féminisme revendiqué. La conséquence potentielle de cette situation est qu'il semble que ce même échantillon féminin affiche très peu son attachement à la Bretagne et sa culture et ne mentionne pas du tout la langue bretonne. Ce fait peut être rapproché de l'attitude proactive des femmes face à la transition linguistique breton - français et donc de la non-transmission intergénérationnelle de la langue bretonne dans les années 1940 à 1960. L'hypothèse reste à valider. On peut noter que plus une entreprise est physiquement proche de la nature (secteur primaire) plus la revendication de l'environnement et de la langue est forte. C'est dans le secteur tertiaire que cette affirmation de la Bretagne et de sa langue est la moins forte. La caractérisation de l'échantillon nous montre que la distribution des secteurs d'activité des entreprises dans lesquels les interviews ont eu lieu est décalée par rapport à la distribution des secteurs d'activité en France. Par rapport aux calculs faits sur l'ensemble de la population, la faible représentativité du secteur tertiaire dans notre échantillon vient marquer le tableau général d'une tendance plutôt

favorable alors qu'une prise en compte plus large d'entreprises du tertiaire aurait selon toute vraisemblance réduit le pourcentage de la revendication bretonne et de la référence à la langue bretonne.

L'un des éléments les plus étonnants, compte tenu du contexte relativement neutre des interviews, est l'attachement des patrons bretons à leur environnement géographique, culturel et linguistique. Ils sont 51 % à mentionner spontanément la Bretagne dans leurs interviews. Le facteur du lieu de naissance accentue le phénomène car ils sont 77 % à mentionner la Bretagne lorsqu'ils revendiquent une naissance ou une enfance liée à la Bretagne. Cette remarque reste vraie tant pour la haute que pour la basse Bretagne. Cet attachement à la culture du lieu de l'enfance, au lieu « originel », est un élément intéressant qu'il serait opportun d'étudier d'une manière plus approfondie. Dans un tel contexte, les signaux captés par rapport à la langue bretonne sont relativement faibles mais toujours présents, quelle que soit l'échelle d'observation (au global, par entreprise ou par secteur d'activité). Cette étude révèle qu'il existe en 2011 un substrat relativement important, de l'ordre de 8 %, des chefs d'entreprises situés en Bretagne, qui évoquent spontanément la langue bretonne dans une interview non spécifiquement liée à la langue bretonne. Ce dernier groupe pourrait devenir un terreau propice à une réappropriation de la culture, voire de la langue dans le milieu des entreprises bretonnes. Aujourd'hui, cela peut se réaliser par l'intermédiaire des néo-bretonnants issus des filières d'enseignement étudiées dans la première partie de ce travail.

A ce jour, le nombre de personnes formées à la langue bretonne reste en deçà du niveau qu'il faudrait pour pourvoir tous les postes disponibles mais une mobilisation de ces 8 % d'entreprises qui montrent un intérêt spontané pour la langue bretonne serait de nature à donner des perspectives plus conséquentes aux élèves des filières bretonnantes. Au-delà de l'affichage spontané d'un attachement à la Bretagne ou à sa langue, à l'occasion de certains événements il arrive que les entreprises puissent proactivement afficher cet attachement. Ce qui est l'objet du prochain chapitre.

b) Les entreprises qui vont vers la langue bretonne

Pour les sections suivantes, je suis allé à la recherche des entités privées qui ne se contentent pas de parler de la Bretagne ou de la langue bretonne mais qui s'engagent pour la promotion de la langue bretonne d'une manière assumée et revendiquée. J'ai choisi deux corpus pour

caractériser ces entités : d'une part, celui des entreprises qui ont choisi de signer la charte « Ya d'ar brezhoneg » et d'autre part, le corpus des entreprises qui participent à la course de relais pour la langue bretonne : la « Redadeg ».

i. La charte « Ya d'ar brezhoneg »

1. La charte

La charte « Ya d'ar brezhoneg » se traduit par la charte « Oui au breton ». Cette charte est une initiative de l'Office Public de la Langue Bretonne qui date de 2001. Elle était initialement dédiée aux entités privées dans laquelle on trouve des entreprises et des associations, puis elle s'est ouverte aux mairies en 2004 et aux structures intercommunales en 2006. A ce jour l'office de la langue bretonne revendique 722 structures privées signataires de la charte, 183 communes et 13 structures intercommunales²⁹⁴. La signature de la charte est une démarche volontaire, qui consiste en l'application d'un certain nombre d'initiatives et d'actions en faveur de la langue bretonne et vise la normalisation de la langue bretonne dans le monde économique. La charte est à destination des « acteurs sociaux et économiques » et d'après le document de l'Office, 56,94 % des signataires sont des entreprises privées.

La charte se veut pratique et concrète. Pour ce qui concerne le niveau 1, les actions susceptibles d'être mises en place sont simples et ne trouvent de limite que dans l'imagination des personnes qui les créent. L'accumulation d'expériences différentes fait que les exemples enrichissent les possibilités de mise en avant du breton, qui sont partagées avec les nouveaux signataires.

La charte (non datée), telle qu'elle se trouve sur le site internet de l'Office Public de la Langue Bretonne²⁹⁵, mentionne le domaine des entreprises et celui des organisations privées mais il reste un document principalement adapté aux communes. L'ensemble du dossier est d'ailleurs tourné vers ce but précis. Cela montre une tendance qui s'est confirmée dans le temps, d'une plus grande focalisation des ressources de l'Office sur les communes et sur les organisations territoriales. Les structures de l'Office étant plus proches des collectivités territoriales, cela leur permet à la fois d'être plus à l'aise et plus efficaces que dans le monde des entreprises qui lui est moins familier. Il y a quelque temps encore, l'office proposait un

²⁹⁴ Office Public de la Langue Bretonne <http://www.fr.brezhoneg.bzh/32-presentation.htm> site visualisé le 07 02 2016.

²⁹⁵ Office Public de la Langue Bretonne charte « Ya d'ar brezhoneg » <http://www.ofis-bzh.org/upload/ouvrage/fichier/301fichier.pdf> site visualisé la 07 02 2016

certain nombre de documents qui précisait le domaine d'application : les entreprises privées d'une part et les collectivités territoriales²⁹⁶ d'autre part. Ces documents datent de 2013. Ce sont eux qui servent de référence dans le cadre de ce travail, pour l'étude de la charte à l'attention des entreprises²⁹⁷. La phase introductive retrace différents éléments constitutifs de la démarche. On y trouve trois idées principales. Il y a en premier lieu, le résultat de sondages effectués en Bretagne auprès de la population et qui a validé la popularité de la langue bretonne. Sur cette base, l'idée est de faire en sorte que la langue bretonne puisse aller à la rencontre des Bretons, là où ils vivent : les lieux de travail, les loisirs, les commerces... Le second point mentionné est la popularité de l'action et le côté volontariste des signataires de mettre en application un certain nombre d'actions concrètes en faveur de la mise en avant de la langue bretonne. Il est vrai que la signature de plusieurs centaines d'entités en un temps relativement court est un indicateur intéressant qui montre leur intérêt. Le troisième point est une introduction au système mis en place pour établir les niveaux de pénétration de l'utilisation de langue bretonne dans la sphère des entreprises privées. Les labels de la charte sont là comme une certification de ce qui est fait par la structure en faveur de la langue bretonne. Cette labellisation valorise les actions accomplies par rapport à la langue et permet un affichage public, voire une revendication, d'un attachement à la langue et à la culture bretonne. A ce stade, on note que la valorisation des niveaux se fait principalement par de l'estime et de la reconnaissance, ce qui est sans doute une sous-estimation des effets apportés aux signataires. Ce dernier point sera abordé dans la troisième partie. La procédure de labellisation est explicitée comme étant une action en deux temps, afin que la qualité du label soit établie et maintenue :

- La labellisation proprement dite consiste à faire venir un « technicien » de la langue dans la structure et de lui faire constater les actions accomplies. Si les actions satisfont les critères de labellisation, celle-ci est octroyée.
- Le second temps est la validation bisannuelle, qui consiste à vérifier que les actions menées sont toujours en place et éventuellement découvrir de nouvelles actions qui peuvent déboucher sur un niveau supplémentaire dans la labellisation.

L'office Public de la Langue Bretonne a établi trois niveaux par rapport à la labellisation. Il leur a été donné à chacun un nom :

²⁹⁶ Annexe 76 : Le bilinguisme dans votre commune Office Public de la Langue Bretonne / Ti ar Vro document de 2006.

²⁹⁷ Annexe 77 : Labels "Ya d'ar brezhoneg"- référentiel de certification - Présentation non datée (2013 ?) Présentation du référentiel « ya d'ar brezhoneg » pour les structures privées. Introduction de Léna Louarn.

- Soutien à la langue bretonne
- En breton s'il vous plait !
- Travailler en breton.

Chacun de ces niveaux correspond à un certain nombre d'actions à mettre en place.

- Le label de niveau 1 est attribué aux entités qui affichent publiquement leur attachement à la langue bretonne, en l'utilisant dans différentes circonstances. Cela peut se faire sur différents supports, sans que la place de la langue bretonne ait à supporter une place dévalorisée par rapport à la langue française ou anglaise. La parité des langues utilisées illustre qu'il n'existe pas de langues inférieures. Il est admis que l'entité ne puisse pas recevoir ses clients en langue bretonne ni travailler en langue bretonne. Le candidat se voit proposer 20 possibilités d'actions présentées en annexe²⁹⁸, dont au moins 5 à mettre en pratique. Cet ensemble de propositions peut sembler plus ou moins applicable par rapport à l'organisation et la taille de la structure. Il faut néanmoins attirer l'attention sur le caractère didactique de cette liste non limitative, établie et enrichie grâce à la place centrale de l'Office comme structure coordinatrice.
- Le label de niveau 2 est baptisé : « en breton s'il vous plait ! » Il est attribué sous réserve de pouvoir répondre en breton aux sollicitations extérieures d'un client ou d'un fournisseur. L'obtention de ce label est soumise au respect de 5 actions obligatoires et d'une action complémentaire à choisir parmi 3 autres. Les actions obligatoires proposées sont :
 - Indiquer que l'accueil des interlocuteurs peut se faire en langue bretonne.
 - La réponse au téléphone se fait prioritairement en breton.
 - Avertir clairement les clients et fournisseurs qu'ils peuvent s'adresser à la structure en breton.
 - Répondre en breton au courrier postal ou électronique lorsque c'est la langue de l'interlocuteur.
 - Désigner les postes de travail à caractère bilingue.

²⁹⁸ Annexe 78 : Les 20 actions proposées par l'OPLB pour le niveau 1 de la charte YAB.

Le premier critère doit correspondre à une certaine réalité pour pouvoir être revendiqué. En fonction des interlocuteurs de l'entité qui reçoivent un brittophone, lui répondre en breton est une possibilité, qui est fonction des capacités de chacun mais certainement pas de tous les salariés vu la situation de normalisation de la langue bretonne. Si le numéro de téléphone qui s'affiche sur le récepteur est étranger ou extérieur à la Bretagne, quand votre interlocuteur appelle d'un pays étranger, il est sans doute vain de commencer à lui parler en breton. Le second critère obligatoire rejoint le premier quant à sa faisabilité et son à-propos. Désigner des postes à caractère bilingue si la structure n'en a pas la nécessité réelle dans le cadre du travail peut sembler difficile à accepter au sein de l'entreprise. Il existe un autre critère au choix à ajouter aux 5 précédents pour pouvoir prétendre au label de niveau 2. Ce critère est à choisir entre trois propositions :

- Former le personnel en relation avec le public.
- Proposer sur le temps de travail, une formation à la langue bretonne aux salariés qui le souhaitent.
- Proposer un matériel de traduction aux non-brittophones lors des réunions.

Chacune de ces trois actions, quand bien même partent-elles d'un bon sentiment, semble assez loin des possibilités des entreprises privées et montrent plutôt une méconnaissance du monde de l'entreprise. Former le personnel en relation avec le public paraît tout à fait naturel, est-ce une formation à l'accueil téléphonique ou physique ou à la langue bretonne, la chose n'est pas précisée. Proposer une formation à la langue bretonne est une possibilité et il existe des dispositifs pour la formation en entreprise à condition que cela ait du sens par rapport à la tâche à accomplir. La précision apportée que cela doit obligatoirement se faire sur le temps de travail apparaît comme assez étonnante, dans la mesure où cela ne change rien au niveau de la compétence linguistique acquise et relève de la gestion interne de l'entreprise et du choix des salariés. Une telle obligation tient d'un critère idéologique qui sous-entend qu'un responsable puisse obliger un salarié à suivre une formation à la langue bretonne à l'encontre de son plein gré, sur son temps de loisir ? Une telle mention dénote une méconnaissance du fonctionnement des entreprises et contribue aussi à faire que la langue bretonne a du mal à pénétrer la sphère économique. Le rejet de ce type d'obligations

péremptoires transparaît d'ailleurs dans les 20 objections à l'utilisation de la langue bretonne dans le monde économique, rapportées par l'association Produit en Bretagne. Examinons les raisons de ce rejet. Les conséquences d'une formation à la langue bretonne sur le temps de travail pour un poste qui n'en a pas la nécessité impérieuse reconnue par les autres salariés créeraient un clivage dans l'entreprise. Il y aurait d'un côté les salariés brittophones en devenir (pour peu qu'ils le veuillent), qui bénéficieraient d'un certain nombre de jours par mois pour l'étude de la langue bretonne (journées qu'il faudrait compenser par l'effort de l'ensemble des salariés dans le cas de compétences rares, c'est aussi une réalité de la vie d'entreprise). Et de l'autre, les non-brittophones qui seraient en droit de réclamer des cours de golf ou de navigation sur le temps de travail car il n'y a aucune raison qu'ils soient traités différemment vis-à-vis de leurs collègues apprenants de la langue bretonne. Il est clair que la pérennité d'une telle entreprise serait vraisemblablement limitée. Une formation perçue comme capitale pour la bonne marche de l'entreprise est bien acceptée par l'ensemble des acteurs de l'entité concernée comme une force nécessaire à son avenir. Dans le cas où l'objet de la formation n'a pas d'enjeu économique pour la bonne marche de l'entité, cette action contribuerait à créer exactement l'inverse de ce qui semble « raisonnable » de faire et ne peut susciter l'adhésion de la majorité des acteurs de l'entreprise.

Le troisième critère optionnel : disposer d'un matériel nécessaire à la traduction en français des réunions tenues en breton me semble tout à fait surréaliste. En effet, le matériel en lui-même ne peut assurer de traduction et il n'y a donc pas de lien entre l'utilisation de la langue bretonne et le matériel de traduction. D'autre part, le coût d'une réunion faisant appel à un interprète sachant que l'ensemble des participants est capable de parler le français ou l'anglais, peut apporter une satisfaction intellectuelle mais est totalement inapplicable sur une gestion quotidienne de l'entreprise. Pour illustrer cela à l'échelle d'une PME, si une seule personne connaissant la langue peut parler en breton, la traduction serait faite pour tous les autres participants dans une langue que maîtrise aussi le locuteur brittophone. Le côté ubuesque de la situation serait certainement très mal pris par tous les acteurs de l'entreprise, ce qui déboucherait sur une situation caricaturale à éviter.

Le niveau 2 de la charte implique une connaissance de la langue pour chacune des fonctions de l'entreprise : achats, service client, service après-vente, logistique, comptabilité, développement des produits, R et D... quelle que soit la structure. Sauf dans le cas de très petites entreprises, limitées à deux ou trois personnes, auquel cas il suffit d'un bilingue pour couvrir tous les besoins, l'exercice peut se révéler très ardu car il nécessite d'avoir un personnel bilingue pour chacune des fonctions de l'entreprise. La mise en œuvre de ce niveau 2 en harmonie avec l'ensemble du personnel me semble extrêmement difficile pour une entreprise privée qui n'œuvre pas nécessairement dans le domaine de produits ou de services liés à la Bretagne ou à sa culture. L'implémentation d'une telle politique entraînerait un problème interne au niveau de l'entreprise car l'obligation de parler la langue bretonne serait considérée comme une discrimination difficilement acceptable si elle n'est pas porteuse de sens pour l'entreprise. Il n'existe à ma connaissance, aucune structure privée qui revendique le niveau 2, hormis celles dont l'objet est la promotion de la langue bretonne ou dont l'image est intimement liée à la Bretagne. Ce niveau bénéficierait d'être repensé avec des acteurs du secteur pour être atteignable dans un contexte réel.

- Le label de niveau 3 est intitulé « travailler en breton ». Pour ce niveau de labellisation, la structure doit satisfaire à 4 critères obligatoires :
 - L'ensemble des salariés doit maîtriser la langue bretonne et travailler en langue bretonne.
 - Une formation obligatoire des salariés qui ne connaissent pas la langue et des cours de perfectionnement pour ceux qui ne la maîtrisent pas assez.
 - La comptabilité doit se faire en breton.
 - Les logiciels doivent être utilisés dans leur version bretonne (exclusivement ?).

Cet ensemble de critères s'appuie sur de bonnes intentions mais il semble peu probable qu'au XXI^e siècle une entreprise puisse gérer la vie de ses salariés en leur imposant de telles contraintes obligatoires sans risquer d'entraîner des démissions ou des recours devant les tribunaux. Sauf cas très particulier (centre de formation à la langue bretonne par exemple), il est clair qu'une telle obligation serait de nature à apporter une insécurité linguistique dans l'entreprise ce qui pourrait lui être très préjudiciable.

Par rapport à la charte « Ya d'ar brezhoneg » spécifique aux entreprises, les possibilités d'atteindre les différents niveaux sont assez disparates. Le niveau 1 est basé sur un volontarisme motivant et offre bien des possibilités qui sont à la portée de pratiquement toutes les entreprises ou organisations. Les niveaux suivants de la charte ne sont plus dans un esprit volontariste et imposent un certain nombre d'objectifs contraignants, à la fois aux entreprises et aux salariés. Pour des responsables d'entreprises qui ont des préoccupations économiques et des salariés qui ont des droits, ces critères semblent peu réalistes, au regard des lois du travail et du bon-sens. Cet ensemble de critères, pose le problème de la méthodologie qui prévaut à leur détermination. Les côtés pragmatiques, astucieux et ludiques des critères de niveau 1 tranchent étonnamment avec les critères des niveaux 2 et 3. Pour qu'une telle démarche puisse se cristalliser en quelque chose de concret, il faut que l'élaboration des critères se fasse en accord avec des représentants de toutes les parties concernées : des responsables d'entreprises, des salariés et un représentant de l'Office Public de la Langue Bretonne, ce qui n'a manifestement pas été le cas pour les critères des niveaux 2 et 3.

2. Les signataires, considérations générales

Ma première démarche a été de me procurer la liste des signataires afin de caractériser les entreprises qui ont choisi d'adhérer à la charte « Ya d'ar brezhoneg ». Cette liste m'a été fournie le 17 septembre 2012, par un représentant de l'Office Public de la Langue Bretonne. Cette liste est datée du 27 avril 2012²⁹⁹. L'inventaire des signataires m'a conduit à lister l'ensemble des 697 entités présentes sur la liste fournie. Le titre du document fait état de 691 soit 6 de moins que ce que j'ai pu recenser. J'ai ensuite évalué la situation d'activité de chaque entreprise, afin d'apurer le corpus d'éventuelles défaillances ou de cessations d'activité. Ceci m'a amené à réduire le corpus des entreprises sur lequel j'ai travaillé de 697 à 625 soit 72 entreprises qui avaient disparu pour des raisons diverses. Ce ratio de 72 entités disparues sur 697 entreprises au total est de l'ordre de 10 %. Si l'on émet l'hypothèse que cette liste d'entreprises est uniquement incrémentale, sur 10 ans environ, cela représente une moyenne de mortalité de 1 % par an ce qui semble très honorable par rapport aux statistiques de l'Insee sur les défaillances d'entreprises³⁰⁰. La signature de la charte n'a donc pas d'effet négatif sur la survie des entreprises signataires (ceci est rassurant !). Les 625 entreprises

²⁹⁹ Annexe 79 : liste des entreprises signataires de la charte « Ya d'ar brezhoneg » établie au 27 avril 2012 et analyses.

³⁰⁰ http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=T10F151 taux de survie à 5 ans des entreprises françaises : 51,9% site visualisé le 08 02 2016.

toujours en activité du corpus étudié ont été caractérisées en fonction d'un certain nombre de constatations factuelles.

J'ai établi leur distribution géographique par département :

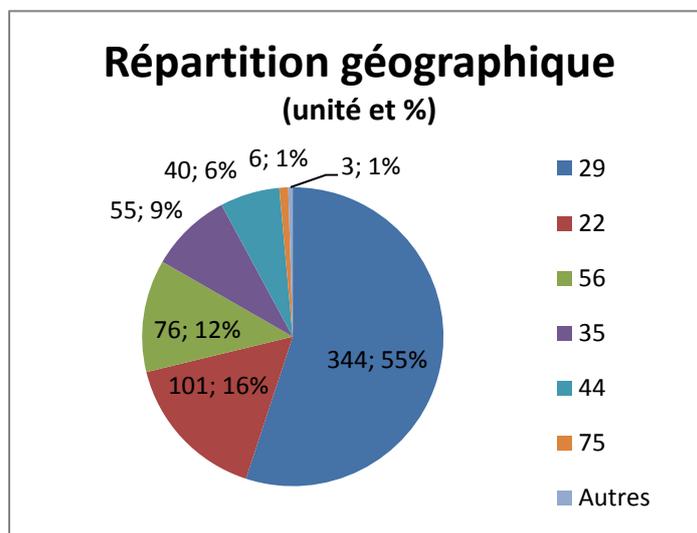


Figure 97: Origine départementale des entreprises signataires de la charte YAB. Source personnelle.

La répartition des entreprises révèle une distribution sensiblement différente de celle que nous avons observée pour les membres de l'association « Produit en Bretagne ». En effet, si le Finistère reste le poids lourd des signataires, c'est le département des Côtes-d'Armor qui se place en seconde position, suivi du Morbihan, de l'Ille-et-Vilaine et de la Loire Atlantique. Il y a aussi le cas de 6 entreprises basées à Paris et de 3 autres basées sur d'autres zones : 2 en région parisienne et 1 à Jersey. L'ensemble des signataires expatriés représente près de 1,5 % du total. Il existe vraisemblablement une diaspora bretonne qui offre un potentiel de signataires plus important. La signature du niveau 1 de la charte « Ya d'ar brezhoneg », est nettement moins contraignante que la charte de l'association « Produit en Bretagne », elle ne vise pas les mêmes objectifs non plus. De ce fait, les signataires de cette charte représentent une spontanéité plus importante quant à l'expression de leur attachement à la Bretagne et tout particulièrement à leur langue traditionnelle. Le poids du Finistère est vraiment notable avec les 55 % des membres. On retrouve dans des proportions assez similaires le Morbihan et les Côtes-d'Armor (16 et 12 %) et ensuite l'Ille-et-Vilaine et la Loire-Atlantique (8,8 et 6,4 %). Par rapport aux départements, une analyse géographique plus fine serait intéressante à mener afin d'identifier les zones de signataires potentiellement plus denses que d'autres. Cela permettrait aussi de déterminer les nouvelles « terres de mission » de façon à étoffer le

nombre de membres mais pour cela il faut avoir des « missionnaires » de la langue bretonne. Nous reviendrons sur ce point plus loin. Il semble donc que l'absence de contrainte liée à la signature de la charte enlève un biais économique à la manifestation spontanée de l'attachement à la langue bretonne. De ce fait, il semble aussi que la proportionnalité des signataires s'établisse plus directement avec le nombre de locuteurs présents sur chaque zone. Les % des entités signataires et les dernières statistiques concernant le nombre de locuteurs pour chaque département sont illustrés sur les graphiques suivants :

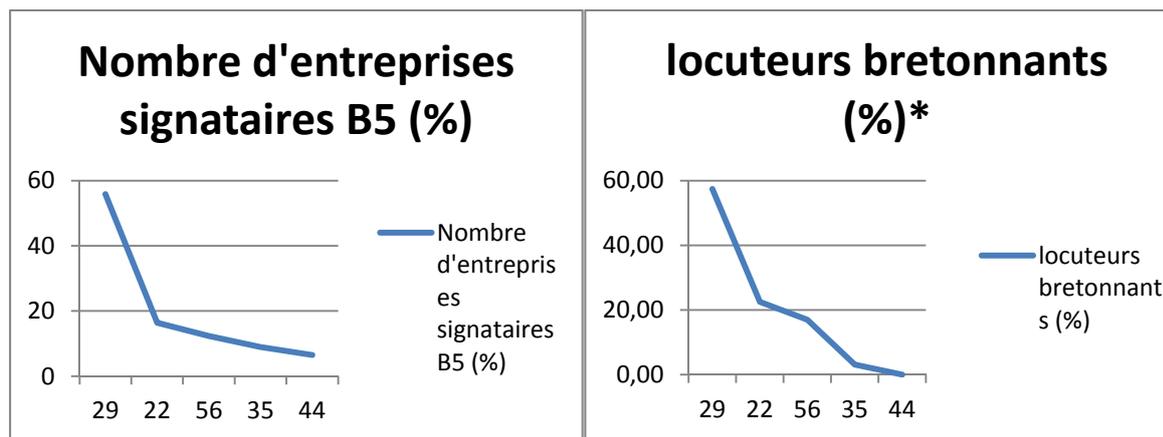


Figure 98: Signataires et locuteurs brittophones par département. Source : OPLB et F Broudic³⁰¹

Lorsque l'on observe l'allure générale des deux courbes, on est frappé par leur similitude. Le Finistère avec près de 57 % des locuteurs brittophones de Bretagne se trouve dans une situation totalement identique à la proportion des entités signataires, qui représentent 56 % de l'ensemble. Les Côtes-d'Armor suivent le même profil, elles regroupent 22,5 % des locuteurs brittophones et 16,4 % des entités signataires. Le Morbihan représente 17 % des locuteurs brittophones et 12,3 des entités signataires. L'Ille-et-Vilaine représente 3,1 % des locuteurs brittophones et 9 % des signataires. Enfin, la Loire-Atlantique représente une très faible proportion des locuteurs brittophones et 6,5 % des entités signataires. Aux incertitudes près liées au dénombrement des locuteurs, le Finistère est assez exactement représenté par ses entités signataires. Le Morbihan et les Côtes-d'Armor sont légèrement sous représentés par leurs entreprises signataires. L'Ille-et-Vilaine et la Loire-Atlantique sont plutôt surreprésentées. Cette situation confirme un ancrage de la langue bretonne dans le Finistère qui se retrouve proportionnellement bien représenté par la population comme par les entreprises. On remarque un déficit de représentativité, qui peut avoir des causes différentes,

³⁰¹ Broudig Fañch *Parler breton au XXIème siècle*. Éditions Emgleo Breiz 2009

dans les Côtes-d'Armor et dans le Morbihan. D'après les statistiques de l'Insee³⁰², ces deux départements ont une croissance démographique quasi exclusivement basée sur un apport extérieur qui peut représenter une population non bretonne d'origine ou une population dont le sentiment identitaire est absent ou amenuisé. Enfin, il existe une revendication linguistique surreprésentée dans les deux départements situés à l'est de la Bretagne. Ce phénomène tend à confirmer une migration économique vers les deux pôles urbains principaux que sont Rennes et Nantes. Cette migration de l'ouest vers l'est s'accompagne d'une revendication plus forte des traditions de la Bretagne occidentale et plus particulièrement de la tradition linguistique, dans l'est de la région. Avoir le besoin de revendiquer sa « bretonnitude » et en particulier son attachement à la langue est une chose mais trouver un moyen dynamique de le faire en est une autre. L'un des bénéfices de la charte « Ya d'ar brezhoneg » est de fournir ce moyen unique et gratuit. C'est certainement l'une de raisons principales qui a donné naissance à un tel engouement dès le début de l'initiative de l'Office Public de la Langue Bretonne. Il est plus facile de revendiquer quand le coût de la revendication est faible.

Les différentes entités signataires ont été classées en 21 catégories, ce qui permet des analyses relativement fines des secteurs d'activité des entreprises. Ces 21 catégories sont représentées sur le diagramme ci après :

³⁰² http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=2&ref_id=21343 évolution des populations bretonnes par département. Site visualisé le 08 02 2016.

La distribution des entités dans les 21 familles se décompose de la manière suivante :

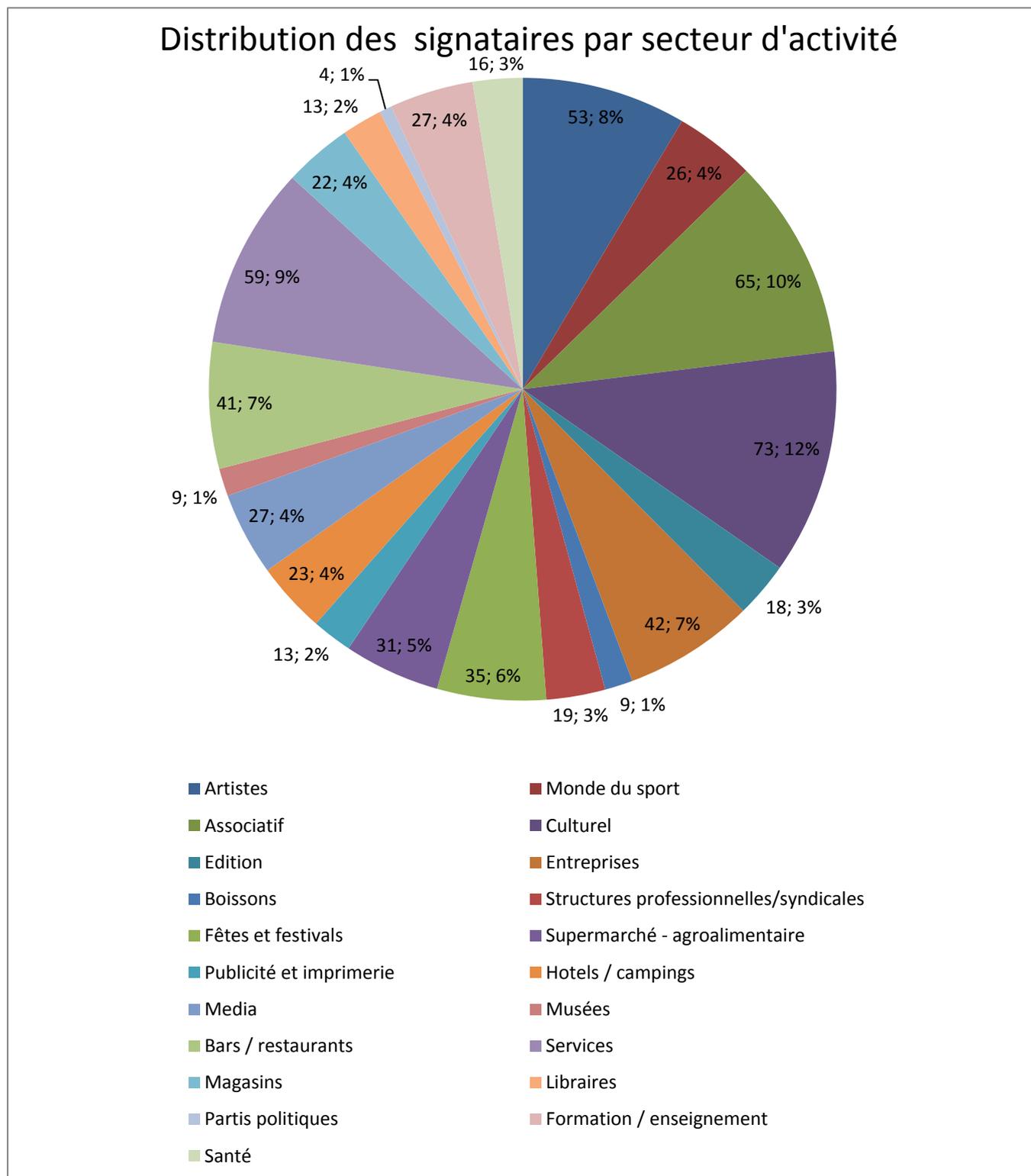


Figure 99 : Distribution des signataires YAB par secteur d'activité, source personnelle.

Ce graphique permet de mettre en évidence que nous avons une distribution homogène des entités, quelle que soit la famille considérée. Aucune d'elles ne dépasse un pourcentage de 12 % du total des entités répertoriées. Cette situation confirme donc une fois de plus que ce n'est pas la nature de l'activité des entreprises concernées qui est le facteur déterminant de leur attachement à la langue bretonne mais bien un attachement que l'entreprise permet de révéler. Néanmoins, cette dispersion ne permet pas de dégager une vue d'ensemble des signataires. J'ai donc choisi de regrouper certaines activités entre elles, de façon à augmenter la lisibilité des secteurs. Les 21 sections ont été regroupées en 7 familles homogènes.

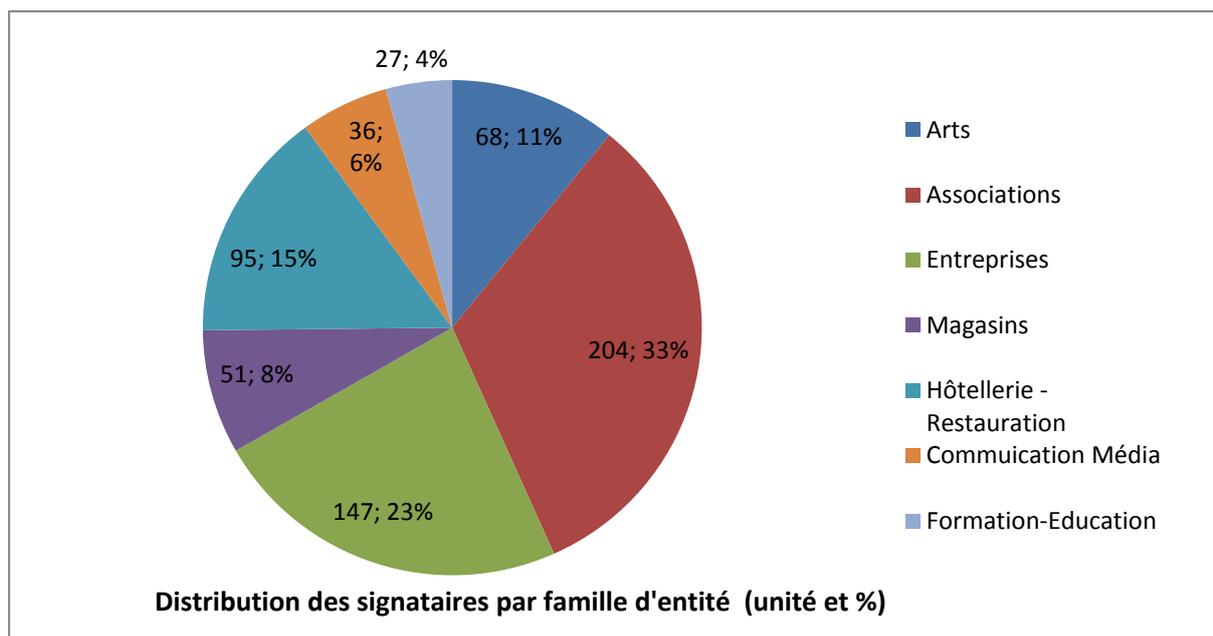


Figure 100 : Distribution des signataires en 7 familles d'entités homogènes. Source personnelle.

A partir de ce graphique, on se rend compte que la première famille de signataires est celle des associations, suivie par un ensemble constitué des entreprises (24 %), du secteur de l'hôtellerie 15 % et du domaine des arts 11 %, les autres secteurs ne dépassent pas 10 %. Pour synthèse, on retient que le secteur marchand représente 53 % des signataires, les associations représentent 32 % des signataires, la famille des arts 11 % et enfin, l'éducation et la formation représentent 4 % des signataires. Par rapport à ce travail, j'ai choisi de conserver les associations car c'est l'un des vecteurs de l'économie marchande au même titre que la formation et l'éducation ou les arts. Cette analyse permet de démontrer que la langue bretonne n'est pas un phénomène cantonné à quelques secteurs d'activité mais bien un phénomène qui traverse tous les secteurs professionnels, à l'instar de ce qui passe pour une population de locuteurs de quelque langue que ce soit.

3. Les entités signataires et internet

Sur l'ensemble des 628³⁰³ entités répertoriées comme étant actives, 420 ont un site internet soit 66,88 % d'entre elles.

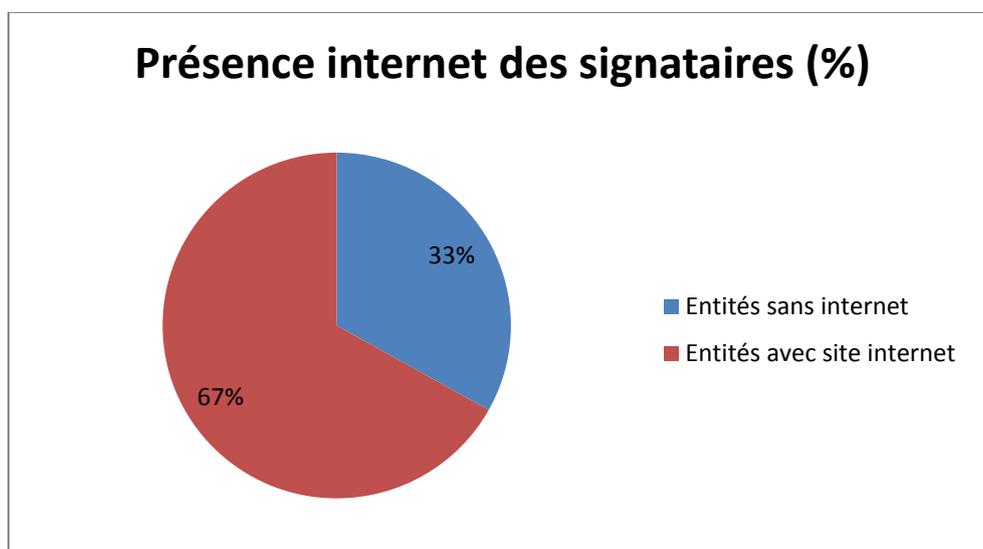


Figure 101: Les signataires YAB et internet. Source personnelle

120 entités ont un site internet qui fait apparaître la langue bretonne soit 28 % des entités signataires qui possèdent un site internet. Ce chiffre est important.

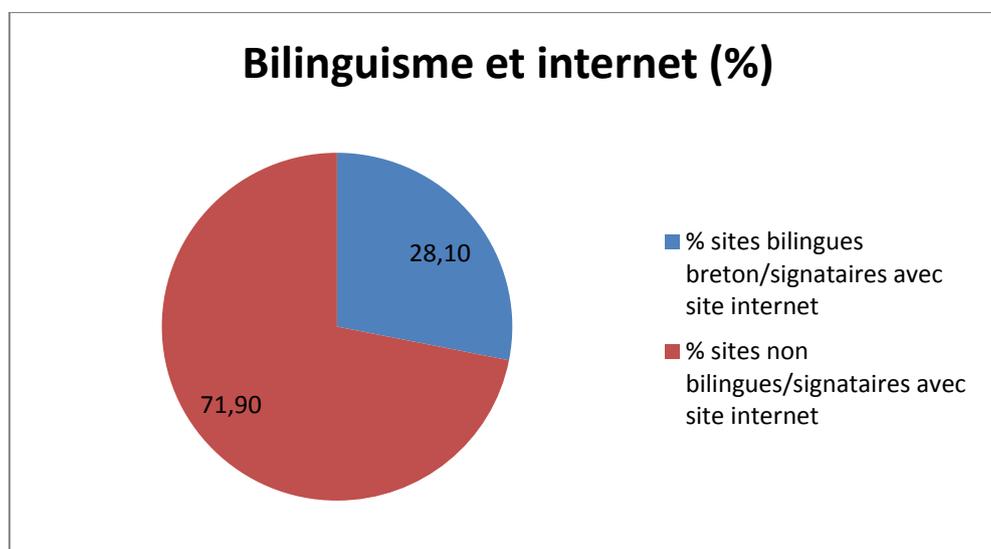


Figure 102 : Bilinguisme breton/français sur les sites des signataires. Source personnelle

Lorsqu'elle a signé la charte, chaque entité a la possibilité d'utiliser le logo de la charte, soit sous forme d'autocollant, soit sur l'en-tête du papier à lettres, ou tout autre support.

³⁰³ 3 entreprises ne semblent plus avoir d'activité mais leur site internet est encore présent et exploitable, je les ai donc inclus dans l'étude.

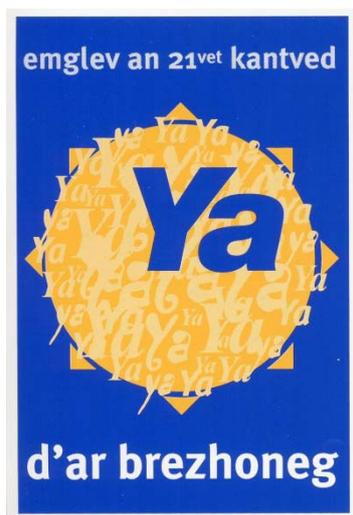


Figure 103 : Logo « Ya d'ar brezhoneg » Source OPLB

Sur les 420 entités qui ont un site internet, 40 d'entre elles font apparaître le logo « Ya d'ar brezhoneg » soit un ratio de l'ordre de 10 %. Sachant que la plus grande partie des entités n'a pas la maîtrise de la modification de son site internet, cet affichage démontre un attachement revendiqué à la démarche.

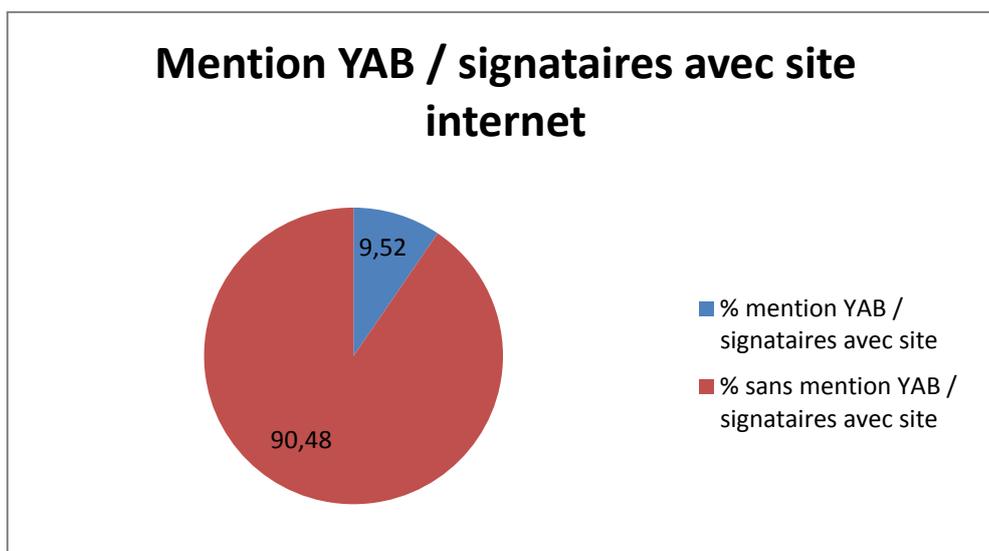


Figure 104: Mention de signataire à YAB chez les entités possédant un site internet. Source personnelle.

Cette proportion s'accroît si l'on ramène l'utilisation du logo sur internet par rapport aux entités qui ont fait le choix de proposer un site internet en langue bretonne : 34 % des entités qui possèdent un site internet en breton font apparaître le logo de la charte.

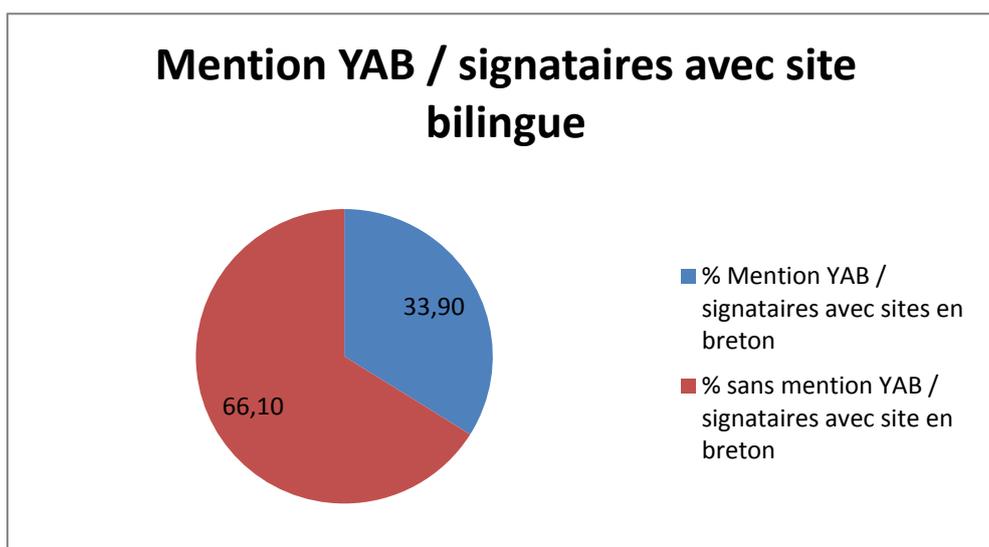


Figure 105 : Mention YAB sur les sites proposant un contenu en breton. Source personnelle.

Dans la suite de ce travail, ce sont les 420 sites internet des entités qui serviront de support à l'étude. J'ai d'abord cherché à caractériser l'utilisation d'internet pour chaque secteur d'activité.

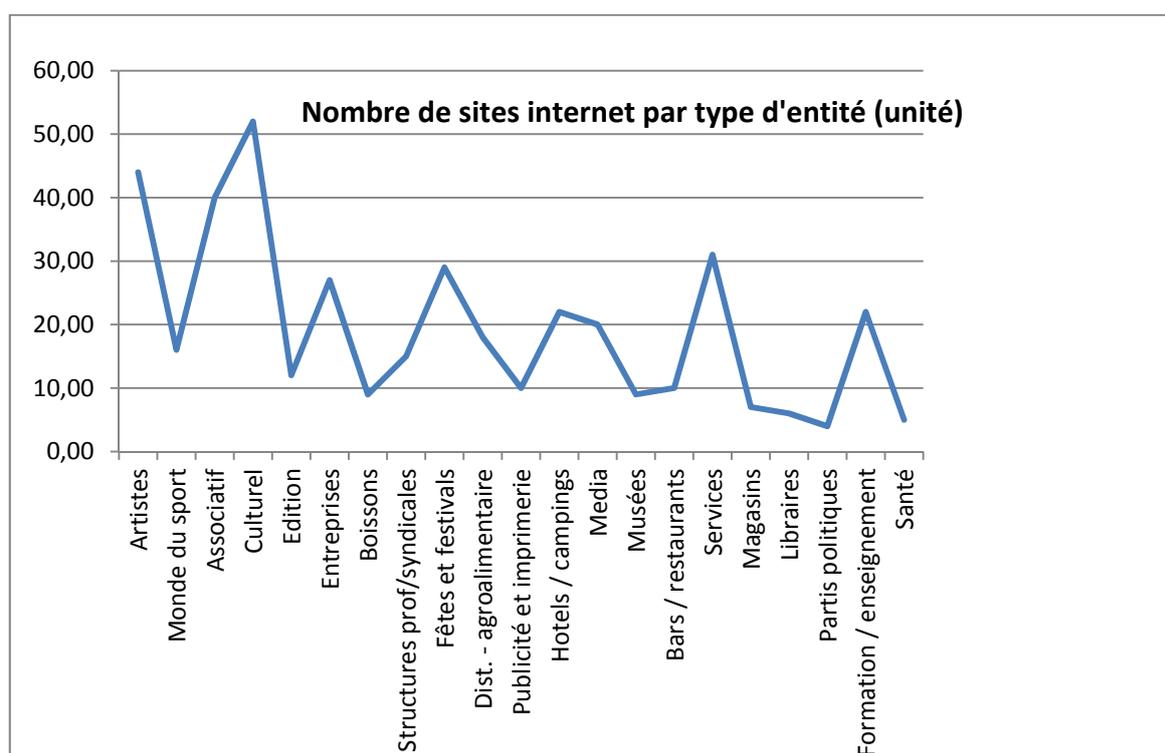


Figure 106: Nombre d'entités possédant un site internet par type d'entité. Source personnelle.

Sur ce graphique, nous voyons que trois familles d'activité représentent le plus gros volume des sites internet. Il est constitué par le monde culturel, les artistes et les associations, soit une

majorité d'activités éloignées du monde classique de l'entreprise. Le trio suivant est constitué de l'industrie des services, des entreprises et des organisations de fêtes et festivals.

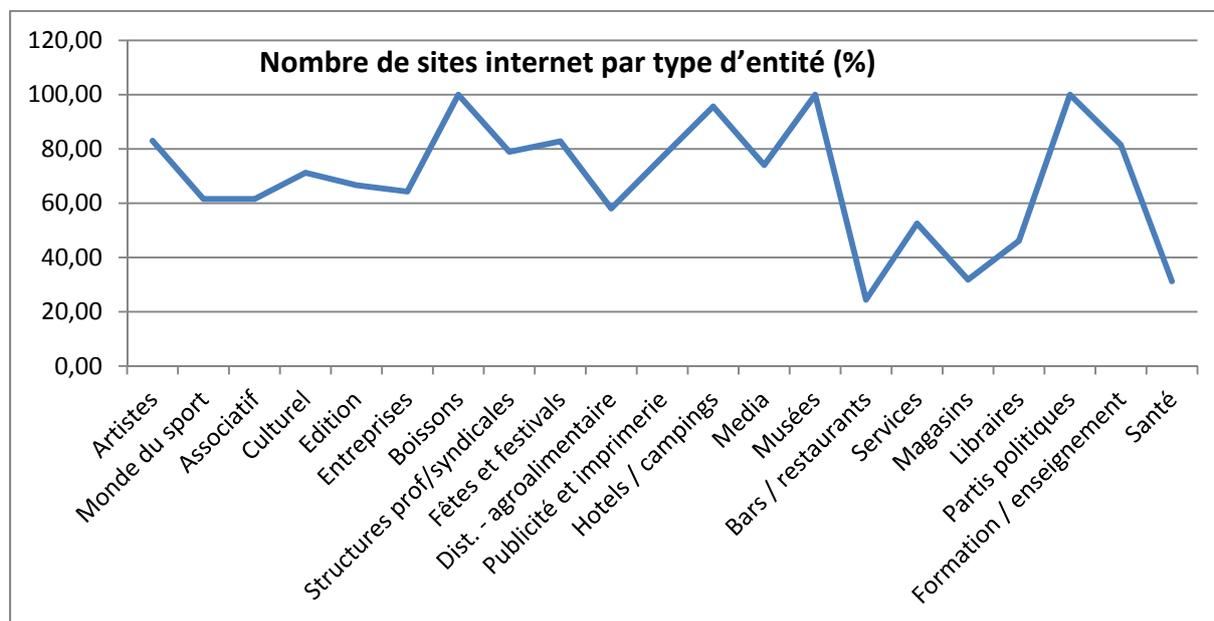


Figure 107: Pourcentage de présence sur internet pour chaque entité. Source personnelle.

Le fait de travailler sur les pourcentages permet de juger de la représentativité du phénomène internet dans chacune des familles d'activité. Nous avons un tiers des familles d'activité qui ont une présence, voire une communication par internet située entre 80 et 100 % : le monde des artistes, les distributeurs et producteurs de boissons, les organisateurs de fêtes et festivals, les hôtels, campings et restaurants, les musées, les partis politiques et enfin les organismes de formation / éducation. Nous trouvons un autre ensemble constitué d'un autre tiers des familles d'activité dont la représentation sur internet est située entre 60 et 80 %. Il s'agit des familles monde du sport, monde associatif, culturel, les entreprises, structures professionnelles et syndicales, les médias et les sociétés de publicité et d'imprimerie. Enfin, le dernier tiers est très peu présent sur internet et est constitué des familles suivantes : les entreprises de la distribution et de l'agroalimentaire, les bars et restaurants, les services, les magasins et les services de santé (qui ont des restrictions réglementaires quant à leurs possibilités de communication). Les entités de ce dernier groupe sont entre 24 et 60 % à posséder un site internet. En fonction de ces trois classes, les analyses des sites internet de chaque secteur seront plus ou moins représentatives de cette classe d'entités. Nous pouvons cependant remarquer que sur les 21 secteurs d'activité :

- 5 secteurs (23,8 % des secteurs d'activité) sont peu visibles sur internet : ils représentent 151 signataires sur 625 soit 24 % de l'ensemble. Ils ont donc d'autres modes de communication.
- 7 secteurs (1/3 des secteurs d'activité) sont au-dessus de 80 % de présence sur internet, ils représentent 160 signataires soit 25,6 % des signataires.
- 9 autres secteurs ont une représentativité moyenne sur internet, ils représentent 50 % des signataires de la charte.

Le niveau moyen d'équipement en site internet des entreprises françaises était de 54 % en 2008 et 58 % en 2010³⁰⁴. 47 % des artisans bretons possèdent un site internet en 2012³⁰⁵. Avec une moyenne de niveau d'équipement en site internet de 65 %, les signataires de la charte YAB sont au-dessus de la moyenne nationale. Les entreprises bretonnes ne sont pas en retard mais plutôt en avance par rapport à l'intégration des nouvelles technologies de communication. Parmi les entités qui possèdent un site internet, il est intéressant d'examiner ceux qui au-delà de signer la charte, utilisent la langue bretonne pour leur communication par internet.

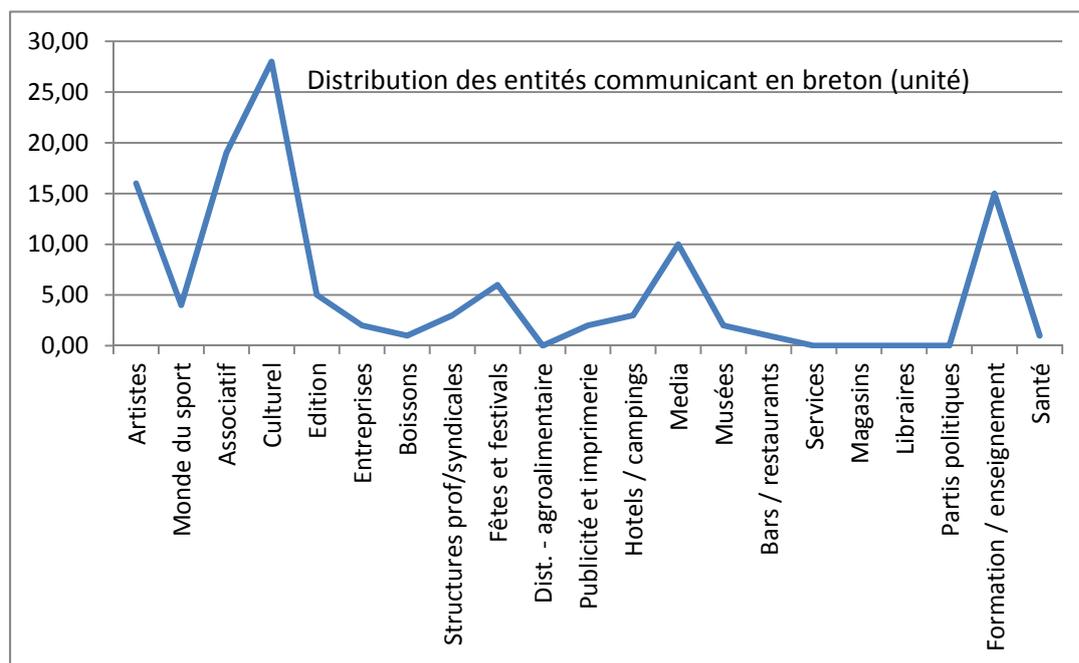


Figure 108: Familles d'entités et site internet en breton. Source personnelle.

³⁰⁴ Insee première, mars 2009 N° 1227 et http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=ip1353#inter3 le site visualisé le 06 03 2013.

³⁰⁵ L'intégration des technologies de l'information et de la communication dans l'artisanat breton étude publiée en 2012 par l'opsis. http://www.marsouin.org/IMG/pdf/Article_Artisans_site_0-2.pdf site visualisé le 06 03 2013

Les entités qui forment la plus grande partie des sites en langue bretonne sont celles qui œuvrent dans le monde de la culture (28 entités), associatif (19), les artistes (16), les centres de formation ou d'enseignement (15) et les médias (10). Par rapport au taux de pénétration de la langue bretonne par secteur d'activité, on trouve la distribution suivante :

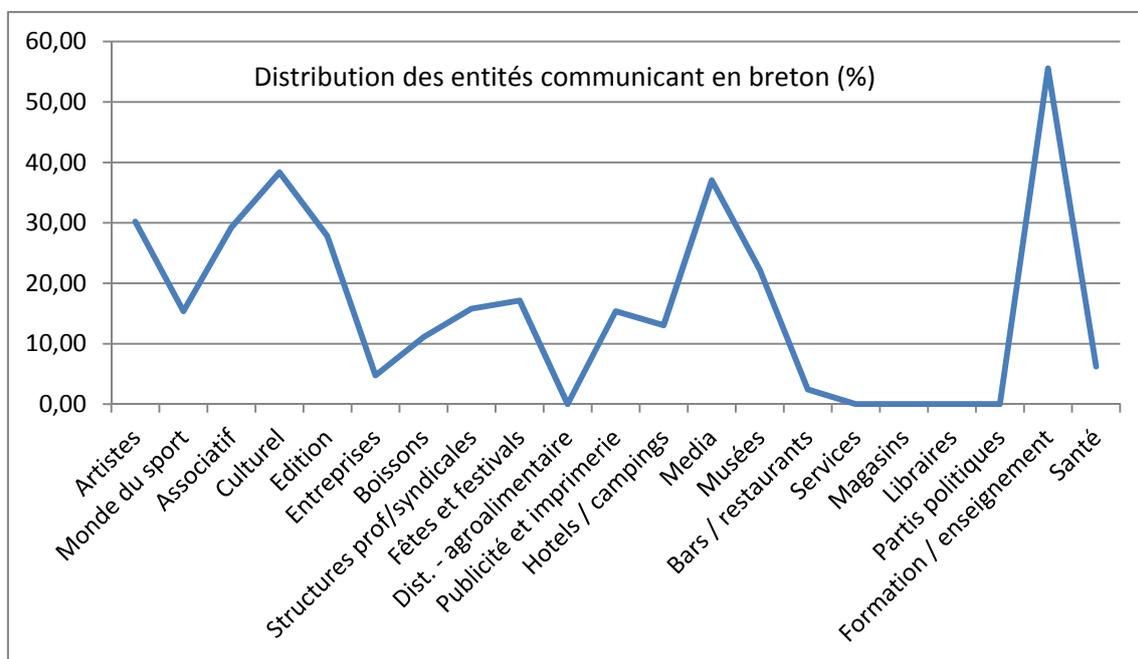


Figure 109: Entités signataires qui communiquent en breton sur internet. Source personnelle.

La distribution des entités qui utilisent le breton dans leur communication est sensiblement différente de celles qui possèdent un site internet. Le seul secteur qui dépasse 50 % (55,6 %) des entités du secteur est celui de l'enseignement et de la formation. Entre 30 et 40 %, on trouve les artistes, le monde de l'édition, les entités du monde de la culture et les médias. Entre 20 et 30 %, on trouve les entités qui organisent des fêtes et des festivals et les musées. Entre 10 et 20 %, on trouve le monde du sport, les fabricants et les distributeurs de boissons, les structures professionnelles et syndicales, la publicité et l'imprimerie, les hôtels et les campings. Entre 0,1 et 10 %, on trouve les entreprises, les bars et restaurants et les entités liées à la santé.

Enfin, les entreprises signataires qui ne font pas apparaître la langue sur leur site sont celles de la distribution et de l'agroalimentaire, les services, les magasins, les libraires et les partis politiques. Cette situation est très disparate d'un secteur à l'autre. Si l'on considère que l'ensemble des signataires a une attention marquée pour la culture et la langue bretonne, il semblerait naturel que la langue bretonne figure en bonne place sur les sites internet car une démarche volontaire pour mettre la langue bretonne en valeur, signifie que l'on a dépassé le stade du « qu'en-dira-t-on ? » et sans doute aussi celui du questionnement sur l'utilité d'une

langue minoritaire (cf. chapitre sur les actions de l'association « Produit en Bretagne »). Il nous reste un point qui n'est pas important lorsque l'on n'a pas franchi les deux étapes antérieures mais qui devient un problème lorsque l'on n'a pas la compétence à l'intérieur de l'entité : la maîtrise de la langue bretonne. En effet, même si tout peut être sous-traité, cela implique une réflexion en amont de l'action, une transmission des idées et du concept de contenu, qu'une tierce personne traduise le contenu, puis qu'une autre personne entre et organise le contenu sur l'éditeur de site internet. Si une même et unique personne peut réaliser l'ensemble de ces fonctions, la situation est bien plus aisée, y compris pour actualiser le site et le rendre vivant et agréable. Par rapport à la distribution des entités qui sont en mesure de maîtriser la langue bretonne en interne on peut établir que plus la probabilité de maîtrise de la langue bretonne comme une compétence à la fois interne et autonome est importante, plus l'utilisation de la langue bretonne sur internet est probable. Une entité qui propose de la formation en breton a toutes les prédispositions nécessaires en interne pour que le site internet de l'entité affiche une version en langue bretonne. Il en va de même pour les entités des domaines culturels, des artistes, de l'édition et des médias, ancrées dans un substrat de culture bretonne. La probabilité de trouver en leur sein une personne qui maîtrise la langue bretonne est sans doute plus importante que dans le domaine des entreprises ou des services dont l'activité est technique, non liée à la culture bretonne, comme dans la famille des partis politiques, des magasins, ou des libraires. Cela est particulièrement vrai pour les structures qui possèdent très peu de salariés comme les commerces en tout genre, non liées à la langue ou la culture bretonne.

Si nous résumons, les obstacles qui peuvent entraver l'utilisation de la langue bretonne comme vecteur de communication, même chez les personnes attachées à leur langue minoritaire, sont les suivants :

- Obstacles financiers :

- La traduction est un investissement en temps et en argent.

- Réaliser un site bilingue coûte plus cher qu'un site monolingue (plus de pages).

- La maintenance requiert des capacités dans la langue régionale, ce qui n'est malheureusement pas une compétence générale dans les entreprises.

- Obstacles de perceptions :

- La perception de l'extérieur :

- Du « ringardisme » au risque d'être pris pour un fantaisiste : le «sentiment de ne pas faire très sérieux ».

- La perception à l'intérieur de l'entité :

Le choix fait par un dirigeant mais non partagé par les autres salariés.

Les sommes dépensées pour le breton, non comprises surtout par temps de crise.

- Obstacles liés à la capacité à communiquer :

Le risque de recevoir un contact dans la langue régionale et ne pas tenir les promesses du site internet (exemple : un ou une standardiste incapable de répondre en breton).

Risque de ne pas se comprendre ou de faire des erreurs de compréhension lors de la communication dans la langue régionale (risque d'intercompréhension linguistique).

Cette liste constitue une base pour élaborer un programme qui pourrait servir à lever les obstacles à la l'utilisation de la langue bretonne dans le monde des entreprises et de l'économie en général. L'autre moyen d'afficher un attachement à la langue bretonne est de mettre sur le site internet le logo de la charte. Cette démarche est plus neutre et elle n'implique pas la maîtrise de la langue bretonne.

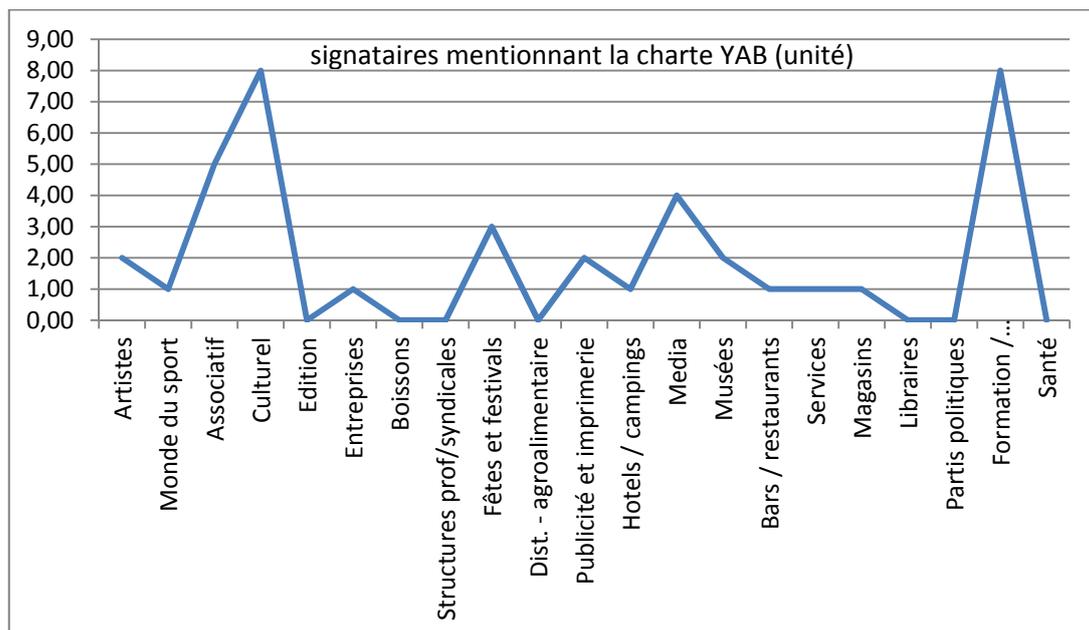


Figure 110 : L'utilisation du logo YAB sur les sites internet des signataires. Source personnelle.

On retrouve en tête des utilisateurs du logo les entités du monde de la culture et de la formation avec 8 entités chacune. Par contre, le volume global d'utilisateur reste faible. Quand nous examinons le même phénomène en pourcentage, la distribution est la suivante :

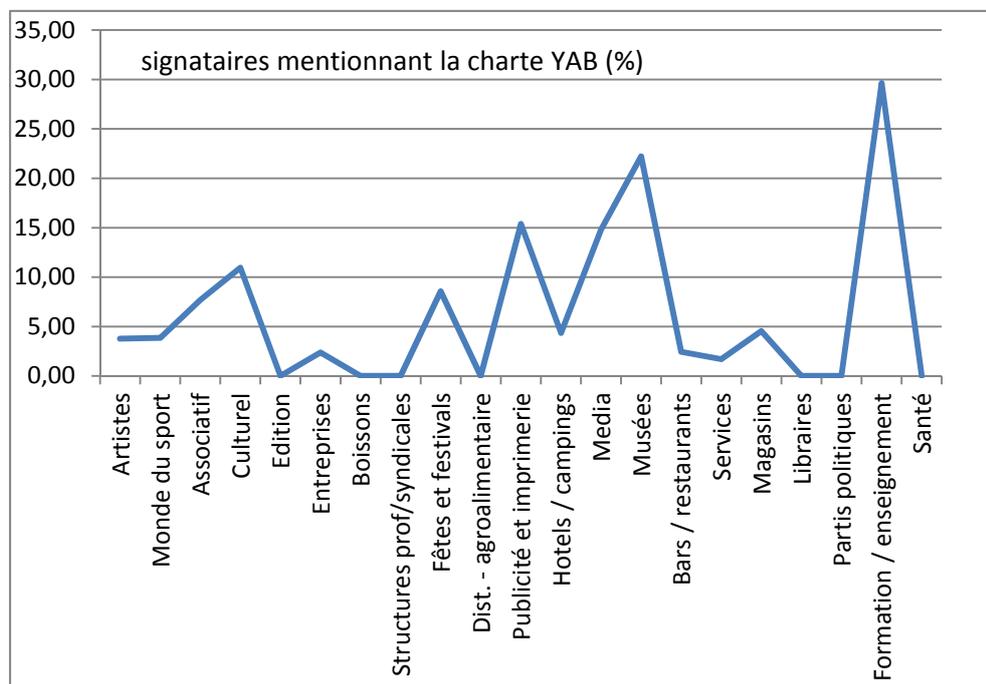


Figure 111: Les signataires YAB qui mentionnent la charte sur leur site internet. Source personnelle.

On constate que les pourcentages de pénétration sont moins importants que pour les entités qui communiquent en langue bretonne mais dans une certaine cohérence on retrouve les mêmes entités en tête de l'utilisation du logo que celles qui utilisent le plus la langue bretonne. On peut trouver plusieurs explications à cette constatation.

- Le logo peut donner une connotation militante pas toujours bien perçue par ceux qui sont extérieurs à la cause de la langue bretonne et en particulier dans le milieu des affaires.
- Pour les entités qui n'utilisent pas la langue bretonne, le logo peut être perçu comme exogène par rapport à la réalité linguistique de l'entreprise, soit inapproprié. Bien que le soutien à la langue bretonne n'implique pas nécessairement d'utiliser la langue bretonne au quotidien, les membres de l'entreprise peuvent néanmoins éprouver un sentiment d'incohérence, une promesse non tenable.
- La mise en place du logo YAB peut nécessiter des compétences informatiques que ne possède pas l'entreprise.

Sur l'ensemble des 120 sites en langue bretonne, 30 sites font apparaître le logo de la charte. Avec 25 % d'affichage du logo, cela nous indique que le logo est ressenti comme étant plus accessoire par rapport à la faculté de pouvoir présenter un site en langue bretonne. Il est vrai

qu'un site en langue bretonne est plus significatif qu'un logo et que si le site est en langue bretonne, l'affichage du logo peut paraître optionnel.

Sur l'ensemble des 40 sites qui affichent le logo, 30 ont un site internet en breton. Cela signifie que le logo peut être considéré comme une revendication d'un soutien à la langue bretonne, sans pour autant que les signataires maîtrisent la langue. Cela a pu se passer pour les 10 sites qui affichent le logo sans langue bretonne sur le site. En ramenant cela à l'ensemble des sites ($625-120=505$), qui n'utilisent pas la langue bretonne on peut donc dire qu'avec 10 sites sur 505, seulement 8 % (7,9) des signataires qui n'ont pas de version bretonne de leur site internet utilisent le logo comme symbole de leur attachement à la langue bretonne.

Ce phénomène mériterait d'être étudié de plus près afin de travailler la perception du logo de la charte et son utilisation à plus grande échelle par les signataires.

4. Les signataires par classe d'ancienneté

Un autre paramètre intéressant est l'ancienneté des entités signataires, à la date de l'étude (2012). J'ai donc sélectionné l'ensemble des entités pour lesquelles j'avais accès à une date de création. Cela représente un sous-corpus de 408 entités.

L'année de création moyenne des entités qui ont signé la charte est 1985, en moyennes les entreprises participantes ont donc une existence de 28 ans³⁰⁶ (à la date de l'étude en 2012) ce qui leur donne une assise et une expérience respectables mais qui représente aussi un échantillonnage dans lequel les jeunes structures ne sont pas très représentées.

Les entités qui proposent un site internet ont une ancienneté moyenne de 32 ans et sont au nombre de 318, dans l'échantillon pour lequel il a été possible de trouver la date de création. Ceci montre bien que les structures les plus anciennes sont bien équipées par rapport à leur communication par internet.

Les entités qui proposent un contenu de site internet en breton sont au nombre de 103. Elles représentent 32,4 % des entités dotées d'un site internet et 25,25 % du total des signataires. Ce dernier pourcentage est difficile à interpréter car nul ne sait ce qu'aurait été la position des 75 % d'entreprises sans site internet à l'égard d'une proposition de contenu en langue bretonne. Il n'en reste pas moins qu'une proposition de contenu en breton sur 32,4 % des sites des signataires de la charte reste un pourcentage améliorable certes mais déjà conséquent et est le signe d'entités qui au-delà d'une déclaration d'attachement à la langue bretonne montrent leur motivation et leur implication pour l'utiliser d'une manière revendiquée.

³⁰⁶ Ce calcul a été réalisé sur une population d'entreprises de 408 pour lesquelles il était possible de trouver la date de création des entités.

La distribution des 408 entités par année de création est la suivante :

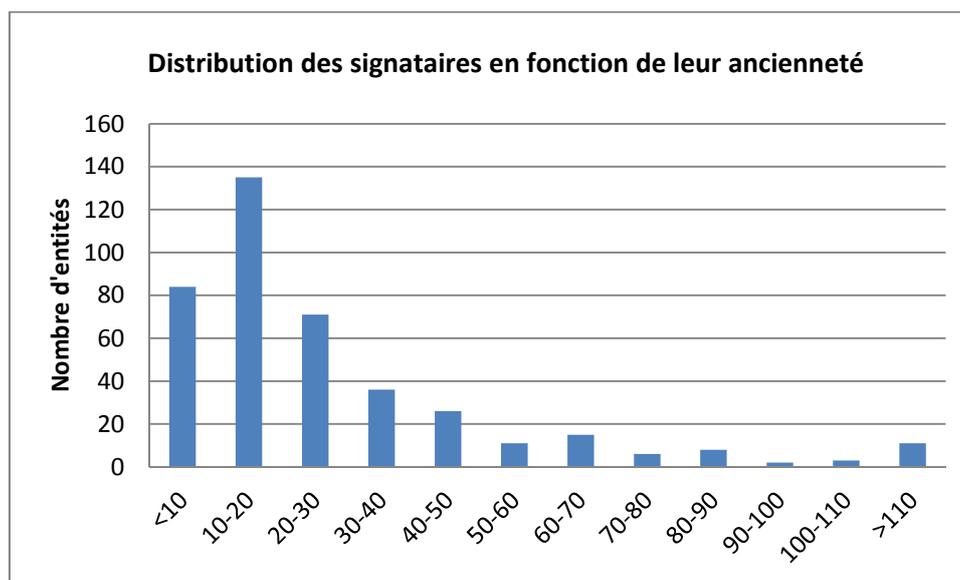


Figure 112 : Ancienneté des entités signataires de YAB. Source personnelle.

On s'aperçoit que l'échantillon s'étale sur une période importante. L'entreprise la plus ancienne, la faïencerie Henriot de Quimper a plus de 300 ans d'existence, ce qui constitue une exception. On observe un pic de signataires pour les entreprises créées il y a 10 à 20 ans, soit au moment où a été créée la charte « Ya d'ar brezhoneg ». La création de la charte a été accompagnée d'une publicité qui l'a fait connaître à ce moment mais on remarque aussi que les entreprises y ont adhéré dès leur création. Il est bien plus aisé de poser cette adhésion comme élément fondateur de l'entreprise, plutôt que de l'y adjoindre plus tard dans le temps. Lorsque l'initiative est prise dès la création, la signature de la charte fait partie des attributs de l'entreprise et elle trouve sa normalité immédiatement sachant que la situation n'a jamais été autre. La signature de la charte a posteriori doit faire l'objet d'une communication et d'une justification. Cela n'a rien de négatif mais l'introduction à la normalisation de la langue doit être pensée et se fait d'une manière différente. Dans un cas, la prise en compte de la langue minoritaire est un non-événement, principe même de la normalisation, dans l'autre cas, la normalisation passe par une phase introductive où elle est un « événement ». Les conditions d'adhésion n'étant pas très complexes, la signature de la charte est une initiative et surtout un moyen de déclarer l'attachement à la langue bretonne et la région. Pour un créateur d'entreprises, le choix du lieu de sa création est une décision personnelle importante, nous l'avons vu dans le corpus précédant. J'ai étudié la situation des entités distribuées selon leur classe d'âge, par rapport à leur communication sur internet. La distribution est la suivante :

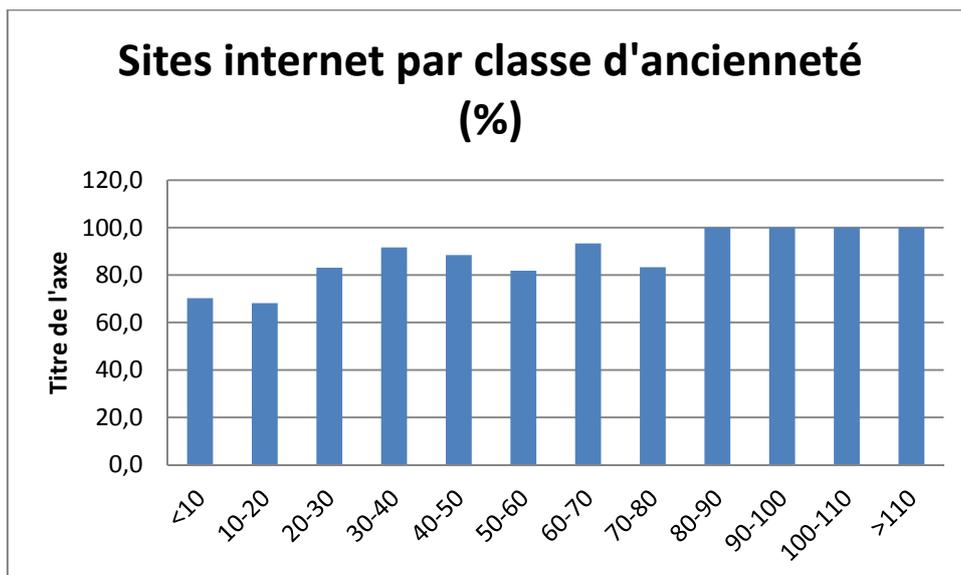


Figure 113 : Taux de sites internet en fonction de l'ancienneté des entités signataires. Source personnelle.

Même si le nombre d'entreprises par classe d'âge est très variable, on note que 100 % des entreprises qui ont 80 ans d'existence et plus sont toutes équipées pour communiquer par internet. D'une manière assez étonnante, ce sont les entreprises les plus jeunes (moins de 20 ans) qui sont les moins équipées, seulement 70 % d'entre elles sont équipées d'un site internet.

Parmi les entreprises équipées d'un site internet, isolons celles qui, au-delà de déclarer leur attachement à la langue bretonne, vont jusqu'à fournir à leur cyber-visiteurs un contenu en langue bretonne.

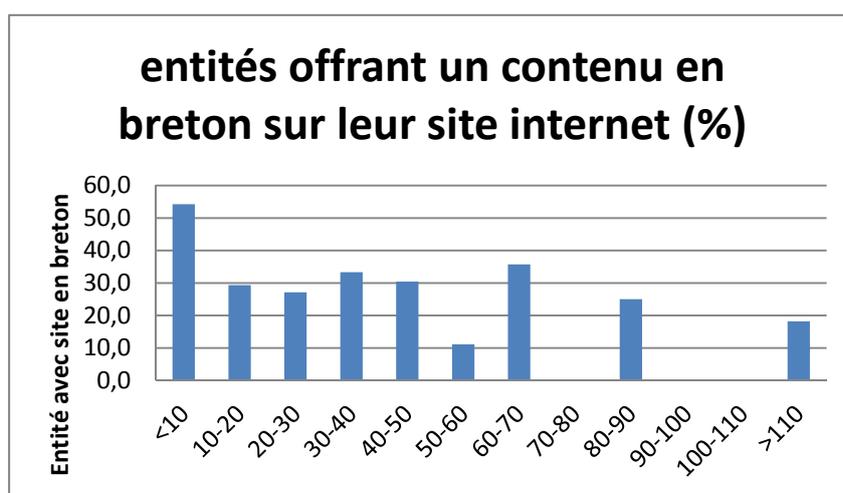


Figure 114 : % d'entités signataires qui offrent un contenu en langue bretonne par classe d'ancienneté. Source personnelle

On constate sur ce graphique que si les entreprises les plus récentes ne sont pas celles qui sont le plus équipées en site internet, ce sont cependant celles qui offrent le plus haut taux de contenu en langue bretonne à leur cyber-visiteurs. Cette observation est importante car elle démontre que nous sommes en présence d'une génération de responsables d'entreprises de plus en plus décomplexés par rapport à la langue bretonne et aux stigmates qui l'ont affectée durant les générations passées. On peut y voir un signe très encourageant pour les langues minoritaires. Par la suite et avec le temps, il semble qu'il y ait un certain étiolement de cette présence de langue bretonne sur les sites internet des signataires. On peut imaginer aisément qu'une action de remotivation particulière permettrait de changer la donne et de remonter la proposition de contenu en langue bretonne chez les signataires de la charte. En s'intéressant plus particulièrement aux entités signataires créées ces dernières 20 années (chiffres de 2012), on trouve 230 entreprises.

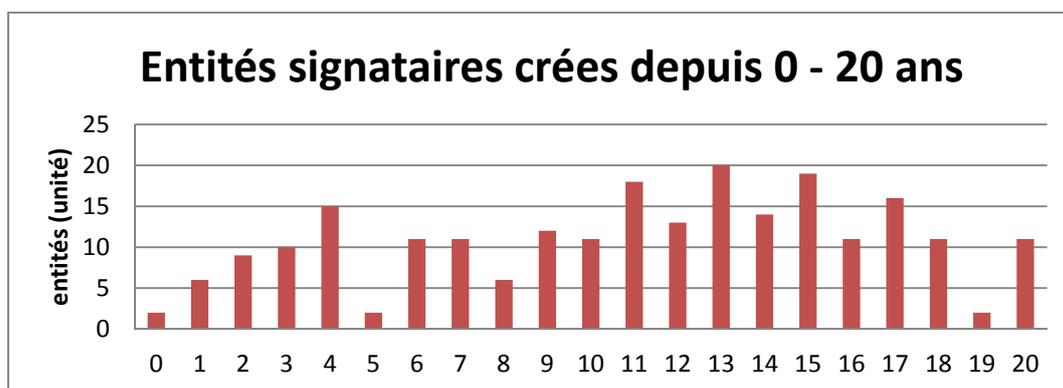


Figure 115 : Distribution des entités signataires YAB par année d'ancienneté (1992 – 2012). Source personnelle.

Sur ce graphe, on peut prendre conscience de la grande disparité du nombre d'entités signataires en fonction de leur année de création. Cela mériterait quelques éclaircissements car statistiquement, de telles variations d'une année sur l'autre semblent difficilement explicables, même si les échantillons annuels restent relativement faibles. Sur notre graphique, le nombre de signataires par année varie de 2 à 20, sans raison apparente. Une politique de communication plus générale dans les lieux de passage obligé de la création d'entreprises (CCI, pépinières d'entreprises etc.) devrait amener les nouvelles entités à développer leur communication en langue bretonne ou minoritaire. Par rapport à la communication par internet, on constate que le taux d'équipement en site internet de ces entreprises plutôt récentes est moins important qu'on pouvait l'imaginer : 68,7 %, soit 158 entités sur 230. La distribution est visible sur le graphique ci-après :

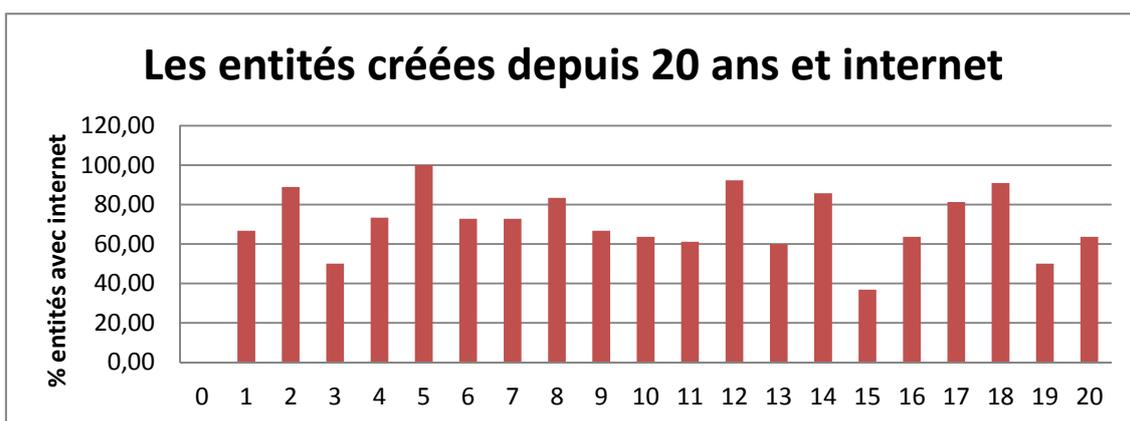


Figure 116 : Présence des entités signataires de moins de 20 ans sur internet (1992 – 2012). Source personnelle

Par rapport à la communication en breton sur les sites internet, nous trouvons 62 entreprises de moins de 20 ans d'ancienneté soit 27 % du total des entités ou 39,24 % des entités qui ont un site internet. Ces pourcentages ne sont pas insignifiants mais ne représentent pas la majorité des entreprises signataires. Il existe donc un potentiel latent d'entités qui pourraient utiliser la langue bretonne si elles étaient conseillées sur le sujet et si elles en avaient la maîtrise en interne. Les sites avec contenu en breton se répartissent de la manière suivante :

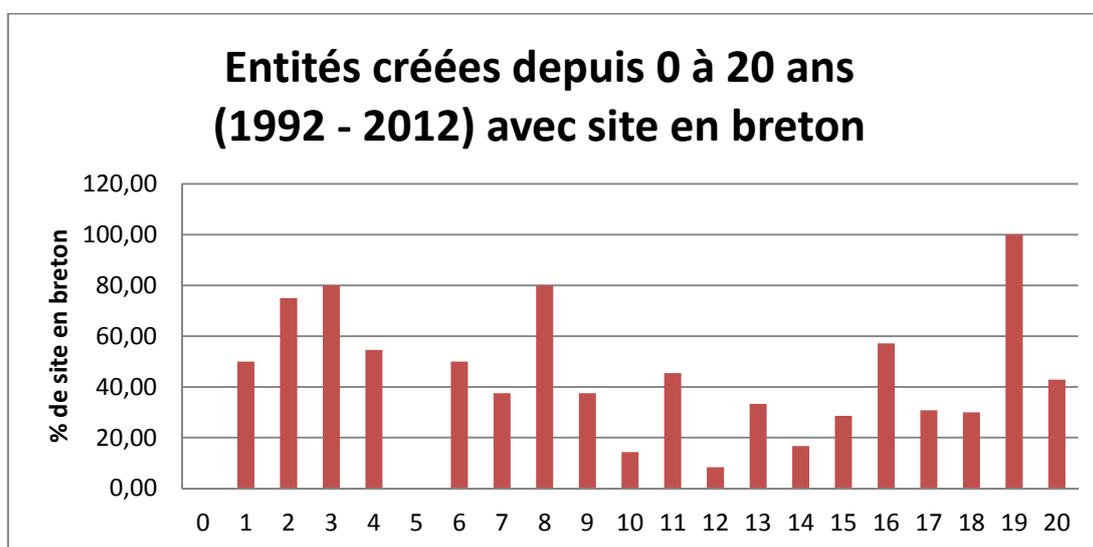


Figure 117 : Signataires YAB de moins de 20 ans d'ancienneté avec site internet en breton. Source personnelle.

Sur les 5 premières années, si l'on excepte la première année pour laquelle la création d'un site internet n'est pas toujours la priorité majeure, nous trouvons 40 nouveaux signataires et 28 sites internet (70 %) dont 18 offrent un contenu en langue bretonne (64 % des entités avec un site internet). C'est un fait notable et significatif de par son importance.

5. Analyse des secteurs d'activité.

Sur les 21 secteurs d'activités, par classe de représentativité de la présence par l'intermédiaire de leur site internet, l'analyse des données permet de dégager quelques grandes lignes sur les entreprises bretonnes qui d'une manière ou d'une autre participent à la vie économique. Ces analyses sont en annexe³⁰⁷. L'analyse des secteurs en détail permet de dégager des tendances communes mais aussi des différences notables. En ce qui concerne les différences notables, nous avons le taux de présence des entités signataires sur internet. Ce taux varie de 100 % des signataires, pour des familles comportant un faible nombre d'entités (entre 4 et 9), à un taux de 24 % pour les bars et restaurants. Une étude des familles d'activité par rapport aux sites internet n'a donc pas le même poids si 100 % des entités signataires sont représentées ou si à peine le quart des entités le sont.

6. Bilan sur les signataires de la charte YAB

Au chapitre des caractéristiques communes qui se dégagent de l'ensemble des signataires de la charte « Ya d'ar Brezhoneg », nous observons plusieurs points marquants :

- 1) Nous avons une représentation de tous les secteurs d'activité, sans exclusion, qui participent tous à la vie économique du pays et de la région.
- 2) Le second point est la représentativité des entités signataires par départements. On peut considérer qu'à de rares exceptions près (familles de métiers ne regroupant que très peu de signataires), la répartition des signataires est quasi constante et donc indépendante à la fois de secteur d'activité et du nombre de signataires dans chaque famille. Cette constante est en moyenne de 55 % dans le Finistère, de 16 % dans les Côtes-d'Armor, de 12 % dans le Morbihan, de 9 % en Ille-et-Vilaine, de 6 % en Loire-Atlantique et de 2 % à Paris, région parisienne et à l'étranger. Cela confirme que lorsqu'il n'y a pas de freins à l'entrée (cotisations ou autres obligations), il existe une sorte de constante de proportionnalité entre les entreprises signataires et le nombre des locuteurs de la zone considérée. Si l'on utilise les données 2009 sur la population des bretonnants ou brittophones en Bretagne (B4)³⁰⁸, on obtient la distribution suivante :

³⁰⁷ Annexe 80 : analyses des 21 secteurs d'activité des signataires de la charte « Ya d'ar brezhoneg ».

³⁰⁸ Broudic Fañch *Parler breton au XXIème siècle* p83 édition Emgleo Breiz 2009

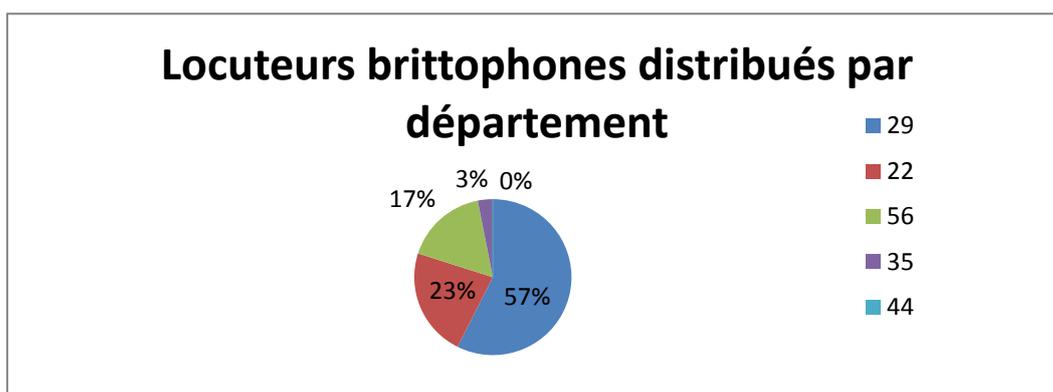


Figure 118 : Répartition des brittophones par département (B4). Source F Broudig

La proportionnalité entre les signataires et les locuteurs est conservée pour le Finistère avec une proportionnalité respective de 55 % et 57 %. Pour les autres départements qui représentent à la fois moins de la moitié des locuteurs et des signataires trouvés dans le Finistère, la répartition par ordre d'importance est respectée avec dans l'ordre, les Côtes-d'Armor, le Morbihan et dans une moindre mesure L'Ille-et-Vilaine et la Loire-Atlantique. Au niveau des pourcentages, le recensement des locuteurs brittophones ne fait pas état d'un nombre de locuteurs suffisants en Loire Atlantique, pour apparaître sur le recensement. On note aussi que la répartition des signataires bretons à l'est de la région (Ille-et-Vilaine et Loire Atlantique) excède le pourcentage respectif de locuteurs. On peut expliquer ce phénomène par deux raisons :

- a) Le nombre de locuteurs ou de personnes qui connaissent réellement la langue bretonne en Ille-et-Vilaine et en Loire-Atlantique est potentiellement supérieur au nombre de locuteurs dénombrés.
- b) On a vu que les deux départements de l'est de la Bretagne sont des terres d'immigration économique. Cela entraîne un déplacement des populations de l'ouest de la Bretagne vers l'est. Le fait de signer la charte n'est pas nécessairement un signe qu'il y a des locuteurs brittophones dans l'entité mais un moyen de revendiquer sa différence. Ce phénomène revendicatif est moins palpable à l'ouest dans la mesure où l'on se trouve dans une zone dans laquelle le breton est plus normalisé.

Ces deux explications aident à comprendre la distorsion entre les répartitions proportionnelles des signataires et des locuteurs, dans les départements où la pénétration de la langue bretonne est la plus faible.

- 3) Cette étude démontre qu'une langue minoritaire n'est pas exclusive à tel ou tel secteur d'activité sur lequel il faudrait travailler en priorité. Par rapport à une allocation des

ressources dédiées à la langue bretonne dans le monde de l'économie, si l'on recherche une « efficacité » par le nombre, il faut travailler suivant deux axes :

- sur les zones qui ont le plus grand nombre de locuteurs, ils seront plus faciles à convaincre et l'on peut espérer un phénomène d'entraînement et de synergie.
- Sur les secteurs d'activité qui regroupent le plus d'entités par famille car, pour un investissement particulier sur quelques-uns de ces secteurs, les retombées pourraient être plus importantes numériquement.

Quand on s'intéresse à l'impact que peut avoir la signature de la charte sur les clients ou sur les tiers de l'entreprise, on a pu remarquer que le taux d'utilisation d'internet par les entités varie grandement entre les secteurs d'activité. On a vu qu'il n'y a pas de lien entre le nombre d'entités par secteur d'activité et l'utilisation d'internet, si ce n'est pour les familles d'activité qui possèdent le plus faible nombre d'entités qui utilisent le plus internet. Pour maximiser l'impact et la visibilité de la démarche, il faut donc cibler les familles d'activité qui proposent quantitativement le plus de sites internet. On se rend compte que ce sont les familles qui font partie de l'économie non marchande (associations) qui ont à la fois un fort taux d'équipement en sites internet et une proposition de contenu en langue bretonne. Ces entités participent à l'économie du pays et contribuent à la normalisation de la langue minoritaire. Quand l'on s'intéresse à l'économie marchande, les principaux vecteurs de diffusion de contenu en langue bretonne sont les suivants :

- Les organismes de formation et d'enseignement mais cette filière particulière semble être arrivée à un niveau respectable de près de 70 % des entités avec site internet proposent un contenu en langue bretonne.
- Viennent ensuite les médias avec un taux de 50 % de la famille qui propose un contenu sur internet. Les médias sont raisonnablement bien placés avec un taux d'offre en langue bretonne de 48 % des maisons qui ont un site internet.
- Les hôtels, les librairies, les magasins, les entreprises de services et les entreprises en général et les bars et restaurants (dans une moindre mesure pour ces derniers) constituent un véritable gisement, pour lesquels un plan d'action spécifique pourrait s'avérer efficace.

- 4) Pour des raisons stratégiques les agences de publicité et marketing signataires devraient aussi pouvoir démontrer que leur engagement n'est pas qu'un vœu pieux et grâce à leurs capacités créatives, ils peuvent intégrer la langue bretonne dans leurs

propositions de services, à commencer par leur propre site. Cela mériterait aussi une démarche particulière car leur position de conseil en communication leur permet une offre de contenu en langue bretonne qui peut se décliner dans tous leurs projets et devis et par là même avoir un effet multiplicateur.

- 5) Parmi les entreprises signataires toujours en activité, il a été possible de retrouver les dates de création pour 408 d'entre elles sur 628 soit 65 % des entités. La date moyenne de création de l'ensemble des entités est 1984, soit des entreprises qui avaient 28 ans d'activité au moment de l'étude (2012). Si nous examinons l'âge moyen des structures qui ont un site internet, leur nombre chute à 318 signataires pour un âge moyen de création en 1980, soit une moyenne d'activité de 32 ans.

Enfin, si nous examinons les entreprises signataires qui offrent un contenu en langue bretonne sur leur site internet, nous avons 103 entreprises soit 16 % de l'ensemble des signataires. La date de création moyenne est 1988, soit des entreprises qui ont une activité depuis 24 ans, à la date de l'étude. Comme vu auparavant, même si cette moyenne cache des disparités importantes au niveau des familles d'activité, on peut remarquer que les entreprises signataires sont majoritairement des entreprises matures plutôt que des « start-ups » récentes. Agir au moment de la création des entreprises sur leur communication est un axe qui serait en mesure de développer l'adhésion de jeunes entreprises à la charte « Ya d'ar Brezhoneg ».

- 6) La gestion et l'animation des signataires de la charte.

La signature de la charte est un engagement volontaire et gratuit. L'initiative et la maintenance de la charte reviennent à l'Office Public de la Langue Bretonne. Au fil du temps, l'Office s'est tourné sur le développement des signataires de la sphère publique (collectivités territoriales, communes, villes...) sans toutefois délaisser complètement la sphère économique. Il n'en reste pas moins que le dépoussiérage de la liste des entreprises de celles qui n'avaient plus d'activité, montre qu'une telle initiative demande de l'énergie et un suivi. D'autre part, l'Office est un organisme qui dépend du conseil régional de Bretagne pour son financement, ce qui rend ses salariés plus proches de la sphère publique que de la sphère privée.

Pourtant et nous avons pu l'observer, cette charte suscite un engouement spontané pour sa signature, ce qui montre bien combien la langue bretonne est un élément

fédérateur au-delà de toute considération de secteur d'activité ou d'âge des entreprises. Cette situation est une chance pour la langue bretonne et pour la Bretagne mais il faudrait lui insuffler une nouvelle énergie pour l'adapter (niveau 2 et 3), l'animer car les signataires constituent un réseau important porteur de synergies potentielles et la développer. Si l'Office Public de la Langue Bretonne ne peut pas maintenir, animer et développer les membres signataires de la charte Ya d'ar brezhoneg pour des raisons matérielles, financières, budgétaires et de connivence avec cette sphère, des pistes pourraient être envisagées. Je pense en particulier à rendre la charte plus engageante, en y associant une cotisation modique annuelle en échange de l'animation du réseau. Une structuration des actions sous une forme associative, qui comprendrait un représentant de l'Office Public de la Langue Bretonne, des responsables d'entreprises et de la communication, qui peuvent agir positivement sur la signature de la charte. Le point qui me semble primordial est l'animation du réseau des membres pour qu'ils puissent se rencontrer, partager leurs expériences et se connaître afin de développer des synergies et des partenariats potentiels.

ii. La Redadeg

1. Qu'est-ce que la Redadeg ?

La « Redadeg a di da di » est une association de type « loi 1901 » qui a pour vocation de développer l'usage de la langue bretonne. La première Redadeg a été organisée en Bretagne en 2008, sous l'impulsion de la famille Sanner qui a vécu au Pays Basque avant de venir s'installer en Bretagne. Là-bas, ils ont pu observer le phénomène de la « Korrika »³⁰⁹ (mot basque qui se traduit par « en courant »), une course de relais non compétitive et extrêmement populaire, qui existe depuis 1980 et qui a lieu tous les deux ans (sauf la 3^e édition qui a immédiatement suivi la deuxième l'année suivante). En Bretagne, cette course de relais se déroule sur plusieurs jours, sans arrêt. Le parcours est limité aux cinq départements bretons, il comprenait 800 relais de un kilomètre lors de la première édition, lors de la suivante il est passé à 1200 km puis à 1500Km et enfin celle de 2016 comprend 1700 km. La Korrika a inspiré bien d'autres initiatives de ce genre : la Correlingua en Galice, la Correlengua en Catalogne, ou plus récemment « rith »³¹⁰ en Irlande. Le principe de fonctionnement est de collecter des fonds auprès de particuliers, ou d'organisations diverses dont les entreprises

³⁰⁹ <http://www.korrika.eus/index.php?lang=fr> site de la korrika, visualisé le 19 02 2016

³¹⁰ <http://www.gaelchultur.com/ga/newsletters/newsletterarticle.aspx?id=489> site appelant des volontaires pour l'organisation de la course irlandaise. Site visualisé le 19 02 2016

pour financer des actions liées au développement de l'utilisation de la langue bretonne. Ces fonds sont alloués à des écoles qui développent l'enseignement de la langue bretonne et au financement de projets divers qui visent à soutenir la langue bretonne dans son utilisation normalisée dans la société.

Les statuts de l'association et son règlement intérieur décrivent son objet et son fonctionnement. Les articles les plus intéressants par rapport à ce travail sont retranscrits et commentés en annexe³¹¹:

2. Les projets financés par l'association la Redadeg

Comme vu dans les statuts et le règlement intérieur, la Redadeg finance des projets. Cette analyse est effectuée sur les 5 premières Redadeg (2008, 2010, 2012, 2014 et 2016³¹²). Le premier des projets financés par la Redadeg est celui des écoles Diwan qui dispensent une formation générale en langue bretonne, à ses élèves, de la maternelle à la terminale. Sans ambiguïté, c'est à Diwan que revient la plus grande partie des fonds collectés (50 %).

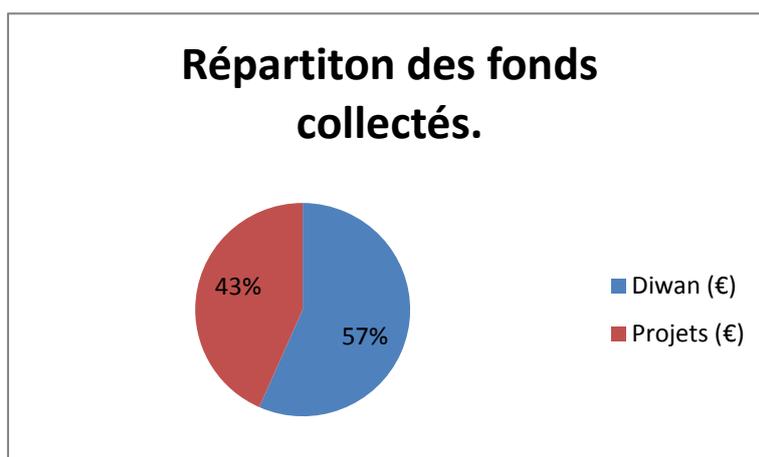


Figure 119 : Répartition globale des fonds collectés par la Redadeg. Source personnelle.

Cette situation de faveur pour Diwan et la part des projets extérieurs à Diwan vient essentiellement de la première Redadeg. En effet, lors de la première course en 2008, l'ensemble des fonds a été attribué aux écoles Diwan. Si l'on s'intéresse maintenant à la partie de projets extérieurs à Diwan, je les ai classés en fonction de leur nature et de leur destination. Pour l'ensemble de projets, on trouve donc la répartition suivante :

³¹¹ Annexe 81 : Analyse des statuts et règlement de l'association La Redadeg et tableau de données.

³¹² Comme vu précédemment, les projets financés par la Redadeg sont choisis l'année avant la course, les projets 2016 ont donc été choisis en 2015 et le financement prévisionnel est bâti sur la base du budget.

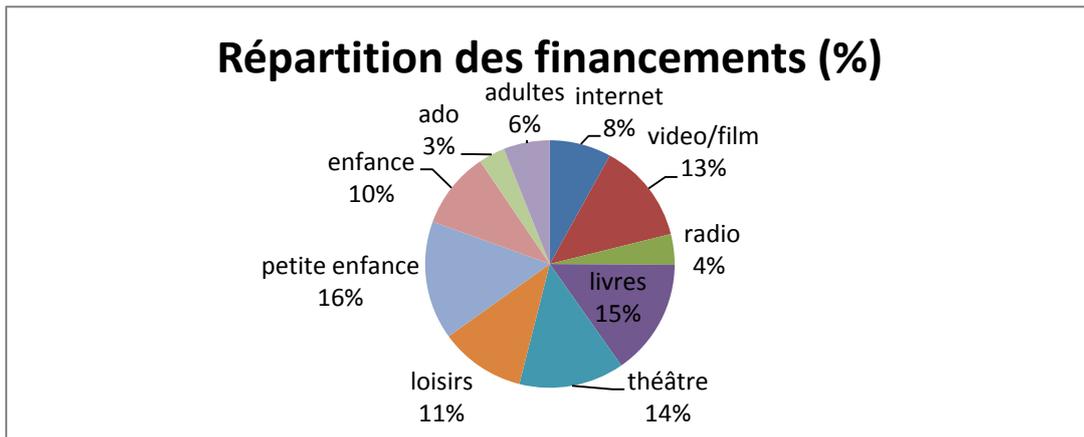


Figure 120: Répartition des projets financés par la Redadeg. Source personnelle.

Sur cet ensemble assez homogène, on note la première place de la petite enfance. Il s'agit du financement d'un réseau de crèches devant favoriser l'apprentissage du breton par les tout petits par la méthode immersive dans un environnement brittophone. On note aussi la faible place prise par les adolescents et les adultes, ainsi que pour les radios, qui sont financées sur des fonds plus pérennes qui leur permettent de développer leurs propres projets. Cette répartition étant peu lisible, j'ai effectué des regroupements par grandes catégories :

- Le développement de la langue bretonne par les médias.
- Le développement de la langue bretonne par les loisirs
- Le développement de la langue bretonne par l'enseignement et la formation.

Sur les cinq Redadeg cela représente la distribution suivante :

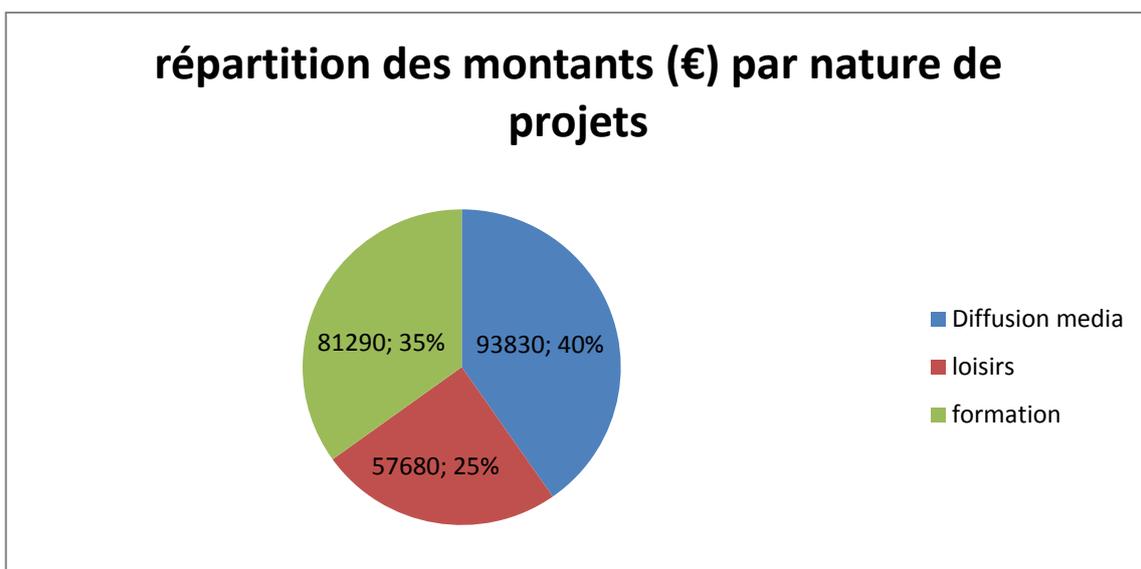


Figure 121: Répartition du financement de la Redadeg par famille de projets. Source personnelle.

L'ensemble des sommes allouées est relativement homogène avec 40 % des fonds dédiés à la diffusion (internet, audiovisuel, radio, livres), 35 % consacrés à la formation et 25 % aux loisirs.

En ce qui concerne l'évolution des financements sur les 5 Redadeg (8 ans), le graphe ci-après montre que les projets liés à la diffusion de la langue bretonne par les médias représentent le secteur qui se développe le plus rapidement ou ceux qui retiennent le plus le choix des « sages ».

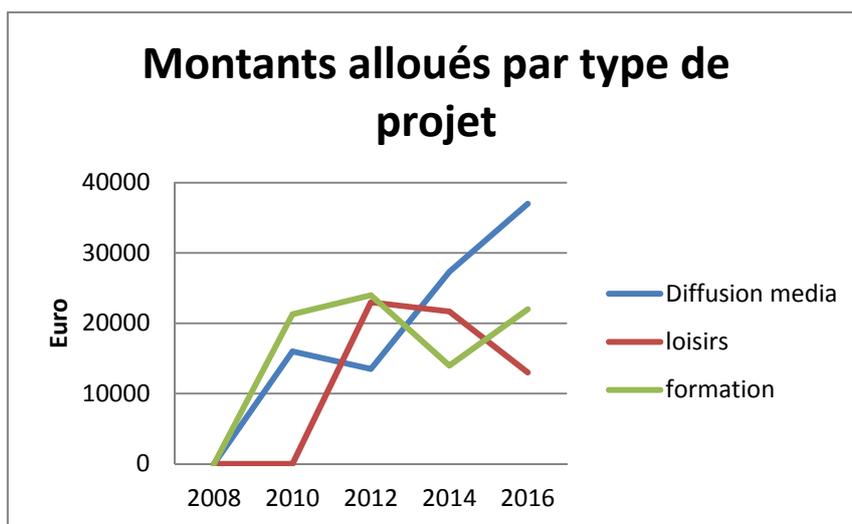


Figure 122: Evolution des types de projets financés. Source personnelle

Au fil du temps, le nombre de kilomètres parcourus par les relayeurs de la Redadeg augmente, ainsi que les fonds collectés. Cela est bien visible sur le graphe ci-après :

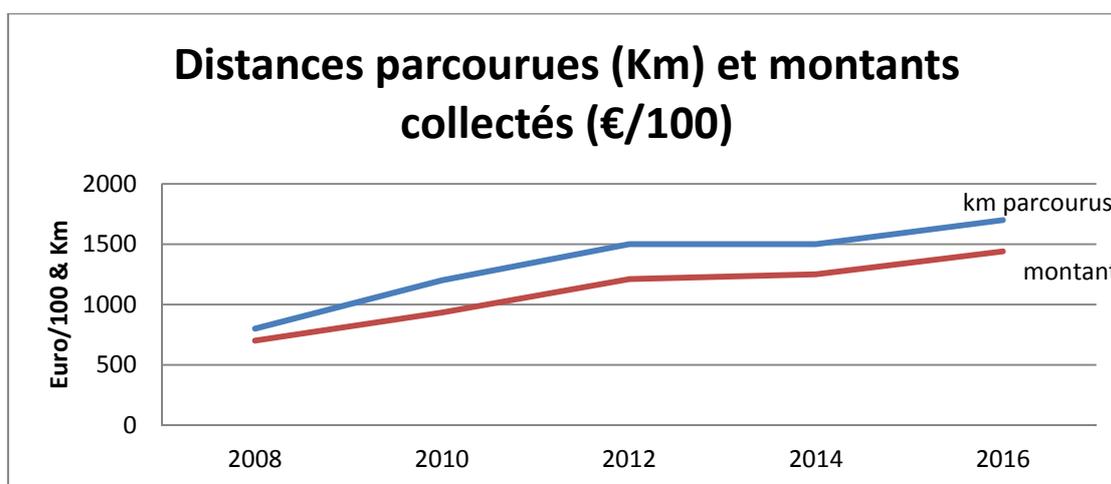


Figure 123: Evolution du nombre de kilomètres parcourus. Source personnelle.

D'une manière parallèle, le nombre de projets financés a crû au fil des différentes Redadeg :

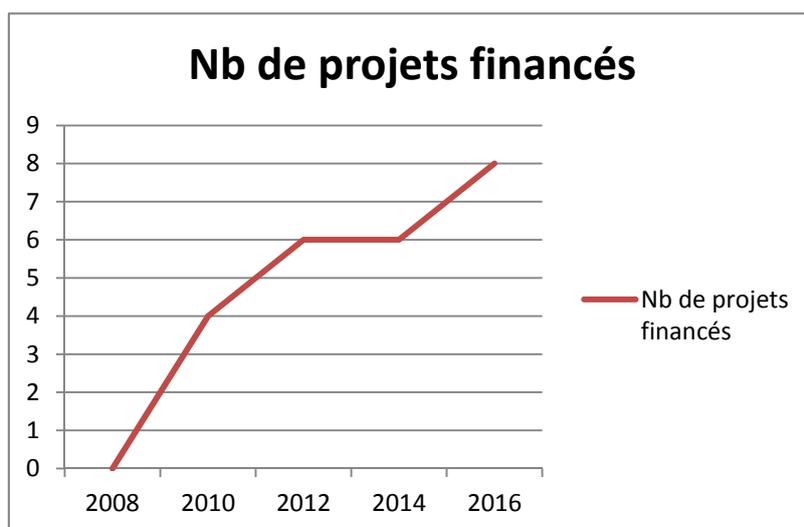


Figure 124: Evolution du nombre de projets financés. Source personnelle.

En l'espace de huit ans, en dehors du projet de financement des écoles Diwan, les projets sont passés de 0 à 8. Par contre, on observe que le financement moyen des projets stagne voire régresse. Cette situation montre que la nature des projets présentés par les associations trouve des limites dans leur ampleur et sans doute aussi dans leur impact. En ayant comme pourvoyeur de projets, uniquement des associations, le risque est donc de « saupoudrer » toujours plus de ressources sur un plus grand nombre de projets ayant des impacts limités.

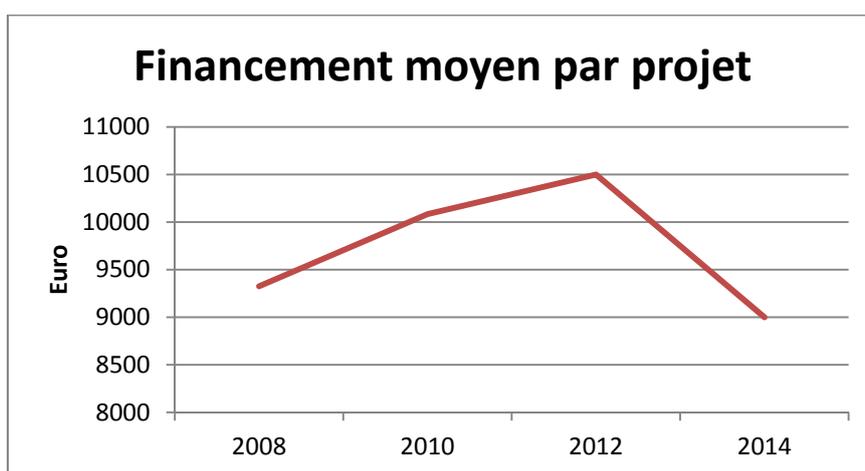


Figure 125: Evolution des budgets des projets financés par la Redadeg. Source personnelle

Les projets financés atteignent des sommes relativement importantes (en dehors de Diwan) le projet ayant reçu ou devant recevoir le plus fort financement est de l'ordre de 20000€. Le corollaire est vrai aussi : de tels projets nécessitent d'avoir des structures pérennes, stables

dans le temps et capable de maîtriser les outils pour la gestion de ces projets. Pour une structure associative qui ne comprendrait que des bénévoles, le challenge est important.

La Redadeg est à l'origine d'un mouvement populaire important. Pour qu'il puisse évoluer et perdurer dans le temps, il lui faudra développer des projets plus visibles par les brittophones et les autres et peut être aussi plus ambitieux en faveur du développement de la langue bretonne. On peut aussi imaginer des projets d'ampleur différente, gérés ou coordonnés au niveau de l'association « ar Redadeg a di da di ». Tout en contribuant au financement des projets associatifs de moindre envergure, la Redadeg ou une structure ad hoc qui lui serait reliée, serait en mesure de développer des projets plus ambitieux par rapport à leurs objectifs et sur des durées plus longues afin de sortir des projets de court terme et du triptyque : médias, loisirs et enseignement/formation. Je pense en particulier à des projets liés à la transmission intergénérationnelle qui est un point presque jamais évoqué par les militants de la revitalisation de la langue bretonne et aussi la normalisation de la langue bretonne dans la sphère économique de proximité, celle qui est visible par tout un chacun quand il se déplace dans son village ou dans son quartier. Pour que cela puisse se produire, il faudrait vraisemblablement modifier la manière de constituer le « conseil des sages » en adoptant des sièges affectés prioritairement à des personnes qui œuvrent dans différents secteurs professionnels ou associatifs. Cela serait aussi un moyen de libérer et de rendre actives des sources de création telles qu'une partie des contributeurs passifs de la Redadeg, parmi lesquels on trouve les contributeurs de la sphère économique marchande.

Il serait intéressant d'examiner les possibilités pour l'association de superviser ou de coordonner (et la formule reste à trouver), des actions de plus grande envergure sur la revitalisation de la langue bretonne dans certains secteurs de la société.

3. Les achats de kilomètres : la principale source de financement

Comme nous l'avons vu, la Redadeg a lieu tous les deux ans, depuis 2008. A la date de l'étude en 2013, j'ai étudié en détail les Redadeg de 2008, 2010 et 2012. Les kilomètres vendus étaient respectivement au nombre de 800, 1200 et 1500. Un achat de kilomètre est une action qui engage car chaque kilomètre est vendu 100 € ou 200 €, en fonction de la nature de celui qui achète le kilomètre. Le tarif de 100€ est réservé aux particuliers et associations, le tarif à 200€ est réservé aux entreprises et aux collectivités territoriales. Dans ce type de

situation, il va sans dire que le « mix des clients » est très important par rapport aux bénéficiaires engendrés. Pour illustrer la chose, si la Redadeg sollicite uniquement les particuliers ou uniquement les entreprises, les sommes collectées évoluent du simple au double. La première question est donc de savoir qui achète les kilomètres. Pour ce faire, à l'aide d'une répartition des acheteurs des trois premières Redadeg (soit 3627 km au total), en dix catégories, on obtient la photographie suivante :

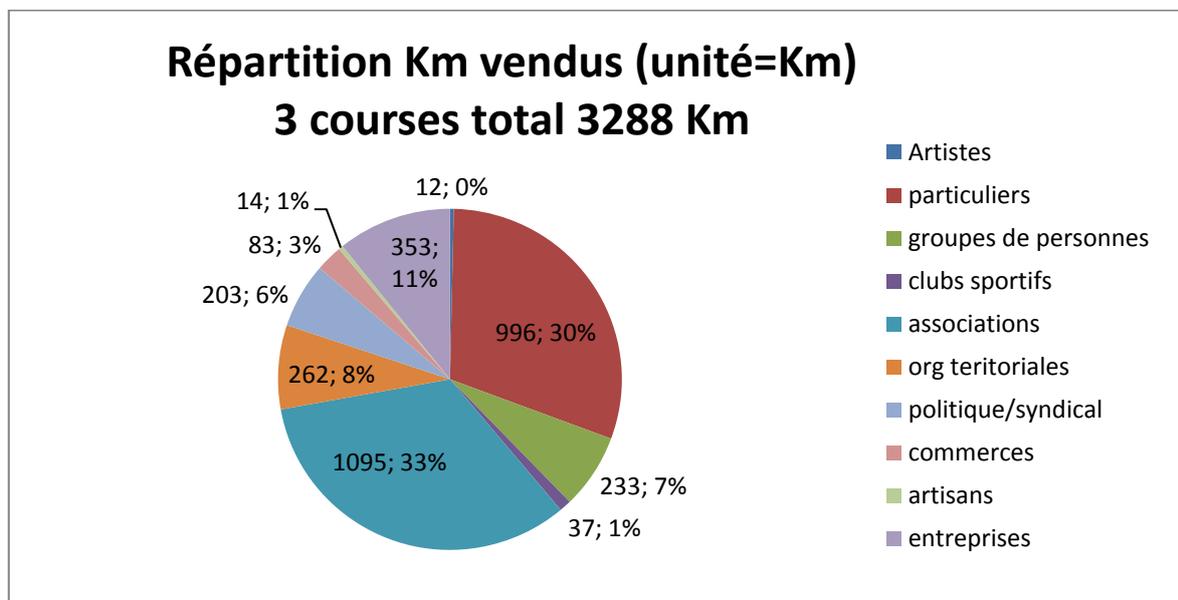


Figure 126: Répartition des acheteurs de kilomètres. Source personnelle.

Cette photographie peut s'analyser sur trois tiers : les associations forment le tiers des acheteurs de kilomètres (33 %) auquel on peut rajouter les clubs sportifs (1 %) qui fonctionnent sous forme associative pour la plus grande part d'entre eux, soit un total de 34 %.

Le quasi-tiers formé par les particuliers (30 %), auquel on peut rajouter les groupes de personnes (7 %) qui sont souvent des personnes qui se sont groupées pour acheter un kilomètre de la Redadeg, nous arrivons à un second ensemble de 37 %. A ce stade, on peut constater la popularité de l'événement car entre les particuliers qui sont des familles, des individus et les associations qui sont des organisations ou la part personnelle d'implication des acteurs est importante, on peut dire que les kilomètres sont principalement achetés sur décision d'individus. Ceci reflète une implication personnelle très forte et populaire des acheteurs de kilomètres qui s'impliquent pour la langue bretonne. La Redadeg n'est pas un événement élitiste mais bien un mouvement proche des réalités de la société et qui se sent concerné par la langue bretonne. Hormis ces deux blocs, il reste un troisième tiers, composé d'un certain nombre d'entités qui participent à la vie économique marchande et non

marchande de la société. Ce petit tiers représente un ensemble plus disparate qui achète 29 % des kilomètres de la Redadeg. Il est constitué d'entreprises (11 %) d'organisations territoriales (8 %), d'organisations politiques ou syndicales à hauteur de 6 %, d'artisans (3 %) et de divers autres groupes (<1 %).

Si nous examinons maintenant les contributions financières de chaque groupe, nous obtenons la répartition suivante :

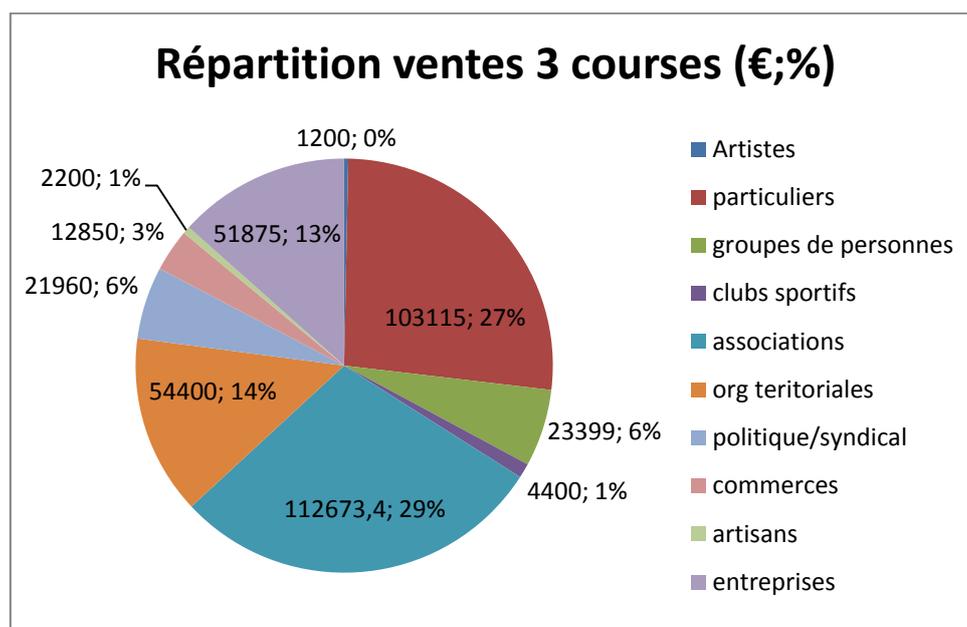


Figure 127: Répartition des sommes collectées par type de contributeurs. Source personnelle.

La différence des prix de vente des kilomètres entre les différentes entités est illustrée par la différence entre les deux diagrammes ci-dessus. Par rapport à la répartition des acheteurs de kilomètre, pour ce qui concerne la contribution financière, le secteur des particuliers se compresse de 37 % à 33 % de l'ensemble, celui des associations de 34 à 30 % et le reste représente donc en montant des sommes collectées de 37 % ce qui devient le secteur le plus important, à quasi-parité avec les deux autres. On peut encore scinder ce dernier secteur en 2 parties : l'économie non marchande, 20 % des sommes collectées et l'économie marchande 17 %. Le développement des ventes de la Redadeg peut s'obtenir suivant deux axes possibles et non exclusifs : l'augmentation des kilomètres courus et vendus, ce qui est une tendance générale depuis la création de la Redadeg mais aussi en portant les efforts de vente des kilomètres sur le secteur de l'économie. Au vu de la popularité de l'événement, cela n'entachera pas l'adhésion des individus et des associations.

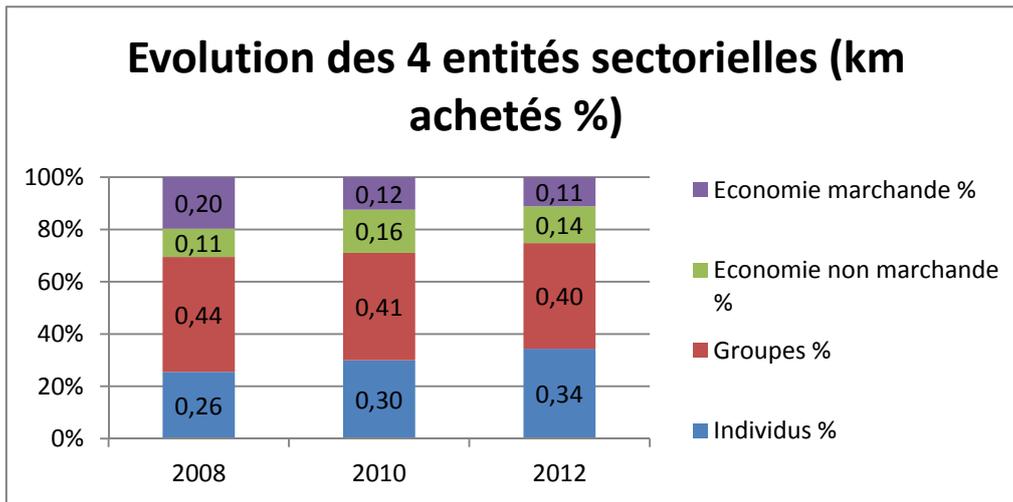


Figure 128: Evolution des acheteurs de kilomètres par type d'acheteurs. Source personnelle.

Si l'on excepte la première Redadeg qui était organisée différemment, on note que le pourcentage de kilomètres achetés par la somme des deux entités économiques diminue de 28 à 26 %. Au niveau de la contribution financière, nous avons l'évolution suivante :

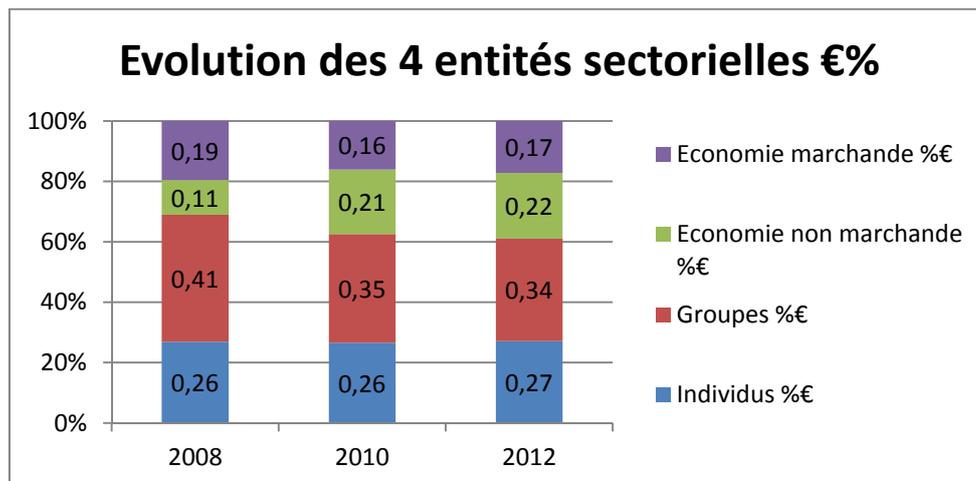


Figure 129: Evolution et répartition du financement par les différents contributeurs. Source personnelle.

L'évolution des sommes collectées auprès des acteurs économiques augmente donc de 30 à 39 %, malgré un tassement du pourcentage d'achat de kilomètres. Ce paragraphe confirme la popularité de la langue bretonne auprès des Bretons en général. Cette popularité est encore une fois indépendante des secteurs d'activité des contributeurs, elle traverse toute la société bretonne, tant du point de vue des individus, que des structures organisées telles que les associations, que des milieux professionnels (marchands et non marchands). Au fil des Redadeg cet engouement ne faiblit pas, bien au contraire. Nous ne sommes pas dans le cadre d'un phénomène de mode, tel que l'on peut le voir dans les médias nationaux par rapport à la

Bretagne (musique, tourisme...). La force de ce mouvement est portée par des Bretons qui vivent leur pays au quotidien et qui souhaitent continuer à la faire. Nous avons vu que le monde de l'économie est basé sur l'échange plutôt que sur le don et le bénévolat. Ce qui marque dans cet exemple de mobilisation, c'est la contribution financière apportée à l'association par le monde économique, sans réelles retombées concrètes pour les entités. Certes, les partis politiques et les structures syndicales peuvent tous arguer du fait que c'est une manière d'être visible et de marquer l'opinion, certes, le monde économique marchand peut évoquer cet engagement par une couverture médiatique assez subjective malgré tout. Mais il faut surtout retenir que la principale motivation est d'abord un profond attachement au territoire et à la langue et que cet engagement se matérialise par une contribution financière significative. C'est un point sur lequel je reviendrai par rapport à quelques interviews que j'ai pu mener auprès de responsables d'entreprises. Au cours des études des corpus précédents, nous avons noté une certaine constante dans le lien qui associe la manifestation d'un attachement à la langue bretonne et la territorialité. Cette étude est réalisée par rapport aux structures administratives françaises, qui ne reflètent guère la géographie humaine et encore moins linguistique des populations (départements versus Haute et Basse-Bretagne). Cependant, pour des raisons de commodité et de comparaison, j'utilise le découpage territorial départemental dans les analyses.

L'observation de l'ensemble des acheteurs de kilomètres de la Redadeg 2012 servira de base à notre analyse. La répartition des acheteurs de kilomètres par département est la suivante :

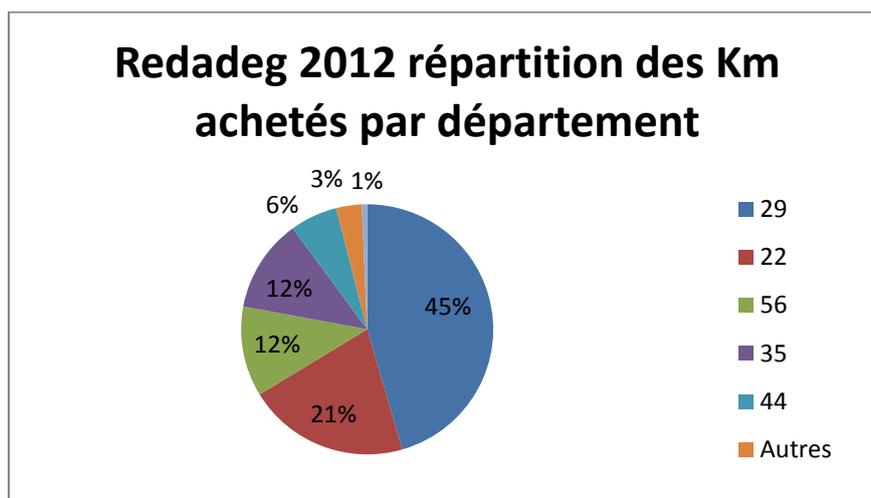


Figure 130: Distribution des kilomètres achetés (Redadeg 2012) par département. Source personnelle.

Cette distribution des kilomètres achetés par département nous est maintenant familière. Nous avons en premier lieu le Finistère avec une petite moitié des acheteurs, suivi des Côtes-

d'Armor avec 21 % de l'ensemble, viennent ensuite le Morbihan et l'Ille-et-Vilaine avec 12 % chacun et ensuite la Loire-Atlantique avec 6 % des acheteurs et 4 % qui proviennent d'autres départements ou dont l'origine géographique n'a pu être déterminée.

Cette répartition est classique mais nous notons cependant les bons scores de l'Ille-et-Vilaine et la présence significative de la Loire-Atlantique. Cette situation est vraisemblablement due aux efforts particuliers développés par les organisateurs sur ces départements. Cela veut aussi dire qu'une politique d'implication des départements situés à l'est de la région porte ses fruits.

4. Les liens entre le monde des entreprises et la Redadeg

Au niveau de la Redadeg, les entreprises sont contributrices de différentes manières. Elles achètent des kilomètres (un ou plusieurs). Elles contribuent aussi en tant que sponsors ou mécènes. Elles apportent leurs contributions, soit en versant une somme d'argent, soit en fournissant des produits ou des services professionnels dont la Redadeg a besoin.

La contribution des entreprises peut se faire de multiples façons et dans un cadre fiscal qui est expliqué sur le site de la Redadeg³¹³. Le message d'accroche est centré sur l'une des préoccupations majeures de l'entreprise : le temps investi utilement. C'est d'ailleurs l'une des raisons principales opposées à l'utilisation de la langue bretonne dans les entreprises (cf. chapitre consacré à l'association « Produit en Bretagne »).

La Redadeg propose aux acteurs du monde économique de s'occuper de la Bretagne et de sa culture, à la place de l'entreprise. Cela revient à « sous-traiter » une partie de la mise en application de ce qu'il est convenu d'appeler aujourd'hui la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE). Cette fonction place l'offre de la Redadeg dans une perspective d'échange : un service contre une contribution financière, ce qui est le langage habituel du monde économique.

« **Entreprises, artisans, commerçants...** Vous aimez la Bretagne et son environnement, sa culture... vous aimeriez faire quelque chose pour elle mais, hélas, vous n'avez pas assez de temps ! **La Redadeg est faite pour vous !** »

Au-delà de la phrase d'accroche, voyons les différentes possibilités de participation offertes par la Redadeg aux personnes morales.

³¹³ <https://www.ar-redadeg.bzh/fr/pro/> partie du site réservée aux professionnels pour le soutien de la Redadeg. Site visualisé le 24 02 2016

a. Les entreprises comme contributrices

Les modes de contribution :

Les entreprises contribuent largement à la Redadeg, ce qui veut dire que cette course de relais autour de la Bretagne motive des entrepreneurs et des salariés. Cette remarque place le monde économique comme contributeur à la vie sociétale et environnementale. Pourtant le démarchage des entreprises est assuré par des bénévoles dont les compétences professionnelles sont éloignées de la vente aux entreprises. La Redadeg propose aux entreprises plusieurs modes de participation et l'on peut lire sur son site les éléments suivants :

« *Comment participer en tant qu'entreprise, artisan, commerçant ?* » trois formules sont proposées :

- Acheter des kilomètres.
- Acheter des espaces publicitaires
- Devenir mécène.

Les entreprises peuvent contribuer à partir d'un montant de 200€ et cela sans limite particulière (sauf les plafonds légaux). La contribution peut aussi être fournie au travers de matériel donné ou prêté (véhicules pour l'encadrement de la course) ou de denrées fournies pour les différentes fêtes qui parsèment le parcours de l'événement. Pour certaines entités 200€ minimum pour l'achat d'un kilomètre, cela reste un montant élevé, en particulier pour les commerçants et les artisans. Face à cette situation, des solidarités se sont développées au travers de regroupements de commerçants d'un même village ou d'une même zone géographique, œuvrant dans des secteurs différents.

b. Les entreprises comme bénéficiaires

Contrairement à la logique associative basée principalement sur le volontariat et le don, dans sa communication avec le monde économique, la Redadeg s'adapte et se place sur le terrain de l'échange³¹⁴. La Redadeg propose donc un « retour » sur investissement et le premier d'entre eux est le reçu fiscal qui permet aux entreprises de contribuer à la Redadeg tout en déduisant une partie plus ou moins significative de leurs impôts en fonction du montant et de la formule choisie. Pour l'achat d'un kilomètre, la contrepartie réelle de la Redadeg est la suivante :

³¹⁴ Annexe 84 : feuillet édité par la Redadeg à destination des entreprises.

- Une publicité orale lors du kilomètre acheté par l'entreprise. Cette publicité est assurée par l'animateur de la voiture ouvreuse.
- L'inscription de l'entreprise sur le site internet de la Redadeg, dans la liste des acheteurs de kilomètres.
- Le logo de l'entreprise sur le site internet de la Redadeg.
- Un lien vers le site internet de l'entreprise
- Sur le parcours, le kilomètre est repéré par un grand carton portant le nom de l'entreprise
- Quelques temps après la Redadeg, un dépliant est distribué avec la liste des participants professionnels et associatifs³¹⁵.

La seconde méthode de participation est d'acheter des encarts publicitaires, comme pour toute opération de promotion, les supports sont variés et il est possible de faire apparaître le nom de l'entreprise à des endroits différents, en particulier sur les prospectus informant des fêtes organisées localement à l'occasion du passage des relayeurs.

Le troisième moyen de supporter la Redadeg est de devenir mécène. Cela ne coûte pas spécialement plus cher à l'entreprise si le montant alloué par l'entreprise à cette campagne de promotion est au moins de 600€. Cela donne accès à des espaces privilégiés, soit au départ soit à l'arrivée de la course³¹⁶, dans les journaux, sur les différentes banderoles...

L'offre est très large et d'un regroupement de commerces pour acheter un kilomètre à la grande entreprise qui capitalise sur l'image de la langue bretonne pour articuler une campagne de communication, il n'est guère d'entité qui ne soit obligée de rester en retrait de l'événement populaire en raison du montant à investir.

L'autre point important à l'échelon local est la couverture médiatique dans la presse régionale et locale. La Redadeg est un événement heureux et solidaire et les images de la presse locale en témoignent³¹⁷.

5. Les entreprises participantes

a) Evolutions générales sur les trois premières Redadeg

Les trois premières Redadeg ont eu lieu en 2008, 2010 et 2012. La notoriété de la Redadeg s'est accrue avec le temps et le nombre des entreprises qui a rejoint la Redadeg a connu la

³¹⁵ Annexe 85 : Fascicule « Redet o deus ! » (Ils ont couru)

³¹⁶ Annexe 86 : Un exemple de podium décoré aux couleurs d'un mécène.

³¹⁷ Annexe 87 : Le « press book » de la Redadeg (quelques exemples de journaux locaux).

même croissance. De 2008 à 2010, le nombre d'entités du monde économique marchand est passé de 124 à 143 entités.

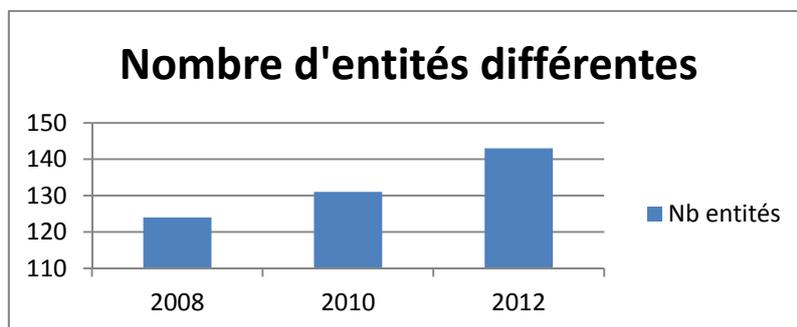


Figure 131: Evolution du nombre des entités marchandes durant les 3 premières Redadeg. Source personnelle.

On observe une progression aussi au niveau des kilomètres achetés par ces mêmes entités, avec une petite chute en 2010, ce qui correspond à une année économiquement difficile pour les entreprises.

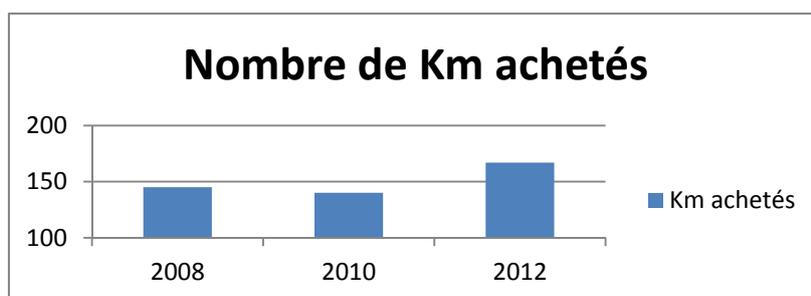


Figure 132: Nombre de km achetés par le secteur économique marchand sur 2008, 2010 et 2012. Source personnelle

Le prix moyen du kilomètre a continué d'évoluer favorablement car en 2008 le prix du kilomètre était unique à 100€, quelle que soit la nature de l'acheteur. En 2010 et 2012, il est passé à 200€ pour les entreprises et pour les collectivités territoriales.



Figure 133: Evolution du prix moyen du kilomètre acheté. Source personnelle.

La variation par rapport au prix du kilomètre fixé à 200€ et le prix moyen obtenu en 2010 et en 2014 provient des entités qui se sont désistées, ont connu des difficultés ou qui ont négocié

le prix de leur(s) kilomètre(s), par rapport à l'achat d'un ensemble de kilomètres ou de contributions en nature. Ce changement du prix du kilomètre a compensé la perte du nombre d'entreprises contributrices en 2010, comme le montre le graphique ci-dessus, la progression des fonds récoltés est restée harmonieuse.

b) Caractérisation des entreprises

Sur la base des entreprises qui ont acquis les kilomètres de la Redadeg 2012, j'ai choisi d'étudier spécifiquement les entreprises contributrices afin de tenter de les caractériser. Des trois Redadeg étudiées, celle de 2012 regroupe le plus d'entités du monde économique marchand. Globalement, en 2012, ces entités représentent 11 % des acquéreurs de kilomètres et 17 % de la contribution financière totale. Dans le rapport finances collectées / kilomètres vendus, ils représentent une cible intéressante pour la Redadeg. Cela est principalement dû au fait que le montant du kilomètre est vendu 200€ pour les entités représentant une personne morale (publique ou privée) et 100€ pour les entités représentant les personnes physiques et associations.

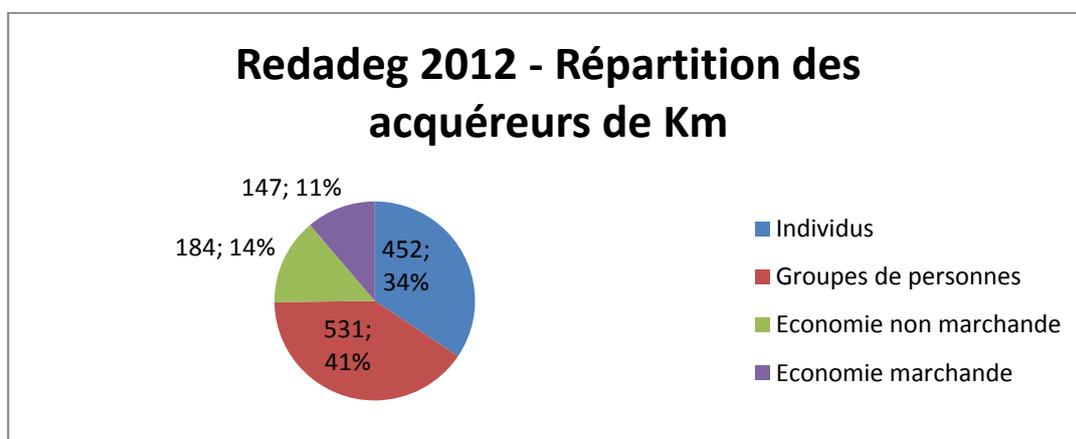


Figure 134: Répartition des achats de kilomètres (Redadeg 2012). Source personnelle.

La suite de ce paragraphe se concentre sur les 11 % d'entités du monde économique qui représentent 17 % des finances collectées par la Redadeg. Les entités qui constituent les 11 %, sont de 3 types : les commerçants, les artisans et les entreprises.

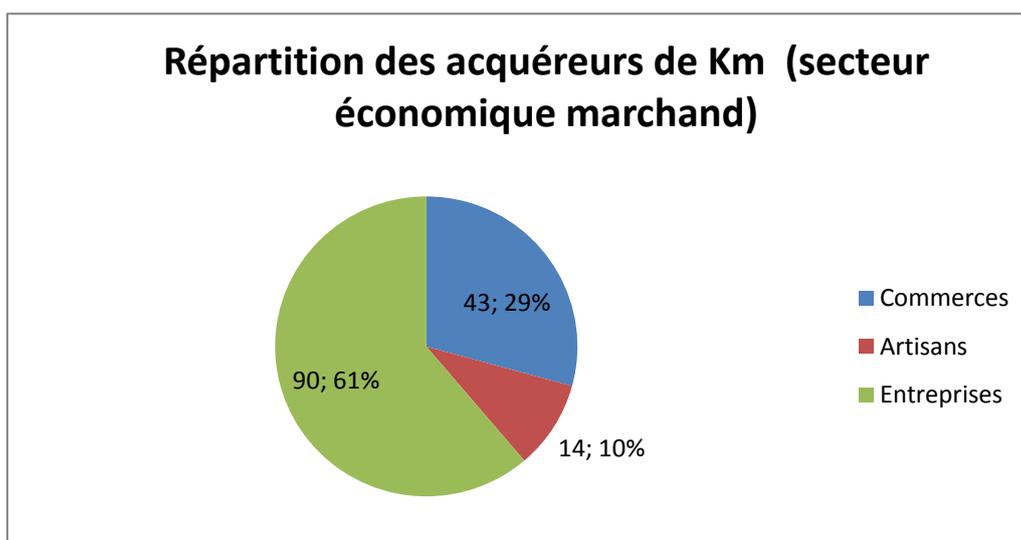


Figure 135: Répartition des entités du monde économique. Source personnelle

On note sur ce graphique que l'ensemble des contributeurs du secteur économique marchand représente des pourcentages inégaux. La plus grande partie des contributeurs du secteur est classée parmi les entreprises. Ils représentent 61 % de l'ensemble. Avec un tiers des contributeurs, viennent ensuite les commerces, puis les artisans qui représentent 10 % des contributeurs. Tout acte d'achat d'un kilomètre de Redadeg est un acte militant mais il revêt aussi une dimension économique. Le montant de 200€ n'est pas une somme excessivement importante dans la vie d'une entreprise mais il pèse différemment, relativement à la taille, au chiffre d'affaires à la rentabilité et à la structure juridique de l'entité. Plus l'entreprise est de taille importante, moins ce geste militant aura d'effet significatif sur son résultat. Dans une structure juridique autonome par rapport à son créateur ou à son dirigeant, une telle contribution rentre dans le cadre d'une charge enregistrée par l'entreprise, ce qui vient pour une part diminuer son bénéfice. Pour les commerces, la structure juridique varie en fonction de la taille du commerce. Il peut s'agir d'un supermarché, qui se retrouve dans une situation plus proche du cas des entreprises mais aussi être une affaire personnelle ce qui établit un lien direct entre la marche du commerce et la situation financière personnelle du commerçant. Enfin, pour les artisans, la majorité des entités est constituée par des affaires personnelles ou entreprises individuelles³¹⁸. C'est d'ailleurs celui qui représente la plus grande partie des créations brutes d'entreprises en France :

³¹⁸<http://www.artisanat.fr/Espacecreacuteursrepreneurs/Lancermonactivite/C3%A9/Choisiruneformejuridique/tabid/198/Default.aspx> Statuts juridiques possibles pour les artisans. Chambre de métiers et d'artisanats. Site visualisé le 30 04 2016

Créations d'entreprises par taille et catégorie juridique

	2011		2012	
	Créations totales	dont hors auto-entrepreneurs	Créations totales	dont hors auto-entrepreneurs
Selon la taille (en %)				
Sans salarié (1)	94,3	87,9	94,6	87,9
1 ou 2 salariés	4,2	8,8	4,0	8,9
3 à 9 salariés	1,1	2,4	1,0	2,3
10 salariés ou plus	0,4	0,9	0,4	1,0
Selon la catégorie juridique (en %)				
Personnes morales	30,3	64,6	29,0	65,8
Personnes physiques	69,7	35,4	71,0	34,2
Ensemble (en nombre)	549 788	258 067	549 967	242 489

(1) : Y c. les entreprises dont la taille est non déterminée.

Champ : unités légales de l'ensemble des activités marchandes hors agriculture.

Source : Insee, Sirene, Répertoire des entreprises et des établissements.

Figure 136: Répartition des entités du monde économique. Source Insee³¹⁹

Si l'on retire les autoentreprises, l'entreprise personnelle représente plus du tiers des créations d'entreprises françaises. Dans ce dernier cas, la somme investie par les artisans ou commerçants impacte directement leur pouvoir d'achat. (200€ peuvent correspondre à plus d'une journée de marge bénéficiaire). Une première constatation sur les contributeurs permet de voir que plus l'entité économique est dissociée de la personne qui gère l'entité, plus la décision d'achat se prend aisément, avec son corollaire qui est que plus la gestion de l'entreprise est intimement liée à la personne qui gère l'affaire, plus l'investissement de l'entreprise est sélectif, ce qui peut freiner un investissement militant. La taille de l'entreprise est aussi un autre facteur qui influe la décision d'achat. Une PME investit plus facilement qu'un artisan. Ces deux remarques sont indissociables de la situation économique conjoncturelle du moment. Sur la base du statut des contributeurs, il existe deux tarifs pour la vente des kilomètres, le premier tarif de 100€ par kilomètre est réservé aux personnes physiques et le tarif de 200€ aux autres entités. Bien que cette tarification simplifie les choses, un artisan travaillant seul ou un commerçant individuel est plus proche de la condition d'une personne physique que d'une entreprise. Dans cette perspective, un artisan a le choix de

³¹⁹ http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?ref_id=T14F151#inter2 Statistiques sur les formes juridiques des créations d'entreprises. Site visualisé le 30/04/2016

contribuer en tant que personne physique ou en tant que personne morale par l'intermédiaire de son entreprise. Il se trouve donc à considérer la Redadeg soit comme un investissement pour son commerce ou entreprise dans le cadre d'une relation d'échange ou comme un don. Ce qui fait la différence par rapport à ce choix est la valeur perçue de l'offre de la Redadeg par rapport à l'investissement réalisé. Soit elle apporte une valeur perçue comme étant « réelle » à l'entreprise soit elle est considérée comme apportant une valeur « symbolique ». Le but n'est pas d'amoindrir la dimension militante du geste mais de lui apporter une justification économique qui facilite la décision d'achat et in fine une popularité qui soit similaire à celle générée pour les contributeurs individuels (qui se placent exclusivement dans le don). Par rapport à la normalisation de la langue auprès des entreprises et principalement auprès des commerçants et artisans ce lien est important car toutes ces entités constituent un tissu local et de proximité favorable au développement de la langue bretonne. C'est aussi une population d'entreprises qui n'est pas touchée par l'initiative de « Produit en Bretagne » mais qui dans le cas de la Redadeg, représente 40 % des entreprises qui contribuent au financement des projets. A ce titre, la Redadeg pourrait aussi développer en son nom ou co-développer des projets pour la mise en valeur des commerçants et artisans dans la sphère des brittophones. On peut très bien imaginer une action de la Redadeg en faveur des produits et services des commerçants et artisans et leur offrir une signalétique qui puisse leur permettre d'afficher auprès de leurs clients potentiels, leur soutien à la langue bretonne et à l'environnement culturel de leur entreprise, voire le cas échéant, d'afficher leur capacité à accueillir leurs clients en breton. L'origine géographique des entités, se distribue comme suit :

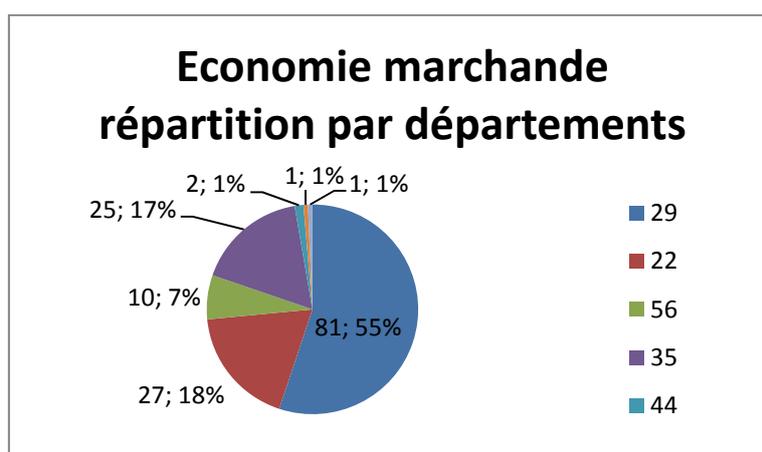


Figure 137: Répartition des entreprises contributrices par département. Source personnelle.

Le Finistère reste en tête avec plus de la moitié des entités, ce qui est un pourcentage habituel qui a été relevé lors de la mesure de l'implication du Finistère dans l'action en faveur de la

langue bretonne. Le second département est celui des Côtes-d'Armor, avec 20 % des entités et surtout l'Ille-et-Vilaine avec 18 %, ce qui montre bien l'attachement du monde économique marchand à la langue bretonne, bien que ce département soit traditionnellement situé sur une zone non bretonnante depuis quelques siècles. On peut voir aussi dans ce phénomène le fait que l'attractivité économique de la métropole rennaise en fait une zone d'émigration pour les populations de la zone bretonnante située plus à l'ouest. Avec respectivement 7 %, on peut noter le niveau relativement bas du Morbihan, département qui est partiellement ancré dans la zone bretonnante et la très faible performance de la Loire-Atlantique. Cette répartition, basée sur un échantillon d'entreprises de 147 entités montre une répartition assez classique de l'implication du tissu local dans la promotion de la langue bretonne dans chaque département. On note aussi que la Redadeg est une association principalement basée sur le volontariat et que l'action de vendre des kilomètres de la Redadeg requiert à la fois du temps et une certaine aisance pour la vente tout spécialement dans le secteur particulier du monde économique marchand. Ce ne sont pas là les principales compétences des forces vives de la majorité des membres de l'association.

6. Les participations multiples

Vingt entreprises ont participé aux trois premières Redadeg: 2008, 2010 et 2012. Leur répartition géographique est conforme à la distribution typique déjà rencontrée, avec le Finistère à 60 % de participants assidus suivi par les Côtes-d'Armor, l'Ille-et-Vilaine et le Morbihan. On note l'absence totale d'entités ayant participé aux 3 Redadeg en Loire-Atlantique.

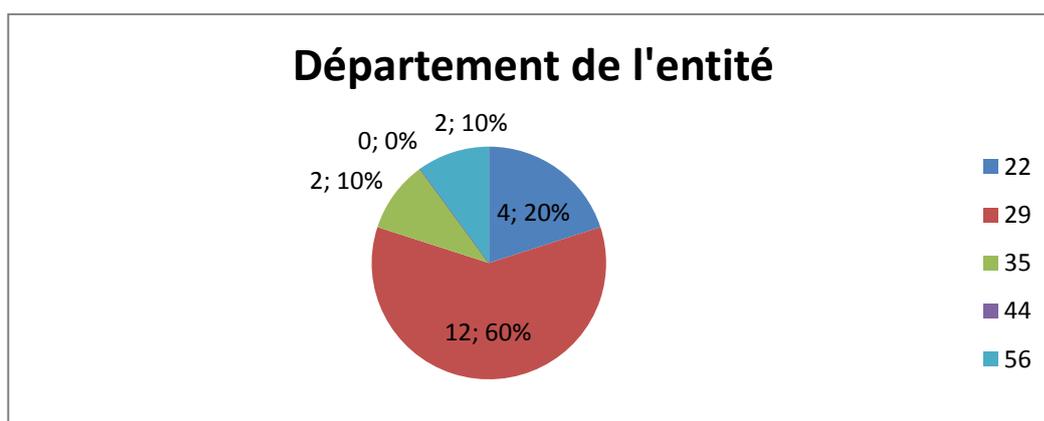


Figure 138: Entités ayant participé aux 3 premières Redadeg 2008, 10 et 12. Source personnelle

La participation de ces entreprises à 3 Redadeg sur 3 caractérise un engagement qui ne provient pas d'un coup de cœur mais d'un acte militant plus profond.

Ces vingt entités peuvent se répartir par rapport à la nature de leurs clients. Les trois classes de clients sont les institutionnels, les entreprises (B to B) et les clients de type « grand public ».

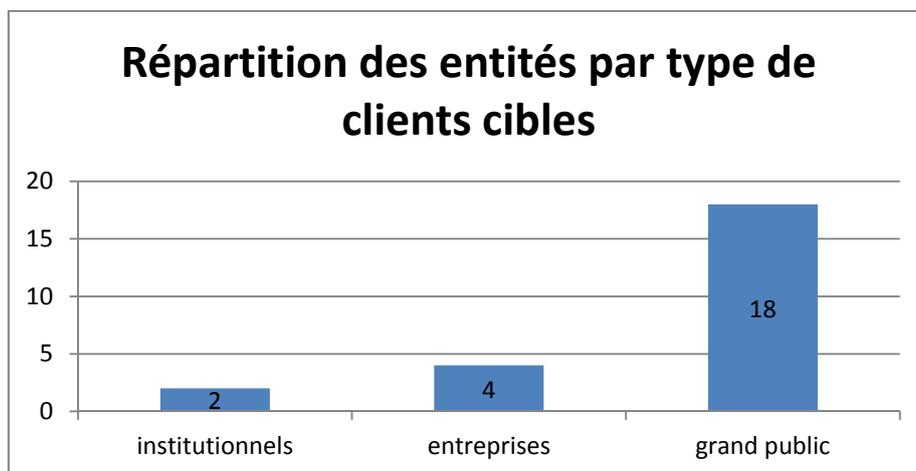


Figure 139: Entreprises contributrices par type de clients. Source personnelle.

On remarque la part très prépondérante des entreprises qui entretiennent une relation directe avec le client final du produit ou du service vendu. Cette constatation permet deux considérations particulières. Nous avons remarqué que la Redadeg est un événement populaire. Le fait que les entités qui ont participé d'une manière assidue aux 3 premières Redadeg soient aussi celles qui sont en contact direct avec le public, développe et renforce l'image des entreprises auprès de leurs clients. La Redadeg permet aux entreprises, commerçants et artisans, de communiquer sur un thème commun et partagé avec leurs clients. On peut assimiler cela à une démarche marketing sur un intérêt commun qui dépasse les produits ou services échangés. Par rapport à la normalisation d'une langue minoritaire, l'ensemble de ces entités économiques qui interagissent avec leurs clients de type « grand public » représente donc autant de possibilités de mettre en relief le soutien à la langue et la culture bretonne. Ces entreprises qui participent à la Redadeg, sont autant de vecteurs à assister, pour les transformer autant que faire se peut, en agents de normalisation de la langue minoritaire. Nous avons évoqué des actions simples telles qu'un signe distinctif qui puisse leur permettre de signaler leur attachement à la langue bretonne ou signifier leur capacité à accueillir les clients en breton.

On visualise aussi très bien la diversité des activités entités qui ont participé aux 3 Redadeg sur le graphique suivant :

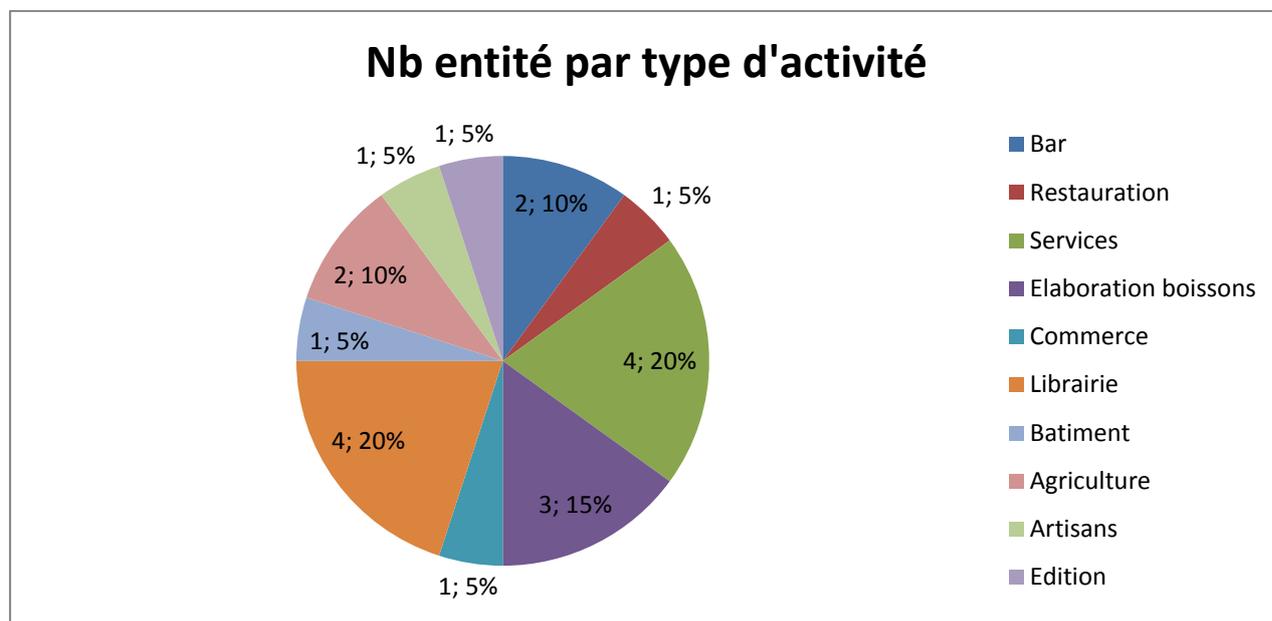


Figure 140: Secteur d'activité des 20 entités qui ont participé aux 3 premières Redadeg. Source personnelle

On peut dire que toutes entretiennent des contacts avec leurs clients, soit directement soit par les produits qu'ils vendent sous leur propre marque. Au-delà de la participation au financement des projets liés à la langue bretonne, la Redadeg est aussi un moyen de détecter et d'initialiser une démarche en faveur de la normalisation des langues régionales dans le monde des entreprises. Pour cela, il faut bien sûr que des ressources y soient consacrées, en particulier des moyens humains que n'a pas l'association. Une solution consisterait à utiliser une partie des fonds collectés, au financement de projets internes à l'association, visant la normalisation de la langue bretonne. Cette démarche pourrait aussi être portée par une émanation directe ou indirecte du Conseil Régional. Un tel projet doit s'inscrire dans la durée pour porter des fruits. Il est d'une portée trop générale sur une durée trop longue, pour être pris en compte par une association.

7. Bilan sur la Redadeg

Ces quelques points sur la Redadeg sont repris dans une présentation située en annexe³²⁰.

³²⁰ Annexe 88 : Présentation de synthèse sur la Redadeg.

- La Redadeg est un phénomène qui est avant tout extrêmement populaire. Il regroupe tous les deux ans plusieurs milliers d'individus, d'associations de représentations territoriales et d'entreprises qui décident de montrer et de partager leur attachement à la Bretagne, à sa culture mais aussi et surtout à sa langue, voire, ses langues.
- Le nombre d'entités économiques marchandes évolue lentement au fil des Redadeg et il concerne surtout des entités qui ont un contact direct avec les clients finaux. Par rapport à une étude particulière, on note aussi une corrélation très forte entre l'acte de participation des entités économiques à la Redadeg et le passage de la Redadeg dans la commune de l'entité. En cela, pour ces entreprises, la Redadeg est à la fois une démarche militante et aussi un moyen de se rapprocher de ses clients. Il y a donc une dimension marketing dans la démarche. Soulignons que les deux notions, marketing et soutien à une langue minoritaire, ne s'opposent pas mais au contraire, elles se complètent.
- Il n'y a pas de corrélation particulière entre le domaine d'activité de l'entité et la participation aux Redadeg.
- Nous avons pu noter que le taux de retour des participants du monde économique reste relativement faible et donne lieu à une forte déperdition d'une Redadeg à l'autre. Ceci mériterait d'être étudié afin de mieux comprendre le phénomène qui peut être lié à une différence entre les attentes des entités et l'offre de la Redadeg ou à un oubli de solliciter l'entité.

Nous notons que la Redadeg communique avec les entités du monde économique d'une manière différenciée. Le mécénat a été développé avec succès, même si le taux de retour des entités économiques d'une Redadeg à l'autre peut paraître limité.

En apportant une réponse adéquate à ces points, il serait certainement possible de développer la part des entités du secteur économique marchand dans la Redadeg. Ceci pourrait aller de pair avec le développement de projets particulièrement tournés vers la sensibilisation et la mise en avant de la langue bretonne dans une sphère économique très proche des clients « grand public », renforçant ainsi la normalisation de la langue minoritaire.

c) Les interviews

Pour me faire une idée plus précise des initiatives et des motivations des acteurs de la vie économique marchande par rapport aux langues minoritaires, je suis allé à la rencontre de différents dirigeants d'entreprise, qui ont une expérience dans le domaine de la langue bretonne au travers de leur activité professionnelle. Il ne s'agissait pas d'établir une statistique car leur nombre n'est pas suffisant mais de mieux les connaître et de recueillir leur sentiment par rapport à des actions concrètes et de terrain. Pour cela, j'ai sélectionné mes informateurs dans la liste des entreprises qui ont participé à plusieurs Redadeg (au moins deux) et qui ont une action revendiquée et de plusieurs années dans la normalisation de la langue bretonne dans le monde de l'économie. Le but des six entretiens menés avec les dirigeants des entreprises participantes à la Redadeg était de comprendre : comment ils ont été amenés à participer, de déterminer la place de la langue bretonne dans ce choix et de comprendre leurs motivations et attentes. Les six autres entretiens ont été menés avec des dirigeants d'entreprises connues pour leur engagement pour la langue bretonne sur le lieu de travail. Deux entretiens concernent la même structure mais l'un a été mené avec le créateur de l'entreprise et l'autre avec le repreneur de l'entreprise 16 ans plus tard. Deux des entreprises ou organisations interviewées sont communes dans les deux groupes mais les entretiens ont été menés d'une manière séparée avec des questionnaires différents. Les entretiens étaient semi-directifs, avec des questionnaires préparés par avance pour les participants à la Redadeg³²¹ d'une part et pour les entreprises connues pour leur utilisation professionnelle de la langue bretonne sur le lieu de travail d'autre part³²². Les questionnaires ont été remplis soit en direct lors d'entretiens, soit postérieurement lorsque l'entretien en face à face n'était pas possible. Dans ce cas, les formulaires ont été remplis par les personnes sollicitées et m'ont été renvoyés par courrier électronique.

Les réponses telles que notées ou fournies dans le cadre de l'enquête Redadeg, ou celles des entreprises expérimentatrices sont en annexe à la suite des formulaires (cf. ci-dessus)

Un tableau de synthèse de l'ensemble des réponses se trouve en annexe³²³.

³²¹ Annexe 89 : Questionnaire et réponses des participants à la Redadeg.

³²² Annexe 90 : Questionnaire et réponses des entreprises utilisant le breton.

³²³ Annexe 91 : Tableau de synthèse des réponses aux deux questionnaires.

i. Entretiens avec les participants aux « Redadeg »

1. La description de l'échantillon interviewé

Les six entreprises étaient des TPE (Très Petites Entreprises) ou des PME (Petites et Moyennes Entreprises) de moins de 50 salariés. Leur localisation est diversifiée : 3 sont établies dans les Côtes-d'Armor, 1 en Ille-et-Vilaine et 2 dans le Finistère. Les personnes interrogées étaient les responsables des entreprises ou des personnes occupant des postes proches de la direction. L'année de naissance moyenne des dirigeants interviewés est 1961 [1951 – 1987]. On note l'écart important qui permet de voir que l'intérêt pour la langue bretonne n'est pas l'apanage d'une classe d'âge particulière, même si en général, le fait de diriger une entreprise s'adresse à des personnes ayant acquis une certaine expérience. Les activités des entreprises sont diverses : ferme avec transformation de produits biologiques ; librairie, cabinet de maîtrise d'œuvre en bâtiment, cidrerie, association d'entreprises, entreprise de service en travaux de jardinage. Nous sommes donc en présence d'un échantillon qui comprend divers acteurs de l'économie.

2. Les entreprises et la Redadeg

Les six dirigeants ont connu la Redadeg par les médias spécialisés, par la communication directe de l'organisation de la Redadeg ou par les écoles Diwan. Cinq d'entre eux ont eu soit leurs enfants soit des enfants de leur entourage (petits-enfants, neveux, nièces...) scolarisés dans les filières bilingues. Ce dernier point montre que les décideurs sont baignés par un environnement déjà sensibilisé aux langues minoritaires. Ils ont tous un intérêt pour la langue bretonne et pour la Bretagne. Quelques-uns parlent le breton d'une manière habituelle (2), un peu (2), quelques mots (2). Leur connaissance de la langue bretonne vient avant tout de leurs origines ou leurs parents. On remarque que l'impact de la famille et du souvenir d'un passé révolu est un événement important pour les participants à la Redadeg. Ce lien avec des situations passées n'existera bientôt plus avec le passage des générations. Les nouvelles générations n'auront plus cette possibilité d'apprendre ou d'entendre la langue bretonne dans la famille. Il y a déjà eu une discontinuité dans la transmission familiale, pour ce qui concerne l'utilisation de la langue qui s'est étiolée sur trois générations, dont la dernière a touché les personnes nées dans les années 1950 - 1960. Cette dernière génération n'a pas utilisé la langue mais l'a au moins entendue et l'a parfois apprise par un phénomène d'apprentissage passif naturel. Demain, le sentiment de nostalgie ne pourra plus exister. Pour que le phénomène d'adhésion aux langues minoritaires se perpétue, il faudra s'appuyer sur d'autres

mécanismes qui restent à trouver, sous peine de perdre un pan de locuteurs potentiels. Quatre d'entre eux ont une pratique quotidienne ou occasionnelle. Une personne parle rarement le breton et un autre jamais, bien qu'elle connaisse quelques mots. Quatre d'entre eux se considèrent comme des militants plus ou moins actifs. Deux réfutent fermement le terme, ce qui s'explique par une image mitigée du « militant breton » tout spécialement parmi les personnes d'un âge supérieur à 55 ans. Pour cinq d'entre eux, la raison principale de leur participation est la revitalisation de la langue bretonne, pour le dernier c'est le fait d'être Breton et la solidarité qui doit en découler qui le motivent.

3. L'achat de kilomètres par les entités

Pour la participation, l'achat des kilomètres est plébiscité pour sa simplicité et pour le lien direct entre la contribution et le soutien apporté à la langue. Dans la majorité des cas, c'est une décision qui est partagée avec les autres personnes de l'entreprise. C'est donc une occasion de communiquer aussi un message à l'entreprise, sans que cela soit entouré d'un tabou lié au « qu'en-dira-t-on ? » Dans un seul cas, la décision n'est pas connue des autres personnes (si ce n'est du comptable tout de même). Pour les entreprises qui communiquent sur le sujet avec leurs salariés, il n'y a jamais eu de réactions négatives a priori. Pourtant les salariés ne parlent généralement pas le breton, même si certains l'apprennent ou le connaissent un peu. Un seul parle le breton dans l'entreprise ou 2 salariés sur 5 parlent la langue. Cette situation montre bien le côté militant des dirigeants des structures. La décision d'affecter des ressources à la langue bretonne leur appartient et le fait de dévoiler leur militantisme n'est pas un problème. Nous pouvons parler ici d'un militantisme décomplexé des responsables d'entreprises.

4. Le retour sur investissement

Pour les 6 entreprises, aucun retour sur investissement n'est attendu, leur seul but est de soutenir la langue ou de montrer que la langue bretonne peut aussi être liée au monde économique. Pour les chefs d'entreprise interviewés, leur démarche provient en premier lieu d'un attrait marqué pour la langue bretonne et la culture bretonne en général. On a d'emblée le sentiment que le côté militant sur le sujet de la langue minoritaire est plus fort que la rationalité économique. La logique économique de l'échange (l'entreprise donne de l'argent en échange elle reçoit une compétence, un service, un produit...) ; ne prévaut plus autant que dans les relations d'affaires habituelles du monde économique. A la notion d'échange se substitue (ponctuellement) la notion de don, même si c'est un mode de fonctionnement

inhabituel de l'entreprise. Par contre, quand on amène les personnes à penser à l'impact de leur participation à la Redadeg, bien que les retombées ne soient pas l'objectif principal, il existe toujours un sentiment perçu ou avéré que cela apporte aussi quelque chose d'autre à l'entreprise. Lors de la réception de clients dans les entreprises concernées, ils mentionnent parfois la Redadeg et la langue bretonne et tous les responsables d'entreprise reconnaissent que si le phénomène est rare, il arrive de temps en temps et cela crée immédiatement un lien différent et positif avec les clients.

L'idée d'identifier l'entreprise comme participante à la Redadeg et un accueil potentiel en langue bretonne, recueille aussi l'assentiment des personnes, sauf pour l'un des participants à l'enquête qui peut voir dans un label de plus, une source de confusion : « Produit en Bretagne » et « Ya d'ar Brezhoneg ». Ces deux labels existent déjà mais ne garantissent pourtant pas en eux-mêmes un accueil en langue bretonne dans les commerces de Bretagne ou d'ailleurs. A la proposition d'une information promotionnelle des entreprises contributrices auprès des autres participants de la Redadeg, l'ensemble des dirigeants pense que c'est une démarche qui aurait le mérite d'être explorée afin de confirmer son impact. Un des interviewés pense que ses services ne rentrent pas dans le cadre d'un envoi de propositions publicitaires par internet. Lors des interviews, d'autres propositions ont été faites :

- Utiliser un stagiaire brittophone si possible, par département (B5), en provenance des écoles de commerce, pour mettre au point un argumentaire pour la vente des kilomètres de la Redadeg et le tester sur le terrain auprès des entreprises du département. L'organisation en question propose d'encadrer le stagiaire.
- Lancer un défi aux entreprises de Produit en Bretagne, d'avoir au moins un salarié par entreprise qui court le kilomètre de l'entreprise.
- Proposer aux entreprises qui participent de mettre dans les signatures des courriels des entreprises, le logo de la Redadeg, au moins durant un laps de temps avant la Redadeg (publicité gratuite).
- Un rabais sur les produits vendus par les entreprises participantes, aux coureurs de la Redadeg.
- Pouvoir présenter les produits des entreprises en général et de jeunes entreprises en particulier.

L'ensemble des interviewés a l'intention de renouveler sa participation à la Redadeg. Bien qu'ils n'attendent rien, mettre le nom de l'entreprise d'une manière plus visible sur le site internet de l'entreprise est une chose qui est plébiscitée par les 6 entreprises. A priori si

l'entreprise n'attend rien de sa participation à la Redadeg, les propositions qui peuvent transformer un don militant en une action utile pour l'entreprise suscitent immédiatement un intérêt certain. Cet intérêt permet à l'entreprise de revenir sur son mode de fonctionnement habituel.

ii. Entretiens dans les entreprises qui utilisent la langue bretonne au travail

Le but de ces entretiens avec 6 responsables d'entreprises dont 5 sont toujours en activité avait pour but d'explorer les différents aspects de l'utilisation de la langue bretonne dans l'entreprise. L'entretien était donc structuré comme vu précédemment, le même plan est suivi pour la compilation et l'analyse des données.

a. Les entités, les entreprises

Les entretiens ont porté sur 5 entreprises, avec 6 dirigeants. L'une des entreprises a été reprise en 2008 et j'ai pu m'entretenir avec les deux dirigeants successifs. La nature des structures est variée, il s'agit d'une association « Produit en Bretagne », d'un fabricant de produits biologiques mis en conserve sur la ferme, d'une société d'impression de livres, d'un centre de formation à la langue bretonne qui s'investit dans le monde économique pour rapprocher les offres d'emplois et des demandes d'emploi, afin de faciliter les recherches de ses stagiaires et enfin d'une jeune société (2010), qui œuvre dans le design de vêtements modernes d'inspiration bretonne. Les entreprises ont été créées en moyenne en 1991 [1964 – 2010]. Nous avons donc un échantillon d'entreprises variées qui va de la jeune entreprise à l'entreprise de plus de 50 ans. C'est dans cette dernière que j'ai pu m'entretenir avec deux de ses responsables successifs. Les structures sont principalement basées dans le Finistère 4/5 et l'une d'entre elles est dans les Côtes-d'Armor. Les dirigeants actuels sont nés en moyenne en 1967 [1951 – 1987]. Tous sont originaires de Bretagne (B5), sur les 6 interviewés, 4 sont restés vivre dans un rayon de moins de 50 kilomètres du lieu dont ils sont originaires et 2 ont migré de la haute vers la basse Bretagne. Dans des structures juridiques différentes, tous ont une position de dirigeant de l'entité et sont donc responsables de leur gestion auprès des actionnaires ou des structures qui les emploient. Tous ont la particularité de maîtriser d'une manière autonome, au moins deux langues : le français et le breton. La maîtrise des autres langues telles que l'anglais, l'espagnol, le portugais est plus variable en fonction des

dirigeants. Il me semble important de souligner ce point qui veut que 100 % des responsables d'entreprises qui utilisent régulièrement le breton dans leur communication interne ou externe maîtrisent la langue minoritaire en toute autonomie. L'acquisition de la langue bretonne a été faite en premier lieu dans le cadre familial pour les trois dirigeants les plus anciens. Cela concerne deux dirigeants nés en 1951 et 1959. Cet apprentissage a été complété par une formation universitaire pour le plus jeune des trois né en 1960. Les trois autres, plus jeunes nés en 1961, 1969 et 1987, ont tous été formés en dehors de leur famille, soit à l'école dans les filières bilingues ou par immersion, soit pour l'un d'entre eux, une formation par les cours du soir, puis par les cours par correspondance et enfin à l'université. Au total, 2 ont appris la langue uniquement en famille, 2 d'entre eux ont poursuivi leurs études à l'Université et 2 ont suivi une formation initiale primaire et secondaire complétée ou pas, par des stages. La maîtrise autonome de la langue bretonne par apprentissage au sein de la famille est un phénomène qui tend à disparaître. La connaissance est peu à peu assurée par les systèmes de formation à la langue. Le passage par l'université n'est pas un prérequis pour l'utilisation autonome de la langue minoritaire dans une situation professionnelle mais on note qu'elle assure des formations menant à une maîtrise de la langue et à une bonne connaissance de son histoire, de son évolution, de sa structuration et de sa littérature.

Un centre de formation à la langue s'attache au développement de la maîtrise de la langue pour une utilisation vernaculaire dans le monde actuel. Ceci montre qu'il est vain d'opposer la formation universitaire à la formation en langue par les centres de formation : leur proposition comprend une petite zone commune mais aussi une majorité de compétences qui ne se superposent pas. L'une offre une vue globale de la langue dans son contexte, l'autre est plus appliquée à l'usage de la langue dans le quotidien. De cette série d'interviews, on retient aussi que l'utilisation d'une langue minoritaire dans le monde de l'économie marchande ne requiert pas nécessairement une transmission de la langue par le lien familial.

On peut bien sûr tenter de mesurer la profondeur de l'utilisation de la langue minoritaire dans les deux cas de transmission mais l'exemple de la responsable du centre de formation qui travaille exclusivement dans la langue minoritaire qu'elle a acquise par une formation externe à la famille démontre que la normalisation d'une langue minoritaire est tout à fait possible pour des personnes formées sans transmission familiale (sans remettre en cause la primauté de la transmission intergénérationnelle). Par rapport aux buts qui ont amené les dirigeants d'entreprise à choisir de s'investir dans une démarche de normalisation de la langue minoritaire dans leur environnement économique, on retrouve toujours une part d'attachement à la langue et à la culture, une envie de contribuer à la continuité de l'utilisation de la langue

et de contribuer à la revitaliser par l'école, alors qu'elle souffre d'une méconnaissance et d'un manque de reconnaissance et de moyens³²⁴. Il y a aussi la volonté de démontrer l'utilité des langues minoritaires dans la sphère économique alors qu'elles sont abaissées par les instances françaises aux rangs subalternes et dérogatoires de « langues régionales ». L'utilisation des langues minoritaires dans le domaine de l'économie poursuit un double but :

- Montrer que l'économie bénéficie de la diversité que lui apportent les langues minoritaires.
- Etablir un acte militant pour remettre en question les politiques qui détruisent les richesses linguistiques et culturelles présentes sur le territoire.

b. L'initiation de la démarche de revitalisation de la langue bretonne dans l'entreprise

Dans toute action, il se trouve qu'il y a toujours un fait initiateur, qui permet à tout un chacun, mû par ses désirs et convictions, de mobiliser des énergies pour achever son projet. Dans tous les cas, les personnes interrogées sont soit à l'origine de la démarche soit elles ont continué avec conviction, une démarche déjà entamée par un prédécesseur. Les projets sont en général à l'initiative d'une ou deux personnes au maximum, elles portent le projet et en prennent la direction. Les buts invoqués pour initialiser la démarche sont variables mais toujours exprimés en lien avec la langue bretonne. Les buts peuvent changer au fil de la vie de l'entreprise, en fonction du responsable. Ainsi, pour le cas de l'imprimerie, à sa création, c'était un moyen d'employer de jeunes brittophones et de continuer à utiliser et diffuser la langue bretonne en tant qu'élément essentiel de l'âme de la Bretagne. Avec le responsable suivant, l'objectif s'est transformé en la fourniture d'un moyen en Bretagne pour le développement de l'édition bretonne, en particulier en langue bretonne. D'un but essentiellement « social » et « affectif », l'entreprise est passée à un but lié au rayonnement de la littérature bretonne. Dans d'autres entreprises, la langue est plutôt utilisée d'une manière symbolique et comme un marquage identitaire des produits fabriqués. Pour une autre entité, le but est de démontrer qu'une langue minoritaire peut très bien favoriser l'économie d'une région. Elle apporte à la région et à ses produits un supplément d'âme et des possibilités de différenciation exclusifs qui sont bénéfiques dans un monde économique qui recherche des économies d'échelle dans l'uniformité mais qui a pourtant besoin de singularités pour se renouveler.

³²⁴ Blanchet Philippe Enseigner les langues de France ? N°423 - Dossier "75 langues en France et à l'école ?" <http://www.cahiers-pedagogiques.com/Enseigner-les-langues-de-France> site visualisé le 11 05 2016.

Un autre met en évidence son amour pour son pays et sa langue avant de faire remarquer aussi que la langue est ce qui fait venir vers lui certains clients, quand il se trouve sur le marché de Lannion. Dans tous les cas, une justification économique accompagne les buts militants vis-à-vis de la langue. Au-delà de l'émotion, on peut aussi noter le besoin de démontrer que la valeur de la langue n'est pas uniquement sentimentale mais que c'est une « vraie valeur » capable de trouver sa place parmi les valeurs économiques. Dans l'environnement productiviste qui est le nôtre, la démonstration de la rationalité économique de la démarche semble s'imposer comme un prérequis à toute action, en particulier quand cela touche le monde du travail et de l'entreprise.

c. La mise en place concrète des actions

Par rapport au début des initiatives engagées, le lien avec l'arrivée des responsables d'entreprises que j'ai rencontrés est net. Pour l'imprimerie, l'année d'arrivée du premier responsable interviewé est 1991 et la première initiative en faveur de la langue bretonne date de 1992. Lors de la reprise de l'imprimerie, en 2008, la politique linguistique de l'entreprise n'a pas changé. Pour l'association des acteurs économiques bretons, même s'il existait une démarche en cours, l'arrivée du directeur en 2009 a servi de catalyseur à la signature de la charte fin 2009 puis régulièrement après cette date les actions se sont enchaînées. Pour les deux créations d'entreprises, dès leur création l'aspect de la langue bretonne a fait partie intégrante du projet. Dans les cas de revitalisation d'une langue minoritaire dans l'économie, il n'y a pas de phénomène spontané. Les initiatives se prennent par les hommes et les femmes qui dirigent les entités. Cela n'empêche pas les suggestions de venir d'horizons divers. L'aspect humain est donc important, ce qui peut rassurer par certains côtés mais ce qui met aussi en évidence la fragilité des initiatives, sauf à mettre en place des processus robustes qui intégreraient les langues, ce qui n'est pas le point le plus fort des TPE et PME. Une réflexion sur le sujet de la pérennité des actions linguistiques au-delà des hommes ou des femmes qui ont initié la démarche serait appropriée. Par rapport à la nature des actions menées, on trouve deux types d'actions. Le premier type d'actions se concentre sur la création d'opportunités d'emplois pour les jeunes brittophones sortis des filières bilingues ou par immersion. Le but de la structure devient son développement pour créer des emplois « ordinaires » pour lesquels la langue de travail est le breton. On retrouve ce type de missions d'entreprises, sous des formes différentes, dans trois cas sur cinq. C'est le cas de l'entreprise Ouestelio, de l'entreprise de design de vêtements et directement et indirectement l'objectif de l'association « Produit en Bretagne ». Pour les deux autres entreprises, les actions se concrétisent soit sous

la forme de vivre sa vie en breton dans une continuité entre la vie privée et la vie professionnelle, soit sous une forme de volonté d'extérioriser un sentiment personnel profond par l'intermédiaire de la production de biens ou de services. C'est le cas du centre de formation à la langue bretonne et de la ferme productrice de produits biologiques.

En ce qui concerne le second type d'actions, il vise exactement à normaliser la pratique du breton dans l'entreprise, avec la volonté d'associer la langue bretonne à la vie du monde actuel, en évitant toute référence passéiste. Le but est de vivre dans le présent et de se projeter dans l'avenir et ne pas tenter de retrouver ou reconstruire un passé irrémédiablement révolu. Pour éviter un catalogue à la Prévert, je vous réfère à la liste des actions de normalisation de la langue bretonne dans les entreprises, proposée par l'Office Public de la Langue Bretonne, dans la cadre de la charte « Ya d'ar brezhoneg ».

d. L'impact du temps sur la démarche

L'impact du temps sur les démarches de normalisation d'une langue minoritaire dans le monde de l'économie marchande est variable et dépend des objectifs fixés. Quand les objectifs consistent en des actions durables dans le temps comme la mise en place d'un message téléphonique trilingue sur le répondeur de la société ou la personnalisation des véhicules de la société, il y a des chances pour que l'action dure, tant que le système de téléphone est en place ou que la voiture reste en bon état. Pour des objectifs qui nécessitent des actions répétées : publication d'une campagne de promotion, libellé des chèques, proposition d'inclure la langue bretonne dans les demandes des clients... les oublis peuvent être fréquents. Pour ce qui concerne le recrutement des brittophones, en privilégiant la compétence métier, l'objectif est plus ambitieux et parfois difficile à maintenir dans le temps. L'un des facteurs clés de la normalisation d'une langue minoritaire dans l'entreprise est lié à la motivation pour la démarche, dans la durée. La réalisation d'une action concrète ponctuelle est une chose relativement simple. Pérenniser la motivation de l'ensemble de l'équipe concernée est une difficulté potentielle. La motivation et le temps sont deux des éléments essentiels pour mener à bien une action pérenne de revitalisation linguistique. A ce titre, les réflexions des responsables interviewés sont intéressantes et contrastées.

Au sein de l'entreprise familiale, le problème ne se pose pas vraiment. Depuis 15 ans que l'entreprise familiale existe, les buts n'ont pas varié, les trois membres de la famille sont toujours à leur poste et les deux salariés, non bretonnants, n'ont pas de difficulté avec la situation bilingue de l'entreprise. Au niveau du centre de formation à la langue bretonne la situation ne pose pas de problème non plus. Le lien entre la matière enseignée et le fait de

vivre dans la langue enseignée créé un environnement naturel pour l'utilisation de la langue qui s'inscrit dans la durée, grâce à la volonté de l'ensemble des acteurs de la structure en question. En effet, toutes les institutions dont la mission est de disséminer la langue bretonne n'utilisent pas spontanément la langue pour leurs interactions quotidiennes. Par rapport à l'imprimerie, le premier dirigeant de la structure entre 1991 et 2008 fait office de pionnier dans la démarche et son expérience sur le long terme nous apporte un éclairage précis et instructif. Son objectif principal était l'embauche de salariés britoannes, à une époque où le nombre de britoannes formés était encore très faible et qu'il était moins compliqué de trouver des bretonnants de naissance. Il explique que le recrutement de salariés bretonnants était relativement difficile et qu'à un moment il est arrivé à avoir au sein de l'entreprise 50 % de bretonnants sur 10 personnes mais qu'à la suite d'événements non liés à la langue bretonne mais aux circonstances de la vie, 4 britoannes ont quitté l'entreprise et il s'est retrouvé seul. Cette situation lui a permis de conclure que le recrutement de personnes enracinées localement donne une chance supérieure de pérenniser la présence des britoannes sur un plus long terme. Afin de suivre l'évolution de la langue bretonne au sein de l'entreprise, il a créé un groupe informel de britoannes qui se réunissait tous les six mois, autour d'un repas, en dehors de l'entreprise. Le but était d'échanger sur l'utilisation de la langue bretonne, sur les actions à mener et de réfléchir aux effets de la démarche vis-à-vis des collègues britoannes et des autres salariés (non-britoannes), des clients et fournisseurs... Ce suivi semestriel est une chose intéressante mais le fait de le limiter aux britoannes favorise l'apparition de clivages dans l'entreprise, ce qui vis-à-vis du fonctionnement global de l'entreprise peut amener des dissensions néfastes à la pérennité des actions et à l'ambiance générale de l'entreprise. Le dirigeant actuel fait preuve de pragmatisme, en constatant qu'il lui faut toujours penser à la langue bretonne qui est vite oubliée, s'il n'est pas là pour la rappeler. L'importance d'avoir une personne qui mène l'initiative dans le temps est rappelée aussi par le responsable de l'association de produit de Bretagne, qui remarque que tant qu'il sera là, les actions ne seront pas abandonnées et que globalement les salariés ont continué à prendre des cours, ce qui peut se traduire par un intérêt de long terme, ou au minimum par une neutralité bienveillante. L'un des éléments adverses qu'il relève par rapport à l'objectif de faire vivre la langue bretonne dans l'environnement économique dans lequel il baigne, avec des entreprises de toutes tailles, est lié à la situation économique générale des entreprises. En effet, dans le cadre d'économies budgétaires, si les projets ne sont pas supprimés, ils sont ralentis. Un environnement économique difficile, un état de crise, a donc une influence sur la continuité des projets ou au moins sur la célérité d'implémentation des projets liés aux langues

minoritaires dans la sphère économique. A l'instar de ce qui a été vu à l'échelle de l'évolution générale de la langue (partie I), un retour à meilleure fortune, n'implique pas nécessairement la reprise du programme de revitalisation de la langue minoritaire.

De ces interviews, nous pouvons retenir les points suivants :

- Les responsables des entreprises interviewés sont relativement optimistes sur la durée des actions en mettant bien l'accent sur le fait qu'elles sont liées à la persévérance dans le temps, de celui qui mène la démarche.
- Les principaux points qui influent sur la pérennité des actions sont liés à la nature de l'entité et de l'environnement de travail plus ou moins lié à la langue bretonne. Dans un centre de formation à la langue bretonne, l'utilisation de la langue bretonne est relativement sécurisée, dans les autres cas, la situation est moins sûre.
- Lorsque la langue est un élément « en plus » par rapport à des compétences techniques nécessaires au bon accomplissement des métiers de l'entreprise, le recrutement et la cohérence de l'ensemble de l'équipe sont des éléments primordiaux. Ceci implique qu'il faut être particulièrement vigilant aux clivages potentiels au sein de l'équipe.
- Les brittophones comme les autres salariés sont amenés à changer d'entreprise. Les brittophones étant généralement en quantité minoritaire dans l'entreprise tout départ ou arrivée entraîne une variation importante du potentiel d'actions envisageables sur la place de la langue minoritaire dans l'entreprise.
- Enfin, les entreprises sont affectées par la situation économique générale et cet élément extérieur à l'entreprise a une influence directe sur sa vie et sur ses projets. Ceux qui sont liés aux langues minoritaires peuvent passer pour non-critiques par rapport à la (sur)vie d'une entreprise.

e. Les conséquences de la démarche

Les conséquences de la démarche comme relevées par mes informateurs sont généralement positives mais peuvent aussi comporter des risques. En tout état de cause, l'expérience établie sur une application concrète des actions sur le terrain des entreprises nous apporte une richesse et une précision par rapport aux conséquences potentielles de la démarche de normalisation. Les principaux sujets qui se dégagent concernent l'entreprise dans son ensemble, par rapport aux clients et par rapport à l'équipe des salariés, un peu moins par rapport aux fournisseurs. Le principe de base est l'attention à l'autre, quelle que soit sa position, à l'intérieur ou à l'extérieur de l'entreprise.

Pour les clients de l'entreprise, le constat est unanime. La normalisation d'une langue minoritaire dans l'entreprise n'est jamais citée comme pouvant être un obstacle à la bonne marche de l'entreprise, matérialisée par les ventes de produits ou de services.

Les signes utilisés pour marquer l'attention à la langue minoritaire vont du symbole à l'utilisation vernaculaire. Il est nécessaire de ne pas mettre le client potentiel dans une situation d'inconfort en raison des options linguistiques internes à l'entreprise et choisies par elle. Il faut donc toujours trouver le moyen que son visiteur, client ou prospect, ait la possibilité de se sentir à son aise dans ses relations avec l'entreprise. Dans une relation commerciale, la première phase est d'attirer l'attention du client vers la découverte d'un produit, d'un service. Dans ce cadre, la langue doit être quelque chose de plus et de gratuit, qui va retenir son attention. La langue doit être perçue par le client comme une richesse de plus qui différencie cette entreprise particulière des autres et qui donne envie d'y venir. Il se retrouve dans une zone de confort agrémentée par une pointe de découverte attractive. Une implémentation radicale de l'utilisation d'une langue minoritaire peut au contraire le faire hésiter à rentrer en contact ou le faire fuir. Pour un client qui connaît la langue bretonne, la démarche linguistique est de nature à créer un lien spécial entre le client et l'entreprise. Bien sûr, si la promesse du symbole est au rendez-vous avec la réalité de l'entreprise, l'harmonie est parfaite mais même si l'ensemble du personnel ne peut utiliser la langue d'une manière autonome, le fait d'expliquer que c'est l'un des points importants de l'entreprise par rapport à son environnement suffit à engendrer un lien de connivence.

Pour les entreprises qui fonctionnent partiellement ou complètement d'une manière bilingue, tout particulièrement lorsque les postes de travail requièrent une technicité élevée, privilégier la compétence linguistique par rapport à la compétence professionnelle comporte des risques importants pour l'entreprise. Au mieux, cette compétence peut être identique mais en aucun cas la compétence linguistique ne peut être la justification à elle seule, du choix des collaborateurs. En particulier, pour une entreprise où l'attente des clients est technique, ce qui est le cas de l'imprimerie, les deux dirigeants successifs sont unanimes. Si la compétence linguistique prend le pas sur la compétence technique, le risque identifié est triple :

- D'une part, il y a la satisfaction du client qui risque d'être entachée, alors que le bien le plus précieux de toute entreprise est sa clientèle.
- Si le client n'est pas satisfait et peu enclin à percevoir les langues comme une richesse, il va très vite établir un lien entre la langue minoritaire et son insatisfaction. Non seulement le client ne reviendra sans doute pas mais en plus la perception de la langue minoritaire risque de pâtir d'une image défavorable.

- Enfin, au sein même de l'équipe, si les salariés compétents remarquent que l'image de l'entreprise souffre du recrutement d'une personne techniquement incompétente mais linguistiquement très fort, il est clair aussi que l'unité de l'équipe va s'en ressentir d'une manière défavorable, avec comme pierre d'achoppement la politique linguistique de l'entreprise.

Le message répété par les responsables d'entreprises expérimentés est très clair sur le sujet, la compétence professionnelle vient en premier lieu, la langue est un élément supplémentaire de différenciation qui vient en plus dans la décision de recrutement. Par rapport à la gestion d'un tel projet linguistique au sein de l'entreprise, l'expérience requiert beaucoup de pédagogie, tant dans l'entreprise qu'à l'extérieur de l'entreprise. L'objectif est de convaincre sans imposer, en laissant le libre choix à chacun d'être actif ou passif par rapport à la démarche mais en aucun cas de générer des réactions de rejet. L'un des points importants dans l'environnement productiviste qui est le nôtre est d'expliquer pourquoi cette démarche de normalisation linguistique apporte une valeur à l'entreprise, nous avons vu ce point dans l'étude consacrée à Produit en Bretagne. Pour la plus grande partie des entreprises, cette valeur ajoutée n'est pas directement mesurable par les systèmes comptables et pourtant elle n'est pas neutre. Les responsables des entités que j'ai rencontrés ont tous évoqué ce point par rapport à l'effet de la démarche sur leurs clients. Dans le cas de l'imprimerie, la relation entre la langue bretonne et la bonne marche de l'entreprise est clairement définie et un objectif est défini : que chaque mois, un nouveau client rejoigne les clients de l'entreprise grâce à la langue bretonne. L'objectif est clair et mesurable. Pour l'entreprise familiale de production et mise en conserve de produits biologiques, certains clients viennent jusqu'à l'étal de l'entreprise au marché de Lannion en raison de la langue bretonne. L'objectif n'est pas quantifié mais le lien bénéfique entre la langue bretonne et les retombées pour l'entreprise est direct, même si ce dernier est une conséquence plutôt qu'un but. Pour le centre de formation, l'équation est différente car l'utilisation de la langue minoritaire par un organisme qui offre un enseignement de la langue minoritaire peut sembler naturelle, même si ce n'est pas une règle générale. Cette utilisation apporte à la crédibilité du centre de formation. Pour d'autres entreprises pour lesquelles une part de la valeur ajoutée se situe au niveau de l'image projetée par elle-même dans la société en général, il faut que la démarche soit progressive et expliquée avec pédagogie. Il faut expliquer, comment la langue bretonne est quelque chose en plus qui différencie l'entreprise de ses concurrents. Cette différenciation peut s'apprécier pour une clientèle autochtone en recherche de produits qui ont une signification concrète dans leur environnement proche : l'emploi, un type de design ou la qualité mais elle peut aussi

s'apprécier pour une clientèle plus exogène, en quête d'authenticité par rejet d'objets, de nourriture ou de services aseptisés et hors-sol, disponibles partout d'une manière indifférenciée. Cela peut être le cas de la production de vêtements.

Par rapport à l'équipe elle-même, la démarche d'intégration linguistique doit être accompagnée, pour les brittophones et peut-être encore plus pour les autres, qui pourraient se sentir exclus d'une partie de la vie de l'entreprise. C'est vers ces derniers que les remarques des informateurs sont les plus nombreuses car ils constituent la majorité des salariés, sans lesquels l'entreprise ne peut vivre normalement. L'un des interviewés note qu'il est bon que l'entreprise puisse s'identifier à d'autres domaines qu'uniquement celui de la langue minoritaire, afin que chacun ait plusieurs opportunités de se retrouver dans la vie de l'entreprise. Les sujets possibles sont variés : écologie, sport, support à un événement sportif particulier, une œuvre humanitaire, un projet culturel... Même si l'entreprise ne peut s'investir dans toutes les dimensions possibles, offrir une complémentarité de sujets sociétaux dans lesquels l'entreprise s'investit est une remarque intéressante. Elle appelle des questions sur l'harmonie et la cohérence de l'entreprise : l'image de l'entreprise et le positionnement du personnel. C'est un sujet qui mériterait d'être étudié.

L'important est de toujours garder la cohérence du groupe entier, le risque de rupture peut venir plus facilement des non-brittophones que des autres, qui peuvent se sentir valorisés en appartenant aux « happy few », les privilégiés qui font l'objet de l'attention du dirigeant ou de la personne responsable de la démarche. Cela implique que le dirigeant se garde de créer un lien spécial avec les brittophones, ce qui aurait pour conséquence de rejeter les autres salariés dans une frustration négative. Eviter l'exclusion implique une attention particulière dans les situations où un non-brittophone rejoint un groupe de brittophones déjà en conversation. Il faut être vigilant et très flexible sur le passage d'une langue à l'autre en fonction d'un environnement qui peut changer rapidement avec les personnes en présence. Il ne faut pas non plus hésiter à traduire un début de conversation dans la langue minoritaire si le besoin s'en fait sentir. Par rapport aux brittophones de l'entreprise ou ceux qui ont décidé de se former à la langue, des précautions sont aussi à prendre. Il faut faire attention que les liens qui unissent d'une manière privilégiée les brittophones ne soient pas un facteur d'exclusion des non-brittophones. Il faut dans un premier temps développer les initiatives en prenant bien le temps d'expliquer l'action et ses enjeux, pour éviter de perdre en route des personnes motivées qui souhaitent participer à l'initiative. La patience est sans doute le premier point d'une pédagogie réussie. Il faut aussi entretenir entre brittophones un comportement pacifique et reconnaître les limites de chacun et même celles des meilleurs... Si un mot fait défaut, il faut utiliser le

mot français ou anglais, ce qui n'empêche pas de vérifier ensuite le mot dans le dictionnaire ou sur le site de l'Office Public de la Langue Bretonne. Une réunion périodique sur le bilan des actions concernant la normalisation de la langue dans l'entreprise est une bonne idée mais elle doit être indifféremment ouverte à tous les acteurs de l'entreprise, brittophones et non-brittophones. Il en va de même pour la décision concernant les nouvelles actions. L'organisme de formation est un cas à part, la langue de travail habituelle est la langue bretonne, l'ensemble des employés la parle et il en ressort que les conséquences de l'homogénéité de la langue au sein de l'organisme engendrent au sein de l'équipe, des réactions et des conséquences exclusivement positives. Il est vrai que dans le cas présent, il y a une normalisation de la langue minoritaire à 100 %, ce qui est un cas tout à fait exceptionnel. C'est un contexte particulier dans lequel la langue minoritaire dans la société est la langue majoritaire dans le contexte du travail. Il y a donc peu à se soucier des non-brittophones de l'entreprise. Comme dans toute situation de langues majoritaire exclusive, le souci de l'entreprise devient inverse : comment accueillir en son sein des personnes qui ne maîtrisent pas la langue minoritaire ? Ce cas est exceptionnel mais n'affranchit pas de se soucier d'une situation qui devient inverse de la situation « normale », sans reproduire les effets dévastateurs des langues hégémoniques.

Un autre point se dégage de ces interviews. Aucun des responsables ne regrette l'initiative prise en faveur de l'utilisation de la langue minoritaire au sein de l'entreprise. En règle générale, ils ont beaucoup appris de cette expérience. Les personnes motivées par la démarche le sont restées. Aucun n'a eu à faire face à une opposition marquée soit de l'intérieur soit de l'extérieur de l'entreprise. Toutes ces initiatives permettent à l'entreprise de se différencier positivement par rapport aux autres entreprises et par rapport aux clients. Elles permettent aussi aux salariés d'appartenir à une entreprise différente des autres entreprises voire d'être une entreprise dont on parle différemment (média, prix, langue bretonne...) et qui possède une identité propre.

f. Le recrutement

Quelle que soit la spécialité recherchée, le recrutement est un exercice difficile qui implique la recherche du candidat idéal qui sera finalement un compromis acceptable par rapport à ses connaissances, ses compétences, son expérience, ses motivations personnelles et son savoir-être pour assurer efficacement un travail dans lequel il saura aussi s'épanouir. C'est un lieu où la perfection n'existe pas et qui requiert beaucoup de vision et de sensibilité pour faire en sorte que l'ensemble des compromis rapprochera l'entreprise et le candidat d'une manière

durable. Les méthodes utilisées par les interviewés pour proposer un poste restent classiques si ce n'est le recours aux services de « *Pôle Emploi* » qui refuse systématiquement pour des raisons idéologiques d'un autre âge, la mention d'une compétence en langue minoritaire de France. D'une manière assez étrange, toutes les autres langues, soient-elles minoritaires, sont acceptées : le gallois, le xiang, le wolof... Pour la recherche de brittophones, il reste donc les moyens tels que : internet, les petites annonces dans les journaux, les candidatures spontanées, le contact avec des anciens stagiaires, salariés ou intérimaires et les réseaux personnels. De l'avis de la plupart des interviewés concernés, le réseau personnel est en général celui qui génère le plus de chances d'aboutissement des recrutements.

D'une manière générale, lors d'une procédure de recrutement, toutes les entreprises mentionnent que la langue bretonne est appréciée, sauf le centre de formation à la langue bretonne, qui d'une manière bien compréhensible, impose une maîtrise autonome de la langue pour les postulants. A ce sujet, l'un des interviewés les plus expérimentés, rapporte le fait que plusieurs candidats qu'il a reçus se sont spontanément inquiétés de la mention relative à la langue bretonne. La mention « breton apprécié » est tellement rare, que cette mention arrive à inquiéter parfois les candidats, même s'ils sont eux-mêmes brittophones. En effet, la conformité à l'ordre établi, qui comprend en France la négation des langues minoritaires dans le domaine du travail, arrive à transformer la mention d'une langue traditionnellement parlée dans la région, en un élément suspicieux, voire déviant. Pour l'anecdote, le candidat dont il est fait mention a demandé à avoir un contrat à durée déterminée de 3 mois plutôt que d'avoir directement un contrat à durée indéterminée, cela ne l'a pas empêché de rester 7 ans dans la structure. Cette remarque est tout à fait intéressante et corrobore ce que nous avons vu pour les clients ou les responsables d'entreprise : une mention de la langue minoritaire peut apparaître comme anxiogène, tant elle se situe dans une zone d'improbabilité. Une communication volontariste à propos du bilinguisme de l'entreprise, sur le site internet de la structure accueillante, est un moyen d'expliquer la politique de normalisation des langues dans la structure et de limiter le phénomène anxiogène. Pour la plupart des informateurs, la difficulté inhérente au recrutement est perceptible en raison de la recherche d'une double compétence à la fois technique et linguistique. Pour ceux qui ont la plus longue expérience, le compromis doit se faire en faveur de la compétence professionnelle. Quand une situation est établie, sa fragilité est un phénomène inhérent à la mobilité des salariés. Paradoxalement, c'est l'entité qui s'est fixée comme objectif de n'employer que des brittophones autonomes, qui semble avoir le plus de facilité à recruter des salariés dans le profil requis. La logique du

prérequis d'une maîtrise autonome de la langue tombe sous le coup d'une certaine logique par rapport à l'activité du centre de formation. De plus, les postes recherchés par cette structure de formation ont un lien étroit avec les sciences humaines et la pédagogie ce qui s'apparente mieux qu'une spécificité technique, à la nature de la formation aux langues. Pour les autres entités, les profils sont plutôt associés aux domaines scientifiques et techniques. Le chapitre sur la formation, situé en première partie, montre la quasi-impossibilité de mener à la fois un cursus secondaire technique et une formation en langue bretonne, cela est encore plus vrai pour les formations universitaires techniques ou scientifiques. Les effets de cette absence de formation se font donc sentir d'une manière concrète sur le terrain des entreprises industrielles et du secteur primaire. La directrice du centre de formation pointe aussi le fait que la période de formation d'adultes à la langue bretonne est un moment favorable qui permet d'être en contact avec plusieurs candidats disponibles, lors du recrutement d'un salarié bryttophone. Il suffit de puiser dans un vivier de personnes nouvellement formées et dont on connaît les compétences et capacités après une période de formation de six mois. L'un des interviewés totalisant la plus longue expérience dans le domaine du recrutement de bryttophones propose quatre critères, sériés de la façon suivante, pour le recrutement de collaborateurs bryttophones :

- 1) Privilégier la compétence professionnelle sur le métier. (S'il s'agit d'un premier emploi, le travail de formation revient aux systèmes de formation, technique, économique, sciences humaines)
- 2) En second lieu viennent les compétences linguistiques incluant la langue bretonne. Le développement de la compétence en langue bretonne revient aux écoles Diwan et aux filières bilingues supportées par l'éducation nationale, par l'université et par les différentes associations ou structures de formations des adultes.
- 3) Une planification fine et anticipée des besoins en ressources humaines doit être réalisée par l'entreprise. Ce point n'est pas l'apanage des petites structures, en particulier dans un environnement économique très variable, pourtant il est indispensable et j'ai pu le vérifier personnellement. Le recrutement de personnes bilingues avec une compétence à la fois technique et linguistique se porte sur un nombre très faible de candidats potentiels, qui doivent se trouver libres au moment où l'entreprise se trouve à la recherche d'un candidat. La rareté de la double compétence fait qu'un tel recrutement prend bien plus de temps qu'un recrutement d'une personne ne possédant pas de compétences particulières. Notre informateur spécifie que pour que cela se fasse dans de bonnes conditions, il faut au minimum six mois. Cette durée

peut être compatible lorsque l'entreprise prévoit un investissement ou des actions particulières, par contre il n'est pas compatible avec le remplacement d'un salarié démissionnaire qui a un préavis de 2 mois. C'est une difficulté qui peut trouver une solution partielle par une plateforme spécialisée sur les offres d'emplois et de compétences centralisées : un rapprochement efficace et géré de l'offre et la demande d'emploi à destination des brittophones.

- 4) Une localisation du salarié dans une zone relativement proche de l'entreprise est un élément favorable à la pérennité de la personne dans son poste de travail. Ce point est lié à la tendance des personnes qui sont à la recherche d'un premier poste de s'expatrier assez facilement de leur région d'origine mais qui souhaitent à terme revenir dans leur région d'origine dès qu'une occasion se présente. Pour mettre en pratique ce dernier point, il faut limiter la recherche à la zone géographique de l'entreprise ou densifier les réseaux de formation à la langue bretonne, ce qui est une décision qui dépasse celle du responsable d'entreprises. De plus, au-delà d'une modalité géographique, il existe toujours une mobilité interentreprises, inhérente à la curiosité des salariés et en particulier des jeunes, de découvrir plusieurs entreprises ou secteurs d'activité. Le recrutement local de salariés qui ont déjà acquis une première ou plusieurs expériences permet d'apporter un peu plus de stabilité à l'équipe lors d'un recrutement mais ne la garantit en rien.

Au bilan de ce chapitre consacré au recrutement, nous pouvons retenir un certain nombre de points liés à la spécificité du recrutement d'une double compétence rare, à la fois linguistique dans une langue minoritaire et d'expertise dans les domaines techniques, scientifiques, du commerce ou du marketing (cette liste n'est pas limitative).

Tous les moyens généralement accessibles pour la recherche d'un salarié sont utilisés par les responsables d'entreprises à l'exclusion du service de l'état pourtant financé en partie par toutes les entreprises et par tous les employés, sans distinction des langues qu'ils peuvent utiliser.

Paradoxalement, l'entité de formation qui nécessite une maîtrise autonome de la langue minoritaire est la seule qui semble avoir le moins de soucis de recrutement et de cohérence linguistique de l'équipe.

Enfin, l'expérience de plusieurs années sur le sujet permet de dégager des règles fortes pour maximiser les chances de succès du recrutement de brittophones. En premier lieu, il faut toujours privilégier la compétence professionnelle à la compétence linguistique, l'une est requise et l'autre doit être une qualité optionnelle appréciée. Autant que faire se peut, il est

nécessaire de prévoir une durée de recrutement plus longue pour un technicien brittophone en raison d'une conjonction de compétences rares sur le marché de l'emploi.

g. La formation

L'expérience des personnes qui dirigent ou ont dirigé des TPE et des PME est assez tranchée sur le sujet. La formation des non-brittophones n'est pas du ressort des entreprises. Les formations sont longues et n'entrent pas dans les compétences ni dans les attributions du personnel déjà présent qui a en plus la charge de la bonne marche de l'entreprise à assurer. Une expérience de formation à la langue bretonne nous est relatée, elle concernait deux salariés d'une même entreprise mais elle n'a pas été couronnée de succès : les personnes se sont démobilisées et n'ont pas terminé la formation qui avait été payée par l'entreprise. La seule proposition qui reste est une formation hebdomadaire de courte durée (1heure 30), sur le lieu de travail et en dehors des heures d'ouverture des bureaux. (Le soir ou sur la pause de midi). Les buts recherchés sont soit une initiation à la langue, soit un complément de formation pour des salariés qui auraient quitté la formation à la langue bretonne après le collège ou après le lycée. Le seul cas atypique est celui du centre de formation à la langue bretonne à qui il arrive d'envoyer les nouveaux embauchés qui ont besoin de parfaire leur formation, aux stages organisés par la structure. L'une des questions posées aux responsables d'entreprises portait sur la transmission de la langue par osmose, d'un groupe de salariés brittophones vers un groupe non-brittophone, ce qui revient de fait, à une sorte d'apprentissage naturel de la langue. Les réponses nous apprennent que ce mode de transmission ne se produit pas d'une manière notable car pour qu'elle s'opère il faut que les personnes partagent des tâches qui les réunissent au moins à 3 ou 4 salariés, ce qui est plutôt rare dans les TPE et PME. Ceci étant, dans l'imprimerie, les deux dirigeants successifs évoquent la chose dans le cadre de brittophones autonomes et de brittophones passifs qui comprennent mais qui ne parlent pas, ainsi qu'une certaine attention des salariés non-brittophones pour bien prononcer les titres des livres imprimés en breton. Même si la transmission de la langue par diffusion naturelle, n'est pas un vecteur qui a lui seul peut être efficace pour une communication vernaculaire dans la langue minoritaire, elle procure tout de même un élément favorable à la prise en compte des langues dans l'environnement de l'entreprise. Les réactions des responsables d'entreprises révèlent que la formation est un métier à part entière qui n'est pas à leur portée. La professionnalisation de ce métier en a fait un outil efficace, qui rend l'improvisation inadaptée. Les entreprises ne sont pas le lieu pour transformer des non-brittophones en brittophones. Les possibilités envisageables concernent

des formations courtes d'initiation ou de rappel de règles, le tout en dehors des heures de travail. En dépit des préconisations de l'Office Public de la Langue Bretonne, cette requête de former les personnes sur le temps de travail des salariés, n'est pas envisagée, pour des raisons d'égalité des salariés. Pourquoi les apprenants en langue bretonne auraient plus de droits que les autres ? La langue bretonne, pas plus que le golf ou le pilotage d'avion, ne peut être enseignée sur le temps de travail des salariés car ce secteur n'est pas la vocation première des entreprises (sauf pour le centre de formation sur ces domaines), d'autre part dans une situation économique difficile, il est impossible de justifier la chose auprès des autres salariés. Nous avons noté que pour qu'une politique de normalisation puisse se mettre en place dans une entité à vocation économique, il faut éviter les clivages entre les salariés brittophones et non-brittophones, une telle situation serait de nature à remettre en cause la démarche linguistique ainsi que la pérennité de l'entreprise. La transmission naturelle du groupe des brittophones vers les non-brittophones est mentionnée mais ne constitue pas un phénomène important dans les entreprises étudiées.

h. Langue bretonne en entreprise et réseaux

i. Les réseaux existants

Dans notre échantillon de 5 entreprises, la langue bretonne est un lien fédérateur transversal pour des entreprises qui n'auraient pas l'occasion de se rencontrer si l'on considère uniquement leur secteur d'activité. Toutes les entreprises ici citées font partie, ou ont fait partie, d'un réseau plus ou moins étendu et plus ou moins spécialisé. Ces réseaux sont tous portés par des associations, dont les suivantes :

- Produit en Bretagne 4 entités/5
- Klub Embregerezhioù Breizh : 4/5 (association aujourd'hui dissoute).
- Biocoop (1/5)

Les deux premières associations ont été étudiées en détail, l'une d'elles, KEB Klub Embregerezhioù Breizh a disparu en 2015. Le réseau Biocoop est un réseau national de distribution de produits biologiques, qui n'œuvre pas particulièrement pour les langues minoritaires mais dans le respect de l'environnement dont font partie les langues. Deux entreprises ont signé la charte « Ya d'ar brezhoneg » mais cette initiative n'est pas mentionnée spontanément dans les interviews. Il s'agit de l'association « Produit en Bretagne » et de l'imprimerie Ouestelio. Cette absence de reconnaissance spontanée en tant que réseau est vraisemblablement due au fait qu'il ne crée pas de lien effectif entre les structures. On note aussi que les mentions spontanées de cette initiative sont toutes au passé et

évoquent avec un certain regret, l'atonie de l'initiative par rapport au concept et à son potentiel. L'adhésion des différentes entreprises à un ou deux réseaux montre bien l'importance que cela revêt pour elles de pouvoir partager des expériences et de faire progresser leurs propres structures. Lorsque l'on demande aux interviewés de citer d'autres entreprises qui ont une démarche similaire en faveur de la langue bretonne, je recueille 17 noms : Kerne Elagage, cabinet comptable JR Kerrien, Anaximandre, Ouestélio, Coop Breizh, Primset, Coreff, Abbaye de Daoulaz, Dizale, ArMen, Stumdi, Produit en Bretagne, Agalon, Stered, distillerie des menhirs, Biogastell, Super U Kerediern.

La majorité de ces structures sont membres de deux réseaux (ou l'ont été) : Klub Embregerezhioù Breizh et l'association Produit en Bretagne. Seule l'entreprise familiale ne connaît pas spontanément d'autres entreprises engagées dans la même démarche qu'elle, ce qui illustre que les réseaux permettent au moins de savoir que d'autres entreprises travaillent aussi sur la normalisation des langues minoritaires au sein de leurs environnements et structures.

ii. Fédérer les expériences et proposer des initiatives

A la question de savoir si un réseau serait opportun pour réunir l'ensemble des entreprises motivées par la normalisation de la langue bretonne dans l'entreprise, la majorité des réponses est positive. Et l'initiative de l'Office Public de la Langue Bretonne « Ya d'ar Brezhoneg » est mentionnée comme l'un des vecteurs possibles pour matérialiser l'initiative. Le responsable de l'association « Produit en Bretagne » préconise plutôt de se focaliser sur son association pour être plus fort et moins dispersé ce qui a du sens eu égard à la situation de la langue bretonne dans le monde économique. De ces deux propositions, il ressort un besoin clairement exprimé de fédérer les entreprises qui le souhaitent, autour de la langue bretonne.

La proposition de type « Ya d'ar brezhoneg » a l'avantage d'être largement ouverte à l'ensemble des entreprises qui souhaitent rejoindre le mouvement et focalisée sur la langue bretonne dans le monde économique. Le nombre d'entreprises signataires est important, ce qui révèle un réel engouement pour la formule, une accessibilité à tout type de structure et des barrières à l'entrée accessibles au plus grand nombre. Le label « Ya d'ar Brezhoneg » signale une attention particulière à la langue bretonne sans garantie linguistique spécifique. La mise en œuvre du niveau 1 n'est pas trop contraignante à atteindre. La signature est liée à une volonté spontanée sans l'attente d'un hypothétique retour. C'est un excellent outil de détection de terrains favorables et de candidats à la normalisation de la langue bretonne. La seconde proposition émane d'une structure en plein essor : l'association « Produit en

Bretagne ». Cette association œuvre dans le cadre du développement économique des entreprises de Bretagne (B5). Les domaines d'activité concernés ont été élargis mais restent exclusivement réservés aux distributeurs (grandes surfaces), aux entreprises de production, principalement dans l'agroalimentaire, au domaine de l'ingénierie et des services et enfin sous certaines conditions au monde de la culture et de la création. Ces domaines sont relativement larges mais assortis de conditions restrictives à l'adhésion (types de structures, cotisations, domaine d'activité...). Cette situation existe en raison de la garantie qu'offre le label « Produit en Bretagne » aux clients des produits ou services. La mise en valeur de la langue bretonne comme élément de différenciation identitaire, au service de l'économie est le fait d'un groupe de travail « langue bretonne » très productif et original dans ses propositions. Dans l'association, on trouve un sous-groupe extrêmement performant qui allie économie et langue bretonne et dont l'expérience est unique. La question d'un réseau breton spécifiquement dédié à la langue bretonne mérite d'être examinée avec soin, en particulier par rapport à son ouverture vers l'ensemble des structures qui peuvent être concernées et qui à ce jour ne peuvent pas être membre de l'association Produit en Bretagne. Nous retrouvons dans cette liste les entreprises qui constituent un fort réseau local à haute visibilité et de proximité : les commerçants, les entreprises basées en Bretagne mais qui ne produisent pas en Bretagne pour des raisons diverses, les sociétés d'importation... l'importance de leur nombre nous a été révélée par le nombre de signataires de la charte « Ya d'ar Brezhoneg » qui pourrait être le ferment d'un réseau. Il a le mérite de pouvoir accueillir toutes les entreprises qui le souhaitent, y compris l'association « Produit en Bretagne » riche d'une expérience inégalée dans le domaine de la normalisation de la langue bretonne. La participation de l'association « Produit en Bretagne », pour ses aspects liés à la langue bretonne, au sein d'un réseau focalisé sur la langue ne remettrait pas en cause ses activités ciblées dans le monde économique, lui permettrait de se faire mieux connaître et pourrait potentiellement trouver de nouvelles entités bretonnes éligibles à PEB. La condition pour qu'un tel réseau fonctionne est qu'il soit géré d'une manière dynamique et doté de ressources. L'alternative pourrait être une ouverture du réseau « Produit en Bretagne », aux entités qui n'y ont pas accès aujourd'hui. Cela me semble plus difficile à concevoir par rapport aux statuts actuels de l'association et à ses objectifs.

iii. Quels objectifs

Par rapport à une initiative de mise en réseau, des propositions ont été formulées quant aux objectifs, aux fréquences des réunions et à leur forme. Les objectifs proposés sont multiples : Le premier objectif est de réunir des acteurs qui partagent les mêmes engagements au sein de leurs entreprises : la normalisation de la langue minoritaire. Les actions proposées pourraient prendre différentes formes :

- Revoir les critères des différents niveaux de la charte.
- Développer une signalétique pour les entreprises afin qu'un client puisse les reconnaître. Cela permettrait soit de signifier l'engagement de l'entreprise en faveur de la langue bretonne (niveau 1 de la charte) jusqu'à la fourniture d'un service en langue bretonne.
- Cela pourrait aussi être l'extension à d'autres lieux, de l'initiative de la signalétique interne à l'entreprise réalisée par l'association « Produit en Bretagne ».
- L'une des idées est de créer des outils pour aller au contact des entreprises qui n'ont pas encore engagé d'actions envers la langue bretonne, quel que soit le domaine de l'entreprise concernée.
- Organiser la demande des consommateurs pour qu'ils puissent peser dans la revendication d'une normalisation de la langue dans leur environnement (supermarchés, commerces, artisans, entreprises...).
- Animer et énergiser un réseau d'entreprises motivées.
- Créer un espace pour faire se rencontrer les propositions et les demandes en termes d'utilisation des langues minoritaires.
- Créer un relais par département pour l'animation de la langue bretonne dans le milieu économique marchand.
- Animer un lieu professionnel à haute visibilité de rencontre de l'offre et de la demande de postes de travail pour des locuteurs brittophones.
- Envisager comment chaque entreprise pourrait intégrer des salariés brittophones en leur sein (1 puis 2 au minimum), dans les limites du possible.

Au niveau de la fréquence des réunions des membres, 1 à 2 fois par an semblerait optimal, ce qui implique la création de structures opérationnelles plus réduites qui, à l'instar du groupe de travail « langue bretonne », de l'association « Produit en Bretagne », travaille sur des sujets

concrets, d'une manière efficace, quitte à ce que cela se fasse par petits groupes. Pour le format des réunions, l'idée serait qu'elles se déroulent en plusieurs temps :

- 1) Un temps de rencontre des membres, pour qu'ils puissent échanger sur leurs savoir-faire et éventuellement nouer des relations (client – fournisseur, partenariats, projets, financement, association de produits...)
- 2) Un temps d'information sur les études scientifiques et universitaires sur le sujet, de la normalisation des langues minoritaires dans la sphère économique. La Bretagne n'est pas un cas isolé.
- 3) Un temps de partage des expériences vécues sur le terrain par les membres du réseau.
- 4) Un temps convivial de partage qui peut être un repas ou autre chose.

iii. Bilan des entretiens

Après avoir étudié les différentes structures et réseaux, les entretiens que j'ai pu mener apportent un éclairage concret exprimé par des personnes impliquées et actives, à la fois dans le monde économique et dans les actions de normalisation de la langue bretonne au sein de leur entreprise ou de leur entité. L'échantillon n'est pas très important car les personnes actives dans le domaine ne sont pas très nombreuses et ont en général un emploi du temps bien rempli. L'échantillon est cependant suffisamment diversifié pour recouvrir un certain nombre de secteurs d'activité et en retirer des enseignements intéressants. Le premier échantillon concerne des entreprises qui ont choisi de montrer leur implication dans la langue bretonne en participant au nom de leurs entités, aux Redadeg successives. La Redadeg est une course de relais non compétitive pour le recueil de fonds afin de soutenir l'enseignement de la langue bretonne par immersion : le réseau Diwan ainsi que les autres filières et pour le financement de projets divers, portés par des associations ou d'autres entités qui œuvrent dans la promotion et le développement de la langue bretonne. Cette participation volontaire d'un nombre d'entreprises bretonnes dénote un intérêt spontané d'acteurs économiques régionaux pour leur langue et leur culture, même si l'association propose une contrepartie à la participation. On remarque que la nature des activités des entreprises étudiées n'a pas de relations particulières avec leurs engagements pour la langue bretonne. Cet intérêt dépasse la nature des activités des entreprises, alors que les langues minoritaires sont plutôt considérées comme ne rentrant pas dans la « rationalité » du monde économique. L'une des motivations des dirigeants transparaît sous forme d'un attachement à un héritage dont ils ont le souvenir. Ce phénomène est en voie de disparaître avec le passage des générations, c'est donc un moteur qui n'agira plus, ou moins, chez les responsables

d'entreprises de demain. Pour éviter une perte dans les effectifs de responsables d'entreprise concernés par la revitalisation linguistique, il faut que la projection dans l'avenir, des possibilités offertes par la langue bretonne soit plus forte. On trouve cette motivation projetée dans le futur pour les entreprises qui ont soutenu la Redadeg. L'ensemble des personnes interrogées a un lien revendiqué non pas vers le passé (même si ceci peut faire partie d'un non-dit) mais vers le futur au travers des enfants de leur entourage, scolarisés dans les filières bilingues ou par immersion. La motivation principale de l'implication de leur entreprise est un acte militant extériorisé, ce qui n'est pas l'habitude du monde économique. La proposition d'achat de kilomètres est le moyen le plus simple de participer à la Redadeg. Elle permet une relation directe entre la contribution financière et le soutien à la promotion de la langue bretonne. Ceci étant, toutes les interviewés considèrent qu'une valorisation de leur engagement pour la langue bretonne, au sein de leur entreprise est de nature à les intéresser. Ce retour sur le domaine économique naturel de l'entreprise est une action qui serait de nature à se substituer à la motivation plus sentimentale des participants, sachant que l'une n'est pas exclusive de l'autre. Le fait de recadrer le militantisme dans l'économie et la relation d'échange, permet à l'entrepreneur de retrouver sa zone de confort, sans rien enlever à son militantisme.

Le second échantillon était plus spécifiquement composé de responsables d'entreprises concrètement impliqués dans la normalisation de la langue bretonne dans leur environnement de travail. Pour les mêmes raisons que précédemment, l'échantillon est restreint mais expérimenté et diversifié. Dans l'échantillon choisi, l'initiative d'une politique de normalisation d'une langue minoritaire dans une entreprise revient toujours au responsable de l'entreprise. Il n'est pas dit qu'une telle politique linguistique ne puisse pas être portée par une autre personne ou un groupe de personnes ayant reçu une délégation de la part du dirigeant d'entreprise mais la dimension militante d'une telle initiative impose une forte mobilisation des acteurs et un consensus avec la direction de l'entreprise. Il est clair que cet acte militant reste optionnel, s'il est choisi par le responsable de l'entreprise c'est pour tenter d'apporter à l'entreprise une cohérence, une identité positive qui doit bénéficier à tous les acteurs internes et externes qui contribuent à sa bonne marche. La problématique est d'intégrer des valeurs culturelles et humaines qui ne sont pas comptablement quantifiables, au service du développement de l'entité. Face à un discours internationaliste des affaires et à une difficulté idéologique sur les langues minoritaires de France, l'initiative de normalisation ne bénéficie pas d'un environnement favorable. Il faut donc au responsable de l'initiative, justifier que ce choix est un atout et non une charge pour l'entité qu'il (ou elle) dirige. La nature des actions

mises en place concrètement dans l'entreprise est une gradation d'utilisations de la langue bretonne, qui va de son utilisation en tant que symbole, à son utilisation en tant qu'outil de communication vernaculaire au sein de l'entreprise. Le choix du passage à la langue minoritaire comme langue quasi exclusive de travail semble être l'option qui pose le moins de problèmes de gestion des relations au sein de l'entreprise. Ce cas un peu particulier d'un organisme de formation à la langue bretonne est très intéressant car il permet de voir que l'exclusivité d'une langue allège fortement la gestion du contexte bilingue en place dans les autres structures, sans doute à l'instar de ce qui est prôné par les fervents de la langue unique (à condition que ce soit la leur). Dans le cas commun de 2 populations linguistiques dans une même entreprise, dépassée l'acceptation de la langue minoritaire la gestion interne de l'ensemble de l'équipe doit être faite avec tact et sensibilité. Quelle que soit la méthode utilisée, les salariés et intervenants extérieurs à l'entreprise ne doivent en aucun cas être mis mal à l'aise par la démarche linguistique de l'entreprise ce qui reviendrait à inverser la situation actuelle des langues minoritaires de France et à associer à la démarche un risque pour la pérennité de l'entreprise. Une entreprise qui gagne est une entreprise qui sait focaliser toutes les énergies dont elle dispose, dans une même direction (condition nécessaire mais pas suffisante) et cela doit se poursuivre, dans le cas où deux langues ou plus (une majoritaire, une minoritaire et parfois même une « lingua franca ») sont utilisées par les salariés. Dans une démarche de normalisation d'une langue minoritaire, ce sont les salariés qui ne parlent pas la langue minoritaire qui doivent faire l'objet de la plus grande attention. Une ségrégation des effectifs de l'entreprise entre brittophones et non-brittophones serait à moyen terme synonyme d'échec de la politique linguistique de l'entreprise. La reconnaissance de la langue minoritaire et son utilisation harmonieuse en faveur de l'entreprise sont certainement les atouts dont elle peut se prévaloir par rapport à son identité interne (ses salariés) et externe (ses clients).

Dans une situation de recrutement, la recherche de personnes pouvant répondre à la fois à la compétence métier requise et à la compétence linguistique recherchée, se focalise sur un nombre restreint de candidats potentiels. La probabilité de trouver un candidat adéquat est donc relativement faible. L'une des composantes qui permet de maximiser les chances de trouver le candidat est le facteur temps. Pour un tel recrutement, il faut donc prévoir plus de temps que pour les emplois pour lesquels la compétence linguistique n'est pas requise. En fonction de la conjoncture économique, un minimum de six mois est évoqué. Ceci implique la mise en place d'une gestion prévisionnelle des emplois ce qui n'est pas toujours possible tout spécialement dans une petite structure.

En tout état de cause, pour la pérennité de l'entreprise, quand des compromis doivent être faits, il est essentiel de privilégier la compétence professionnelle à la compétence linguistique. Ceci est l'un des messages forts de toutes les personnes expérimentées dans le domaine du bilinguisme professionnel.

La formation des brittophones dans le cadre de l'entreprise peut être considérée comme accessible pour des rappels de grammaires ou une initiation courte, à destination de volontaires. La formation longue de débutants avec l'ambition d'en faire des locuteurs autonomes fait appel à des compétences qui ne sont pas celles de l'entreprise et ce n'est ni l'un de ses objectifs ni l'une de ses finalités (sauf pour les centres de formation à la langue minoritaire), tout particulièrement dans un environnement économique tendu. Pour préserver l'équité entre les salariés de l'entreprise, il est important que les brittophones ne soient pas perçus comme une « caste » à part qui bénéficierait de prérogatives particulières (comme la formation à la langue bretonne durant les heures de travail, si la langue bretonne est facultative par rapport à la bonne réalisation du travail).

La plupart des entreprises impliquées dans la normalisation de la langue bretonne font partie de réseaux dans lesquels ils peuvent partager leurs expériences. Trois réseaux ont été évoqués. L'un des trois, créé par l'association « Produit en Bretagne » est le plus dynamique, tant par sa longévité que par les actions concrètes qu'il entreprend. L'accès à ce réseau est restrictif par rapport aux conditions obligatoires d'éligibilité, ce qui ipso facto exclut un très grand nombre d'entreprises. Le groupe qui travaille particulièrement sur la langue bretonne est un groupe de travail de l'association mais la langue bretonne n'est pas l'objet principal de l'association. En cela ce réseau ne correspond pas en l'état, à la diversité des entreprises qui pourraient être intéressées par un travail en réseau. Une réflexion sur le sujet avec les responsables de l'association serait certainement très bénéfique car leur expérience est certainement la plus complète en termes de normalisation de la langue bretonne dans le monde de l'entreprise.

Le deuxième réseau, KEB, n'a pas résisté dans le temps et a été dissous fin 2015. Enfin, la troisième initiative, qui correspondrait sans doute le plus à l'esprit du réseau, n'est aujourd'hui qu'une liste d'entreprises.

Une réflexion avec les acteurs de la normalisation de la langue bretonne dans la sphère de l'économie et les représentants des réseaux existants serait tout à fait appropriée.

4) Utilisation des langues minoritaires dans l'économie

A la lecture de ce travail, il apparaît qu'une langue minoritaire joue plusieurs rôles dans l'économie. De l'utilisation symbolique d'un mot, qui ne transmet pas de sens pour l'observateur, à la littérature issue du moyen breton avec son système de versification sophistiqué, la diversité de l'utilisation d'une langue minoritaire est un univers en lui-même.

Cette diversité est tellement importante, que pour un utilisateur placé à l'une des extrémités du spectre des utilisations possibles de la langue, il est parfois difficilement imaginable, de réaliser (et d'accepter) que sa matière linguistique puisse aussi servir sous une autre forme, à l'autre bout du spectre des utilisations possibles. L'un va ressentir l'utilisation de la langue à l'autre bout du spectre comme un « blasphème », l'autre va se désoler de voir la langue traitée comme un héritage du passé alors qu'elle a tant à apporter au monde d'aujourd'hui et de demain. Pourtant on parle ici de l'utilisation d'une même langue dans des contextes variés.

La diversité est une richesse et chaque utilisation entend atteindre un but particulier et différent. On trouve dans la poésie ancienne la recherche d'une esthétique littéraire exceptionnelle comme dans les vers copiés par Ivonet Omnes dans les années 1350, dont la création est datée du XI^e siècle³²⁵. A l'autre extrémité du spectre, on peut citer le symbole dont l'efficacité a été étudiée par plusieurs anthropologues comme Lévi-Strauss³²⁶. Sans aller jusqu'à l'extrémité de l'utilisation qu'il décrit, le signe symbolique comme marqueur d'appartenance s'affiche sur différents supports tels que le corps humain (tatouage) ou sur toute autre partie visible, de tous ou de ceux à qui le signe est destiné. Le signe ou ses éléments constitutifs, tel un ensemble de lettres, ne véhiculent pas nécessairement un sens littéral écrit et compréhensible du plus grand nombre mais un sens, une appartenance pour ceux qui ont les clés pour donner du sens au signe. Pour illustrer mon propos, l'ensemble de trois lettres « BZH » est un signe, qui ne se lit pas mais qui porte un sens et une signification pour ceux qui l'identifient, il devient alors un moyen efficace (concis et rapide à identifier) pour transmettre un sens. La place de la langue bretonne dans le monde de l'économie ne

³²⁵ An guen heguen amlaouenas/ An hegarat an lacat glas/Mar ham guorant va karantit/Da vout in nos oh he costit/Uam garet ne prêt

Dont la traduction signifie : La blanche souriante m'a réjoui/l'aimable à l'œil bleu/si me garantit mon amour/d'être la nuit à ses côtés/Femme aimée à tout moment

³²⁶ Lévi-Strauss Claude. L'efficacité symbolique. In : *Revue de l'histoire des religions*, tome 135, n°1, 1949. pp. 5-27. www.persee.fr/doc/rhr_0035-1423_1949_num_135_1_5632 site visualisé le 10 04 2016

s'étend sans doute pas sur un tel spectre de possibilités mais l'étendue des utilisations possibles dans la sphère économique reste vaste. Entre l'utilisation d'une langue comme un signe distinctif ou son utilisation poétique, il existe toute une déclinaison de possibilités, dont l'utilisation vernaculaire dans le monde du travail.

La place de la langue dans la sphère économique peut revêtir différentes formes, en fonction de sa position : elle peut être l'objet d'études dans un environnement universitaire par exemple, elle peut être l'objet de l'échange économique en lui-même, c'est par exemple le cas d'un centre de formation à la langue bretonne qui va utiliser la langue comme sa matière première à laquelle sera ajoutée une dimension pédagogique. Elle peut être utilisée comme objet de différenciation dans le cas d'un objet banal qui prend un sens différent si on lui associe des écritures en langue minoritaire, ce qui le transforme en objet identitaire dont la valeur provient uniquement de l'utilisation de langue.

a) La langue comme objet d'études

A la croisée du bénévolat et du professionnalisme, le premier secteur d'intérêt est l'étude de la langue pour elle-même. Pour qu'une langue puisse être utilisée, il lui faut une grammaire et des mots, sans lesquels il est vain de parler d'une langue vernaculaire. Ces études ont été menées d'abord dans un cadre philanthropique, comme nous l'avons déjà vu, puis dans le cadre universitaire et donc professionnel. Au-delà de cette première mutation vers une professionnalisation de la recherche sur la langue, toute la chaîne liée à l'édition, à l'imprimerie et à la distribution des ouvrages pour la transmission des connaissances ou l'organisation de congrès ont une valeur économique. Dès le début du travail sur la langue elle-même, il y a donc un lien qui se crée et se matérialise dans la sphère économique. Pour qu'un livre soit édité, il faut qu'il soit « vendable ». Rien que cette considération fait qu'un livre ne peut être édité sans les considérations de « marché cible » : le lectorat potentiel visé ou les considérations sur le « prix du marché » d'un tel livre. Un dictionnaire, un recueil de poèmes, une grammaire n'échappent pas à un certain degré de « marchandisation » de la langue. Bien entendu, il n'est pas question d'assimiler ici les auteurs à des écrivains de « blockbusters » ou les éditeurs à des multinationales florissantes mais il n'en reste pas moins que la transmission des connaissances est le point de finalité de tout travail de recherche sur la langue elle-même et l'économie ne peut en être absente.

b) **Objet de formation**

La langue entre dans le secteur marchand par différents canaux. L'un d'eux est la langue comme objet d'étude. C'est la matière première de tous les organismes de formation, publics privés et associatifs qui contribuent au développement des langues minoritaires. Le contenu du « produit » évolue lentement au fil du temps. Il s'agit d'un contenu constitué d'un vocabulaire et d'une grammaire en vue de donner un sens à une juxtaposition de lettres et de mots. Depuis le milieu du XXe siècle, à l'instar de la société, les évolutions sont devenues plus fréquentes. Elles concernent : le public, les enseignants de la matière, la pédagogie utilisée, la destination de la formation. Le public concerné par l'aspect savant de la langue est passé d'une minorité de philologues durant la première partie du XXe siècle, à un large groupe de brytophones, parfois militants, dans la seconde partie du siècle. Aujourd'hui, les cours se sont adaptés à une demande différente ce qui a contribué à leur spécialisation. Les canaux qui mènent à la langue bretonne ont fortement changé. Jusqu'aux années 1970, la culture bretonne était considérée comme un ensemble assez homogène et les principales associations bretonnes couvraient l'ensemble des activités liées à sa culture. L'exemple de l'association que présidait Reun Allan : les Bretons de Fresnes (cf. Chapitre « les initiatives récentes »), illustre bien la pluralité des activités proposées : danse, musique, langue, visite aux prisonniers politiques bretons, participation à l'organisation des « Bretons du monde »... Dans la seconde moitié du XXe siècle, l'offre s'est spécialisée et s'est morcelée. Les uns ont choisi les cours de danse au sein des cercles, d'autres la musique au sein des bagadoù ou d'autres formations musicales, d'autres encore ont choisi les cours de langues ou les activités politiques plus ou moins clandestines en fonction des périodes et des libertés d'expression octroyées avec parcimonie par les gouvernements. Dans ce gradient allant d'un intérêt purement culturel au militantisme actif, la notion de culture bretonne globale y a perdu mais cela a contribué à professionnaliser l'offre des services. Les formateurs ont changé. D'une « maîtrise globale » de la culture bretonne, ils se sont spécialisés sur certains domaines pour enfin se professionnaliser. Aujourd'hui, les formateurs en musiques bretonnes sont pour une très large part des professionnels de la musique³²⁷, des certifications ont été créées l'une en 1987 et un diplôme d'Etat en 1989³²⁸. Il en va de même pour les cours de langues minoritaires

³²⁷ <http://www.culturecommunication.gouv.fr/Politiques-ministerielles/Musique/Enseignement-formation-et-metiers> les textes régissant en France la musique traditionnelle. Site visualisé le 12 04 2016

³²⁸ Pelloux Delphine (et Deslandre Guillaume) Mémoire de master 2006 Département de sociologie, Université de Grenoble http://www.irma.asso.fr/IMG/pdf/Formation_Rapport_04.04.pdf Dossier sur l'enseignement de la musique traditionnelle édité par la Fédération des Associations de Musique et Danse Traditionnelles. FAMDT. Site visualisé le 12 04 2016

en France, la professionnalisation a commencé par les enseignements dans les cycles d'enseignement secondaire³²⁹, pour s'étendre plus récemment au monde associatif. Ce passage des enseignants du statut de bénévole au statut professionnel est un signe de l'intégration des langues dans le monde de l'économie. Les bénévoles sont par essence dans la sphère du don : don de soi, don de son temps, don de son énergie et pour qu'une telle action perdure dans le temps, il faut qu'ils en tirent une satisfaction (la « récompense » dont parle Joshua Fishman). Les formateurs bénévoles sont essentiellement des militants, les avantages liés à leur bénévolat se situent au niveau des coûts de la formation ce qui la rend plus accessible à tous. Il y a aussi quelques inconvénients par rapport à l'engagement, la formation, la pédagogie, un décalage potentiel entre le militantisme affiché et les attentes de l'apprenant. Il est bien loin de mon propos de classer les militants comme des personnes dont l'enseignement serait suboptimal mais seulement d'illustrer les situations qui se rencontrent occasionnellement sur le terrain. Sans diminuer leur militantisme, les équipes professionnelles sont dans une autre perspective : ils sont dans la sphère économique de l'échange, avec une obligation de compétence, de pédagogie, de résultat sanctionné par le passage du DCL³³⁰ par leurs stagiaires. Les problèmes qui peuvent se révéler se traitent avec les outils de la gestion du personnel, dans le cadre des lois et conventions afférentes à l'activité des associations, ce qui diffère de ce qui peut se passer avec des bénévoles. Quelles que soient la formule retenue et toutes les nuances possibles quant au statut des enseignants, l'association se doit de respecter les règles de gestions qui régissent d'une manière identique les équilibres économiques de toute entité (associative, commerciale ou industrielle). Une association se doit donc d'équilibrer ses recettes et ses dépenses. Si elle observe un déficit d'inscription à tel ou tel cours, cela correspond à des ressources en moins, ce qui peut lui être préjudiciable. Pour pallier cette situation, un arsenal d'outils peut être mis en place : une publicité plus pointue pour toucher les personnes potentiellement intéressées, le « produit » enseigné peut être revu, pour une meilleure adéquation aux attentes des stagiaires ou apprenants potentiels. On remarque que par la professionnalisation des enseignements et du personnel administratif ou technique des associations, elles se retrouvent de fait dans la sphère économique, avec les mêmes contraintes qu'une entreprise, alors qu'elles ont été construites sur une base militante. Cette mutation n'est sans doute pas le seul fait des associations mais aussi celui des attentes des stagiaires. Le public des associations est passé d'une recherche d'un apprentissage entre « copains militants », à des stagiaires qui valorisent dans le résultat atteint, à la fois leur

³²⁹ Michel Youenn ATALA n° 7, «Mondes du livre», 2004 http://www.lycee-chateaubriand.fr/cru-atala/publications/ATALA7/Atala7_Michel.pdf site visualisé le 12 04 2016

³³⁰ Référentiel européen du Diplôme de Compétence en Langue

temps, leurs déplacements, leurs efforts et leur contribution financière aux cours qu'ils suivent. Eux aussi ne sont pas dans l'attente d'un don qu'il leur serait fait mais ils se placent dans le cadre de l'échange de la sphère économique. Cette mutation est le signe d'une valorisation de la langue en termes économiques. A chaque participant de savoir ce qu'il vient chercher, un loisir (ce qui est tout à fait louable) ou une compétence en vue de sa valorisation dans le cadre de sa carrière professionnelle.

c) La langue élément de différenciation moderne

L'économie est aujourd'hui largement mondialisée et cela est notable principalement dans les pays dits « riches ». Se promener dans une galerie marchande d'aéroport à San Francisco, Sidney, Londres ou Tokyo n'offre que peu de surprises quant à ce qui est proposé aux voyageurs. Dans une recherche de productivité, tous ces magasins proposent des marchandises indifférenciées : GAP, Fauchon, Emporio Armani, Lancel, Prada, Mont-Blanc... La recherche de productivité nivelle l'offre des produits. Le lieu de vente ou de production n'importe plus, seule la marque est garante de la nature du produit, d'un certain niveau de qualité et de leur constance dans le temps. Concomitamment, toutes les théories marketing prônent la différenciation comme élément distinctif permettant de favoriser une décision d'achat. L'économie marchande est donc saisie d'une frénésie pour trouver des zones de différenciation qui permettent de se démarquer de l'uniformité à la fois recherchée et fatale. Dans une attitude schizophrène, pour se nourrir, l'économie marchande passe donc par un cycle de détection de produits ou services différenciés. Quand elle l'a trouvé, elle va s'en saisir pour en faire un élément distinctif, qui sera parfois assez éloigné de la version originale pour le mettre au goût du maximum de clients. Les forces de la productivité vont transformer la « perle rare » en un nouvel objet ou service et le multiplier au point d'en faire un objet qui va vite se banaliser et tomber dans l'oubli. Le cycle n'a plus qu'à se répéter. La recherche de l'exception va toujours vers ce qu'il y a de plus aisé à atteindre. Cela peut être un objet comme le téléphone mobile Samsung galaxy S7 edge (dont je suis sûr vous avez tous rêvé !), un vêtement de la dernière mode de chez Hugo Boss, un service, la carte gold ou noire d'une banque qui vous offre des avantages sans doute aussi inutiles que futiles, une musique qui sera le tube de l'été et qui sera oublié dès l'automne... Cette nouveauté (mesurée par rapport à ce qu'il y avait avant) est apte à générer une différence de potentiel assez intense, entre la personne qui identifie une satisfaction potentielle et la chose nouvelle et rare.

Ceci en fait un objet de convoitise éphémère mais qui permettra potentiellement à quelques-uns de générer rapidement un profit financier. La suite logique du processus est que la chose se banalise à force d'être multipliée et perde tout intérêt de la part des consommateurs potentiels. Elle peut dès lors retomber dans l'oubli des consommateurs et des producteurs. Cette recherche du produit différent n'épargne pas les territoires plus restreints, on parle alors de marketing ethnique ou différencié, ce qui conduit à répéter à une plus petite échelle le même processus que celui précédemment décrit. Une langue minoritaire a le potentiel de participer à la transformation d'un objet banal en un objet identitaire différencié. La langue en elle-même n'est pas « vendable » mais son inscription sur un produit est de nature à être l'outil de différenciation en lui attribuant une dimension identitaire. Dans le spectre des utilisations d'une langue minoritaire, le produit peut être mis à la disposition d'acheteurs très restreints qui vont aussi se reconnaître grâce à la langue inscrite sur un objet. C'est le cas d'une production artisanale et locale dans le cadre de circuits de distribution sélectifs. Avec des acteurs d'une dimension supérieure (finance, capacité de production, distribution), une fois le concept retenu, le produit est d'abord perçu sur la base d'une tradition identifiée, ou d'objets ethniques. Il est alors simplifié et transformé dans une perspective d'adaptation aux goûts de la clientèle visée. Cette phase de transformation en fait un autre objet, plus ou moins différent de celui qui était à l'origine du concept. A la fin de ce processus, la nouvelle création peut n'avoir qu'un très lointain rapport avec sa conception originale. Par exemple, un lien entre l'inscription et la langue minoritaire peut se déconnecter pour que la langue ne devienne alors qu'un signe d'identification sans transporter un sens littéral. Dans sa forme finale, le produit entre dans sa phase de génération de profits : c'est un objet qui en partie grâce aux signes identitaires qu'il porte lui confère une valeur différenciatrice supplémentaire. Cette valeur acquise par la langue minoritaire peut devenir un moyen de communication pour les uns, un objet militant ou un objet esthétique pour d'autres. Une fois entré dans la « machine à uniformiser » qu'est l'économie marchande, le phénomène de mode prend le relais par rapport à ce produit différent à la fois du modèle d'origine et des autres articles ou services similaires proposés sur le même créneau. Dans tous les cas de figure et à plus ou moins long terme, le produit est voué à une banalisation qui le jettera dans l'oubli et dans le désintérêt, alors que d'autres produits ou services issus du même processus de sélection - transformation - commercialisation, prendront sa place. Que faut-il penser de cette situation ? La langue perd-elle quelque chose, quand elle est utilisée comme outil de différenciation sur un objet marchand de l'économie ? Cette question irrite certains membres des sphères militantes. Ils y voient une manière dévoyée d'utilisation d'une langue minoritaire porteuse de traditions. La

« chosification » ou « commodification³³¹ » d'une langue qu'ils cultivent comme un joyau et qu'ils essaient de préserver dans un état, dont la référence est définie par rapport à eux-mêmes, par exemple la langue qu'ils ont entendue parler par leurs parents ou grands-parents. L'un des exemples récents nous est offert par une chanteuse, née du « star-system » à la française, qui a pour but de détecter des talents dans le cadre d'émissions de télévision. Nous sommes donc dans le schéma précédemment cité : la sphère économique a le besoin de trouver de nouveaux talents, la machine marketing organise donc son système de détection et de promotion et le met en scène. Le produit devient connu (ici la chanteuse) grâce à l'action conjointe de son talent pour le chant et par la promotion assurée par le système économique. Elle en a fait sa carrière et elle a persévéré dans cette voie, ce qui n'est pas le cas de tous les candidats de ce type d'émissions. On peut noter ici la similitude du processus marketing, dicté par l'économie de consommation, qui s'applique indifféremment aux personnes (artistes) ou aux objets (une voiture, un type de vêtement...). Il se trouve que cette artiste au talent incontestable pour le chant a des attaches en Bretagne. L'une de ses productions récentes comprend un album partiellement breton, il s'agit d'un album³³² intitulé « Bretonne ». On peut dire que cet album a eu un succès important car il a été vendu à plus d'un million d'exemplaires³³³. Elle a repris et « modernisé » un certain nombre de chansons bien connues en Bretagne et qui tirées d'une tradition ancienne avaient été mises au goût du jour lors du renouveau celtique des années 1970 - 1980. On peut ajouter que les textes en breton sont correctement écrits et prononcés, que la partie instrumentale est de qualité et que globalement les airs n'ont pas été fondamentalement modifiés, seuls les arrangements musicaux l'ont été. Nous pouvons donc parler ici d'une réinterprétation de ce qui avait été précédemment réalisé dans les années 1980. On note aussi que ces mêmes airs de « référence », dans un contexte peut-être légèrement moins médiatisé que celui de Nolwenn Leroy (la chanteuse dont il s'agit ici), sont nés d'une réinterprétation bien plus draconienne, d'une tradition elle-même plus ancienne. Ces créations et interprétations sont l'œuvre d'une génération plus ancienne de musiciens et chanteurs : Alain Stivell, Tri Yann et d'autres... La réception de cet album par le public a été un succès notable (comme vu plus haut). Par contre, la réception de cet album dans le milieu des militants de la langue bretonne a donné lieu à des réactions mitigées. D'un côté, il y avait un sentiment de travestissement d'airs connus réinterprétés par cette artiste, qui

³³¹ Costa Wilson, James. *Toute langue est-elle commodifiable ?* La Bretagne linguistique Vol 19 ed CRBC Brest 2015 p205

³³² Leroy Nolwenn Album « Bretonne ». Edition Universal Music GmbH. 2010 puis réédité en 2011

³³³ <http://www.universalmusic.fr/artiste/8340-nolwenn-leroy/videos/17701-nolwenn-leroy-le-million-d-albums-un-double-disque-de-diamant> site d'universal studio, éditeur de la chanteuse Nolwenn Leroy. Site visualisé le 16 04 2016

s'était « indûment » appropriée une chose « sacrée » (les interprétations des années 1970 - 1980) pour la mettre au service de son « enrichissement personnel ». Il y avait aussi dans cette expression, un rejet des outils du marketing et des valeurs d'un capitalisme irrespectueux des traditions et intrusif. Pour certains militants, il y a quelque chose d'obscène de voir la culture qui « appartient » à l'identité bretonne et à ceux qui la portent, devenir un objet « purement » commercial, ce qui lui enlève une partie de son statut d'élément de vénération. L'obscénité se poursuit par un enrichissement personnel à partir d'un bien commun, alors que d'autres qui cultivent cette tradition, ce bien commun, restent d'illustres inconnus, plutôt désargentés, en dépit de leur travail de qualité. Dès lors, pour justifier la position négative, toutes les raisons peuvent apparaître comme bonnes pour expliquer pourquoi le nouvel album de la chanteuse, le produit d'un travail d'interprétation, est mauvais : la langue n'est pas parfaitement prononcée par rapport au lieu d'origine de sa composition, elle-même ne sait pas parler le breton, c'est une opportuniste... On note ici comment le discours par rapport à la première réinterprétation des mêmes chansons dans les années 1970 – 1980 est totalement éludé par rapport à une tradition plus ancienne, qui leur est sans doute méconnue. Il en va de même pour les réactions vis-à-vis des musiciens. L'adaptation des chants anciens repris et interprétés par les musiciens avec des instruments actuels ne pose pas tant de questions. Au contraire, les mêmes militants y voient une actualisation voire une modernisation de la tradition. Cette différence de traitement entre chanteuse et musiciens vient du fait que ces derniers ne sont pas perçus comme étant des éléments « fabriqués » par le système économique mais conservent leur statut plus ou moins imaginaire de « saltimbanque ». Cette différence de traitement pour des artistes qui jouent malgré tout la même partition dénote une perception différente des statuts des uns et des autres. Dans un cas, la perception d'une chanteuse née grâce aux systèmes marketing et économiques ne peut toucher à la tradition sans la « salir » en quelque sorte, alors que les musiciens adaptent leur art « impunément », dans la mesure où ils ne sont pas considérés comme des stars artificielles du marketing. L'élément clivant est ici le processus par lequel la chanteuse est d'abord devenue une star et qui est perçu comme s'étant ensuite emparée de la musique et de la langue bretonne sans la maîtriser. Ce dernier point fait aussi référence au manque d'authenticité de la chanteuse, ce qui ne rend pourtant pas sa prestation illégitime. Une autre partie des militants de la langue bretonne étaient plutôt positifs, rarement indifférents, par rapport à l'initiative de Nolwenn Leroy : la langue était correctement prononcée, cela apporte un « coup de jeune » à de vieux airs qui n'étaient plus entendus sur les médias depuis longtemps. On trouve donc un ensemble

de militants favorables à l'intégration de la langue bretonne, dans une certaine modernité actuelle, même si celle-ci est mue par des forces économiques à but lucratif.

Cette observation permet donc de situer le positionnement des militants de la langue bretonne par rapport à l'utilisation de la langue minoritaire par les forces du marketing, l'un des outils de l'économie de consommation. Entre une exploitation commerciale qui peut respecter une certaine ligne de qualité (ce qui n'est pas toujours le cas) et une tradition qui est relative à chaque personne (à chacun sa définition de la « tradition » en fonction de l'étendue de ses connaissances et de son expérience), l'écart est grand. Au-delà de l'exemple choisi, il faut voir l'approche du milieu militant comme un combat entre une certaine tradition qui s'inscrit dans une sphère « orthodoxe », de recherche de repères et l'aspect nivelant de l'économie marchande. On distingue donc deux populations. Il y a d'une part la sphère militante qui se réfère à une norme définie et centrée sur elle-même et sur leur expérience. Cette expérience devient pour eux, leur référence traditionnelle ancrée à des périodes variables. À côté de ce premier groupe, il existe une population militante plus moderniste, plus ouverte à l'évolution et dont la conception d'une langue se situe dans un référentiel ancré dans le présent et qui doit s'inscrire dans le futur. Nous n'avons plus un référentiel figé dans un temps révolu et dont la définition est fonction de l'expérience de chacun mais un référentiel dynamique lié au temps présent et qui incorpore les outils actuels de la promotion.

Je n'ai pas fait de dénombrement particulier sur le nombre de militants favorables ou défavorables à l'utilisation de la langue bretonne par Nolwenn Leroy mais il m'a semblé que le courant « moderniste » constitue le groupe le plus important.

L'ancrage d'une langue minoritaire à un référentiel temporel actualisé me semble d'une importance capitale pour que la normalisation d'une langue puisse se faire. L'ouverture de la sphère des militants à la sphère économique n'est pas une question qui se pose dans les termes d'un oui ou d'un non car ils vivent déjà dedans. Les plus jeunes générations de militants, nés avec et dans le système de l'économie ouverte sur tous les compartiments de la vie, y compris celui de la langue et de la culture, prennent leurs nouvelles références sur le modèle qui est le leur et qui risque fort de devenir leur propre « tradition » de référence et ils n'ont pas d'états d'âme par rapport à l'utilisation de la langue bretonne dans les médias modernes. La situation du militant enfermé dans sa tradition fait aussi écho à quelques-unes des objections relevées par l'association « Produit en Bretagne », qui visaient à apprécier la sphère militante comme une « caste » ou une sorte de « secte » refermée sur elle-même, ce qui

est une attitude incompatible avec la nécessité d'ouverture de la culture dans le monde actuel. Le mouvement des « seizh breur » l'a compris il y a près d'un siècle³³⁴.

Enfin, on note aussi que le traitement d'une langue par le système marketing dans une perspective économique est éphémère. Le repérage puis la transformation d'une langue en un « objet » marketing peuvent lui faire perdre une partie de son sens profond. Cependant, on peut aussi compter sur le marketing pour rendre ce sens compréhensible par le plus grand nombre, même si parfois l'aspect traditionnel est en partie dévoyé. Cette utilisation inhabituelle est aussi un moyen pour la langue minoritaire de sortir de sa zone traditionnelle, entourée de l'ignorance de la majorité. Cette description est conforme à une perspective de normalisation, même si ce qui se trouve exposé est partiel. D'autre part, que cette normalisation soit éphémère ou pas, elle ne touche en rien à la tradition originelle. Elle reste tout aussi intacte qu'avant et indifférente à une utilisation ultérieure d'elle-même, ou d'une partie d'elle-même. Les effets de l'exemple du disque de Nolwenn Leroy sur les chanteurs contemporains porteurs d'une tradition ancrée dans un passé plus lointain ne changent rien à leur quête qui reste tout aussi louable. Leurs démarches et leurs recherches viennent alimenter un trésor populaire et scientifique qui sera potentiellement un vecteur de différenciation si un jour la sphère économique s'intéresse à leurs travaux. Loin de constituer un inconvénient, porter l'existence d'une langue et d'une culture à la connaissance d'une population tout entière, même si le message est partiel, est une avancée pour la cause de cette langue ou culture. Plus cet impact sera positif et important, plus les personnes sensibilisées à la cause de la langue minoritaire seront nombreuses. Cette prise de conscience est un premier pas important de la normalisation d'une langue minoritaire dans la société en général.

d) La reconnaissance identitaire : le symbole et l'image

Les langues minoritaires sont largement utilisées comme symboles de reconnaissance identitaire. Dans un pays qui prône une égalité nivelante des habitants de son territoire, la demande pour une reconnaissance d'un droit à la différence est importante. Cette volonté, restée très forte en Bretagne et dans d'autres régions de France, a créé une industrie qui alimente tout un pan de l'économie. Les exemples sont nombreux et on les trouve à la croisée

³³⁴ <http://fresques.ina.fr/ouest-en-memoire/fiche-media/Region00237/les-seiz-breur.html> exposition consacrée au mouvement des Seizh Breur dont le leitmotiv était : « la création bretonne entre modernité et tradition ».

de différentes sphères économiques et culturelles sur des terrains bien différents tels que la presse et l'édition, les objets, les services...

i. La presse et l'édition

Personne aujourd'hui n'a besoin de la presse éditée dans une langue minoritaire pour se sentir informé. La production de livres ou de journaux existe en abondance pour informer ou divertir les lecteurs. Pourtant, il existe aujourd'hui une presse spécifique qui édite exclusivement ou partiellement, en langue bretonne. Il y a le journal *Ya !* exclusivement en breton, d'autres journaux régionaux qui donnent une place plus ou moins développée à la langue bretonne³³⁵ et de nombreuses revues³³⁶. Une publication en langue minoritaire, implique une maîtrise (toujours perfectible) de la langue minoritaire tant du point de vue des journalistes et écrivains que de celui des lecteurs. L'existence de ces publications, au-delà des obstacles précités, est le signe qu'il existe un marché ouvert pour des personnes désireuses de lire et partager des idées dans une langue minoritaire. Ils y trouvent donc quelque chose de plus : les sujets des articles, le traitement de l'actualité, les points de vue exposés, la manière de voir le monde présentent une diversité que l'on ne retrouve pas dans la presse générale, en langue majoritaire. Voir le monde en tant que minorité permet d'avoir une perception différente de ce que s'y passe, par rapport à la perception d'une population majoritaire. C'est de la complémentarité des points de vue que naît la richesse des perceptions, première phase nécessaire à l'élaboration de solutions. Les sphères économiques n'ignorent pas les lecteurs des langues minoritaires, comme cela est visible sur l'exemplaire du journal « *Ya* », qui figure en annexe³³⁷ et qui comprend 6 encarts publicitaires, dont l'un, pour une banque, un autre pour une cidrerie, 2 encarts pour des livres et un encart pour un concert. De plus, l'un des articles (page 4) a pour thème l'économie et relate l'identité d'un vin produit en Loire-Atlantique ou comment lier économie et identité. Bien que la France revendique une liberté d'entreprendre, dans le cas cité, les services de l'Etat se mobilisent pour casser le lien entre économie et territorialité. Comme l'explique cet article³³⁸, vendre d'une manière revendiquée

³³⁵ Le télégramme de Brest consacre une page à la langue bretonne tous les jeudis (sauf en période de vacances, ce qui est regrettable par rapport aux estivants qui viennent en Bretagne à la recherche de différences qui pourraient développer leur intérêt pour la culture et la langue bretonne).

³³⁶ La revue littéraire « *Al liamm* » éditée par les éditions du même nom à Lannion, la revue *Al Lanv* éditée à Quimper, la revue *Nidiad* éditée à Nantes, La revue *Aber* éditée à Kerlouan, quelques exemple parmi bien d'autres.

³³⁷ Annexe 92 : Un exemplaire du journal en breton « *Ya* »

³³⁸ Journal Ouest-France du 16 décembre 2006.

un vin breton, produit sur le territoire de la Bretagne historique, n'est pas dans les conceptions des autorités françaises :

L'étiquette contestée du vin breton

Deux viticulteurs de Monnières sont accusés d'étiquetage non-conforme. Car l'appellation « vin breton » est illégale.

Breizh gwin gwen (vin blanc breton) : c'est le nom d'un vin blanc sec formé d'un assemblage de melon de Bourgogne (le cépage du muscadet) et de sauvignon. Ce muscadet « tendance » a été créé, il y a deux ans, par deux inventifs de Monnières (Loire-Atlantique), les viticulteurs Philippe et Christophe Chéneau. **« Nous avons adopté cette appellation, explique Philippe Chéneau, parce que nous n'étions pas très heureux de voir le muscadet se rapprocher commercialement des vins d'Anjou. »**

Mais la Répression des fraudes veut interdire ce vin breton, non pour des raisons idéologiques, mais pour une question d'étiquette : on ne peut pas faire état d'une appellation autre que celle fixée par le cadre légal. Philippe et Christophe Chéneau devront comparaître au



Ce qui constitue une « tentative de tromperie et étiquetage non conforme », malgré le fait que les mentions légales figurent bien sûr l'étiquette de façade. La seule mention tolérée pour ce vin est « vin de pays du jardin de la France », éventuellement en précisant « Marches de Bretagne ».

« Mon vin breton a beaucoup de succès, rétorque Philippe Chéneau, qui était, cette semaine, en livraisons dans le Finistère. Il a obtenu la médaille d'argent des vins de pays cette année au salon de Paris. » Sans oublier que de nombreux produits de Loire-Atlantique, comme les bonbons Pinson de Saint-Herblain ou le muscadet des frères Drouet à Vallet, bénéficient du label « Produit en Bretagne », sans être inquiétés.

Daniel MORVAN.

Un vin aux arômes légers et iodés.

tribunal de grande instance pour la commercialisation de 15 000 bouteilles portant l'étiquette « vin breton », en bilingue, sur fond de drapeau gwen ha du (blanc et noir).

Figure 141: Les appellations "bretonnes" Source : Ouest France 16 déc. 2006

L'achat des publications en langue minoritaire ne relève pas du domaine du nécessaire mais du domaine de l'optionnel et quand il se réalise, cela devient une réponse à une action symbolique et militante mais aussi à une demande sociétale apaisée pour pouvoir perdurer dans le temps. A défaut d'être pléthorique, cette situation crée une offre, qui trouve son aboutissement dans la création d'une économie de la presse spécialisée, qui ne demande qu'à se développer. L'achat militant de publications dans une langue minoritaire est un geste militant, qui présente les ferments potentiels de la normalisation. Le but est bien sûr de passer de l'achat militant à l'achat ordinaire généralisé, même si le chemin à parcourir est encore long.

ii. Les objets

Les inscriptions en breton sur des objets identitaires peuvent porter un sens ou constituer un symbole mais en tout état de cause, ils sont porteurs de signes de reconnaissance. Les objets associés à la langue bretonne sont potentiellement sans limites. Le potentiel d'acheteurs est

représenté par l'ensemble d'une population qui vit localement ou qui visite la Bretagne et les lieux où les produits bretons sont proposés. L'origine locale ou internationale du produit, la qualité globale du produit marquée par sa conception, sa fabrication et sa charge symbolique, la charge créative que transporte l'objet, l'exclusivité du lieu où il est présenté sont des éléments qui contribuent au potentiel symbolique de l'objet et recouvrent une grande variabilité.

Enfin au-delà des considérations relatives au produit en lui-même, notons que c'est le client potentiel et sa recherche (dans le but de satisfaire son besoin), qui définit et structure l'offre qui lui est faite, pas l'inverse. Il est donc vain de critiquer l'existence d'un produit, s'il se vend, il correspond à une demande même si celle-ci ne peut correspondre aux attentes de l'ensemble des acheteurs potentiels.

1. Les variations sur l'objet identitaire

Il existe différents moyens pour créer un objet porteur d'une identité non équivoque : forme, design, couleur... Ici, je ne m'intéresse qu'à la charge identitaire portée par la langue minoritaire, même si l'objet peut aussi comporter à la fois plusieurs autres signes identifiants. Les objets sur lesquels figurent des mots ou des phrases en langue bretonne sont potentiellement sans limite, si ce n'est celle de la recherche d'une cohérence. Un objet typiquement alsacien avec des inscriptions en langue basque provoquerait certainement des interrogations. La notion de sens global d'un objet sur lequel apparaît la langue bretonne peut être classée en trois catégories : l'harmonie, la communication normalisatrice et la dissonance.

- La communication harmonieuse : Le client identifie l'objet et le sens des signes (signes, lettres, mots, phrases) qui lui sont associés et l'achète potentiellement pour cette raison. On peut dire qu'il y a une harmonie entre le message inscrit et l'objet.
- La communication normalisatrice. Une communication dans la langue minoritaire est associée à un produit détaché de toute territorialité. Le client potentiel ne capte pas nécessairement le message en breton car d'autres éléments de la communication de l'objet permettent de compenser cette partie non captable par le client mais la relation s'établit, il n'y a pas de phénomènes de rejet, éventuellement une interrogation positive. C'est le cas d'un nom de produit, d'une description sur son emballage ou de la liste des ingrédients d'un plat préparé.
- La dissonance : La dissonance est un choc. Ce choc peut être voulu mais il sort le client de sa zone de confort et par rapport à une démarche d'achat, le choc demande de la réflexion, il ne faut donc pas compter sur un tel procédé pour une décision d'achat instantanée. Pour illustrer le propos, c'est la situation potentielle

d'un objet sur lequel la langue bretonne est mal orthographiée auquel cas la dissonance n'est pas maîtrisée, ou celui d'une campagne d'affichage en langue bretonne à Paris qui relève de la stratégie de communication. Si la dissonance n'est pas maîtrisée, la communication limite le potentiel économique du produit ou du service offert. Dans le second cas, une fois la phase de réflexion passée, elle apporte une valeur supérieure aux éléments constitutifs du message (en particulier sa mémorisation) ou du produit.

Dans tous les deux cas, la différenciation apportée aux produits par la langue utilisée doit rester un facteur positif global pour le produit. Susciter l'intérêt est toujours positif. Dans le cas d'une neutralité par rapport à la communication linguistique spécifique, on peut dire qu'il n'y a pas d'impact et que l'absence d'impact n'est en lui-même ni négative ni bénéfique mais que la présence de la langue contribue à sa normalisation.

A partir de ce constat, tous les produits fabriqués dans la zone où la langue minoritaire est parlée sont sujets à être marqués d'une identité cohérente et harmonieuse, avec une langue minoritaire. Tous les autres produits que l'on peut qualifier de « neutres » (non marqués "identitairement") peuvent porter des inscriptions dans une langue minoritaire, moins revendicatives de territorialité, comme des inscriptions légales ou de composition, sans risque de heurter la perception des clients potentiels. Cela représente potentiellement la plus grande majorité des produits utilisés quotidiennement. Enfin, il faut rester vigilant par rapport aux dissonances qui sont de nature à engendrer un risque de rejet du produit ou du service. La dissonance est porteuse d'intérêt dans la mesure où elle peut être justifiable rapidement. Ce peut être le cas de l'humour décalé utilisé en publicité par exemple.

Il est relativement difficile de trouver la langue bretonne intégrée à des objets car la communication de l'identité régionale peut se faire bien plus facilement grâce à d'autres moyens tels que les dessins, un signe, un design ou une couleur. Une identification par une langue nécessite pour le créateur, une bonne connaissance de la langue minoritaire au risque de tomber dans le travers d'une communication dissonante susceptible de déclencher des réactions négatives. La rareté de la présence d'écritures en langue bretonne sur les objets s'explique par le fait qu'à de rares exceptions près, les agences de design et de communication n'intègrent pas de compétences particulières en langues minoritaires au sein de leur personnel, ce qui est représentatif de la situation de la société en général. De ce fait, ces agences ne proposent pas spontanément de contenu en langue minoritaire et il est assez naturel de les voir proposer plutôt ce qu'elles connaissent et maîtrisent. Si vous demandez spécifiquement une communication dans une langue minoritaire, cela va nécessiter que ces

entreprises de communication sortent de leur « zone de confort ». Elles vont se trouver démunies et ne pas savoir spontanément vers où se tourner, pour pouvoir offrir ce service. Le contexte français ne plaide pas pour le développement d'un enseignement ou d'une utilisation des langues minoritaires dans la communication. De nombreux chercheurs se sont penchés sur cette situation spécialement française, voici un extrait des conclusions qui illustre bien la chose : « *Comme nous l'avons vu, ce genre de pratique va à l'encontre des réalités historiques de la France et son mode d'assimilation. Au nom d'un principe égalitaire, on peut y voir également une forme de discrimination. Dès lors, on comprend mieux les freins pour l'implantation de ce type de marketing en France car la notion républicaine unique et indivisible peut assimiler ce genre de pratique à un communautarisme*³³⁹. » L'acceptation de la différence en France est quelque chose de conceptuellement compliqué, qui débouche bien souvent sur une aversion pour tout ce qui n'est pas à l'image de soi-même, un étranger acceptable est un étranger intégré, voire assimilé, soit un étranger qui n'en est plus un. Au-delà du discours, la recherche d'une « égalité » devient le moteur d'un rejet de ce qui est différent et débouche sur un racisme de fait. Si l'autre n'est pas comme moi, il n'est donc pas mon égal, il n'entre donc pas dans le projet de la France. Il se retrouve donc de facto rejeté. La position de la France vis-à-vis de la diversité de ses régions est strictement identique.

Cela a plusieurs conséquences :

- D'une part, les entreprises sont privées d'une utilisation décomplexée du marketing différencié ou « ethnique » ce qui est source d'emplois à l'échelon local.
- L'enseignement de ce type de marketing est totalement absent de la plupart des cursus des écoles de commerce. Or les groupes identifiés ethniquement peuvent partager des besoins communs, ce qui ne pose problème nulle part si ce n'est en France. C'est donc l'enseignement d'un outil particulier qui est absent du cursus des personnes formées en France en raison de lois qui tiennent du dogme et non de la réalité humaine.
- Cette situation appauvrit aussi l'offre des entreprises françaises dans la compétition mondiale car s'intéresser à un produit différencié basé sur les spécificités de groupes ethnoculturels n'est pas dans les capacités des communicants français.

a. La communication harmonieuse

Les exemples les plus nombreux se trouvent dans les cas de communication harmonieuse entre le produit et la langue minoritaire. On trouve donc une harmonie entre l'écriture en langue bretonne et l'objet en question ou sa destination.

³³⁹ Perreti Marie Delanoye Arnaud Le Marketing Ethnique, au croisement des sphères économiques, politiques et éthiques, Management et perspective n°32 2010 p 286-298

i. La communication harmonieuse sur les objets

Ci-dessous, on peut visionner une assiette, réalisée au début du XXe siècle par Robert Abraham Barjou (1907-1938) décorée dans un style inspiré du mouvement des Seiz Breur³⁴⁰.



Figure 142: Communication harmonieuse ancienne. Source : Site de vente aux enchères.

Le mouvement des Seiz Breur est un groupe d'artistes mené par PY Creston, dont faisaient partie, Jeanne Malivelle, Xavier de Langlais et bien d'autres encore, qui a développé un concept d'art breton inspiré du style « Art Déco ». Cet art se voulait « global » et touchait tous les domaines : la peinture, la sculpture, l'ébénisterie, l'architecture, la décoration, la musique et la langue bretonne... Cet art est emblématique de la Bretagne et le fait d'y associer une ou des inscriptions en langue bretonne, renforce l'harmonie de cette pièce de céramique. Cette inscription : « Eur goaz o tougen ar bannell » que l'on peut retranscrire dans l'orthographe majoritaire actuelle : « Ur goaz o tougen ur banniel » se traduit par « Un homme portant une bannière ». Nous retrouvons ici une harmonie complète entre le style du décor de l'assiette et l'inscription en langue bretonne.

L'exemple ci-dessous, tout à fait contemporain caractérise les produits sur lesquels l'écriture dans une langue minoritaire corrobore bien l'image de l'objet dans le réel et l'imaginaire d'une part importante de la population. La crêpe est associée à la Bretagne, au-delà même des frontières de la Bretagne.

³⁴⁰ <http://lovequimper.blogspot.fr/2009/07/last-quimper-auction-of-season-judy.html> site de vente aux enchères de Quimper. Image obtenue par la recherche des images. Site visualisé le 24 04 2016.



Figure 143: Communication harmonieuse contemporaine. Source : Site internet de la société Krampouz

La décoration du « billig », inspirée du « gwenn ha du » le drapeau de la Bretagne est en harmonie avec l'image du produit. Enfin, l'écriture « Krampouz » qui désigne à la fois la marque de l'entreprise et le mot « crêpe » en breton, renforce cette harmonie³⁴¹.

ii. La communication harmonieuse sur les supports papier
 Pour ce qui concerne la communication sur support papier, les exemples sont très nombreux. L'affiche ci-dessous date de 1929. Elle a été réalisée par PY Creston et incite les parents à parler la langue bretonne à leurs enfants³⁴².



Figure 144: Communication harmonieuse sur affiche du début du XXe siècle. Source : « Parlez breton à vos enfants ». Une vieille revendication identitaire. Affiche de R.Y. Creston (1929) coll. particulière

A l'instar de la pièce de faïence vue ci-dessus, l'harmonie linguistique de cette affiche est marquée par :

³⁴¹ <http://www.krampouz.com/fr/> Site internet de la société Krampouz à Pluguffan. Site visualisé le 24 04 2016

³⁴² <http://www.breizh-info.com/2014/01/07/6291/faut-il-ratifier-la-charte-europeenne-tribune-libre> site visualisé le 24 04 2016

- Un design caractéristique de l'art breton du début du XXe siècle.
- Un message : transmettre la langue bretonne aux générations futures.
- Une rédaction de ce message en langue bretonne.

Plus proche de nous, l'affiche ci-dessous est une publicité pour le festival interceltique de Lorient de 2012.



Figure 145: Communication harmonieuse sur affiche du XXIe siècle. Source PEB

Cette affiche de 2012 est entièrement rédigée en langue bretonne. Elle est harmonieuse dans ces éléments constitutifs :

- L'objet de l'affiche est un festival implanté à Lorient en Bretagne.
- L'image de l'affiche représente la ville en fête et un symbole celtique (le triskell) dans un cercle au-dessus de la ville.
- Le nom et les dates du festival sont rédigés en breton.

b. La communication normalisatrice

La communication normalisatrice consiste à utiliser la langue bretonne en dehors de ses champs classiques habituels. A partir d'un produit « neutre », il lui est rajouté une dimension supplémentaire grâce à la langue minoritaire sur lequel elle s'inscrit. Les exemples ci-après sont espacés dans le temps, afin de montrer à la fois que le concept n'est pas nouveau et que l'utilisation de la langue minoritaire dans son contexte environnemental a évolué.

i. La communication normalisatrice sur les objets

Sur cet objet relativement ancien, qui est au musée de Bretagne à Rennes, on identifie bien la langue bretonne sur cette tondeuse mécanique appelée « Troher Bleo » ou « Troc'her Blev » dans une orthographe plus répandue, ce qui signifie « coupeur de cheveux ».



Figure 146 : Communication normalisatrice sur objet du XXe siècle. Source : Fañch Broudig blog langue bretonne

Dans l'exemple ci-dessus³⁴³, l'objet n'a rien de particulièrement associé à la langue bretonne ou à la Bretagne. Le nom de l'objet est à la fois un signe qui permet d'associer le produit à un nom breton et pour ceux qui connaissent la langue bretonne, ce nom est aussi porteur de sens car il décrit la fonction de l'objet.

Sur un produit alimentaire consommable, il est aussi possible de jouer avec la langue. C'est le cas de ces gaufrettes³⁴⁴ sur lesquelles figurent des inscriptions en français et en breton, bien que le produit en lui-même ne soit pas lié avec une tradition bretonne.

³⁴³ <http://languebretonne.canalblog.com/archives/2014/05/19/29905477.html> site langue bretonne de F. Broudig site visualisé le 21 04 2016

³⁴⁴ <http://lesdelices2fred.over-blog.com/article-les-breizh-gaufrettes-a-la-vanille-70775981.html> Site de la crêperie qui propose ces gaufrettes. Site visualisé le 23 04 2016



Figure 147 : Une communication normalisatrice au XIXe siècle. Source : Produit en Bretagne

Ce produit est représentatif d'un choix et d'une volonté. Sa fabrication n'engage pas de frais supplémentaires en raison de l'écriture qui figure sur chaque gaufrette, par contre, grâce à cette écriture dans une langue minoritaire, le produit porte en lui une originalité et une âme supplémentaire qui permet de le différencier des autres produits du même type, aujourd'hui totalement banalisés.

Ce ne sont là que deux exemples mais les possibilités sont bien sûr bien plus abondantes. Plusieurs exemples additionnels sont illustrés annexe³⁴⁵.

Nous trouvons la marque de vêtements « Agalon », basée à Quimper, qui propose une gamme de vêtements qui véhiculent la Bretagne sans une référence particulière à la culture bretonne. La brasserie Lancelot, qui transforme un breuvage dont la fabrication n'était pas spécialement populaire en Bretagne en produit marqué identitairement grâce à la langue bretonne. Une série de paillasons, produit relativement banal, personnalisés identitairement grâce à la langue bretonne. Emballage des bières de la brasserie « Coreff » sur lequel les inscriptions principales sont traduites en breton. Les exemples, tout spécialement dans l'alimentaire, sont très nombreux et ce ne sont là que quelques exemples de ce qui existe.

³⁴⁵ Annexe 93 : Série d'objets non liés à la culture bretonne et qui portent une identité grâce à la langue bretonne. Article du journal le « Télégramme » sur la société Agalon 16 juillet 2010 ; Présentoir de paillasons dans le magasin Weldome de Pont-Croix (29) photo prise le 22 08 2015 ; Cuvée de bière « les bonnets rouges » de la brasserie Lancelot, dont l'étiquette est entièrement en langue bretonne ; bière Coreff dont l'emballage est traduit en breton. Photo prise au super marché Intermarché de Primelin (29) le 16 05 2015.

ii. La communication normalisatrice sur les supports papier

Par rapport aux supports papier et internet, les exemples de communication en breton sur des produits indépendants de la culture ou de la langue bretonne sont nombreux. Ci-dessous, nous pouvons visualiser que déjà lors de la première moitié du XXe siècle, on trouve cette association de la langue bretonne et française pour « internationaliser » une affiche qui promeut une charrue fabriquée en Bretagne à Châteaubriant en Loire-Inférieure³⁴⁶ (Loire-Atlantique aujourd'hui).



Figure 148: Communication harmonieuse sur affiche du XXe siècle. Source : musée de Bretagne de Rennes (photographie personnelle).

Cette affiche n'est pas équivoque quant au public visé. Il y a d'une part l'illustration d'un paysan bas-breton dans son costume traditionnel en harmonie avec sa langue et d'autre part sur l'autre pan de l'affiche une illustration de deux paysans hauts-bretons (de la région gauloise), avec un commentaire en langue française. On note que les deux inscriptions ne sont pas des traductions mais se complètent. D'une part, il y a la première partie en langue bretonne « Burzhudus eo ! Burzhudus eo ! » que l'on peut traduire par « c'est miraculeux, c'est miraculeux » et le second volet qui donne la solution « ce n'est pas étonnant, c'est une charrue Huard frères ». On peut tirer plusieurs remarques de cet exemple :

- Pour qu'une telle publicité puisse être formulée de cette manière, il faut que le bilinguisme soit principalement développé du côté bretonnant. En effet, le message

³⁴⁶ Affiche photographiée au musée de Bretagne à Rennes le 06 01 2013

principal qui permet de générer la décision d'achat est la partie écrite en français, cette affiche suppose donc que les bretonnants soient bilingues et comprennent le français. La réciproque n'est pas nécessaire.

- Sans négliger la partie humoristique de l'affiche, on note que la partie bretonne est très limitée et emprunte d'un certain obscurantisme. Il est fait référence au miracle, alors que la partie française est empreinte d'une certaine « évidence scientifique » qui fait écho à la partie en langue bretonne.
- Cette observation est confortée par l'illustration. On voit d'un côté un paysan breton sautant de joie et d'un autre côté, deux paysans hauts bretons, stoïques et discutant entre eux. Cette juxtaposition de l'irrationnel associé à la basse Bretagne et du rationnel associé à la haute-Bretagne n'est peut-être qu'un hasard mais peut dénoter une certaine condescendance pour la basse-Bretagne, qui à l'époque était politiquement acceptable par tous (?).

Au-delà de ces remarques, on note que la démarche d'associer la langue bretonne à la promotion d'un produit qui n'est pas lié à la culture bretonne (au sens « culturel » du terme et non agricole !), n'est pas une innovation récente.

Pour prendre un exemple plus récent, on peut voir ci-après, l'utilisation exclusive de la langue bretonne sur une publicité pour un cabinet d'expertise comptable localisé à Brest, Pacé (35) et Mont-saint-Aignant (44).

The advertisement for Exco Bretagne features a central graphic with a globe background. The word 'Exco' is written in a large, serif font at the top left. Below it, the website 'www.exco.fr' is written vertically. The main content is organized into four colored columns: orange, pink, blue, and green. Each column contains Breton text and a service name in French. The orange column has 'Hoc'h araokadennoù eo hon arbenn-bezañ' and 'Prizachañ ar c'hontoù'. The pink column has 'Nevezadenniñ evit ho kuzuliañ gwelloc'h' and 'Koskor'. The blue column has 'Tost deoc'h evit mont war-raok a-gevret ganeoc'h' and 'Aodit Gwir & Telloù'. The green column has 'En ho kichen pa gasit hoc'h embregerezh en-dro' and 'Kuzuliañ'. A colorful starburst logo is on the right. At the bottom, contact information for three locations is provided: Brest, Pacé, and Mont-Saint-Aignant. The logo for 'Kreston International' is on the right side.

Exco Bretagne

18, straed Jean Jaurès
Brest
Tél: 02 98 31 98 31

3, balli ar Grande Egalonne
Pacé
Tél: 02 56 35 56 35
exco-bretagne@exco.fr

4, straed Linus Carl Pauling
Mont-Saint-Aignant
Tél: 02 32 80 87 80

Kreston International

Figure 149: Communication normalisatrice au XXIe siècle. Source : internet.

Cette publicité concerne une entreprise de services en comptabilité et finance. Les services proposés sont totalement banalisés en ce qui concerne leur destination. Le design et les

couleurs utilisées pour la publicité ne rappellent en rien la Bretagne, seule la langue est le signe distinctif qui fait que cette publicité est différente des autres. La langue minoritaire utilisée porte en elle une charge symbolique, ainsi qu'une charge informative pour ceux qui connaissent la langue bretonne. On peut donc assimiler cette publicité à l'ultime situation d'une langue normalisée dans la société, si toutes les entreprises communiquaient de cette manière.

En annexe³⁴⁷ figurent d'autres exemples de supports écrits, élaborés entre 2014 et 2016 et qui s'inscrivent dans le cadre d'une communication normalisatrice de la langue bretonne.

- L'invitation à la célébration des 20 ans de la société Anaximandre, société spécialisée dans la création de sites internet, l'édition de logiciel et la création d'animations scientifiques.
- Les sachets proposés par la boulangerie « Canévet » de Saint Thégonec.
- A cette liste s'ajoutent les publicités en breton principalement présentes dans les médias de langue bretonne³⁴⁸.

c. La communication dissonante

Il existe des cas de communication dissonante qui ont été réalisés à dessein et qui ont obtenu un succès certain. Malheureusement, toutes les initiatives visant à intégrer la langue bretonne ne sont pas heureuses. L'origine de ces exemples malheureux trouve sa source dans un traitement inadéquat de la langue, par ignorance ou par négligence et par inélégance dans tous les cas. Les quelques exemples illustrés ci-après rentrent tous dans un processus économique de « marchandisation » dissonante de la langue bretonne. Pour illustrer ce propos, nous avons l'exemple récent d'un guide sur la langue bretonne, truffé d'erreurs de traductions et d'erreurs grammaticales en tout genre.³⁴⁹

³⁴⁷ Annexe 94 : Exemples de communication en langue bretonne sur supports écrits.

³⁴⁸ Annexe 95 : Publicités en breton pour des produits indépendants de la culture bretonne. (source : « Produit en Bretagne » Malo Bouëssel du Bourg)

³⁴⁹ Le breton dans votre poche éditions Larousse 2014 <https://www.francebleu.fr/infos/societe/exclu-dico-en-breton-truffe-de-fautes-la-reponse-de-larousse-1423060524>. Site visualisé le 17 avril 2016

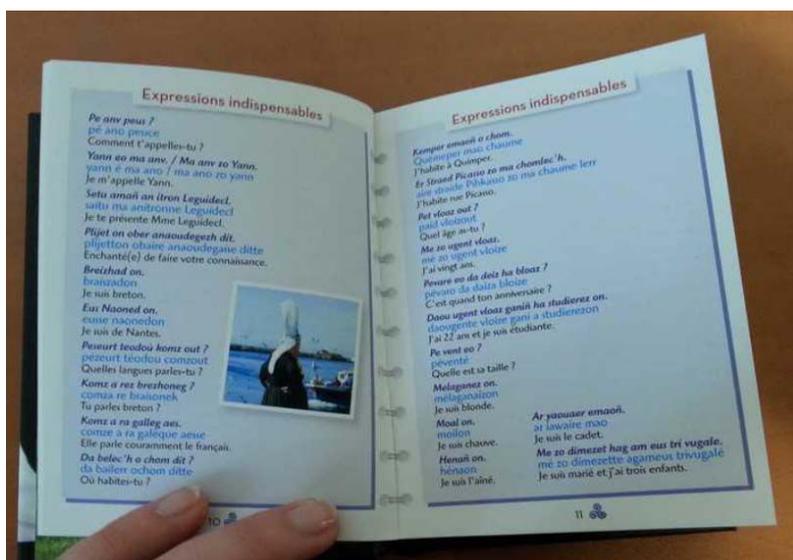


Figure 150: Communication dissonante sur un lexique (XXI^e siècle). Source : Site France bleu Breizh-Izel³⁵⁰.

Pour illustrer ce florilège d'erreurs, nous pouvons extraire les phrases suivantes :

« Plijet on ober anaoudegezh dit* » qui se traduirait par « Je suis content de te faire connaissance* » et qui s'écrit correctement de la manière suivante : « Plijet on oc'h ober anaoudegezh ganit » (Je suis content de faire ta connaissance). « Peseurt teodoù komz out ?* » (pas de traduction possible) qui s'écrit plus correctement de la manière suivante : « Peseurt yezhoù a vez komzet ganit ? » (Quelles langues parles-tu ?). Depuis la maison d'édition a fait amende honorable et a assuré qu'elle allait rééditer son guide après en avoir fait valider les traductions. Cette situation n'en reste pas moins une utilisation dissonante de la langue bretonne, surtout pour un guide de langue bretonne, alors que la place de cet exemple aurait dû se situer parmi les utilisations harmonieuses de la langue bretonne.

D'autres exemples existent et le suivant illustre une méconnaissance de la langue sur un article qui aurait pu être classé parmi les exemples d'utilisation de la langue dans une perspective normalisatrice. Il s'agit de chaussettes vendues dans une grande surface en Bretagne et produites par une société vannetaise « Celtitudes »³⁵¹.

³⁵⁰ <https://www.francebleu.fr/infos/economie-social/exclu-dico-de-breton-de-larousse-truffe-de-fautes-le-mea-culpa-de-l-auteur-1423488421> livre édité par Larousse Photo extraite du site internet FBBI visualisé le 24 04 2016.

³⁵¹ <http://www.celtitudes.fr/fr/9-accessoires-bretons> magasin en ligne de la société Celtitudes. Site visualisé le 24 04 2016



Figure 151: Communication dissonante sur des soquettes. Source personnelle : photo réalisée le 16 05 2015.

Il s'agit d'une paire de chaussettes, décorées avec une hermine bretonne et une inscription « Madoue Benigette* » dont l'écriture correcte est « Ma Doue Beniget » qui se traduit par « Mon Dieu Bénit » mais qui en l'espèce est une expression classique et toujours d'actualité, dont le sens religieux s'est perdu. Cette expression s'utilise dans les circonstances de grandes surprises. Le concept d'un vêtement dont la décoration est en harmonie avec une écriture dans une langue minoritaire qui fait sens, aurait dû placer cet article parmi les objets normalisateurs de la langue, si la transcription en breton s'était élevée au-dessus de la simple transcription phonétique. Notons que sur le site de l'entreprise, le nom de l'article est correctement orthographié.

2. Une offre contrastée pour des besoins diversifiés

Dans la catégorie de l'utilisation de la langue bretonne dans le monde économique, il existe une offre très variable en termes de qualité et les exemples précédents en sont les illustrations. Nous avons évoqué comment les mécanismes de l'économie arrivent à se saisir de la rareté, pour la transformer et la rendre accessible à un nombre aussi important que possible de clients potentiels. Nous avons vu comment la transmission de la musique et du chant traditionnel en langue minoritaire se transforme en « nouveaux » chants traditionnels de génération en génération. Cette adaptation au fil du temps est un phénomène bien toléré, tant que l'interprète se conforme à une certaine image. L'association de la tradition et de l'économie dans ce qu'elle a de mercantile et de superficiel apporte un contraste parfois violent et insupportable aux yeux de certains. Il en est de même dans l'offre de produits. Il existe une offre de produits perçus comme étant de qualité, authentiques et originaux, qui jouxte une

offre principalement mercantile perçue comme étant de piètre qualité et qui se révèle parfois par une orthographe approximative. Cette offre est caractérisée par une utilisation de canaux de distribution qui éloigne le producteur du consommateur. Même s'il faut se garder de généraliser, la charge d'authenticité et de créativité véhiculée par une création destinée à être vendue varie grandement d'un objet à l'autre. L'utilisation des mots d'une langue minoritaire, à bon escient, sur des objets, permet de renforcer la perception de son caractère unique et authentique quant à son origine géographique. Nous pouvons illustrer ceci par deux exemples qui mettent bien en évidence les contrastes : il y a d'une part un objet artisanal en or³⁵², son design épuré comportant une inscription en breton : « Da Viken » (Pour toujours). L'ensemble positionne le produit sur un niveau d'esthétique et de produit haut de gamme exclusif. De l'autre côté, nous trouvons deux tasses³⁵³ rassemblées dans un même emballage présentoir. Ces deux tasses satisfont le besoin de contenir une boisson mais elles revendiquent une identité par leur décoration et l'écriture « Breizh », sans véhiculer la notion d'exclusivité de l'anneau. Dans les deux cas, la langue est un marqueur identitaire qui donne un sens à la décision d'achat. Ces deux objets sans inscription graphique (anneau simple et tasses blanches) n'auraient pas le même attrait pour les acheteurs potentiels.



Figure 152: Utilisation du breton sur des objets. Sources : soc. Kelt et Comptoir du château à Nantes.

D'une manière similaire, les deux images suivantes illustrent deux pièces réalisées en textile. Les deux portent des inscriptions en langue bretonne mais la perception de ces deux éléments n'est pas la même. D'un côté, on a affaire à une œuvre d'art³⁵⁴ et de l'autre à un objet de consommation courante³⁵⁵ dans lequel le degré de créativité est différent, pourtant, les deux objets portent une charge identitaire revendiquée, à l'aide de leur design et de mots en langue bretonne.

³⁵² http://www.bijoux-kelt.com/KELT_bijoux_bretons_bijoux_celtes_alliance_celte_02.html magasin de vente de bijoux bretons ; Site visualisé le 24 04 2016.

³⁵³ <http://www.comptoirduchateau.fr/pr58127/duo-mugs-breizh-cuilleres> magasin de souvenirs bretons à Nantes. Site visualisé le 24 04 2016

³⁵⁴ <http://monfinistere.over-blog.com/tag/belles%20trouvailles/4> blog personnel d'une journaliste. Site visualisé le 24 04 2016

³⁵⁵ Photographie personnelle réalisée au magasin Décathlon de Quimper rayon vélo, le 24 04 2013



Figure 153: Le breton sur supports textiles. Sources : Blog sur les beautés du Finistère et photographie personnelle.

Les deux utilisations de la langue bretonne ne s'opposent pas mais illustrent des cas d'emplois différents. Ces deux utilisations ont un point commun dans l'utilisation d'une langue minoritaire mais répondent à des demandes différentes de clients potentiels.



Figure 154: La diffusion de la langue bretonne dans la sphère économique, 2 vecteurs différents.

Le contraste entre ces deux photos est saisissant. L'une présente un atelier de création de bijoux basé à Quimper : l'atelier Toulhoat³⁵⁶, du nom de son créateur et l'autre représente une boutique de vente de souvenirs bretons³⁵⁷, durant le festival interceltique de Lorient. Ces deux entités économiques œuvrent dans la diffusion de l'identité bretonne mais avec des concepts

³⁵⁶ Ouest France édition de Quimper du 14 mai 2012

³⁵⁷ Photo d'une échoppe, prise le 9 août 2014 durant le Festival Interceltique de Lorient.

et des moyens différents. Ces deux situations ne s'opposent pas nécessairement, elles répondent simplement à des besoins différents.

Ces trois exemples présentent à la fois des similitudes et des différences.

Les similitudes sont nombreuses :

- Les entreprises qui œuvrent pour la confection de ces objets sont toutes baignées dans un environnement économique qui comporte les mêmes contraintes de rentabilité pour s'inscrire dans le temps.
- Les objets comportent tous une charge identitaire bien identifiable par leur design et leur décoration.
- Tous ces objets comportent une composante identitaire revendiquée, matérialisée par la mise en évidence de la langue bretonne.

Les différences sont pourtant importantes car pour chaque cas on trouve d'un côté une charge artistique et artisanale importante avec tout ce qui va avec : qualité, rareté, exclusivité. Par contraste, de l'autre côté, on trouve des objets de « grande consommation », créés à partir d'une source d'inspiration traditionnelle et vecteur d'identité bretonne par la langue minoritaire. Suivant un processus déjà expliqué, le marketing, comme une sorte de radar des entités économiques, identifie une clientèle cible, se saisit de quelques éléments susceptibles de répondre à un besoin identifié et généralise la production et la distribution pour en faire un produit d'un niveau de qualité adapté, accessible au plus grand nombre. L'une des questions qui se pose est de savoir qui, de la langue ou de l'économie, peut espérer tirer profit de qui ?

On peut commencer par reconnaître qu'il existe aujourd'hui, de l'œuvre artistique au produit générique banalisé, tout un gradient de propositions de produits identitaires dont la langue bretonne est l'un des éléments d'identification. Aux extrémités du spectre des propositions, on trouve d'un côté l'objet d'art unique et exclusif et de l'autre le produit injecté en matière plastique, dans un pays potentiellement très éloigné du terroir dont le produit se veut la représentation. La reproduction du produit peut être réalisée en plusieurs milliers d'exemplaires. On peut aussi admettre que si cette offre variable existe, c'est que chacune répond à une demande, sinon, l'offre n'existerait pas. Nous pouvons aussi reconnaître deux groupes assez éloignés l'un de l'autre, qui sont d'une part l'artisanat la culture et la tradition et d'autre part l'économie d'échelle, qui recherche le plus grand nombre de clients possible, la généralisation (quitte à simplifier les messages) et la grande diffusion. Dans leurs extrémités, ces deux sphères sont assez étanches l'une par rapport à l'autre, les terrains de chacun sont assez dissemblables, pourtant les deux perdurent dans le temps sur le même registre identitaire. Cette coexistence est donc le signe d'une complémentarité de l'offre et non d'une

opposition. Les systèmes artisanaux et artistiques entretiennent une tradition qui trouve ses racines dans une approche historique et créative de la culture, ce qui en fait son exclusivité. Cette exclusivité est repérée par les services marketing de structures plus importantes qui « pillent » le travail des artisans et des artistes et le simplifient parfois jusqu'à la caricature pour en faire des objets « culturellement » et financièrement abordables par le plus grand nombre possible de clients potentiels, repérés comme « cibles ». Ensuite en bénéficiant de l'effet d'échelle, les systèmes économiques fabriquent et distribuent le produit qu'ils ont recréé et si le travail amont a été mené à bien, ils sont susceptibles de tirer des profits jusqu'à ce que le produit, banalisé ou passé de mode, ne se vende plus. A nouveau, cette situation va attiser l'appétit des services marketing qui se remettent en quête de nouveautés sur de nouvelles « cibles » et l'histoire recommence. Pour vivre, le système a besoin de créateurs et d'artistes. Sans eux ce système ne peut perdurer, même si le cas particulier d'un artiste n'émeut sans doute pas beaucoup les « découvreurs » de nouveaux produits et services. D'une manière symétrique, l'artiste et l'artisan doivent répondre à certaines caractéristiques pour pouvoir continuer à vivre de leur art, dans leur environnement. Pour ne pas risquer de se faire happer par une certaine atonie, il faut sans cesse qu'ils innovent et qu'ils créent, tout en continuant à cultiver leurs connaissances. En cela, ils sont soumis aux mêmes cycles de vie des produits que ceux issus de la production de masse. Nous sommes en présence de deux systèmes différents, soumis aux mêmes règles générales mais qui ont une finalité différente quant à leur production. En allant un peu plus loin dans l'analyse, on peut dire que les deux systèmes se complètent et ont besoin l'un de l'autre pour être performants. La distribution à grande échelle est un outil de diffusion de la connaissance d'un art et d'une culture, même si ces derniers sont adaptés et transformés. Les distributeurs vendent des « sous-produits » culturels (sans que cela ne soit nécessairement péjoratif), qui permettent une accessibilité plus généralisée. Sur le nombre d'individus touchés par ces sous-produits, il en est nécessairement qui chercheront à enlever le travestissement généré par des impératifs économiques pour en découvrir les sources d'inspiration. De ce fait, à condition que la culture de masse n'étouffe pas les créateurs de la « future » tradition (ce qui n'a aucune raison de se produire), on peut imaginer que ces deux sphères puissent tirer profit l'une de l'autre sans pour autant qu'il n'y ait d'interactions négatives entre les deux. Chaque sphère peut consciemment ou inconsciemment servir l'autre sans que cela ne leur enlève quoi que ce soit à l'une comme à l'autre. Bien au contraire, on peut imaginer un échange qui permet d'un côté aux tenants de l'économie de dégager un profit grâce aux sous-produits qui sont dérivés de l'art et la culture des artistes et ainsi participer à la vie de la société. D'un autre côté, les artistes et artisans

peuvent développer leur renommée, grâce à la distribution à large échelle, de produits dérivés et inspirés de leur art, comme « produits d'appel ». C'est en quelque sorte le marché que propose l'association « Produit en Bretagne » aux artistes bretons. La sélection d'une musique bretonne adaptée aux goûts du moment mènera une partie des auditeurs sur un chemin plus empreint de traditions et de recherche, même si cela n'en concerne qu'une infime partie. Que l'artiste dont la production recèle un potentiel de grande diffusion soit sélectionné ou pas, finalement pour lui, les retombées sont soit neutres auquel cas il n'a rien perdu en n'étant pas sélectionné, soit positives s'il est lauréat. Travailler de cette manière n'est pas un risque, juste une possibilité d'accroître une notoriété, sans attenter à la qualité artistique de sa production. Objets de tradition et objets de grande diffusion ne s'opposent pas nécessairement, ils peuvent trouver un équilibre bénéfique dans une offre de produits différenciée et graduelle. Il en va de même pour les clients qui peuvent être si différents, qu'ils ne se croisent jamais mais tous trouvent la satisfaction de leurs besoins dans l'offre qui leur est faite. Il est vain d'opposer économie et tradition car leurs situations respectives ne s'inscrivent pas dans la même équation simplificatrice du type : ennemi ou allié. Les deux propositions sont dans des sphères assez hermétiques les unes par rapport aux autres mais qui peuvent se supporter (dans le sens d'apporter un support) mutuellement, soit dans le cadre d'un échange (qui peut être contractuel, un contrat entre un designer et une entreprise), soit dans le cadre d'une symbiose « gratuite ». Cela peut se faire, sans que le travail des uns et des autres ne soit affecté par l'autre partie : les économies vont tenter de vendre et de générer du profit, les artistes et artisans vont continuer à s'inspirer de leurs traditions pour s'épanouir pour inventer les traditions de demain mais aussi vivre de leur art. Les clients potentiels quant à eux vont continuer à acheter ce qui leur plaît en fonction de leurs attentes et de fait structurer le marché.

3. Bilan sur l'objet

Les objets sont des vecteurs d'établissement d'un environnement favorable à une langue minoritaire. Une utilisation professionnelle d'une langue minoritaire peut se ranger en trois possibilités de classement : la communication harmonieuse, qui prétend à une cohérence parfaite entre l'objet, sa destination et la langue minoritaire, la communication normalisatrice, qui correspond à l'utilisation de la langue minoritaire sur des produits d'utilisation courante qui ne sont pas nécessairement liés au terroir de la langue minoritaire. Dans ce cas, l'objet diffusé participe à la normalisation de la langue minoritaire et enfin, il y a la communication dissonante, qui résulte d'une utilisation décalée de la langue minoritaire. Elle peut être maîtrisée et devenir un levier d'attraction efficace mais le plus souvent elle est le résultat

d'une utilisation erronée de la langue minoritaire, ce dernier cas peut-être préjudiciable à l'image de l'entreprise.

L'objet identitaire grâce en particulier à la langue inscrite dessus, donne à un objet un positionnement différent indépendamment du registre de l'objet considéré. Le spectre des propositions peut aller de l'œuvre d'artiste, au souvenir humoristique de faible coût distribué en très grande quantité pour un prix modique. Il n'y a pas à apprécier ou déprécier d'une manière intrinsèque ces vecteurs qui peuvent porter la langue minoritaire car ce sont les clients et leurs demandes, qui détiennent le pouvoir de structurer l'offre et non l'inverse. Il faut considérer que ces objets divers rentrent dans le cadre d'un échange, qui s'il n'existe pas (ou plus), fait disparaître l'offre d'elle-même. Enfin, il existe un phénomène de symbiose entre différents points du spectre des utilisations possibles de la langue bretonne dans l'économie.

e) Moyen de communication vernaculaire

La troisième utilisation possible d'une langue majoritaire dans la sphère économique est de l'utiliser comme langue vernaculaire. C'est la mise en pratique de l'utilisation de la langue minoritaire dans un nombre maximum de compartiments de la vie quotidienne de l'entreprise. Une telle démarche met en relief un certain nombre de conséquences qui seront détaillées dans la partie consacrée à l'expérience dans l'entreprise Askorn Medical. Nous abordons ici quelques points de base :

i. Etre au moins deux

Aussi basique que puisse être cette remarque, pour communiquer il est préférable d'être deux. Cette assertion paraît évidente mais reflète une réalité qui n'est pas toujours facile à atteindre dans le monde de l'économie en raison de la faiblesse numérique et qualitative de la population de locuteurs disponibles capables d'une utilisation autonome de la langue minoritaire dans un contexte professionnel. Le dénombrement de la population de personnes aptes à une utilisation de la langue bretonne d'une manière autonome a été abordé en première partie de ce travail. Pour peu que l'entreprise œuvre dans un domaine relativement spécialisé, nécessitant des compétences plutôt rares, le fait de parvenir à un effectif de deux personnes pouvant développer entre elles des interactions professionnelles dans une langue minoritaire est loin d'être simple.

ii. L'insécurité linguistique

Un autre aspect induit par la mise en place d'une langue minoritaire dans l'entreprise est l'incertitude créée par l'introduction de nouveaux mots et d'une nouvelle langue dans un contexte précis. Cette incertitude est liée au niveau de maîtrise de la langue minoritaire par les locuteurs, elle est aussi liée à l'introduction de nouveaux mots qui doivent revêtir le même sens pour tous les locuteurs de la langue minoritaire, sous peine d'être à l'origine de mauvaises compréhensions ou interprétations qui peuvent être préjudiciables à la bonne marche de l'entreprise. Il est donc nécessaire de prendre le temps de définir un lexique précis et approprié et de progresser d'une manière planifiée, pour l'introduction progressive de la langue minoritaire dans différents compartiments de la vie en entreprise. Le manque de mots adaptés à un secteur d'activité précis requiert donc l'établissement d'un thésaurus commun de mots ou d'expressions. Cela nécessite une validation du sens des nouveaux mots adoptés.

Il est toujours possible de recourir à la périphrase pour désigner une chose, une action ou un concept mais comme examiné dans la première partie, cela ne permet pas une productivité normale de l'expression. Dans un premier temps, recourir à la périphrase permet de sécuriser le sens des mots ou de l'expression, ce qui est un passage nécessaire mais qui ne peut perdurer. Cette période est transitoire mais demande à être réalisée d'une manière systématique et méticuleuse pour le succès de la démarche. En effet, un incident, qui peut être plus ou moins important, engendré par l'utilisation d'une langue minoritaire est un sérieux obstacle à la continuation de la démarche. Il est entendu que si le choix d'utiliser la langue minoritaire est fait, il est important de l'utiliser avec au moins la même efficacité et efficacité que dans le cas de l'utilisation de la langue majoritaire.

iii. Développer le bilinguisme

Développer un bilinguisme de type langue majoritaire / langue minoritaire dans la sphère économique implique un certain travail de préparation :

- Identifier des acteurs de l'entreprise qui acceptent de participer à ce projet
- Allouer du temps au projet dans sa phase initiale.
- Etre patient car un processus de ce type demande à être accepté par tous les salariés mais tous n'ont pas la même capacité à accepter un tel projet.
- Etre pédagogue pour accompagner et expliquer le changement.

Pour être efficaces, les actions doivent se mettre en place progressivement et suivre une méthodologie. La méthode proposée par la charte « Ya d'ar Brezhoneg » constitue un

ensemble d'exemples qui en général se mettent en place relativement facilement dans l'entreprise, sans qu'elle ne requière d'investissements conséquents. La liste des exemples a déjà été couverte précédemment. Cependant, l'ensemble de ces actions à elles seules ne constituent pas une normalisation active de la langue bretonne dans l'entreprise. Cela crée un environnement favorable à la langue minoritaire mais pas la garantie de la présence de compétences linguistiques en interne dans l'entreprise. Elle ne garantit pas non plus une maîtrise autonome de la langue d'une manière habituelle dans l'entreprise. Cela peut constituer un malaise dû au décalage entre le message volontariste et la réalité de la situation, comme évoqué précédemment dans le chapitre sur la charte « Ya d'ar brezhoneg ». Quand l'environnement atteint un niveau d'harmonie avec le projet, le développement de l'utilisation de la langue minoritaire peut se faire en ciblant des secteurs précis de l'entreprise et dans lesquels on retrouve des volontaires pour l'expérience. Ensuite, il est possible d'étendre les secteurs de l'entreprise dans lesquels la langue minoritaire peut se développer d'une manière libre. Cela peut commencer par des actions qui laissent la possibilité aux uns et aux autres de choisir leur langue de préférence, sur des formulaires par exemple.

iv. La langue minoritaire et les autres

L'un des points les plus importants dans l'entreprise est de pouvoir communiquer et travailler avec l'ensemble des collaborateurs, quels qu'ils soient, quelles que soient leurs compétences linguistiques ou leurs capacités à assimiler de nouvelles langues. L'instrument le plus sensible pour évaluer l'impact de la normalisation d'une langue minoritaire dans une entreprise est de bien observer le comportement des non-locuteurs.

1. Dans l'entreprise

Dans la liste des objections à la langue bretonne dans l'entreprise, recensées par l'association « Produit en Bretagne », nous avons pu nous rendre compte combien la perception pouvait avoir un impact fort sur l'accueil et la réussite d'une opération de revitalisation linguistique dans une entreprise. L'expérience m'a conduit à observer que le positionnement des salariés non-locuteurs par rapport à la normalisation d'une langue minoritaire dans l'entreprise, peut se classer en deux groupes.

Il y a ceux qui sont au contact direct des locuteurs, ils vont relativement rapidement « capter » des mots de la langue minoritaire, parfois jouer avec et en saisir le sens. Ainsi, ils se constituent progressivement et à leur vitesse, un thésaurus de mots utiles et courants qu'ils sauront « replacer » à l'occasion d'une conversation dans la langue majoritaire. Cela peut

s'assimiler à une sorte d'apprentissage naturel de la langue minoritaire par une part de jeu. Il y a aussi un autre groupe de personnes, pour lequel l'apprentissage des langues a toujours été une épreuve difficile. Consciemment ou pas, ils vont identifier cette nouvelle langue comme une difficulté, ou un nouvel obstacle pour eux dans l'entreprise. Il n'est pas surprenant qu'ils essayent d'en proscrire l'utilisation, ou d'imaginer des effets négatifs. Je reviendrai sur cet aspect dans la troisième partie de ce travail. Ces réactions peuvent se comprendre dans la mesure où cela peut les mettre dans une situation d'inconfort voire de faiblesse par rapport à un mouvement d'ensemble. Ce groupe est celui qui nécessite le plus d'attention et de pédagogie.

2. A l'extérieur de l'entreprise

Pour les contacts extérieurs à l'entreprise : fournisseurs, clients, visiteurs... les réactions sont en général très modérées. Le fait de prendre conscience de l'existence d'une autre langue attire toujours une certaine curiosité plutôt bienveillante de la part des visiteurs. Dans une certaine logique, une fois la langue intégrée comme élément de l'entreprise, la signalétique intérieure bilingue n'en est qu'un prolongement naturel. On retrouve ici une notion d'harmonie globale décrite par Malo Bouëssel du Bourg, par rapport aux magasins qui proposent des produits « produits en Bretagne », au sein de magasins dont la signalétique est bilingue. La différence finit par devenir la normalité. Pour le cas des visiteurs, il me semble essentiel de pouvoir indiquer aux clients ou fournisseurs potentiels qu'il leur est possible de s'exprimer en breton au sein de l'établissement, même si le breton du visiteur ne lui permet pas d'être locuteur autonome sur tous les points de discussion. Pour les personnes qui se trouvent physiquement en dehors de l'entreprise, les contacts sont assurés par différents moyens. Les deux premiers d'entre eux sont le téléphone et les courriels. Dans la recherche d'une certaine harmonie linguistique, il est très simple de réaliser un message d'accueil téléphonique incluant une langue minoritaire. De même, la signature d'un courrier électronique peut se faire en utilisant plusieurs langues, sans qu'il n'en coûte un centime de plus à l'entreprise. Il est alors possible de faire rayonner la langue minoritaire aux quatre coins du monde, en fonction de ses contacts professionnels. Autre point qui ne passe pas inaperçu : le règlement des fournisseurs par chèques écrits en langue bretonne. Non seulement la personne est satisfaite de recevoir son règlement et cela la met (en règle générale dans de bonnes dispositions pour noter que le chèque est rédigé dans une langue minoritaire. Il est des cas où les personnes destinataires, ont une attitude suspicieuse principalement engendrée par l'environnement légal restrictif entourant les langues minoritaires de France et la crainte de

complications dues au chèque libellé en langue bretonne. Le point le plus délicat par rapport à l'utilisation d'une langue minoritaire dans le monde de l'entreprise est lié à l'approche française des langues minoritaires. Relayé depuis la petite enfance dans l'éducation nationale, ce qui est minoritaire est considéré comme non égalitaire et suspicieux d'être une atteinte à l'unité de la République et donc de la France.

5) Conclusion de la partie I

Le travail exposé dans ce paragraphe nous a permis de mettre une perspective temporelle sur le dynamisme engendré par l'économie dans notre monde productiviste. Mesurée sur une perspective millénaire, à l'aide du capteur qu'est le Produit Intérieur Brut (PIB), nous pouvons constater comment l'évolution de l'économie est un phénomène récent qui affecte les deux siècles passés. Depuis les années 1950, son évolution est brutale, en raison de son accélération. L'évolution récente de la croissance de l'Europe de l'Ouest est liée à la vitesse du traitement des données numériques et affecte principalement le secteur tertiaire. Cette évolution à la vitesse des ordinateurs est sans commune mesure avec l'évolution de tout ce qui a trait à l'humanité : moeurs, démographie, langues, coutumes... Une telle distorsion dans les vitesses d'évolution engendre des pertes sous forme de « laissés pour compte », parmi lesquels on trouve des hommes et des femmes mais aussi tout ce qui évolue aux vitesses « humaines » dont les langues. Pour des raisons variées liées aux capacités des hommes et aux coûts d'entretien des langues, elles ne peuvent s'adapter à la vitesse d'évolution des technologies. Les langues étant cependant indispensables pour communiquer, certaines comme les plus parlées dans le monde ont bénéficié d'un accompagnement grâce à des outils et des forces étatiques. Le déploiement de ces forces illustre le niveau des enjeux liés aux langues, qui dépasse la simple communication vernaculaire pour se situer sur des enjeux de pouvoirs, de voix au chapitre dans une communication mondialisée. D'autres langues n'ont pas eu les moyens de s'adapter à cette évolution. C'est le cas de la majorité des langues qui se sont trouvées minorisées et pour certaines sacrifiées pour des raisons économiques et parfois idéologiques, au détriment d'une diversité linguistique, facteur de transmission de la pensée et de sa diversité. L'évolution draconienne de l'économie a engendré une modification tout aussi drastique de notre environnement, en terme de répartition des emplois. D'une situation où les langues devenues minoritaires étaient parlées par une majorité de personnes principalement employées dans le secteur primaire ; en quelques décennies, ce secteur s'est peu à peu désertifié et selon le principe des vases communicants, ces emplois se sont retrouvés dans le

secteur tertiaire, qui emploie aujourd'hui plus de 85 % des français actifs. Parler d'une revitalisation linguistique ne peut donc pas être conçu comme une entreprise passéiste de remise "au goût du jour" de quelque chose qui existait avant mais une entreprise résolument tournée vers l'avenir qui comprend la création de nouveaux mots adaptés au nouvel environnement de la langue. En Bretagne, ce travail de « normation » de la langue est principalement réalisé par l'Office Public de la Langue Bretonne. Il n'enlève rien à tous les amoureux de la littérature bretonne plus ou moins ancienne. Il permet au contraire la « normalisation » de la langue et une continuité dans la formation de nouveaux lecteurs et de nouveaux auteurs adaptés au monde contemporain. Depuis le milieu du XIXe siècle, plusieurs associations, soit successivement soit en parallèle, se sont intéressées à la place de la langue bretonne dans l'économie. Ces sociétés étaient composées d'érudits, qui maîtrisaient plusieurs domaines aussi variés que l'économie, l'agronomie, les arts, la littérature, la langue bretonne... ils avaient un regard global et cultivé, sur la société et sur ses évolutions. Certains de ses érudits ont aussi une place dans l'économie locale, ils vont donc chacun à leur manière explorer les possibilités d'association de la culture bretonne dont fait partie la langue d'une part et de l'économie d'autre part. Ces initiatives n'auront aucun effet négatif sur leurs entreprises respectives, parfois leurs plans ne seront pas toujours couronnés du succès espéré mais cela est inhérent aux projets novateurs et à la vie d'une entreprise.

La Seconde Guerre mondiale impacte très sérieusement les initiatives dans le domaine de la place de la langue bretonne dans la sphère économique. Après la Seconde Guerre mondiale, la forte croissance et la productivité requises pour une reconstruction rapide des dégâts de la guerre vont imposer une spécialisation rapide des acteurs de chaque domaine. L'unité de vue va disparaître pour engendrer des sociétés de spécialistes qui ne maîtrisent pas toujours ce qui se passe dans des domaines contigus. A partir de ce moment on note le décrochage de certains domaines : d'un côté des secteurs productivistes, associés aux pouvoirs (économiques ou politiques) et d'autres domaines importants mais qui n'entrent pas dans la sphère de l'économie productiviste ce qui s'appelait à une certaine époque « les humanités ». Des organisations telles que le CELIB en Bretagne, sont des organes qui servent la promotion des intérêts économiques bretons, sans pour autant s'embarrasser de la langue et de la culture bretonne. Sans état d'âme, quand les intérêts défendus par le CELIB viennent porter ombrage aux stratégies parisiennes, celui-ci est rejeté comme un jouet inutile et il se délite complètement après quelques soubresauts de résistance. Dix ans après les mouvements sociaux de 1968 en réaction à un monde déséquilibré, entre la productivité et la puissance de l'économie d'un côté et la place de l'homme dans cet ensemble de l'autre, on voit les

premiers projets reliant l'économie et les langues minoritaires émerger. Ces projets sont l'œuvre d'individus comme Reun Allan et bien plus tard d'associations comme KEB (Klub Embregerezhioù Breizh) et PEB (Produit en Bretagne). Toutes les initiatives ne seront pas couronnées de succès mais elles sont à l'origine d'une prise de conscience qui donnera lieu à différentes publications. Les réflexions initiales seront en partie reprises dans les initiatives suivantes. L'initiative qui affiche un succès marqué dans l'association de la langue bretonne à l'économie est portée par l'association « Produit en Bretagne ». Paradoxalement, ses statuts ne mentionnent pas la langue bretonne mais les buts sont clairement définis, le projet est mené avec méthode par des professionnels qui croient et comptent vraiment sur leur projet. Ils y consacrent des ressources importantes, dont une équipe de personnes responsable du bon fonctionnement de l'ensemble. La langue bretonne n'est apparue que bien après la création de l'association, à l'initiative de quelques personnes dirigeantes de l'association. Deux canaux ont irrigué leur pensée créative : l'amour de certains membres pour la Bretagne et pour leur langue : le breton et le sentiment que ces atouts étaient importants pour porter une région et son économie. A partir de ces deux éléments, ils vont penser la place du breton comme outil au service de l'économie de la Bretagne. De cette réflexion, des initiatives concrètes sont mises en place et leurs effets sont jugés concluants en particulier par des mesures de notoriété menées ponctuellement. Par rapport à la langue bretonne, l'association « Produit en Bretagne » œuvre pour sa normalisation auprès de presque 400 membres, dans le but d'utiliser la langue bretonne au service du développement de leurs activités commerciales. La sensibilité aux langues et à la langue bretonne varient d'un responsable d'entreprise à un autre. On note que cette sensibilité est fortement affectée par des aspects psychologiques de positionnements personnels par rapport à la perception de la langue : le "qu'en-dira-t-on ?" des autres, dans l'entreprise ou à l'extérieur. Cela constitue le premier obstacle à l'utilisation du breton dans la sphère économique. Le deuxième obstacle est lié à la perception de l'utilité d'une langue minoritaire dans une société productiviste dans laquelle la rationalité de toute action se positionne par rapport à son rendement économique mesuré par des ratios financiers. Enfin, le troisième obstacle, qui n'apparaît vraiment que lorsque les deux autres ont été levés : la capacité à maîtriser la langue bretonne en interne au sein de l'entreprise. Ce dernier obstacle est complexe à surmonter car lorsque la langue n'est pas transmise d'une manière intergénérationnelle, la formation à la maîtrise autonome d'une langue est un investissement important en temps et en énergie personnelle. La maîtrise de la langue bretonne au sein de l'entité qui l'utilise est un point capital pour la flexibilité interne de la transmission d'informations en breton. C'est aussi un point capital qui permet à la promesse d'un

engagement de l'entreprise en faveur de la langue bretonne, de ne pas être un signe extérieur exogène incohérent avec sa réalité interne mais un signe d'harmonie entre la promesse du signe extérieur et la réalité de l'entreprise. Une action spécifique par rapport à chacun de ces trois obstacles serait de nature à lever les verrous de la normalisation de la langue bretonne dans la sphère économique. Les initiatives politiques et administratives en faveur des langues minoritaires sont très variables. L'Europe a une attitude proactive dans les études et les initiatives sur le sujet. Dans les pays où la politique linguistique est ouverte et considérée comme une richesse fédératrice, le respect des langues a une action de renforcement de la cohésion interne du pays. Malheureusement, l'impuissance de l'Europe sur les questions linguistiques se révèle face aux politiques linguistiques nationales. L'exemple de la France est emblématique, elle nie la notion de langue minoritaire dans ses frontières et justifie l'absence de mesures en faveur des langues minoritaires de France, par l'absurdité de toute action qui viendrait en faveur de ce qui "n'existe pas". Les deux outils principaux mis en France au service du génocide linguistique des langues minoritaires, sont d'une part les lois qui encadrent et contraignent son utilisation limitée à des sphères qui ne comportent pas d'enjeux sociétaux majeurs et d'autre part la limitation des ressources allouées, qui assurent un niveau qualitatif et quantitatif insuffisant de personnes formées par les systèmes d'éducation gérés par les services de l'Etat. La région Bretagne est le seul échelon politique qui œuvre en faveur des langues de Bretagne dont la langue bretonne. Le budget qui est alloué aux langues de Bretagne est significatif par rapport à celui de la Région mais il reste dérisoire par rapport à l'ampleur de la tâche et des destructions opérées par les politiques linguistiques génocidaires de l'Etat. Les actions de long terme de la Région en faveur de la langue bretonne se manifestent sous forme d'un Office Public de la Langue Bretonne, organe essentiel pour la "normation" de la langue, ainsi que par son soutien financier aux initiatives locales en faveur de la langue, dans différents domaines : audiovisuel, radio, théâtre, édition... Les autres structures administratives agissent peu sur la langue bretonne dans l'économie. Les départements encouragent et mènent des actions ponctuelles qui n'ont pas de permanence dans le temps. Certaines communes investissent d'une manière marquée et dans la durée, en faveur de la visibilité de la langue bretonne sur leur territoire.

Sur le terrain des entreprises, l'étude de trois corpus différents a permis de mesurer la sensibilité de la langue bretonne dans le monde de l'entreprise. L'étude d'un corpus de 100 responsables d'entreprises bretons montre qu'il existe une revendication importante de la Bretagne dans le choix des entrepreneurs bretons pour leur localisation géographique : 54 % des interviewés et 77 % de ceux qui ont un lien à la Bretagne qui remonte à l'enfance.

Spontanément, 8 % de l'échantillon global évoque la langue bretonne d'une manière ou d'une autre. Ces chiffres permettent de confirmer qu'à la date des interviews (2013), il existe un terrain favorable à la culture et à la langue bretonne dans la sphère économique de la région. Dans l'hypothèse d'une action spécifique en faveur de la langue bretonne dans les entreprises, l'hypothèse d'une écoute favorable dans 50 % des établissements et d'actions concrètes dans 8 % des cas est tout à fait envisageable. L'examen de deux corpus d'entreprises qui entreprennent volontairement des actions visibles en faveur de la langue bretonne permettent de caractériser ces entreprises : les signataires de la charte « Ya d'ar Brezhoneg », initiative de l'Office Public de la Langue Bretonne ainsi que les entreprises participant à la « Redadeg ». Après mise à jour de la base initiale des signataires de la charte « Ya d'ar Brezhoneg », le travail a porté sur un échantillon significatif de 628 entreprises classées en 21 familles d'activité et par département administratif. 103 entreprises proposent sur leur site internet, un contenu en breton, ce qui rassemble 16,4 % du total des entreprises signataires, ce qui est un nombre remarquable. Les éléments principaux que je retiens des études et des entretiens menés avec les responsables d'entreprise sont les suivants :

- Si l'on exclut les secteurs d'activité à faible population (dû à la taille des échantillons disponibles) on peut conclure qu'il n'y a pas de liens entre le secteur d'activité et le fait d'être signataire de la charte « Ya d'ar brezhoneg ». La langue bretonne dans la sphère économique n'est pas l'apanage de tel ou tel secteur d'activité mais bien un courant qui touche un certain pourcentage de l'ensemble des familles d'activité économique étudiées.
- On trouve une relation forte entre le nombre de locuteurs du département et le nombre d'entités signataires de la charte pour ces mêmes départements. Ceci est le cas pour tous les corpus étudiés : on retrouve une distribution géographique quasi identique de l'ensemble des corpus. Le fait de mettre en avant l'attachement à la langue bretonne est une fonction du nombre de locuteurs sur la zone géographique concernée mais pas une fonction du secteur d'activité considéré. De ce fait si l'on recherche l'efficacité des ressources investies pour la normalisation de la langue bretonne en Bretagne (B5), il faut s'attacher au nombre de locuteurs dans la zone géographique considérée et dans les secteurs d'activité qui représentent les plus forts volumes de signataires.
- L'utilisation d'internet pour extérioriser son attachement à la langue bretonne suit la même logique de distribution, par contre internet est plus utilisé par les secteurs d'activité où l'on retrouve les nombres d'entités les plus faibles.

Les secteurs qui se distinguent par leur fort taux de pénétration de la langue bretonne sur leurs sites internet sont les organismes de formation à la langue bretonne et les médias. Ceux qui se placent à l'autre extrémité du spectre avec peu de contenu en langue bretonne (et qui représentent le potentiel de conversion le plus élevé) sont les hôtels, les librairies, les magasins, les entreprises en général et dans une moindre mesure les bars et restaurants car ils sont faiblement équipés de site internet.

Le dernier point que je retiens par rapport à la charte « Ya d'ar brezhoneg » est le déficit d'animation du groupe de signataires, qui me semble contenir en lui-même un potentiel important et demandeurs d'une mise en réseau afin que puissent se retrouver des personnes actives dans la sphère économique et partageant le même intérêt pour la langue bretonne. Sur un registre un peu différent, la « Redadeg », course de relais qui a lieu tous les deux ans en Bretagne (B5) pour le soutien à la langue bretonne, confirme dans les grandes lignes tous les points qui ont été évoqués pour les signataires de la charte « Ya d'ar Brezhoneg ». Cette course de relais non compétitive a pour objectif de collecter des fonds utilisés pour le financement des écoles Diwan et des projets destinés à encourager la pratique de la langue bretonne. Par rapport à la signature volontaire de la charte « Ya d'ar brezhoneg » la participation à la Redadeg implique une contribution financière de l'entreprise. Pour cela, la Redadeg en tant qu'association, s'est adaptée en se plaçant dans la logique de l'échange, ce qui est le mode de fonctionnement habituel des entreprises par opposition à la logique du don, qui est la logique habituelle des mouvements associatifs. La Redadeg est une formule qui fonctionne et qui lors de la dernière édition a collecté plus de 200 000€. Grâce à ces fonds, l'association pourrait évoluer vers le financement de projets ambitieux et mettre en place une approche structurée pour la gestion des entreprises participantes, leur démarchage... Une réflexion et un plan d'actions spécifiques sur les propositions qu'il serait possible de formuler dans le cadre d'un échange économique et aussi sociétal pour le développement des entreprises bretonnes impliquées dans la promotion du breton, serait un axe de développement favorisant la normalisation visible de la langue bretonne dans la sphère économique de proximité. Les entretiens avec les responsables d'entreprise que j'ai rencontrés m'ont permis de mieux comprendre les attentes des personnes qui participent à la Redadeg et de me rendre compte de l'étendue de l'expérience de ceux qui ont souhaité normaliser la langue bretonne dans le cadre de leur entreprise ou de leurs activités professionnelles. L'échantillon de participants à la Redadeg a confirmé les conclusions précédentes quant à la répartition des participants sur l'ensemble des secteurs d'activité. Les deux éléments qui motivent les

participants ne sont pas exclusifs l'un de l'autre. Il s'agit d'un attachement sentimental à la langue et d'une volonté de contribuer financièrement à son développement dans le cadre d'un échange : une somme d'argent en échange d'un service qui peut être la parution du nom de l'entreprise sur un site internet ou sur tout autre support. Cette notion d'échange permet au participant de rester sur le terrain habituel et familier du monde économique, y compris vis-à-vis de son personnel. Dans le cadre des initiatives en faveur de la langue bretonne, j'ai été amené à étudier un quatrième échantillon émanant d'une initiative professionnelle : les membres de l'association « Produit en Bretagne ». Cet échantillon étudié est composé de responsables d'entreprises concrètement impliqués dans la normalisation de la langue bretonne dans leur entreprise.

Les points principaux à retenir sont les suivants :

- L'initiative d'une politique de normalisation d'une langue minoritaire dans une entreprise revient toujours au responsable de l'entreprise, dans la totalité des cas étudiés.
- A ce jour, on peut confirmer que ce type d'action en vraie grandeur dans les entreprises reste expérimental et requiert un esprit militant pour celui qui mène l'expérience.
- L'utilisation vernaculaire normalisée d'une langue minoritaire ne signifie pas qu'elle est la seule langue utilisée dans l'entreprise mais qu'au moins deux acteurs de l'entreprise l'utilisent pour leur communication interpersonnelle sur tous les compartiments de la vie de l'entreprise et sur tout support (communication orale et écrite).
- C'est une décision qui implique tous les acteurs de l'entité : internes (salariés) et externes (fournisseurs de produits et services ainsi que les clients). Ce qui implique la recherche d'une cohérence d'ensemble pour l'initiative.
- L'un des points importants dans notre monde productiviste est de pouvoir démontrer l'utilité de la démarche en des termes qui ne sont pas nécessairement comptables.
- L'utilisation de la langue bretonne dans l'entreprise peut poursuivre différents buts qui ne sont pas exclusifs les uns par rapport aux autres mais plutôt progressifs et additifs. Les deux bornes du spectre sont l'utilisation de la langue minoritaire

comme symbole et l'utilisation de la langue minoritaire comme langue vernaculaire d'autre part.

- Pour être fructueux, le recrutement spécifique de candidats bilingues requiert le respect d'un certain nombre de règles :
 - Par rapport à la recherche de candidats pour un poste de travail, il ne faut pas attendre la participation de « Pôle emploi » qui refuse de prendre en compte les offres pour lesquelles la langue bretonne est demandée.
 - Prévoir un temps de recrutement plus long que pour les candidats ne parlant pas la langue minoritaire pour pallier la rareté des candidats formés à la langue minoritaire.
 - Toujours privilégier la compétence métier par rapport à la compétence linguistique. Ceci est particulièrement vrai pour les postes qui nécessitent des compétences pointues et longues à acquérir. Il en va de la bonne marche de l'entreprise.
- La formation des brittophones est longue et bien souvent n'est pas dans le domaine de compétence de l'entreprise. Des rappels ou une initiation à la langue peuvent être mis en place dans l'entreprise, si les compétences pour le faire existent dans l'entreprise mais cela doit se faire dans le respect des autres salariés et de leur travail.
- Il existe beaucoup de responsables d'entreprises qui n'hésitent pas à extérioriser spontanément leur intérêt pour leur environnement géographique et culturel (plus de 50 %) et linguistique (8 %). Sans en faire nécessairement des militants, le secteur manque d'un réseau qui soit animé et ouvert au plus grand nombre, sans condition d'accès exclusive et stricte quant à leurs activités, si ce n'est leur intérêt pour la langue bretonne dans la sphère économique.

L'utilisation d'une langue minoritaire dans le monde de l'économie est multiforme :

- Sujet d'intérêt et d'études
- Matière pour la formation
- Elle peut être un moyen de différenciation :
 - harmonieuse quand il y a parfaite adéquation entre la langue minoritaire d'une part et le service ou le produit d'autre part.

- de normalisation quand la langue minoritaire est utilisée pour des éléments qui ne sont pas liés à la culture ou à la langue minoritaire.
 - dissonante pour le cas où la technique de communication est décalée. Si le décalage n'est pas maîtrisé, le résultat obtenu peut s'avérer contraire à l'effet escompté et desservir l'entreprise.
- Une compétence autonome de la langue en interne dans l'entreprise est capitale pour la crédibilité de la démarche.
 - L'utilisation de la langue minoritaire dans certains compartiments de l'entreprise, même partagée avec la langue majoritaire, constitue déjà une première forme de normalisation.
 - C'est une démarche qui se doit d'être progressive, qui demande du temps et de la planification, en fonction des aptitudes des personnes présentes dans l'entreprise.
 - Une telle initiative, bien menée permet de donner une image spécifique et identifiable à l'entreprise ce qui est un élément d'identification pour les acteurs extérieurs à l'entité et un élément fédérateur pour les salariés.

Partie III

Expérimentation :

L'entreprise Askorn-Medical

1) La genèse d'une démarche

Après une carrière professionnelle plutôt internationale, en 2006, pour des raisons essentiellement personnelles, j'ai choisi de créer une entreprise dans mon domaine d'expérience : la conception de prothèses articulaires implantables et d'instruments dédiés à la chirurgie orthopédique. Il va sans dire que ce domaine est totalement étranger et indépendant de la Bretagne ou de sa culture. Ce travail consiste à développer des produits qui sont essentiellement à destination de l'Europe de l'Ouest et des Etats-Unis. Par rapport à cette volonté de créer une entreprise, la première question qui s'est posée était de savoir où installer l'entreprise. Il était pour moi évident que cela serait en Bretagne, une terre que je n'avais jamais vraiment quittée et où je me sens en harmonie avec ma culture et mes racines.

La Bretagne est étendue. Entre un choix de cœur à l'extrémité ouest de la Bretagne et un choix de raison à l'est de la Bretagne, j'ai choisi la raison, par rapport à l'éloignement des clients, qui sont principalement localisés à l'étranger. La principale justification de la décision était essentiellement financière car la création d'entreprises nécessite des ressources personnelles limitées. Avec une localisation sur la Bretagne de l'Ouest, en raison d'un abandon de la politique d'aménagement raisonnée du territoire, chaque déplacement impliquait au minimum une nuit d'hôtel à Paris ou de prendre un avion à Quimper, aéroport dont la fiabilité des départs et arrivées n'est pas la principale qualité.

La création d'une entreprise pousse à l'introspection afin de tenter de faire un bilan objectif des forces (et des faiblesses) que l'on a pour mener à bien ce projet. Dans cet inventaire, figurait la langue bretonne. L'ayant reçue en héritage familial, j'ai pris le parti de la

considérer comme un élément pouvant contribuer positivement à ce que je pouvais apporter à l'entreprise. Pendant quelque temps, je me suis interrogé sur la manière dont je pouvais l'utiliser sachant encore une fois que mon activité n'a rien de commun avec la culture bretonne. Ma décision prise, c'est à partir de ce moment que j'ai entamé une démarche de normalisation de la langue bretonne dans l'entreprise. J'ai choisi de retracer cette démarche car au-delà d'évoquer la normalisation d'une langue minoritaire dans l'entreprise, j'ai pu l'expérimenter personnellement, en vrai grandeur en utilisant l'entreprise comme un laboratoire d'expérimentations, tout en étant attentif aux situations sociologiques engendrées par cette démarche. Cette phase expérimentale m'a permis de valider ou d'infirmier les théories sur la revitalisation d'une langue minoritaire dans une entreprise, sur différents points qui ont été évoqués tout au long de ce travail. La finalité d'une entreprise n'étant pas d'être un laboratoire expérimental, j'ai donc mené à bien cette démarche, en restant attentif aux challenges de l'entreprise, ce qui est une partie inhérente à la vie de toutes les entreprises. Au-delà de ma passion pour le sujet, ma responsabilité vis-à-vis des salariés de l'entreprise vient en premier lieu. Le projet de normalisation d'une langue minoritaire a donc été réfléchi et mené avec la prudence qui sied à une démarche risquée de créer une entreprise, qui peut vite se terminer par un hors-jeu !

2) La communication interne

a) Les premières démarches

Une fois définie la valeur ajoutée que l'on veut proposer à ses futurs clients, la première démarche consiste à établir l'entreprise juridiquement. Pour cela, il faut réunir un certain nombre d'éléments, dont le capital initial de l'entreprise, une banque, un comptable, un bureau, et aussi un nom pour l'entreprise.

i. Le nom de l'entreprise

Le nom de l'entreprise est avec son logo, l'un des éléments marquant l'identité de l'établissement. C'est aussi le premier contact du client potentiel avec l'entreprise alors qu'il ne connaît rien d'elle. Ce premier pas est suffisamment significatif pour lui donner l'importance qu'il mérite. Ne sachant pas trop vers quoi me tourner pour créer le nom de

l'entreprise (aussi appelée la raison sociale de l'entreprise), j'ai établi le cahier des charges de ce nom :

- 1) Je voulais un nom qui commence par un « A », car dans une liste alphabétique, il est plus facile d'être reconnu en tête de liste plutôt que dans le milieu ou à la fin.
- 2) En raison de la nature internationale de l'activité, je voulais aussi que le nom puisse être prononçable sans trop de difficultés par les Anglo-Saxons.
- 3) Je tenais aussi à ce qu'il y ait une cohérence entre l'activité de l'entreprise et son nom, avec si possible, une référence harmonieuse à la Bretagne.

Fort de ce cahier des charges, l'entreprise s'est appelée Askorn Medical. Le premier point du cahier des charges est rempli Askorn commence bien par un « A ». Le second point : la prononciation du mot Askorn ne pose en général aucun problème, quel que soit l'endroit du monde où j'ai pu l'entendre prononcé. Le fait d'y adjoindre le mot « medical » orthographié à l'anglaise permet d'identifier rapidement le secteur d'activité de l'entreprise. Enfin, l'entreprise étant spécialisée dans les produits pour la chirurgie osseuse, le mot « Askorn » qui signifie « os » en breton, établit un lien harmonieux entre l'activité et le nom de l'entreprise. Ce nom « Askorn Medical » n'est sans doute pas parfait mais il remplit le cahier des charges.

ii. Se faire connaître

Le deuxième point, une fois l'entreprise établie, est d'aller à la rencontre des clients potentiels. Pour cela, il faut expliquer ce qui est proposé par l'entreprise et convaincre votre interlocuteur du fait que vous allez lui rendre la vie plus facile. Il faut aussi autant que faire se peut, laisser une trace, à la fois dans l'esprit des personnes et si possible leur donner le moyen de pouvoir se souvenir de vous et de vous retrouver rapidement en cas de besoin. J'ai choisi deux moyens pour cela : la carte de visite et un dépliant qui explique la nature des activités de l'entreprise.

1. Les cartes de visite

La carte de visite à l'époque de l'électronique et de l'informatique peut paraître un peu désuète mais cela reste un moyen de communication assez formel et pratique quand l'électronique n'est pas à portée de main, à l'occasion de rencontres fortuites ou planifiées sous forme de rendez-vous. Les trois éléments d'une carte de visite sont :

- 1) L'identification de l'entreprise : la raison sociale de l'entreprise ou plus encore son logo.

- 2) Le nom de la personne et parfois sa fonction.
- 3) Les éléments de contact : téléphone, adresse, courrier électronique, fax, site internet...

Par rapport au premier point, le fait d'avoir choisi un mot breton comme nom de l'entreprise me permet de véhiculer la langue bretonne partout où je peux me rendre.

Le nom de l'interlocuteur est celui dont chacun hérite à la naissance ce qui ne laisse que peu de place à l'imagination.

Enfin, les points de contact ont la possibilité d'être plus ou moins conventionnels en étant dans la langue minoritaire, dans la langue majoritaire ou dans un mixte des deux. La fonction de la carte de visite étant d'être en premier lieu un élément de communication, il faut que les informations qu'elle véhicule soient les plus accessibles à un grand nombre de personnes. Cette contrainte n'enlève pas la possibilité d'une personnalisation mais limite un tant soit peu l'éventail des possibilités. Pour ma part, j'ai choisi la suite de mots « Tel/ Pgz » pour signifier avec « tel » téléphone à la fois en français et en anglais, mais aussi « Pgz » qui signifie « Pellgomz » en breton. De même pour le numéro de fax, j'ai choisi le mot « Fax » qui couvre les besoins en français et en anglais, et les lettres « Plr » pour « Pelleiler » en breton. Pour l'adresse, j'ai indiqué la ville dans les deux langues (français / breton): Saint Grégoire / Sant Gregor. Suivent l'adresse du site internet de l'entreprise et l'adresse de ma boîte mail (en .com car à l'époque le .bzh n'existait pas).

L'exercice était sans doute assez simple mais la volonté de ne pas « brouiller les cartes » était la plus forte, afin que la nature principale de l'objet (la communication claire et efficace) ne soit pas dévoyée. Le résultat est illustré par la carte de visite suivante qui met en évidence la langue bretonne : nom de l'entreprise et abréviations pour le téléphone et le fax.



Figure 155 : Carte de visite de l'entreprise Askorn Medical. Source personnelle

2. Un dépliant

L'autre élément important pour une première communication de son savoir-faire est de concevoir un dépliant qui puisse laisser une trace dans l'esprit des clients potentiels et subsister le plus longtemps possible à portée de main, dans l'environnement du client potentiel. Par rapport à cet objectif, j'ai choisi :

- 1) Un design plutôt « moderne » lié à notre activité de création d'implants et d'instruments pour les chirurgies de l'avenir. Comme j'ai pu l'indiquer précédemment, dans ma conception des choses, utiliser une langue minoritaire ne s'apparente pas à une démarche passéiste mais à une démarche moderniste, écologique et résolument tournée vers l'avenir.
- 2) Une communication écrite plutôt minimaliste car le temps dédié à la lecture dans la masse des informations reçues quotidiennement est très court.
- 3) une sorte de « marque-page » détachable, intégré au dépliant, qui puisse survivre au dépliant et potentiellement continuer à communiquer lorsque le dépliant sera éliminé.
- 4) En ce qui concerne la langue, j'ai choisi une communication trilingue: français, anglais et breton. Ce choix était à la fois une volonté et me permettait d'être différent des autres. Dans une démarche marketing, la différenciation est source d'attention. Une reproduction de la plaquette se trouve en annexe³⁵⁸.

Pour moi, dans le cadre de cette opération commerciale, l'utilisation explicite de la langue bretonne était une première. Je n'étais pas sûr de la manière avec laquelle l'initiative allait être reçue, sachant que ma première démarche avait comme théâtre, un salon professionnel à Paris. J'étais donc particulièrement en éveil quant à la réception de ma plaquette dans un environnement plutôt français et international.

3. Les signatures des courriels

La quatrième initiative a été d'écrire quelques mots en breton au niveau de la signature de mes courriers électroniques. C'était pour moi une manière de diffuser la langue bretonne partout où je communique par courriers électroniques, sans que cela n'en coûte quoi que ce soit à l'entreprise. Dans un souci d'ouverture et de volonté de donner une image moderne de la langue bretonne, j'ai toujours associé le breton et la langue anglaise au français. Chacune de ces langues est utilisée avec le même degré de visibilité.

³⁵⁸ Annexe 96 : Première plaquette publicitaire de la société Askorn Medical 2006 (document personnel).

Signature des courriels d'Askorn Medical :

 Denis Pichon

A brilliant day to you
Devezh skedus deoc'h
Brillante journée à vous

Mob/Hzg : +33 6 85 80 30 17
Fax/Plr : +33 2 23 35 16 35
Tel /Pgr : +33 2 23 35 53 35
d.pichon@askorn-medical.com

www.askorn-medical.com

Askorn
MEDICAL

44C rue de Bray
F35510 Cesson Sévigné

44C straed Bray
F35510 Saozon Sevigneg

Figure 156: Signature des courriels envoyés par Askorn Medical. Source personnelle.

4. Bilan des quatre premières initiatives

Le bilan de ma démarche de normalisation d'une langue minoritaire dans l'entreprise peut se résumer de la manière suivante :

1) Le nom de l'entreprise

Le nom de l'entreprise a suscité un peu de curiosité de la part de mes interlocuteurs. J'estime que 10 % environ ont cherché une explication à ce nom, ce qui est déjà remarquable. Pour la majorité des interlocuteurs, « Askorn » est un nom qui n'a pas de signification particulière. Le fait d'y avoir adjoint le mot « medical », précise le domaine d'activité et cela en reste là. Pour les interlocuteurs avec qui un contact positif est établi, le mot « Askorn » suscite plus de curiosité et il m'arrive régulièrement d'être interrogé sur l'origine du nom de l'entreprise, une fois les relations professionnelles enclenchées. Lorsque je leur explique, la réaction est systématiquement positive. Les personnes sont satisfaites de découvrir ce qui se cache derrière ce nom et apprécient la cohérence d'ensemble entre le nom de l'entreprise et son activité. C'est un peu comme si, en ayant trouvé la clé du « secret » du nom de l'entreprise, il se développe une connivence plus forte entre les membres de l'entreprise et les interlocuteurs

extérieurs. Ce point, lorsqu'il est abordé, transforme une simple question sur le nom de l'entreprise, en un facteur de différenciation positive par rapport aux autres entreprises.

2) Les cartes de visite

L'utilisation de la langue bretonne sur les cartes de visite est l'action qui a suscité le moins de commentaires particuliers. Un échange de cartes de visite se passe toujours dans un contexte assez formel : celui de la première rencontre durant laquelle les protagonistes s'observent. La carte de visite est un passage obligé, presque un rituel, qui n'intègre pas dans un premier temps, une lecture minutieuse de ce qui y est inscrit (sachant que le second temps n'existera peut-être pas). Maintenant, le premier contact entre deux personnes se fait principalement sous forme d'un échange de courriels qui portent la mention des autres moyens de contact, ce qui rend obsolète l'utilisation de la carte de visite. Cette initiative n'a suscité que très peu de remarques particulières, sans engendrer de remarques négatives, ni coûts particuliers. En ce sens, je considère donc que la carte de visite n'est peut-être plus un vecteur très efficace de normalisation de la langue minoritaire mais que cela contribue à créer un environnement propice à la normalisation de la langue bretonne, sans risque d'effets négatifs.

3) La plaquette de présentation

La première distribution de la plaquette descriptive des services proposés par « Askorn medical » s'est déroulée à Paris en novembre 2006, lors d'un salon professionnel dédié à la chirurgie orthopédique. Par le nombre de participants, ce salon est le premier en France et le second en Europe. Il est fréquenté par des visiteurs originaires de France et de l'étranger (principalement d'Europe). Sur 51 plaquettes distribuées, j'ai pu quantifier 3 types de comportements. La majorité des personnes (45) a repéré la langue qui lui permettait de capter le message d'une manière aisée (français ou anglais) et elle ne s'est pas intéressée aux autres langues présentes sur le dépliant. Ces personnes ont perçu l'information et ne sont pas allées plus loin. Je peux dire que la plaquette a accompli sa mission avec succès. La seconde catégorie était constituée de 4 personnes, dont au moins une étrangère (Pays-Bas). Elles m'ont demandé quelle était cette langue qu'ils ne connaissaient pas. Cela m'a permis d'inverser les rôles, alors que c'est moi qui sollicitais un instant de leur temps, c'étaient maintenant elles qui sollicitaient une réponse de ma part. Avec un peu de malice, je pouvais leur répondre que j'allais d'abord leur présenter ce que j'avais à leur proposer et qu'ensuite, je leur donnerai la réponse à leur question. Une fois la réponse donnée, la réaction était toujours la même : un certain étonnement et une phase de plaisir d'avoir appris quelque chose de nouveau, renforcée

par des remarques du style : « je ne savais pas qu'il existait une langue bretonne » ; « je ne l'avais jamais vue écrite », « je ne savais pas que ça s'écrivait »...

Enfin, le troisième groupe était constitué de 2 personnes qui ont remarqué que mon dépliant était écrit en breton et qui m'ont spontanément fait part de leur fierté de voir du breton sur mon dépliant et de l'envie qu'ils ont eue eux aussi d'apprendre le breton, la langue de leurs parents, etc.

Avec une attitude neutre pour 88 % des prospects rencontrés, une attitude de découverte positive pour 8 % des personnes rencontrées et une fierté exprimée pour les 4 % restant, j'en ai conclu que le bilan global était positif, dans la mesure où ma démarche n'a pas suscité d'attitudes négatives et que 12 % de mes interlocuteurs ont eu une attitude positive et un intérêt particulier par rapport à la langue bretonne.

Autre point qui m'a paru remarquable : pas un seul de mes interlocuteurs n'a fait de remarques particulières par rapport à l'association de la langue bretonne au secteur d'activité d'Askorn Medical, qui n'est pas lié à la culture ou à la langue bretonne. Dans un contexte hors Bretagne, hors « folklore » ou tourisme, a priori personne n'a perçu la langue bretonne utilisée dans un contexte professionnel tout à fait neutre culturellement, comme un facteur de communication dissonante. Cela peut être lié au hasard car l'échantillon était relativement restreint mais la chose est suffisamment étonnante pour être mentionnée : le secteur d'activité ne conditionne pas les réactions des clients par rapport à l'utilisation d'une langue minoritaire.

4) Les signatures de courriels

Au début, j'étais très attentif à la réception de ces mails personnalisés à l'aide de la langue bretonne et anglaise, par mes interlocuteurs. J'ai eu très peu de remarques et celles que j'ai eues étaient toujours positives. Une anecdote m'est arrivée à Portland dans l'Oregon sur la côte ouest des Etats Unis, où j'étais en déplacement professionnel. Après une matinée de travail, alors que nous étions dans un restaurant en pleine « dégustation » d'un hamburger, mon interlocutrice Tawny M., me demande à brûle-pourpoint, « comment se fait-il qu'il y a des inscriptions en breton sur tes emails ? » Je ne cache pas que cette question m'a quelque peu interloqué... et après m'être remis de ma surprise, j'ai expliqué à mon interlocutrice que j'étais de Bretagne où cette langue était parlée par une minorité de la population. A mon tour je lui ai posé la question de savoir comment elle a su que cette langue était du breton ? Elle m'a répondu qu'à l'université de Portland, elle avait étudié les langues européennes anciennes, dont faisait partie le breton et qu'elle l'avait reconnue. (Notons au passage que langue ancienne ne signifie pas langue morte). Si cette réaction ne demeure qu'anecdotique,

elle n'a rien coûté à l'entreprise mais grâce à la langue bretonne ma relation avec cette personne comportait un supplément d'âme et de différenciation positive. Fort de ces constatations, faites en 2006, dans les six mois qui ont suivi la création de l'entreprise, ma confiance par rapport à mon choix de normalisation de la langue bretonne dans l'entreprise s'est affermie. J'ai choisi de renforcer la normalisation de la langue bretonne, au sein de l'entreprise.

b) La signature de la charte « Ya d'ar brezhoneg »

Passé la période des premières initiatives décrites ci-dessus et la validation de "l'innocuité" d'une langue minoritaire dans le monde de l'entreprise, je me suis mis en recherche des étapes suivantes qui me permettraient de développer l'usage de la langue bretonne. A deux dans l'entreprise, un brittophone et un non-brittophone, l'utilisation de la langue bretonne dans l'entreprise ne pouvait être autre qu'ostentatoire, sans possibilité d'utilisation réelle dans la vie de l'entreprise. Dans le cadre de mes investigations sur l'utilisation de la langue bretonne en entreprise, j'ai donc recherché de nouvelles idées sur internet, et c'est comme cela que j'ai découvert la charte « Ya d'ar brezhoneg ».

i. Une rencontre

Mon premier contact s'est soldé par une rencontre avec une personne de l'Office Public de la Langue Bretonne qui était en charge du développement des signataires de la charte. Je retiens trois points de sa visite :

- Notre entretien s'est déroulé d'une manière cordiale, en breton. A l'époque j'étais seul dans un bureau situé au sein de la pépinière d'entreprises de St Grégoire au nord de Rennes. Perception ou réalité, j'avais l'impression que la personne qui me rendait visite parlait très fort, ce qui m'exposait au « qu'en-dira-t-on ? » de mes voisins de bureau. Cette réaction personnelle m'a fait réfléchir. La normalisation de la langue bretonne dans l'entreprise était pour moi une démarche volontaire, choisie et assumée et je pensais maîtriser suffisamment la langue pour m'exprimer d'une manière compréhensible. Pourtant, l'utilisation de la langue bretonne dans le cadre de l'entreprise comportait pour moi une notion de « fruit défendu ». La langue bretonne était là, elle existait en moi, ma volonté et mon envie de l'utiliser étaient

fortes et rien ne s'opposait à ma démarche. Cependant, en moi-même il y avait aussi dans le lointain, une partie de mon subconscient qui me disait que cette démarche dans les relations de travail « sérieuses », ce n'est pas une chose « que l'on fait ». Il me semblait souhaitable de communiquer ma démarche de normalisation de la langue bretonne dans mon environnement de travail, à mes voisins responsables de jeunes entreprises d'une manière qui leur permette de comprendre ma démarche. Une situation abrupte sans explications, une sorte de fait accompli, me semblait contenir le risque d'une incompréhension, voire d'une marginalisation, à un moment où l'incertitude de la création d'entreprises mobilise beaucoup. En dépit de ma motivation, je note que cette appréhension est quand même le signe d'une première difficulté, sans doute révélatrice d'un certain complexe par rapport à la langue que les autres ne parlent pas et qui en France est reléguée au rang des accessoires au mieux inutiles, au pire interdits. Je souscris donc totalement à l'objection relevée par le groupe de travail « langue bretonne » de l'association « Produit en Bretagne », par rapport au « qu'en-dira-t-on ? ». Si pour moi, personne motivée par le sujet, j'ai perçu ce sentiment, pour une personne qui ne maîtrise pas la langue, ce sentiment peut se transformer en obstacle psychologique infranchissable. Pour se libérer d'un tel obstacle, il faut deux choses :

- Du temps pour laisser la réflexion mûrir.
- Rencontrer d'autres entreprises qui ont initié une telle démarche pour aller au-delà du sentiment d'être « un cas un peu bizarre ».

Le temps permet de réfléchir à la démarche, d'en intégrer les effets et de trouver une manière rationnelle de se l'expliquer à soi-même d'une part et dans un second temps, de l'expliquer aux autres, au travers d'un argumentaire qui puisse faire sens auprès d'eux. Cette étape est cruciale car il faut se sentir convaincu « rationnellement » d'une motivation qui peut paraître intuitive au premier abord, avant de tenter de l'expliquer et peut-être de convaincre les autres de l'intérêt de la démarche. Le but est de les sensibiliser positivement ou au minimum de les amener à respecter cette action qui reste malgré tout assez singulière. Un autre point crucial est de ne pas rester seul avec son projet de normalisation. D'autres entreprises parfois éloignées géographiquement mais aussi par la nature des activités ont pu entamer une telle démarche. Le fait que la personne en charge de la charte à l'O.P.L.B. soit venue me voir avec une liste d'entreprises ayant entamé une démarche dans ce sens m'a permis de me sentir moins seul, ce qui est très réconfortant et surtout de me rendre compte du gisement d'idées que représente la mise en commun des expériences de normalisation d'une langue minoritaire.

ii. L'exemple des autres

Au-delà des niveaux de labellisation, l'atout principal que j'ai trouvé dans l'apport de l'Office Public de la Langue Bretonne est la multiplicité des idées astucieuses qui permettent de mettre en avant la langue bretonne dans les entreprises³⁵⁹. Ces exemples sont plus ou moins généralisables et adaptables aux entreprises en fonction de leurs situations et de leurs activités. Certaines recommandations dépassent sans doute le cadre de la langue bretonne mais cela n'enlève rien à la richesse des exemples proposés. Ils permettent de normaliser la langue bretonne dans l'entreprise et d'être une base pour imaginer de nouvelles possibilités. Les actions du niveau 1 de la charte « Ya d'ar brezhoneg » sont relativement simples à mettre en œuvre rapidement. Cependant, à l'épreuve des faits, l'entreprise est un corps vivant qui a ses réactions portées consciemment ou inconsciemment par des individus ou des groupes de salariés, ce qui oblige à une attention particulière et permanente.

c) Les difficultés et écueils

i. La communication interne

La mise en place d'une démarche de normalisation de la langue bretonne dans l'entreprise doit se faire dans une perspective de long terme et mobiliser des ressources pédagogiques.

Le but d'une entreprise est de fédérer des énergies pour accomplir à plusieurs ce qu'il serait impossible ou plus difficile d'accomplir individuellement. A ce titre, il est important de mobiliser les énergies positives de tous autour de projets dont chacun peut s'approprier une part. Les forces du marché étant ce qu'elles sont, toute action s'inscrit dans un contexte de concurrence et l'émulation des énergies permet de rechercher et d'offrir des services et des produits les plus adaptés possible aux personnes qui souhaitent en faire l'acquisition. Il est donc extrêmement important, tout spécialement dans une petite entreprise, que l'ensemble du personnel soit motivé dans son quotidien et y trouve une place valorisante. Pour cela, il est nécessaire que chaque salarié perçoive que les actions de l'entreprise contribuent à développer les services et les produits qui seront choisis par les clients.

Pour ne pas engendrer de phénomène de rejet, il est important que l'action de normalisation d'une langue minoritaire dans l'entreprise soit bien expliquée et progressive. Je dirais même qu'elle doit d'abord se présenter comme un clin d'œil et un jeu. Cette phase introductive est

³⁵⁹ Annexe 97 : Liste des propositions de l'Office Public de la Langue Bretonne pour la normalisation de la langue bretonne dans la sphère économique.

très importante car c'est la première étape de normalisation de la langue et elle conditionne le reste des actions. L'écueil à éviter est de créer une ségrégation dans l'entreprise avec d'un côté les brittophones et de l'autre les non-brittophones. Le chef d'entreprise a une responsabilité dans le maintien d'une harmonie au sein de l'équipe des salariés. Pour pouvoir vivre, l'entreprise a besoin de tout le monde, avec la même considération, quelles que soient les compétences linguistiques des uns ou des autres.

Cette expérience m'a fait réaliser que pour qu'une action de revitalisation d'une langue puisse s'établir sans heurt dans l'entreprise, il faut surtout s'intéresser aux personnes qui ne parlent pas la langue minoritaire. Pour la bonne marche de l'entreprise, la langue minoritaire est facultative, tout spécialement par rapport à la langue majoritaire et par rapport à la « lingua franca » qu'est l'anglais. Il faut donc que les personnes qui ne maîtrisent pas la langue bretonne ne se sentent pas soudainement rejetées ou mises à l'écart, sur la base d'un élément facultatif qui de plus n'était pas nécessairement en vigueur au moment de leur embauche. Les salariés qui maîtrisent la langue minoritaire n'ont pas de problèmes particuliers, ils sont en général plutôt satisfaits de trouver une entreprise dans laquelle ils peuvent mettre leur langue de cœur, dans la pratique quotidienne. Il faut néanmoins veiller à ce que leur utilisation de la langue minoritaire s'intègre harmonieusement à la vie de l'entreprise, dans le respect des différences des autres. Si une conversation orale ou par mail s'instaure entre plusieurs personnes qui maîtrisent la langue minoritaire, la conversation peut s'établir dans la langue minoritaire. Si le travail doit s'effectuer avec d'autres personnes qui ne maîtrisent pas la langue minoritaire, il va de soi que la langue de travail sera la langue parlée par celui ou celle qui peut s'exprimer uniquement dans une seule langue, partagée par l'ensemble des autres. Dans la société française en général, il est souvent compris qu'utiliser une langue étrangère parce qu'une seule personne du groupe ne comprend pas le français est un signe d'arrogance de la part de la personne monolingue. Rarement l'incapacité de la personne à pouvoir s'exprimer en français est prise comme un handicap de cette personne. Or, l'incapacité de la personne monolingue (soit-elle locutrice d'une « lingua franca ») est bien une sorte de handicap, qui oblige les autres à faire un effort d'adaptation en sa faveur. La prise en compte de cette incapacité en tant qu'arrogance est le signe d'un complexe de supériorité des francophones, qui se retrouvent dans une situation à devoir abandonner la langue française pour s'adapter. Il serait intéressant d'analyser ce phénomène mais cela dépasse la portée du présent travail. Contrairement à la situation français-anglais, dans une situation similaire ou il n'y aurait que des brittophones et une personne monolingue francophone, le fait que les brittophones se mettent à s'exprimer en français, est plutôt perçu comme une situation

naturelle par le locuteur francophone, jamais comme un manque de culture ou de connaissance de sa part. Si le locuteur est Breton, sans parler la langue, il est possible qu'il se sente dans une position légèrement inconfortable. Si c'est un francophone extérieur à la Bretagne, il n'aura pas de complexes par rapport à sa situation. A l'instar du groupe de francophones dans la situation précédente, c'est le groupe des brittophones qui peut se sentir frustré. Le sentiment de frustration vient toujours aux minoritaires par rapport aux majoritaires qui ne perçoivent pas toujours le fait qu'ils sont majoritaires tant leur position de majoritaire est « naturelle ». Sans qu'il n'y ait de classement officiel des langues dans les exemples ci-dessus : l'ordre des frustrations détermine le rapport de pouvoir des langues dans la sphère productiviste de l'économie et du travail, avec en tête la « lingua franca »: l'anglais, la langue minoritaire 1: le français et la langue minoritaire 2: le breton. On note que pour le locuteur de la « lingua franca », monolingue, que ce soit la langue minoritaire 1 ou la langue minoritaire 2, pour lui il ne fait pas de différence par rapport à sa communication. Dans le cas du locuteur 1 monolingue, il se trouve tour à tour dans une situation de frustré et de frustrateur. Sa frustration vis-à-vis du locuteur de la lingua franca n'aide en général en rien sa compréhension de la situation du locuteur minoritaire 2. Par contre, un locuteur minoritaire 2 peut avoir accès à la « lingua franca », ce qui lui donne accès à des relations de pouvoir associées à la lingua franca, sans nécessairement passer par la langue minoritaire 1. De ces exemples, il faut retenir que la maîtrise des langues porte en elle bien plus que des possibilités de communication, mais aussi tout un jeu d'accès et de clés à des relations de pouvoir. L'application d'une politique de déconnexion de la relation entre les langues parlées et la notion de pouvoir est de nature à favoriser l'acceptation d'une nouvelle langue dans l'entreprise car elle ne modifie pas le jeu des situations établies. Les chances de succès de l'implantation de la langue minoritaire dans la sphère du travail sont donc accrues. Dans un groupe non homogène linguistiquement, la langue peut être vécue comme une frustration par rapport à la zone de confort de chacun. Rechercher une harmonie dans les relations d'une équipe multilingue, c'est dépasser sa frustration et accepter l'autre dans sa différence sans fanfaronnade, moquerie ou complexe. Ces jeux de « pouvoir » entre les langues en présence peuvent parfois dériver et il faut donc être attentif aux situations qui se créent, de façon à pouvoir discuter ouvertement avec les protagonistes avant que la situation ne risque de se dégrader et prenne une tournure difficilement contrôlable.

ii. Rumeurs...

Lorsque l'entreprise a commencé à utiliser les chèques libellés en langue bretonne pour le règlement des salaires, une rumeur est apparue comme quoi la disponibilité des montants sur les comptes en banque des salariés avait un retard d'au moins deux jours par rapport aux chèques libellés en français. La raison incriminée était le fait que les chèques étaient libellés en langue bretonne et que l'utilisation de la langue bretonne avait donc un impact négatif sur les salariés. La première difficulté a été de détecter la rumeur. En effet, cette rumeur était bien établie et ce malgré mon attention à tout ce qui peut toucher la vie des salariés de l'entreprise, en particulier si cela peut constituer une gêne pour eux. Cette rumeur n'est pas venue spontanément à ma connaissance, seulement à l'occasion d'une discussion impromptue avec l'un des salariés. Voulant bien comprendre le problème, je m'y suis intéressé en allant voir la personne à l'origine de la constatation, qui m'a confirmé la chose. Un peu intrigué, j'ai demandé à obtenir des informations précises sur les dates de valeur afin de pouvoir me retourner vers la banque. Après investigation interne, il s'est avéré qu'il n'y avait aucune différence entre le traitement des chèques libellés en français ou en breton. La réalité est plus prosaïque car, quelle que soit la langue utilisée, les chèques sont traités automatiquement à la machine sur la base du chiffre inscrit, l'inscription en lettres ne sert qu'en cas de litige. L'incident était donc clos mais il est étonnant de voir comment de la part de personnes ayant reçu une certaine instruction que l'on peut qualifier de supérieure, sans vérification, une allégation non fondée peut se transformer en rumeur, s'établir comme vérité et perdurer, jusqu'à ce qu'elle soit traitée d'une manière chiffrée et objective. Cette situation était peut-être le révélateur d'une situation psychologique difficile pour un ou plusieurs salariés, face à la langue bretonne. Ce type de situation peut être considéré comme une alerte par rapport à une situation difficile qui demande clarification. Le même salarié m'a avoué plus tard, avoir toujours eu du mal à assimiler les langues à l'école et qu'il ne se sentait pas capable d'assimiler la langue bretonne. Cette intervention de sa part m'a donné l'occasion de la rassurer et de lui expliquer que chez Askorn Medical, tout le monde a sa place et chacun y apporte ses compétences propres, pour accroître les compétences communes de l'entreprise.

iii. Le recrutement

1. Les compétences métiers et les compétences linguistiques

Dans la perspective d'une politique de normalisation d'une langue minoritaire dans l'entreprise, à un moment ou un autre, se pose le problème du recrutement. Il est important de ne pas perdre de vue que la fonction principale d'un salarié dans l'entreprise est le fait qu'il puisse remplir le cahier des charges du poste pour lequel il est embauché. C'est important pour l'entreprise mais aussi pour le salarié. Un des points qui est mis en évidence dans le contrat de travail est l'échange : un salaire payé par l'entreprise, contre des compétences mises en actions par le salarié ou par une présence à un poste de travail normé par un rendement, un chiffre d'affaires ou autre chose. Dans le cadre juridique, les notions de satisfaction et de plaisir ne sont jamais évoquées, pourtant le monde du travail est un endroit où chaque salarié passe une grande partie de son existence et où il est souhaitable de pouvoir s'épanouir largement. Le recrutement est toujours un compromis entre les aspirations d'un candidat et ses compétences d'une part et les besoins de l'entreprise d'autre part. En ce qui concerne l'entreprise Askorn Medical, j'ai toujours recherché deux compétences : la compétence métier et la compétence linguistique. La compétence métier est importante vis-à-vis des clients de l'entreprise, la compétence linguistique est importante pour la communication de l'entreprise. Dans cette dernière, en fonction des postes occupés, les langues majoritaires sont une obligation : j'ai besoin de personnes qui sachent s'exprimer correctement en langue française et en langue anglaise. En tant que compétence linguistique facultative et appréciée, je mets sur un plan d'égalité toutes les autres langues : espagnol, portugais, italien, allemand, mais aussi la langue bretonne, qui est systématiquement citée dans les offres d'emploi (si l'annonce n'est pas elle-même rédigée en breton). Au niveau des critères, je place toujours la compétence métier avant la compétence linguistique et la compétence linguistique obligatoire à la tenue du poste, avant la compétence linguistique facultative à la bonne marche de l'entreprise. Ainsi la langue minoritaire dans l'entreprise se trouve toujours être prise comme une compétence facultative qui peut être amenée à faire la différence. Cela vaut aussi pour les stagiaires.

En résumé, la recherche d'un nouveau collaborateur dans l'entreprise passe par une gradation des compétences :

- 1) La compétence métier principale.
- 2) Les compétences linguistiques obligatoires.
- 3) Les compétences facultatives (techniques ou linguistiques)

Comme nous l'avons vu, cette gradation des compétences est extrêmement importante pour le salarié (épanouissement dans l'entreprise) et pour les clients de l'entreprise (confiance dans les produits ou services achetés). Elle l'est également pour la cohérence interne de l'entreprise. Pour les métiers techniques, cet ordre de priorité des compétences est celui que j'ai utilisé et il s'est révélé efficace. Par contre, il ne m'a pas permis de développer l'utilisation du breton dans l'entreprise comme je l'aurais souhaité. Pour des métiers moins techniques, qui demandent une formation courte au poste de travail, le schéma peut être très différent. Pour un responsable qui souhaite utiliser une langue minoritaire dans l'entreprise, il est sans doute plus « aisé » de recruter des salariés directement opérationnels en langue bretonne et de les former au poste de travail par la suite. Pour ces deux types de profils de poste, les prérequis des candidats diffèrent significativement. Dans un cas, la compétence métier est le point le plus important, vient ensuite la compétence linguistique facultative. Dans l'autre cas, la compétence linguistique est celle qui prime, la compétence métier s'acquiert dans le cadre d'une formation interne courte dans l'entreprise.

La manière de recruter des brittophones dépend donc du niveau de qualification requis par le poste de travail et par la durée et la technicité des études qui mènent à la compétence requise. Par rapport à une tertiarisation des emplois et une automatisation des tâches administratives répétitives, la demande en salariés brittophones est majoritairement dans le cas des compétences métiers techniques. Le schéma principal du recrutement des brittophones est principalement le premier modèle évoqué : rechercher (patiemment) la double compétence : technique (obligatoire) et linguistique (facultative).

2. Les offres d'emploi

De par son activité, l'entreprise Askorn Medical recrute des salariés qui possèdent une bonne technicité (niveau Master/ingénieur). Outre la technicité requise, il est important de maîtriser la langue française et la langue anglaise pour une utilisation professionnelle (plus de la moitié du travail se fait en langue anglaise).

Dans les phases de recrutement, en dépit du faible nombre de candidats potentiels, j'ai cherché à recruter des salariés possédant à la fois les compétences obligatoires requises et la

compétence linguistique minoritaire facultative. Les profils des personnes que j'ai recrutées étaient :

- Ingénieurs biomécaniciens
- Ingénieurs en qualité
- Techniciens supérieurs en mécanique
- Responsable administratif et financier
- Commerciaux

Sans compromis sur les compétences « métier » requises, j'ai rédigé mes offres d'emploi (visibles en annexe³⁶⁰ en français et en breton). Pour les annonces en français, j'ai toujours indiqué que la langue bretonne était appréciée, de façon à lancer un signal vers les brittophones qui liraient l'annonce en français. Les textes des annonces étaient adaptés aux profils recherchés, mais l'essentiel était commun. L'une de ces annonces pour le recrutement d'un ou d'une responsable administratif et financier est retranscrite ci-après :



“Emañ Askorn Medical o klask un atebeg(ez) war ar velestradurezh hag an arc’hant, evit kemer perzh e diorroadur an embregerezh. Un embregerezh staliet e Saozon-Sevigneg e-kichen Roazhon eo Askorn-Medical. Ijinet ha gwerzhet e vez ganeomp produioù liammet gant an orthopediezh. Stummet war ar velestradurezh hag an arc’hant, live DST (DUT), ret eo kaout skiant-prenet evit al labour-se ha komz yezhoù estren, saozneg ha galleg da nebeutañ. Lodennoù labour pennañ a zo: an darempred gant ar stal gontouriezh, ober war dro ar c’hontoù, an enrolladennoù, TGO (TVA) danevell ar c’hontoù, kontoù korvoerezh, ret e vo ivez mont e darempred gant an tiez bank, ober war dro fakturennoù ar bourvezerien ha re ar pratikoù/enkefiañ, krouiñ ha bremanaat taolennoù-stur an embregerezh. Merañ melestradur an implijidi gant ar c’huzulva sokial. Ober war-dro an asurañsoù, ar galvoù da ginnigoù (evezhiañ ha respont), ha me oar-me... Ar post labour hag a zo da vezañ leuniet e miz Gwengolo a zeu gant ur gevrat didermen, goude ur prantad esae, lec’hiet eo e Saozon-Sevigneg. Mard oc’h dedennet, mar plij, kasit ho CV hag ul lizher evit kinnig hoc’h anv da Askorn Medical candidature@askorn-medical.com”

³⁶⁰ Annexe 98 : Différents textes d’annonces bilingues pour le recrutement de collaborateurs pour la société Askorn Medical.

La société Askorn-Medical, située à Cesson-Sévigné recherche un responsable administratif et financier pour accompagner son développement. Nous créons et vendons des systèmes médicaux implantables dans le domaine de l'orthopédie. Le poste requiert un niveau de formation de type IUT GEA, ainsi que de l'expérience. Il nécessite aussi une bonne connaissance de l'anglais et du français, le breton serait apprécié. Les principales tâches sont la gestion des relations avec le cabinet comptable, les enregistrements comptables, la TVA, la participation à l'élaboration des données de fin d'exercice, les relations avec les banques, le suivi et la mise à jour des tableaux de bord de l'entreprise, la gestion des factures et des encaissements, la gestion du personnel en relation avec le cabinet extérieur, la gestion des appels d'offres... Le poste, plein temps de préférence (CDI) est à pourvoir au mois de septembre. Si ce poste correspond à vos aspirations merci de m'envoyer vos lettre de motivation et CV à Askorn Medical candidature@askorn-medical.com »

D'une manière assez classique, dans cette annonce on trouve, le nom de l'entreprise et son secteur d'activité, la nature du poste qui est à pourvoir, ainsi qu'une description des fonctions principales, le lieu du poste de travail, la nature du contrat proposé et enfin les coordonnées de contact pour postuler à l'offre d'emploi.

Au niveau des différences entre les deux libellés du même poste on trouve dans la version française: « *Il [le poste] nécessite aussi une bonne connaissance de l'anglais et du français, le breton serait apprécié* », et dans la version bretonne: « *komz yezhoù estren, saozneg ha galleg da nebeutañ* ». En effet, s'il est important de parler des langues obligatoires : l'anglais et le français comme précisé dans les deux versions de l'annonce, il me semblait inutile de préciser que la langue bretonne serait appréciée dans la version en langue bretonne, non sans avoir usé d'une pointe d'humour.

3. Les supports pour les offres d'emploi

L'autre point important est le choix du support pour porter les annonces à la connaissance des personnes en recherche d'une nouvelle situation professionnelle. J'ai utilisé les canaux habituels dédiés aux offres d'emploi, en évitant les outils nationaux qui ne sont pas accessibles lorsqu'une compétence dans une langue minoritaire de France est requise : Pôle emploi et Apec. Je me suis concentré sur les journaux d'annonces et sur les vecteurs plus

spécialisés et régionaux (id2 santé³⁶¹, ex « CRITT-santé Bretagne », par exemple). Compte tenu de la rareté de la compétence linguistique optionnelle, qui pour moi était pourtant importante, j'ai recherché un moyen de proposer mes offres d'emploi d'une manière plus « ciblée » de façon à favoriser leur visibilité auprès des candidats potentiels brittophones. Pour cela, je suis allé sur des sites internet spécialisés sur la langue bretonne et qui ont déjà été mentionnés : celui de l'Office Public de la Langue Bretonne ainsi que sur le site « Labour 'zo ».

En ce qui concerne la presse écrite, j'ai passé les annonces dans le journal hebdomadaire « Ya » ainsi que dans le magazine mensuel « Le peuple breton ». Les annonces passées sont visibles en annexe³⁶². En utilisant ces vecteurs de communication, il me semblait plus facile d'atteindre des brittophones qui auraient les compétences requises pour le travail proposé.

4. Les résultats des campagnes de recrutement

Vient ensuite le moment de tirer un bilan du résultat de ces campagnes de recrutement. Depuis 10 ans que l'entreprise existe, elle a connu différentes périodes de présence de brittophones. D'une manière assez abrupte, aucune des tentatives de recrutement de salariés brittophones n'a pleinement abouti. Les recrutements ont bien eu lieu mais toujours avec des francophones qui maîtrisaient la langue anglaise. Faut-il pour autant considérer que ces tentatives étaient inutiles ? Je suis persuadé du contraire et cela mérite une explication.

En 10 ans, j'ai pu noter une évolution importante sur les effets de ces annonces. Lorsque j'ai commencé à vouloir recruter des salariés bilingues, dans les années 2007 à 2010, par ce type d'annonce, je n'avais strictement aucune réponse, même si cela n'était pas positif, cela ne constituait néanmoins pas un échec pour la société. A partir de 2010, les annonces m'ont permis de recevoir des candidatures de stagiaires, rédigées en langue bretonne, pour des étudiants en cours d'études d'ingénieur, l'un à Rennes et l'autre à Lyon. Particulièrement attentif à ces demandes, j'y ai répondu favorablement. Le premier candidat a retiré sa candidature après avoir trouvé un autre stage qui correspondait mieux à ses attentes professionnelles. Cela illustre bien le fait que pour un candidat aussi, la langue minoritaire est un élément facultatif mais qu'il n'est pas l'élément prépondérant dans le choix d'un emploi ou d'un stage. La seconde candidate vient de terminer son stage au sein de l'entreprise. Les deux

³⁶¹ http://www.id2sante.fr/index.php?rub=espace_emploi page dédiée à l'emploi du site de l'association i2D santé (ex-CRITT santé Bretagne) Site visualisé le 06 05 2016

³⁶² Annexe 99 : Exemples d'offres d'emploi passées dans le journal « Ya » et dans le magazine « Le peuple breton ».

stagiaires ingénieurs brittophones recherchaient des stages d'une durée de 4 à 6 mois. J'ai reçu aussi un certain nombre de stagiaires en cours d'apprentissage de la langue, dans les organismes de formation au breton en 6 mois. La durée du stage est d'une semaine, ce qui est relativement court. Par contre, les candidats avaient déjà une expérience de travail en entreprises, ce qui est un élément important dans la manière d'aborder les sujets. Sur une période si courte, ils ont été affectés à des tâches en rapport avec leurs expériences précédentes et en lien avec la langue bretonne. Ils ont pu travailler sur le site internet de l'entreprise, sur la signalétique à l'intérieur de l'entreprise, sur le thésaurus spécifique de l'entreprise et à d'autres tâches qui étaient effectuées en utilisant la langue bretonne : du contrôle de pièces, de la réception de commandes ou de la gestion de stock.

Les organismes d'où sont venus les stagiaires étaient Skol an Emsav, Roudour, et Stumdi. Pour certains stagiaires, j'ai été surpris par leur bon niveau de langue bretonne, acquis en moins de 6 mois. Enfin, d'une manière un peu plus atypique, j'ai reçu une stagiaire lycéenne, qui ne connaissait pas le monde de l'économie mais souhaitait venir passer une semaine avec nous, afin de se rendre compte concrètement de ce qu'est la vie en entreprise. Pour cette ancienne élève des structures Diwan, j'ai apprécié sa démarche et nous avons pu échanger en breton, même si sa préoccupation principale du moment était ailleurs. Par rapport à ces annonces, j'ai aussi reçu des candidatures « spontanées » de personnes brittophones qui étaient à la recherche d'un emploi mais dont le profil ne correspondait pas vraiment aux postes disponibles. Ceci étant, ces candidatures « spontanées » sont bien une preuve qu'il existe des personnes intéressées par le fait de pouvoir utiliser leurs compétences « métier » et leurs connaissances linguistiques en langue minoritaire, dans leur environnement professionnel. Il ne manque que des entreprises pour leur offrir un emploi qui leur permette de valoriser l'ensemble de leurs compétences. Depuis que l'entreprise a été créée, j'ai pu recruter 2 brittophones avec un contrat de travail. Le premier brittophone de l'entreprise était un jeune diplômé que j'ai croisé lorsque je donnais des cours du soir en langue bretonne. Cette personne originaire de haute Bretagne s'était formée à la langue bretonne en suivant des cours et possédait un très bon niveau de pratique autonome. A ce moment dans l'entreprise j'avais un poste qui correspondait à une partie de ses compétences et c'est assez naturellement que je lui ai proposé de nous rejoindre. Il a donc mis en place efficacement, la structure organisationnelle qui correspondait à ses compétences. La partie plus managériale de la structure ne l'intéressait pas, du moins pas dans la première partie de sa carrière. Il a donc quitté l'entreprise au bout de trois ans pour un poste plus technique mais qui ne lui permettait plus d'utiliser sa compétence en langue bretonne. Là encore pour le salarié en question la

langue bretonne est un plus facultatif, subordonné au choix d'un emploi qui correspond à ses compétences et aspirations. La deuxième personne brittophone que j'ai pu recruter était aussi en recherche d'emploi. Après une remise en question d'un choix professionnel dans une voie pour laquelle elle avait poursuivi ses études avec succès, jusqu'au diplôme de Master, elle m'a adressé une candidature spontanée en breton. Sur le coup, je n'avais rien de particulier à lui proposer mais au bout d'un certain temps, une opportunité s'est présentée. Cette personne n'avait pas exactement les compétences particulières pour le poste, mais comme il me semblait qu'elle avait les capacités pour assurer le travail, je lui ai proposé le poste qu'elle tient toujours d'une manière satisfaisante avec l'assentiment de ses collègues de travail. A ce jour, elle est toujours dans l'entreprise.

L'ensemble de ces brittophones n'aurait jamais adressé une candidature à l'entreprise « Askorn Medical », si elles n'avaient pas vu ou entendu, que l'entreprise développe une politique favorable à l'accueil des brittophones. Même si les annonces n'ont pas permis de recruter les candidats recherchés, elles ont tout de même attiré l'attention de candidats potentiels, qui ont proposé leur candidature d'une manière spontanée. Dans le temps, l'entreprise est passée d'une situation où il n'y avait qu'un seul brittophone dans l'entreprise à une situation où il y en a trois actuellement (une salariée, une stagiaire et moi-même). Que cela soit pour l'entreprise ou pour les salariés, la compétence linguistique dans la langue minoritaire passe toujours après les compétences techniques et linguistiques requises et l'intérêt que peut avoir le salarié pour le travail qu'il réalise. La durée des recrutements était de l'ordre de 2 mois, ce qui selon l'expérience de l'un des responsables d'entreprises interviewés est trop court pour espérer pouvoir recruter un brittophone. Cette hypothèse s'est confirmée.

5. Bilan sur le recrutement.

Le recrutement est un exercice difficile car il est toujours l'objet de compromis entre différents éléments qui ne sont pas directement comparables. Cette description de la situation telle que rencontrée au fil de 10 ans d'activité de l'entreprise Askorn Medical, confirme bien les difficultés engendrées par les faibles effectifs de brittophones autonomes, formés par les différents canaux évoqués dans la première partie de ce travail. On retient que dans le cadre d'un recrutement, les capacités et compétences des salariés recherchés doivent avant tout correspondre aux besoins essentiels de l'entreprise. Les compétences linguistiques, en particulier dans le domaine des langues minoritaires, ne viennent que secondairement aux compétences essentielles. C'est vrai par rapport aux besoins de l'entreprise mais aussi par

rapport aux propres aspirations des salariés recrutés. Cette double adéquation (entreprise - salarié et salarié - entreprise) est une condition très restrictive mais essentielle. Le recrutement de personnes bilingues avec une compétence métier pointue et une compétence dans une langue minoritaire, est difficile car la probabilité de rencontre de deux compétences rares en une seule et même personne rend la probabilité voisine de zéro, au vu des systèmes d'enseignement des langues minoritaires sur le territoire français. Les efforts réalisés principalement par les structures associatives telles que les écoles Diwan et les stages longs de formation au breton en 6 mois sont les seuls qui m'ont permis de recevoir des candidatures en langue bretonne. Pour les postes qui ne nécessitent pas de qualifications particulières, la situation est sans doute plus simple à gérer quand il s'agit de recruter des brittophones en premier lieu et de les former au poste de travail dans un second temps. Le nombre de brittophones passés au sein de l'entreprise Askorn Medical est de 11 personnes, si j'inclus les stagiaires des formations de longue durée. Les recherches menées pour recruter des brittophones ont permis à l'entreprise d'avoir un nombre de locuteurs compris entre 1 et 3 personnes simultanément. Avec ce nombre de brittophones actifs au sein de l'entreprise, on peut dire que personne n'est étonné d'entendre parler le breton dans l'entreprise. En ce sens, on peut dire que la langue bretonne au sein d'Askorn Medical est normalisée. D'un point de vue des langues vernaculaires utilisées dans l'entreprise ; elles sont au nombre de cinq : français, anglais, espagnol, allemand et breton. Les plus parlées sont le français, l'anglais et le breton. Même si cet équilibre linguistique reste encore bien fragile, on peut dire qu'avec un peu de volonté et de détermination, il est tout à fait atteignable dans un environnement économique qui n'est pas spécialement favorable. L'une des difficultés consiste à développer la « normalisation » de la langue bretonne, par un accroissement de la proportion de brittophones. Le profil étant rare, la recherche d'un candidat brittophone par le biais d'une recherche générale (petites annonces) a une faible probabilité d'aboutir. Elle se fait donc plutôt dans le cadre d'une recherche spécifique (approche directe) qui par nature est peu visible. Cette rareté peut engendrer une lassitude dans la recherche de tel ou tel profil, la mention de la langue bretonne peut être très vite oubliée, ce qui diminue sa visibilité par la réduction du nombre d'offres potentielles mentionnant la langue minoritaire. Nous avons une double occultation de la visibilité de tels postes, l'une en raison du mode de recrutement par approche directe, ce qui ne permet pas de mettre en avant le potentiel de postes et l'autre par omission de mentionner l'accueil favorable de la langue minoritaire dans le profil des postes recherchés. Le risque d'un effet spiralaire descendant (moins de visibilité des offres, moins de candidats à mentionner leurs compétences linguistiques) est donc important bien

qu'aujourd'hui l'augmentation du nombre de brittophones formés fait que les raisons qui ont mené à cette situation d'occultation ne sont plus aussi prégnantes qu'il y a dix, vingt ou trente ans.

iv. Les brittophones autonomes.

Un chapitre complet de la première partie de cette étude a été consacré à la formation des brittophones autonomes. Par rapport à la formation au breton en entreprise, plusieurs problèmes concrets se présentent. Il faut en premier lieu que le salarié souhaite lui-même effectuer une formation qui va le tenir éloigné de l'entreprise durant une demi-année. Il faut aussi que la personne soit prête à s'investir dans la formation à la langue bretonne d'une manière significative, ce qui impacte sa vie personnelle. Il faut d'autre part trouver une formation qui soit dispensée dans un rayon proche du domicile de la personne formée. Troisième point, qui n'est pas des moindres, il faut que l'entreprise puisse se passer d'une compétence durant six mois, sans possibilité de remplacer facilement la compétence rare, par un autre candidat tout aussi rare qui serait prêt à accepter un contrat à durée déterminée. Cette improbabilité nécessite une absorption de la partie de travail laissée par la personne en cours de formation, par les autres salariés, ce qui ne va pas sans poser problème dans une entreprise de petite taille où le poids relatif de chaque salarié est important, par rapport à l'ensemble des compétences et des salariés. Askorn Medical n'échappe pas à la règle et l'idée de former un ou des salariés « sur le temps de travail du salarié dans l'entreprise » comme recommandé par l'Office Public de la Langue Bretonne, est bien loin des réalités et des possibilités de la gestion d'une PME. En pratique, la population qui participe aux stages longs en breton est exclusivement en reconversion professionnelle ou entre deux contrats faisant suite à une période de chômage. Je n'ai jamais rencontré de stagiaire en formation longue qui soit en poste, soit dans une entreprise privée soit travaillant pour les services de l'Etat. Reste donc la possibilité de former le personnel volontaire en dehors des horaires de travail (sur la pause de midi ou le soir), à condition d'avoir une personne capable de dispenser cette formation d'une manière adéquate, sur le lieu de travail. Une telle formation sur le long terme, sur tant d'années pose le problème de la continuité, avec un effectif suffisant, sachant que les personnes n'ont pas les mêmes attentes, la même motivation, ni la même capacité à apprendre les langues, le problème de l'homogénéité du groupe se pose très vite. L'alternative est la participation à des cours du soir, s'ils sont dispensés dans un rayon raisonnablement proche de l'entreprise ou du domicile des participants et que les personnes puissent se dégager de leurs autres obligations. Avec ce type de cours, la perspective de devenir locuteur autonome

se situe à un horizon de cinq ans minimum. Ces situations dépassent largement le cadre habituel de la vie en entreprise car il implique la réunion de circonstances professionnelles et personnelles particulières, sur le long terme. Si d'un point de vue tout à fait théorique cela « pourrait » fonctionner, d'un point de vue pratique la réunion de tant de conditions diverses sur le long terme, relève de l'improbabilité la plus totale. Les organismes de formation isolent bien les cas de figures des apprenants en fonction de leur situation : formation initiale, formation supérieure, formation continue, formation dans le cadre des loisirs, formation dans les cas de ruptures professionnelles... Dans pratiquement aucun cas, les formations linguistiques longues ne s'insèrent durant les phases professionnelles actives.

d) Langue minoritaire et effet fédérateur

Avec le temps, tant pour les locuteurs que pour les non-locuteurs, la langue bretonne est devenue un élément emblématique de l'identité globale de l'entreprise Askorn Medical. Cet aspect des choses, j'ai pu le constater lors d'événements de la vie de l'entreprise durant lesquels j'ai été étonné de voir la quasi-totalité des salariés se mobiliser, bien au-delà de ma perception initiale de l'impact de la langue bretonne sur eux. Ces événements sont au nombre de quatre et sont constitués par la cérémonie des Prizioù 2012 et les trois Redadeg (2012, 2014 et 2016) auxquelles l'entreprise a participé.

« Prizioù³⁶³ » est une cérémonie créée à l'initiative de France 3 Bretagne (télévision), France Bleu Breizh Izel (radio) et l'Office Public de la Langue Bretonne. Le but est de décerner 7 prix par rapport à des activités remarquables liées à la langue bretonne dans chacune des 7 catégories existantes qui sont : association, livre de fiction, collectivité, création audiovisuelle, entreprise, disque chanté en breton, brittophone de l'année. A notre grande surprise, l'entreprise Askorn Medical a été nommée en 2012 pour participer à cette émission. Dans ce cadre, il a été réalisé un film sur l'entreprise, par une équipe de journalistes de France 3 Bretagne. Tous les salariés ont pu participer à cet enregistrement. Après avoir reçu une invitation pour la cérémonie, j'ai donc informé l'ensemble des salariés de l'entreprise et leur ai indiqué qu'ils étaient cordialement invités s'ils le souhaitaient et cela sans caractère d'obligation. Je leur avais seulement indiqué que, quel que soit le résultat, nous passerions certainement une bonne soirée. Ma surprise fut de voir qu'en ce vendredi soir, l'ensemble du

³⁶³ <http://france3-regions.francetvinfo.fr/bretagne/priziou-2016-qui-sont-les-laureats-916835.html> les prizioù 2016

personnel était présent, sans exception et que certains étaient même venus accompagnés de leur famille. A ce moment, j'ai réalisé que la langue bretonne était devenue un symbole fort de l'entreprise, même si la langue n'est parlée que par une minorité de personnes. La démarche de normalisation de la langue bretonne dans l'entreprise allait plus loin que le simple plaisir de certains salariés de parler la langue. Cette situation avait transformé la langue bretonne en un élément fédérateur de l'entreprise, partagé par tous, même si tous ne l'utilisent pas.

J'ai pu valider cela lors de la participation de l'entreprise aux différentes Redadeg de 2012, 2014 et de 2016. La Redadeg est une course de relais non compétitive, qui parcourt la Bretagne sur 1700 kilomètres, sans discontinuer nuit et jour sur une durée qui excède une semaine. A chaque fois, l'entreprise Askorn Medical était représentée par ses salariés et sur les trois dernières éditions, la totalité du personnel de l'entreprise avec parfois les conjoints s'est retrouvée pour l'événement. Ici encore, cela s'est fait sur la base du volontariat et les brittophones comme les non-brittophones ont couru le kilomètre de l'entreprise et parfois même les kilomètres des entreprises sœurs ou amies ! Cette constance dans la participation des salariés aux événements de l'entreprise induite par la langue bretonne est pour moi un signe de cohérence globale et d'appropriation de la langue bretonne comme symbole fort de l'entreprise, qu'elle soit parlée ou pas par les salariés. En ce sens, la langue bretonne est devenue une spécificité à part entière de l'entreprise. Elle crée un lien et je la perçois comme une initiative positive pour sa cohérence globale ainsi que pour ses salariés.

3) La communication vers l'extérieur

Ce qui constitue la communication vers l'extérieur de l'entreprise peut être scindé en deux parties :

- D'une part, il y a l'environnement actif de l'entreprise constitué par ses fournisseurs et ses clients. Ces interactions se matérialisent par les produits finis ou les services vendus aux clients ou par les matières premières, composants ou services achetés aux fournisseurs.
- D'autre part, il y a l'environnement passif, sur lequel l'entreprise imprime sa marque en tant qu'entité participant à la vie de son territoire environnant.

a) L'environnement actif

Les outils de communication tournés vers l'environnement actif de l'entreprise sont pour les clients des vecteurs tels que le dépliant trilingue de présentation des activités de l'entreprise ou encore le site internet trilingue³⁶⁴. A ce jour, jamais Askorn Medical n'a reçu de commentaires négatifs par rapport à son positionnement sur la langue bretonne ni sur les initiatives qu'elle a prises dans ce domaine. Comme nous l'avons vu antérieurement, au début de son utilisation, une attention particulière a été donnée aux réactions des clients potentiels sans que la moindre remarque négative n'ait pu être décelée. Par rapport aux fournisseurs, c'est surtout par le biais des règlements par chèques que l'engagement de l'entreprise en faveur du breton est perceptible. En dix ans d'existence de l'entreprise, je n'ai eu qu'une remarque de la part du service comptable d'un fournisseur occasionnel, situé à l'est de la France. La personne d'un certain âge se sentait en insécurité par rapport à un chèque écrit en langue bretonne car elle ne pouvait déchiffrer les chiffres inscrits en toutes lettres. Ne souhaitant pas laisser son malaise s'aggraver face à son désarroi devant cette situation inédite, je lui ai adressé un autre chèque libellé en français, ce qui a clos le débat amicalement, non sans lui avoir expliqué la possibilité en France, de rédiger les chèques dans une langue minoritaire à condition que le formulaire du chèque soit lui-même dans cette langue. Par rapport aux fournisseurs de proximité, la mise en évidence de la langue bretonne se fait au

³⁶⁴ <http://www.askorn-medical.com/bzh/> adresse du site Askorn Medical (version en breton). Site visualisé le 06 05 2016

travers des chèques de règlement des prestations fournies. Les réactions que j'ai eues étaient soit neutres, soient l'occasion d'un sourire accompagné d'un commentaire amical: « Quand je reçois un chèque d'Askorn, je ne peux pas m'empêcher de penser aux « sacrés Bretons » d'Askorn !³⁶⁵ ». Là encore, l'impact sur les fournisseurs est soit neutre soit un sourire bienveillant par rapport à une entreprise un peu différente des autres. Dans la mesure où le fournisseur est réglé en temps et en heure, comme il se doit pour toute relation commerciale, les choses se passent toujours bien ! Pour ce qui est des clients de l'entreprise, à ce jour les remarques sur l'utilisation de la langue bretonne se sont limitées à la plaquette de promotion qui a été bien accueillie.

La conception, la fabrication et la mise sur le marché de produits implantables sont soumises à une réglementation européenne transposée par les différents pays membres dans leur propre législation. Les autorisations de mise sous le marché sont délivrées après des inspections de l'entreprise et de chaque dossier d'implant ou d'instrument, par des organismes notifiés par les instances gouvernementales de chaque pays membre. Pour des raisons de continuité, l'entreprise Askorn Medical a dû changer d'organisme notifié pour passer de l'organisme luxembourgeois au français. Pendant 10 ans, tant que la société était certifiée par l'organisme luxembourgeois, les certificats trilingues (anglais - français - breton) n'ont jamais posé de problèmes. A partir du moment où la certification a été réalisée par l'organisme notifié français, la désignation en langue bretonne au côté des autres langues n'était plus possible³⁶⁶. Il ne me semble pas qu'il y ait une réglementation qui interdise l'utilisation d'une langue minoritaire sur les certificats de mise sur le marché de produits médicaux et ce refus est vraisemblablement lié à une interprétation spécifiquement française ou à une crainte de l'organisme notificateur de s'attirer des ennuis avec son administration de tutelle. Le coût et l'enjeu pour la société Askorn Medical face au pouvoir des autorités sur l'attribution des certifications a fait que pour l'instant, je n'ai pas jugé opportun d'entamer une négociation sur le sujet.

b) L'environnement passif

Par rapport à son environnement passif, l'entreprise participe à un certain nombre de manifestations et de forums. Cela inclut des présentations aux étudiants des filières

³⁶⁵ Remarque de l'un des fournisseurs d'Askorn Medical basé dans le bassin rennais, lors de l'une de mes visites concernant un projet. (2011).

³⁶⁶ Annexe 100 : Les certificats de l'entreprise Askorn Medical par les organismes luxembourgeois et français.

mécaniques de la région rennaise, comme l'IUT ou l'INSA. Au-delà de la région rennaise, l'entreprise est présente au carrefour des métiers organisé tous les ans à Carhaix, pour les élèves de 3^e de la filière Diwan. Cette participation de l'entreprise, en tant qu'actrice intégrée dans son terroir par la langue minoritaire, est un élément important de la vie de l'entreprise y compris pour les salariés qui y participent. La Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE) est un facteur de mise en cohérence de l'entreprise avec son environnement. Ces participations à des événements externes à l'entreprise, dans lesquelles la langue bretonne est l'un des éléments de l'identité de l'entreprise, renforcent la cohérence des salariés avec leur entreprise et leur environnement. La langue et l'enracinement de l'entreprise dans le tissu régional permettent de la différencier non pas seulement de ses concurrents mais des autres entreprises en général. Ces éléments ne sont pas les seuls points de différenciation car la langue bretonne et l'implication de l'entreprise dans son environnement ne suffisent pas en eux-mêmes pour sa bonne marche. Il y a avant tout, l'action d'une équipe qui inscrit son travail quotidien vers les besoins de ses clients et dans une cohérence globale qui transparaît au-delà des murs de l'établissement. Cette recherche de cohérence entre l'implication de l'entreprise dans son environnement au travers de la langue minoritaire va jusqu'à l'initiative originale d'utiliser la langue non seulement comme un symbole distinctif mais aussi comme une langue vernaculaire.

4) Les phases de normalisation

L'expérience menée chez Askorn Medical vise la normalisation de la langue bretonne dans le cadre d'une entreprise ordinaire qui œuvre dans un secteur d'activité qui n'est pas particulièrement lié à la langue ou à la culture bretonne. Cette démarche a été menée progressivement dans le respect des salariés et de l'équilibre économique de l'entreprise.

a) Etre deux pour échanger

Cette remarque peut paraître triviale, mais dans le cadre de l'expérience menée chez Askorn Medical, cette réalité s'est bien souvent opposée à la volonté de normalisation de la langue bretonne au sein de l'entreprise. Le choix clair de ne pas faire de compromis sur la compétence métier a mathématiquement restreint le recrutement de brythonnes. A ce jour, cette présence simultanée s'est située entre 1 à 3 personnes sur un effectif de l'ordre de 10 personnes. Le refus du compromis sur la compétence métier a eu comme conséquence que

durant la plus grande partie de la vie de l'entreprise, le nombre des brittophones autonomes effectivement présents dans l'entreprise a été ramené à une seule personne. Cette situation a représenté environ 6 ans sur les 10 ans d'existence de l'entreprise, ce qui en fait le mode dominant du fonctionnement de l'entreprise sur la période. Dans cette situation, la possibilité de normalisation de la langue minoritaire dans l'entreprise reste très limitée tant sur le plan de la communication écrite que sur celui de la communication orale. Cela n'a pas changé le positionnement de la langue bretonne dans l'entreprise. On peut parler d'une normalisation principalement symbolique et passive. L'impact sur l'ensemble du personnel est plus limité : sans communication orale entre les personnes, la langue ne s'entend plus, elle ne se vit plus pleinement au quotidien. Elle existe toujours, mais pas d'une manière aussi présente, son degré de normalisation n'est plus aussi visible.

Sur une période de plus de trois ans, l'entreprise avait en son sein deux salariés brittophones autonomes capables de s'exprimer dans le travail quotidien. Sans qu'elle ne soit jamais énoncée, la règle était que tous les échanges interpersonnels, par oral ou par écrit, se déroulaient en langue bretonne. La correspondance écrite était limitée aux courriels, les échanges oraux concernaient tous les domaines du travail et de la vie extra professionnelle (discussions durant les repas, durant la pause-café...). Dans la cadre d'échanges incluant une tierce personne, non-brittophone, la règle est de parler dans la langue de celui dont la culture ne permet pas d'utiliser toutes les langues parlées dans l'entreprise. A l'intérieur de l'entreprise, trois langues sont normalisées dans le sens où personne ne ferait une remarque particulière à leur utilisation : les langues bretonne et française principalement réservées aux relations à l'intérieur de l'entreprise et la langue anglaise à l'extérieur. D'autres langues sont aussi utilisées pour les communications vers l'extérieur mais d'une manière plus anecdotiques : l'espagnol et l'allemand. Je note cependant que lorsque la présence d'une tierce personne rend obligatoire l'utilisation de la langue française ou anglaise, il se crée une situation perçue comme anormale entre les deux brittophones. La langue de communication habituelle étant le breton, l'utilisation du français ou de l'anglais crée le sentiment que le vecteur de communication est artificiel. C'est le même sentiment que peuvent éprouver deux francophones qui utilisent une « lingua franca » étrangère pour communiquer entre eux, en raison de la présence d'une tierce personne qui ne parle pas le français. Durant des périodes plus courtes qui totalisent environ un an, l'entreprise a intégré en son sein trois brittophones présents simultanément. Les opportunités d'une utilisation normalisée de la langue se sont développées. Cette situation est un confort supplémentaire pour l'utilisation de la langue minoritaire, mais n'égale en rien la progression qui peut être réalisée en passant de 1 à 2

locuteurs. Le point crucial dans l'entreprise me semble bien le passage à 2 locuteurs autonomes, ce qui est l'occasion de développer un vocabulaire propre à l'activité de l'entreprise et de créer un début de normalisation dynamique et active de la langue. Par rapport au reste des salariés, il m'a toujours semblé que le bi ou trilinguisme au sein de l'entreprise est bien accepté dans la mesure où il n'impacte pas négativement la notion d'équipe de travail homogène ou le bon fonctionnement de l'entreprise. Je dirais même qu'en fonction des compétences de chacun, il se développe des stratégies d'entraide et de solidarité.

De ce chapitre, il faut retenir que la perception d'un début de normalisation active d'une langue minoritaire dans l'entreprise implique d'être au minimum deux locuteurs autonomes. En deçà, la langue minoritaire peut être utilisée comme symbole et l'on peut alors parler de normalisation passive ou environnementale.

La recommandation du groupe "langue bretonne" de l'association « Produit en Bretagne » de remplacer une compétence linguistique interne par une sous-traitance peut être un palliatif de courte durée mais ne me semble pas pouvoir aller au-delà d'une simple utilisation très symbolique d'une langue minoritaire. Comme évoqué précédemment, cela comporte le risque de dissonances engendrées par la promesse du symbole et la réalité de la situation. Par contre, avoir recours à une sous-traitance de capacité (temps) ou de spécialité (mise en image ou en son), dans le cadre d'un échange entre des interlocuteurs (donneur d'ordres / sous-traitant) qui maîtrisent la langue bretonne est une autre configuration. Dans ce cas particulier, le recours à la sous-traitance est une possibilité maîtrisée et contrôlée, ce qui est important par rapport à la communication de l'entreprise.

Pour une action de normalisation active d'une langue minoritaire, il est nécessaire, qu'il y ait au minimum deux locuteurs en présence et qu'ils aient des relations de travail entre eux. Cela est relativement facile à l'échelle d'une TPE ou d'une PME. L'exercice est plus difficile au niveau d'une grande entreprise. L'ensemble de l'entreprise doit être progressivement concerné par cette politique, d'une manière passive ou active. Pour qu'une politique de normalisation d'une langue minoritaire puisse se mettre en place et se développer au sein de l'entreprise, il faut qu'elle soit menée et appuyée par une ou des personnes qui peuvent influencer sur les décisions qui engagent l'entreprise vis-à-vis des salariés et de sa communication externe. Enfin, la notion de revitalisation et de normalisation d'une langue minoritaire n'implique pas de substituer à 100 % une langue majoritaire à une langue minoritaire. Cette ambition n'est peut-être même pas souhaitable mais de toute manière, elle est hors de portée à moyenne échéance, tout particulièrement dans un environnement où la langue majoritaire est

hégémonique de par les moyens qui lui sont attribués et de par le traitement réservé aux langues minoritaires présentes sur le territoire.

La première étape dans la normalisation est déjà d'instaurer un environnement « naturel » propice à l'acceptation de la langue minoritaire, c'est une phase de prise de conscience. Ensuite, il s'agit de l'instaurer comme l'une des langues de travail possibles au sein de l'entreprise. Une des ambitions est de pouvoir positionner la langue minoritaire dans un statut original, entre le français qui au vu de la situation actuelle, reste et restera la langue majoritaire pendant longtemps encore et l'anglais qui reste et restera une « lingua franca ».

La position de la langue minoritaire ne doit pas s'apprécier par rapport au français ou à l'anglais mais elle peut et doit trouver son positionnement particulier de façon à être utilisée d'une manière autonome dans tous les compartiments de la vie de l'entreprise en fonction des compétences disponibles.

b) Le thésaurus

Avec un interlocuteur autonome, dans un domaine relativement spécialisé, le premier élément est d'acquérir le vocabulaire nécessaire pour échanger sur les sujets qui intéressent la vie de l'entreprise. Dans le cas d'Askorn Medical, il s'agissait avec le premier salarié brittophone d'établir les bases d'un vocabulaire nécessaire à l'organisation de la logistique de l'entreprise et de définir les objets que nous traitions : du matériel de traumatologie dédié et précis pour des fractures particulières. Le fait de vouloir communiquer et d'être deux nous a permis de nous rendre compte que dans bien des situations de la vie courante de l'entreprise nous n'avions pas le vocabulaire adéquat. Durant le premier mois, nous avons communiqué sans utiliser le français, bien que cela n'ait jamais été édicté en tant que règle explicite entre nous. Cela s'est imposé à nous comme une règle tacite, à laquelle nous nous sommes tenus. Les rares fois où nous avons utilisé un mot ou une expression (pas une phrase) en langue française ou anglaise, c'était pour substituer ou confirmer le sens d'un mot ou d'une expression, afin d'assurer une bonne communication dans l'urgence d'une situation. Ces situations étaient et sont toujours des événements extrêmement rares. En dehors des situations d'urgence dans le travail, nous avons pris le temps de noter les mots qui nous manquaient et de rechercher ces mots, soit sur le champ, à l'aide de dictionnaires qui n'étaient pas toujours à portée de main, soit dans un second temps, après avoir tenté au mieux de définir l'objet ou la notion que nous voulions évoquer. Durant cette période, j'ai pu apprécier la multiplicité des sources de vocabulaire, soit sur internet soit sur support papier. Comme évoqué dans la première partie

de ce travail, la terminologie est un exercice complexe car il faut des mots qui soient suffisamment justes et précis, sans avoir toujours la possibilité de les choisir rapidement et objectivement pour les faire correspondre au mieux à la situation. L'un des produits que nous distribuons est utilisé pour le traitement des fractures de la clavicule. Le mot « clavicule » ne nous était pas connu, nous avons recherché dans différents dictionnaires la manière de nommer cet os (clavicule / clavicula).

Les traductions possibles proposées étaient les suivantes :

- 1) Ibil-skoaz (dictionnaire des sciences brezhoneg 21).
- 2) Alc'hwez-skoaz (Favereau)
- 3) Trebez-skoaz (Favereau)
- 4) Trebez (Preder)

Par rapport à ces propositions, il a fallu faire un choix que j'ai basé sur la fonction de l'os en question, qui est de maintenir l'épaule dans une situation anatomique. La clavicule est une sorte de « jambe de force » arc-boutée grâce à deux articulations entre la partie supérieure du sternum et l'omoplate, ce qui permet de maintenir l'épaule alignée avec le reste du corps (une fracture de la clavicule engendre toujours un raccourcissement de la clavicule et une rotation interne de l'épaule). Dans mon interprétation, ce maintien assuré par la clavicule correspondait bien à la notion de clé de soutien, ce qui m'a fait opter pour le mot « alc'hwez-skoaz », sachant que toutes les traductions proposées pouvaient convenir. Pour limiter l'insécurité linguistique et le risque de mauvaise compréhension, je souhaitais aussi éviter l'utilisation du mot « ibil » (cheville), qui se retrouve en composition sur d'autres articulations : « ibil-troad » pour l'articulation de la cheville. Au sein de l'entreprise, nous avons donc « normé » le mot « alwec'hez-skoaz » pour désigner la clavicule. Par rapport au vocabulaire général nécessaire dans le quotidien de la vie de l'entreprise, c'est sur le site de l'Office Public de la Langue Bretonne que nous nous sommes référés le plus souvent pour deux raisons principales : il propose un vocabulaire très réactif à l'apparition des nouvelles technologies du tertiaire et le mode d'interrogation est relativement aisé pour peu que l'on soit connecté au réseau internet. Petit à petit, un thésaurus propre à l'entreprise s'est constitué. Cela demande un certain investissement en temps au début du processus mais le nombre de mots utilisés professionnellement étant relativement restreint, au bout de trois mois, nous avons à notre disposition la plus grande partie du vocabulaire nécessaire. Une fois établie dans l'entreprise, la continuité de la présence d'au moins un brittophone permet de conserver ce thésaurus. On peut qualifier le thésaurus de passif s'il n'y a plus qu'un seul brittophone dans l'entreprise et d'actif s'il y a au moins deux locuteurs qui ont l'occasion de travailler

ensemble. Par la suite, il s'agit de maintenir le vocabulaire acquis et de le compléter d'une manière incrémentale au fur et à mesure que le besoin s'en fait sentir, ce qui est bien plus aisé que l'investissement initial, tant du point de vue intellectuel qu'en temps.

Je note aussi que l'investissement dans un dictionnaire en ligne, sous forme d'application pour "smartphone", est un outil indispensable aujourd'hui pour favoriser la normalisation d'une langue minoritaire. A ce jour, il n'existe aucune application disponible qui pourrait s'apparenter à un dictionnaire pour la langue bretonne. A défaut d'une application spécifique, l'extension à la langue bretonne des moteurs de traduction sur une ou plusieurs applications gratuites existantes (google traduction par exemple) serait de nature à faciliter et développer la normalisation de la langue bretonne dans la société en général et dans le monde de l'économie en particulier.

c) Le risque linguistique

L'introduction d'un nouveau mot par l'un des locuteurs, au sein de l'entreprise est toujours un risque lié à l'interprétation du sens que l'on donne au mot. Ce risque diminue naturellement avec le temps et avec le nombre de fois où le mot en question est utilisé. L'utilisation du mot permet aux interlocuteurs de saisir les frontières de ce qu'il désigne d'une manière de plus en plus fine ce qui réduit les risques liés à l'interprétation. Le risque linguistique lié à l'introduction d'une nouvelle langue dans l'entreprise est surtout important au début de la démarche. Il faut y être particulièrement vigilant, car même si cela n'est pas arrivé au sein de l'entreprise Askorn Medical, une erreur majeure liée à l'utilisation de la langue aurait pu être rédhibitoire à la poursuite de l'expérience de normalisation de la langue minoritaire. Cette attention particulière se matérialise sous forme de mesures de sécurisation qui au départ vont à l'encontre de la productivité de la communication.

Avec le temps, les sécurités nécessaires s'estompent ce qui permet de rentrer dans le mode de communication normalisé. Les différentes mesures sont les suivantes :

- 1) Utiliser un mot mieux connu dans une autre langue (français ou anglais). Cela peut être vécu comme un mini-échec par les locuteurs, mais évite les contresens majeurs d'une manière efficace.
- 2) La vérification du sens des mots dans un dictionnaire.
- 3) L'utilisation de synonymes pour assurer doublement le sens du mot.
- 4) Le recours à la périphrase pour compenser la méconnaissance du mot juste ou assurer le sens du mot.

Ces mesures sont indispensables car une mauvaise compréhension peut entraîner des conséquences plus ou moins fâcheuses pour l'entreprise. Si la mauvaise compréhension concerne uniquement les protagonistes impliqués dans la conversation, le risque est limité à une rectification de l'action attendue et éventuellement à la redéfinition du sens du vocabulaire utilisé. Les conséquences restent dans une zone attachée à la sphère de la langue minoritaire et peuvent ne pas en sortir. Le résultat de la mauvaise compréhension peut avoir des conséquences sur l'ensemble du travail de l'équipe, bryttophones et non-bryttophones. Dans ce cas, les réactions de l'équipe peuvent être négatives dans la mesure où cela atteint l'efficacité de l'entreprise dans son ensemble. Si cela se répète, la situation peut devenir difficile à gérer, en particulier si le problème est identifié comme étant lié à une mauvaise maîtrise de la langue minoritaire par ses locuteurs. Le troisième cas est plus grave, si le résultat de la mauvaise compréhension atteint le client de l'entreprise cela peut avoir des conséquences catastrophiques. Quand un client d'Askorn Medical attend du matériel pour traiter une fracture de cheville (« ibil-troad ») et reçoit du matériel pour traiter une clavicule (qui peut aussi se traduire par « ibil-skoaz »), la réputation et la fiabilité de l'entreprise peuvent s'en trouver ternies. Si les salariés ont le sentiment que l'avenir de l'entreprise est en jeu en raison de la langue minoritaire, la tentative de normalisation risque purement et simplement d'être reportée, voire abandonnée. La langue est un moyen de communiquer, l'entreprise reste le moyen de subsistance dont tous les employés bénéficient pour subvenir à leurs besoins. Les enjeux ne sont pas situés au même niveau. Pour qu'une action qui vise à transformer les habitudes de travail d'une équipe établie ait une chance de réussite, il faut absolument rechercher à obtenir l'assentiment non pas d'une majorité mais de l'ensemble du personnel. Il peut se faire qu'une partie du personnel n'ait pas une opinion marquée sur le sujet mais il faut qu'elle soit prête à partager l'expérience, même d'une manière passive. La normalisation d'une langue minoritaire dans une entreprise peut toujours être considérée comme une action facultative car tout le monde maîtrise la langue majoritaire. A l'instar des choix à faire par rapport aux compétences métier et aux compétences linguistiques, il ne faut jamais perdre de vue la finalité de l'entreprise, toujours privilégier la satisfaction des clients, du personnel et la bonne marche de l'entreprise à tout autre projet qui soit. Il faut donc procéder avec tact et méthode, afin de limiter les risques inhérents au changement linguistique. En premier lieu, il faut s'appuyer sur des bryttophones autonomes et intéressés par le projet linguistique. Ensuite il est possible d'élargir les champs d'utilisation de la langue progressivement de façon à laisser le temps au vocabulaire et au sens des mots de s'affermir et réduire ainsi les risques de mauvaise compréhension. Une démarche progressive consiste à

introduire l'utilisation de la langue sur les sujets qui peuvent rester au départ dans la sphère des brittophones et à l'élargir progressivement aux domaines qui touchent les autres salariés (non-brittophones) puis aux domaines qui touchent les acteurs extérieurs à l'entreprise : les clients et les fournisseurs de biens et de services.

5) Conclusion de la partie III

Grâce à cette partie très pratique, basée sur l'expérience menée dans une entreprise qui fonctionne normalement, avec ses succès et ses difficultés, ses salariés et ses clients, j'ai pu mettre en évidence un certain nombre de points liés à la mise en place d'une nouvelle politique linguistique en faveur d'une langue minoritaire. L'utilisation d'une langue minoritaire sur la durée, dans le monde de l'entreprise est une chose qui est tout à fait possible et l'expérience décrite ci-dessus en est une preuve bien réelle. Dans le cas de l'expérience menée chez Askorn Medical, on peut retenir une volonté initiale de créer un environnement favorable à la langue bretonne, illustrée par le choix du nom de l'entreprise et la volonté d'utiliser la langue bretonne comme une valeur ajoutée non pas sur les produits fabriqués, mais pour une communication différenciée de l'entreprise. Ce premier ensemble constitue le socle initial sur lequel d'autres éléments se sont greffés au fur et à mesure de leur validation par des expériences pratiques. On note que ce projet n'est pas conçu comme ayant un point de départ et une fin mais comme un ensemble de mesures évolutives et suivies sur le long terme. Entre le choix du nom de l'entreprise et la situation actuelle, il s'est écoulé 10 ans. Pour faire évoluer les informations avec le dynamisme nécessaire à la communication moderne d'une entreprise, il est nécessaire de maîtriser la langue d'une manière autonome au sein de l'entreprise. Une compétence interne et une capacité de décision sont importantes pour entamer les phases successives de normalisation de la langue minoritaire avec l'assentiment des salariés de l'entreprise qui à défaut de maîtriser la langue, peuvent s'identifier à elle.

Le fait de pouvoir s'appuyer sur une méthodologie telle que la charte « Ya d'ar brezhoneg » a permis d'enrichir et d'accélérer la mise en avant de la langue bretonne. La charte est un bon vecteur d'idées. Utilisée pleinement, elle pourrait devenir le moteur d'un réseau actif pour la normalisation de la langue bretonne dans le monde de l'économie. L'expérience acquise montre qu'il existe des écueils à éviter. La mise en place d'une politique linguistique dans l'entreprise est un élément perturbateur, par rapport à la norme monolingvistique en vigueur en France et par rapport aux capacités de chaque salarié à parler ou pas la langue minoritaire. Cette première perturbation est particulièrement sensible au niveau des non-locuteurs de la

langue minoritaire car ils se trouvent dans une position qui ne leur permet plus de maîtriser l'ensemble des communications internes à l'entreprise. De ce fait, il est du devoir du responsable de travailler indifféremment avec l'ensemble de l'équipe. Il doit dédier une attention particulière aux non-locuteurs afin de conserver la cohérence de l'équipe avec ses deux langues en vigueur. Cela peut sembler paradoxal mais l'implémentation d'une politique favorable à une langue minoritaire nécessite beaucoup d'attention pour les locuteurs exclusifs de la langue majoritaire.

Le second point d'attention est lié au recrutement de salariés qui maîtrisent la langue bretonne en plus de leur compétence métier. La recherche d'une double compétence rare peut ne pas aboutir ou demander un temps bien plus long que celui nécessaire à un recrutement classique (recherche d'une compétence métier seule). Il est envisageable de former une personne brittophone à un poste de travail qui ne nécessite pas de compétences métier particulières.

Par contre, la formation à une langue minoritaire pour une utilisation autonome, destinée à des salariés possédant une expertise rare, n'est pas envisageable pour l'entreprise. La durée nécessaire à un tel objectif, de l'ordre de 5 ans minimum en cours du soir, n'est pas compatible avec la vie d'une entreprise ni avec l'engagement qu'un salarié peut assurer par rapport aux aléas et impondérables de la vie. Au sein de l'entreprise Askorn Medical, le recrutement par les voies classiques d'un salarié possédant la double compétence technique et linguistique n'a jamais été couronné de succès. Par contre, la visibilité d'offres d'emploi qui mettent bien en évidence la langue bretonne a permis à l'entreprise de recevoir des candidatures spontanées, soit pour des demandes d'emploi, soit pour des demandes de stages. En l'espace de dix ans, la situation a nettement évolué. Lors des premières tentatives de recrutement, la démarche se soldait par une absence totale de réactions, aujourd'hui, elle se matérialise sous forme de candidatures spontanées (pas toujours en rapport avec le poste recherché). Dans ce cas, nous sommes encore loin d'une situation utopique mais la réalité a tendance à s'en rapprocher. Passé la période d'incertitude, la langue bretonne a pu être identifiée comme un élément fédérateur des salariés de l'entreprise, au-delà de leur capacité à maîtriser cette langue. C'est l'un des enseignements les plus marquants que j'ai pu observer.

En ce qui concerne la communication de l'entreprise vers l'extérieur, la langue minoritaire offre un éventail de possibilités qui vont de son utilisation symbolique jusqu'à son utilisation vernaculaire. L'expérience menée dans l'entreprise a montré que par rapport aux clients ou aux fournisseurs, jamais la langue minoritaire n'a été préjudiciable aux relations de l'entreprise avec son environnement. Les réactions se situent toutes entre une neutralité plutôt bienveillante et une réelle valeur ajoutée sur la perception de l'entreprise. Globalement,

l'ensemble constitue bien un résultat positif. C'est un point important à noter. Une démarche de revitalisation linguistique dans l'entreprise peut être approchée d'une manière décomplexée vis-à-vis des relations avec l'extérieur de l'entité.

A partir du moment où au moins deux locuteurs au sein d'une même entreprise peuvent échanger professionnellement dans la langue minoritaire, on peut parler d'une normalisation active. Son préalable est de définir un thésaurus qui permette d'attribuer aux mots le même sens, acceptable et accepté par tous et éviter ainsi les écueils liés à l'insécurité linguistique.

Moyennant le respect de ces points et une gestion attentive de l'introduction de la langue minoritaire dans l'entreprise, sa normalisation dans le monde de l'économie et de l'entreprise peut être entreprise dans une perspective de succès significative.

Comme observé tout au long de ce chapitre, la normalisation d'une langue minoritaire dans l'entreprise doit être comprise non pas comme un changement de langue dans le mode de communication de l'entreprise mais comme l'introduction progressive d'une nouvelle langue qui trouve son sens dans la proximité de l'entreprise avec son environnement naturel. A l'instar de la seconde proposition de Joshua Fishman, il faut comprendre la démarche de normalisation, non pas comme étant une situation en tout ou rien mais comme un passage par différents degrés de normalisation dont la définition des stades pourrait être élaborée dans le cadre de travaux futurs. Nous pouvons définir le premier degré de normalisation de la langue minoritaire, comme étant l'acceptation par l'ensemble des membres de l'entreprise, de son utilisation symbolique. Bien que cela puisse exister dans quelques rares domaines, il n'est pas envisageable à brève échéance que la langue minoritaire se substitue totalement à la langue majoritaire. Cependant, on peut considérer ce dernier stade comme la borne ultime de la normalisation d'une langue minoritaire dans la sphère économique, auquel cas elle serait devenue majoritaire et devrait se garder de tomber dans les travers des langues majoritaires hégémoniques.

A l'aide des locuteurs présents, la langue minoritaire doit trouver une place harmonieuse parmi les autres langues déjà parlées dans l'entreprise. Comme le faisait remarquer Steven Guéguégnat lors de son interview, « si de temps en temps je ne suis pas là pour le rappeler, la langue bretonne est parfois vite oubliée dans les actions de l'entreprise ». Je partage cette remarque qui ouvre sur un axe de recherche lié à la robustesse de la place de la langue dans les entités économiques. Les processus administratifs et financiers d'une grande entreprise sont en général très codifiés : établissement des budgets en octobre, acceptation des budgets en décembre, revues budgétaires trimestrielles, etc. d'autres processus comme le recrutement le sont tout autant, ce qui constitue une force pour l'entreprise. Il serait pertinent d'étudier

comment les dimensions linguistiques pourraient bénéficier d'un processus robuste dans le temps par rapport à leur pérennité et leur développement.

Cette expérience menée au sein de l'entreprise Askorn Medcial est une preuve que les langues minoritaires ont une place et une fonction différenciatrice positive dans le monde de l'économie, quelle que soit la nature des produits ou services vendus.

Conclusion générale

J'arrive au terme d'un long voyage qui parfois s'est apparenté à des traversées de déserts arides et étendus et parfois à la découverte de zones luxuriantes dans lesquelles foisonnent des initiatives trop méconnues. A ce stade, il est temps de ré-évoquer le sujet et de restituer la problématique qui nous ont mené jusqu'ici. Le titre de ce travail est : « Normalisation d'une langue régionale dans la sphère économique : de l'utopie à la réalité. Le cas de la langue bretonne. » La problématique qui en découle est de déterminer, avec l'appui de théories et d'exemples concrets, si une politique linguistique visant à normaliser une langue minoritaire dans la sphère économique est un objectif qui peut s'insérer réellement dans ce segment particulier de la vie sociétale ou si de telles initiatives relèvent uniquement du domaine de l'utopie.

Cette étude prend appui sur le cas de la langue bretonne. Même si la situation de chaque langue minoritaire est un cas particulier qui nécessite la définition d'actions tactiques spécifiques, rien dans les exemples relatés ne semble placer les autres langues minoritaires dans un contexte fondamentalement différent. On peut donc envisager que les conclusions de ce travail puissent être étendues aux autres langues minoritaires de France et d'ailleurs.

La première partie du travail réalisé nous a amené bien loin dans le temps, à la recherche des traces de l'utilisation de la langue bretonne dans la sphère économique. Placer la langue bretonne dans une perspective historique permet d'illustrer que les tout premiers mouvements de recul de la langue bretonne sur une aire géographique datent du VI^e siècle quand les Bretons ont émigré vers l'est de l'île de Bretagne puis vers l'Armorique. A partir de ce moment, la zone géographique globale du parler breton s'est amenuisée bien que sur le continent elle était en expansion. Au IX^e siècle, quand l'élite bretonne s'est réfugiée en France, devant les exactions commises par les Vikings, la régression de la zone linguistique brittonique insulaire s'est encore rétrécie. Au retour d'exil, après plusieurs générations de Bretons éduqués en France, la classe dirigeante bretonne est devenue exclusivement francophone. On a vu aussi que sur une tendance générale, quand une langue se trouve en insécurité, les événements extérieurs, crises économiques ou militaires sont des facteurs d'accélération de la régression des langues minoritaires. Au-delà de ce besoin de mise en perspective de l'évolution de la situation de la langue bretonne, les raisons qui m'ont poussé vers cette recherche historique étaient peut-être une quête de légitimité de ma recherche. Je

voulais retrouver les traces anciennes de l'utilisation du breton dans la sphère économique. En dépit de mes efforts, je n'ai trouvé que très peu d'éléments dans l'histoire ancienne. D'autres avant moi avaient fait la constatation de l'absence de preuve d'une utilisation de la langue bretonne dans l'économie mais s'en rendre compte par soi-même est une expérience qui complète les observations de nos prédécesseurs. Retrouver les traces de l'utilisation d'une langue minoritaire dans l'économie, à l'époque où cette dernière n'occupait qu'une place restreinte par rapport à ce que nous connaissons aujourd'hui, relève bien de l'utopie. La réalité était certainement bien plus proche d'une utilisation vernaculaire de la langue bretonne dans le cadre de transactions locales, bien trop banales pour avoir laissé des traces écrites à la postérité. Les premières traces tangibles de la langue bretonne dans l'économie moderne se situent au milieu du XIXe siècle au moment où l'économie a pris un essor considérable et que la « réclame » a précédé le marketing et la publicité dans le cadre d'une communication de masse. L'utilisation des langues « officielles » dans les actes publics en Bretagne est passée du latin au français. La langue bretonne existait mais n'a jamais connu le statut de langue « officielle » internationale. Cette absence est remarquable dans les documents publics officiels ainsi que dans ceux liés à l'économie, comme les contrats commerciaux.

Les premiers outils nécessaires à l'utilisation appropriée de la langue bretonne sont nés à la fin du XVe siècle, du moins pour ceux qui nous sont parvenus. Depuis, les dictionnaires n'ont cessé de se multiplier, d'être complétés et actualisés. Les moyens technologiques du XXe siècle ont permis à ces outils de se perfectionner et de mieux répondre aux besoins des XXe et XXIe siècles. Cela est vrai en particulier pour ce qui concerne la tertiarisation des emplois dans la sphère économique. A l'utopie d'un outil global pouvant servir dans toutes les circonstances, la réalité requiert que la recherche d'un mot particulier passe par la consultation de plusieurs dictionnaires, lexiques ou thésaurus en fonction des champs d'utilisation des mots recherchés ou étudiés. La productivité du monde économique appelle une utilisation d'outils et de techniques de recherche efficaces et rapides. L'utopie aurait voulu que ces outils soient disponibles sur des applications pour terminaux portables de type « smartphone » mais la réalité s'arrête pour l'instant à la consultation de dictionnaires papiers ou internet.

L'utilisation des langues, quelles qu'elles soient, requiert des locuteurs autonomes. Depuis deux siècles, la langue bretonne résiste aux vellétés linguistico-génocidaires de la politique française, qui se manifestent principalement par de nouvelles lois ou de nouveaux articles constitutionnels qui restreignent toujours plus les possibilités de son utilisation. Depuis plus d'un demi-siècle, elle ne se transmet plus d'une manière intergénérationnelle. La réalité de

cette situation, l'utopie aurait voulu que la langue bénéficie d'une attention particulière par rapport à la diversité linguistique, qui à l'instar de la biodiversité, apporte richesses à l'humanité : l'une sous forme de la conception d'idées et de leur transmission, l'autre sous la forme de différentes organisations de vies. La réalité nous offre le spectacle d'une quasi-impossibilité technique, organisée pour entretenir la pénurie de locuteurs autonomes alors que des solutions simples pourraient être mises en place, comme l'enseignement systématique de la langue dans toute la Bretagne. Dans un contexte économique où il est important de disposer de personnes formées et opérationnelles rapidement, la réalité valide bien la pénurie de locuteurs autonomes formés par les services de l'Education Nationale. Cette institution est très loin d'offrir une « égalité » des chances aux scolaires de Bretagne voulant étudier la langue bretonne.

Enfin, il est vain de se lancer dans un projet, quel qu'il soit, sans avoir au minimum un point de départ, un point d'arrivée ou un objectif, une stratégie, une tactique pour chaque action entreprise et surtout sans avoir fait l'inventaire des ressources financières et humaines. Une fois cela établi, il est important de disposer d'outils devant permettre de mesurer les progrès accomplis. Une fois chaque point renseigné, cet ensemble de données constitue ce qui peut être considéré comme les informations minimales pour une entreprise de revitalisation linguistique.

La réalité est nettement plus complexe en raison de l'immensité de la tâche. Une langue se façonne au quotidien, au cours des siècles. La destruction d'une langue peut s'opérer en quelques décennies, l'échelle temporelle d'une revitalisation linguistique en fonction de la situation de départ est plutôt de l'ordre du demi-siècle, voire du siècle. Il faut utiliser et adapter un outil de mesure approprié pour la détermination du point de départ, ce qui est un exercice complexe. Ce même système doit aussi être pensé pour servir d'instrument de mesure de la progression réalisée dans le temps. Chaque situation constitue en elle-même un nouveau point de départ. La mesure du dynamisme d'une langue est polyaxiale, dans des sphères différentes, dont l'une d'elles est la sphère économique. Les mesures qui ont été faites à ce jour pour mesurer le dynamisme de la langue bretonne sont principalement des actions de dénombrements quantitatifs, plus rarement des dénombrements qualitatifs. Les données anciennes sont en général assez disparates. Les données récentes sont issues de sondages et autorisent certaines comparaisons. Le découpage des données et leur traitement par catégories homogènes (âge, catégorie socioprofessionnelle, géographie...) permettent un regard différencié de la sphère sociétale. Les informations que l'on en tire sont intéressantes à condition de projeter les données anciennes dans le contexte actuel au moment d'établir de

nouvelles mesures. Sans cela, les nouvelles données ne permettent pas d'analyses pertinentes du résultat des actions entreprises.

Deux initiatives ont été menées pour mesurer la situation des langues minoritaires : l'UNESCO a établi un recensement des langues minoritaires du monde, dans leur environnement linguistique majoritaire. Pour ce faire, les chercheurs ont évalué la situation des langues suivant une grille multicritère mais pour leur classement, seul le critère de la transmission intergénérationnelle a été retenu. C'est celui qui est jugé le plus critique par la plupart des linguistes qui se sont penchés sur la pérennité des langues. L'outil développé par l'UNESCO est très intéressant pour l'objet pour lequel il a été créé : le recensement des langues minoritaires du monde. Par contre, sa finesse d'analyse ne permet pas de travailler sur la langue en elle-même. Joshua Fishman est un chercheur américain qui a fortement influencé les théories qui ont guidé le travail de l'UNESCO. Il a consacré une grande partie de sa carrière universitaire à la revitalisation des langues minoritaires dans le monde. Son expérience sur le sujet est unique, ce qui lui a permis de développer une théorie dont il a pu éprouver et valider ou infirmer les concepts, sur le terrain expérimental. Dans sa première approche, il a développé une grille d'évaluation de la situation des langues minoritaires, puis il a établi une progression séquentielle simple mais utopique, dont le but ultime est la normalisation de la langue minoritaire jusqu'à la rendre majoritaire. Après une expérience de dix ans durant laquelle sa théorie a été éprouvée, la réalité s'est imposée à lui. Il a revisité ses théories initiales pour définir un objectif final qui n'est plus de rendre la langue minoritaire, majoritaire mais de définir des zones de « pouvoir » dans lesquelles la langue minoritaire peut prendre une part plus ou moins importante, en fonction des ressources des militants et du coût d'acquisition des parcelles de pouvoir de chaque sphère. La progression n'est plus une progression linéaire de conquête mais une progression plus organique, en renforçant toute nouvelle progression sur l'assise solide du travail qui précède logiquement mais aussi en assurant le travail en cours de réalisation, sur un travail préliminaire dans la sphère suivante de façon à obtenir un soutien de la démarche, en aval mais aussi en amont. Le travail de Joshua Fishman est aujourd'hui celui qui est le plus abouti par rapport aux théories et à la pratique de la revitalisation des langues minoritaires. C'est un outil indispensable pour tous ceux qui souhaitent se lancer dans cette aventure.

Au-delà de la situation de la langue bretonne et de son évolution dans le temps, des outils qui permettent une utilisation adéquate de la langue, de l'évaluation du potentiel de locuteurs autonomes et des outils nécessaires à la revitalisation d'une langue minoritaire, l'abord de la langue bretonne dans la sphère économique passe par une mise en perspective de l'évolution

de l'économie. Cette perspective permet de mettre en parallèle les vitesses de progression relatives des langues et de l'économie. L'utopie aurait voulu que les langues minoritaires comme majoritaires puissent investir les différents secteurs de l'économie d'une manière homogène. Force est de constater que le différentiel de vitesse d'évolution des langues d'une part et de l'économie d'autre part, n'a pas permis à toutes les langues d'accompagner les évolutions économiques indexées sur la productivité issue des technologies numériques. Les langues ont continué à évoluer à la vitesse des réalisations humaines. La sphère économique se divise en trois différents secteurs d'activité, dont les rythmes de production sont différents. On note que plus le cycle de production est long, plus les langues minoritaires y ont perdu (secteur primaire et secondaire dans une moindre mesure). A l'inverse plus les rythmes d'échanges des informations sont rapides, plus la recherche de productivité pousse à la langue unique dans la sphère d'interaction professionnelle (secteur tertiaire plus ou moins internationalisé). Les perspectives offertes par les différents secteurs économiques attirent très nettement les actifs vers le tertiaire, au détriment des secteurs primaire et secondaire. En 2015, 85 % des actifs travaillent dans le secteur tertiaire et c'est le secteur dans lequel on trouve le moins de locuteurs autonomes de la langue minoritaire. Une vision utopiste des brittophones dans l'économie aurait plaidé pour leur distribution proportionnelle dans les trois secteurs de l'économie. La réalité nous indique que la majorité se retrouve dans les secteurs plutôt en régression et la minorité se trouve diluée dans le vaste secteur tertiaire en progression.

Les initiatives pour revitaliser l'usage des langues minoritaires dans la sphère économique existent mais ne sont pas nombreuses. Deux projets qui visaient à mettre l'économie au service de la langue minoritaire ont été analysés en détail et en dépit de la réflexion intense qui a précédé leur élaboration, le résultat attendu s'est figé dans les sphères de l'utopie sans donner de résultats satisfaisants. Il semble qu'une démarche économique initiée pour servir une langue minoritaire dans un contexte associatif ne soit pas une voie qui mène à des résultats tangibles. L'associatif et l'économique ne travaillent pas avec les mêmes règles : dans le premier cas, le mode de fonctionnement est celui du don (de soi, de son temps ou de ses finances). Dans le monde de l'économie, la base du fonctionnement est l'échange. Paradoxalement, le seul projet qui ait donné une place concrète au breton dans la sphère économique provient d'une initiative purement économique. Elle est menée par l'association « Produit en Bretagne », qui a valorisé une partie de ses actions marketing en y associant la langue minoritaire, donnant à cette dernière une visibilité inégalée dans le monde de l'économie, de son utilisation comme symbole jusqu'à son utilisation vernaculaire. L'utilisation de la langue minoritaire ne peut se faire selon un seul mode de fonctionnement

exclusif monoaxial avec d'un côté le militantisme (pride) et de l'autre une instrumentation mercantile (profit) mais selon tout un gradient de possibilités entre ces deux axes pris séparément.

Au niveau des initiatives issues des instances politiques et administratives françaises, seul l'échelon de la région Bretagne propose une action volontariste en faveur des langues minoritaires de Bretagne. L'une de ces actions est la normation de la langue en particulier pour les activités professionnelles du secteur tertiaire. La seconde initiative qui constitue un potentiel de normalisation important est la charte « Ya d'ar Brezhoneg », signée par plus de 600 entreprises bretonnes. Ce vivier d'entreprises, moyennant une animation et un suivi, pourrait être la base d'un large mouvement pour la normalisation de la langue bretonne dans la sphère économique.

Une étude de différents corpus a permis de valider le fait que l'intérêt pour les langues minoritaires est indépendant des secteurs d'activité des entités économiques mais plutôt une fonction de proportionnalité avec le nombre de locuteurs par unité géographique. L'intérêt pour la langue minoritaire manifesté spontanément et mesuré dans le monde professionnel en 2012 se situe au niveau de 5 à 8 % des entreprises.

Sur la base d'entretiens avec des responsables d'entreprises qui, d'une manière un peu utopique ont choisi d'utiliser la langue bretonne dans les entités qu'ils dirigent, il transparaît clairement que la réalité est moins aisée qu'il n'y paraît mais que moyennant des points d'attention particuliers, il n'y a pas d'obstacle rédhibitoire à la normalisation d'une langue minoritaire dans la sphère économique. Les challenges principaux à l'implémentation d'une politique favorable à une langue minoritaire sont en premier lieu d'ordre psychologique : le « *qu'en-dira-t-on ?* » plus imaginaire que réel. La crainte de la perception des autres, tant dans l'entreprise qu'à l'extérieur, paralyse l'action. Le second challenge vient de notre culture productiviste qui s'exprime sous la forme de « *l'utilité* » de la langue minoritaire dans l'entreprise. L'intérêt n'étant pas directement mesurable en termes financiers sur un compte de résultat. L'attribution de ressources tend à lui donner une perception inutile, voire irresponsable. Enfin, le troisième challenge régulièrement sous-estimé car il vient logiquement après que les deux autres ont été surmontés, est *la maîtrise autonome* de la langue minoritaire au sein même de l'entreprise, *par au moins deux personnes* en mesure de travailler ensemble. Sans cette autonomie, la promesse de la langue utilisée comme symbole peut s'avérer en dissonance par rapport à la réalité de la situation et engendrer un malaise.

Dans tous les cas d'entreprises étudiés, la mise en place d'une politique linguistique part systématiquement de l'intérêt d'un responsable en position de décision. Cette constatation

appelle à travailler sur cette population particulière, même si une délégation des actions d'implémentation de la politique linguistique est tout à fait possible.

Les expériences relatées par les divers responsables d'entreprises mettent en relief un certain nombre de difficultés qui demandent à ce qu'elles soient abordées dans la sérénité et avec le temps nécessaire. Les principaux points d'attention sont :

- 6) Le maintien d'un esprit d'équipe et non introduire les éléments propices à la création d'un esprit de clan dans l'entreprise.
- 7) Une attention particulière dédiée aux non-bretonnants.
- 8) Une minimisation des risques afférents à l'insécurité linguistique pour éviter un incident préjudiciable à l'entreprise.
- 9) Accepter des recrutements plus difficiles pour lequel il est nécessaire de privilégier la compétence professionnelle sur la compétence linguistique et utiliser la maîtrise autonome de la langue minoritaire comme un facteur de différenciation entre des candidats équivalents. L'un des facteurs de succès dans le recrutement des profils rares est le temps nécessaire pour que des candidats puissent se manifester.

L'utilisation d'une langue minoritaire dans la sphère économique peut revêtir différentes formes qui toutes ont leur raison d'être car elles correspondent à un besoin existant, tant que s'établit la relation d'échange. Ces formes vont de l'utilisation de la langue minoritaire comme objet d'étude, ce qui est le cas des chercheurs universitaires ou du CNRS. La langue peut être un objet de formation, un moyen de différenciation, harmonieux, normalisateur ou dissonant, parmi les outils du marketing, elle peut être aussi un moyen de reconnaissance identitaire qui se vend comme tel, ou enfin, un moyen de communication vernaculaire.

Quel que soit le cas d'utilisation, la langue est toujours en position d'apporter une valeur ajoutée à l'entité qui l'utilise. Pour ce qui concerne l'utilisation vernaculaire de la langue, l'expérience montre que c'est à la fois un élément différenciateur (par rapport à l'extérieur) et fédérateur (à l'intérieur) de l'entreprise. C'est une valeur qui n'est pas immobilisable sur un bilan comptable mais qui fait partie des richesses de l'entreprise, qu'elle peut inclure dans son « goodwill » (ou dans sa « survaleur »).

La troisième et dernière partie de ce travail relate les retombées d'une politique de normalisation de la langue bretonne dans l'entreprise Askorn Medical, sur 10 ans. Cette expérience a permis de valider un certain nombre d'hypothèses sur la revitalisation linguistique dans la sphère du monde économique. Dans un environnement français défavorable à l'utilisation des langues minoritaires, la revitalisation linguistique dans la sphère économique reste possible mais requiert d'autant plus d'efforts et de temps pour

arriver à un résultat tangible qui reste parfois bien fragile. La robustesse de la place des langues dans l'entreprise est un axe d'étude qui reste à développer. Une action dédiée pour le développement de réseaux fédératifs dans différentes sphères de pouvoir, comme celui de l'économie serait de nature à fédérer les énergies. La revitalisation d'une langue minoritaire ne s'inscrit pas dans une perspective passéiste mais au contraire, dans une perspective créative tournée vers l'avenir.

La partie expérimentale permet de séparer l'utopie de la réalité mais aussi de les relier. La première comme moteur de l'action et la seconde comme expérience acquise et reproductible.

Bibliographie

Langues minoritaires et société, dans l'Histoire

- Abalain, H. *Histoire de la langue bretonne*. Vol. 10. Editions Jean-paul Gisserot, 2000.
<http://books.google.fr/books?hl=en&lr=&id=FJz7qWog5BsC&oi=fnd&pg=PA3&dq=langue+bretonne+%C3%A9conomie&ots=Rsz5q90YH7&sig=oFFMDHowTY3yivJe4J8iJKHTkXc>.
- Bertrand, Olivier. « Dominique Ancelet-Netter, La Dette, la Dîme et le Denier. Une analyse sémantique du vocabulaire économique et financier au Moyen Âge ». *Perspectives médiévales. Revue d'épistémologie des langues et littératures du Moyen Âge*, n° 34 (1 septembre 2012). <http://peme.revues.org/98>.
- Bottéro, Jean. *Mésopotamie : l'écriture, la raison et les dieux*. Paris, France : le Grand livre du mois, 2001.
- Bourdieu, Pierre. *Ce que parler veut dire - broché - Pierre Bourdieu - Livre ou ebook*. Consulté le 23 février 2014.
<http://livre.fnac.com/a123417/Pierre-Bourdieu-Ce-que-parler-veut-dire>.
- Broudig, Fañch. *La pratique du breton : de l'Ancien Régime à nos jours*. Presses universitaires de Rennes, 1995.
- Buhez (Association). *Parlons du breton !* Rennes : Editions Ouest-France, 2001.
- Cave, T. *Pré-Histoires II: langues étrangères et troubles économiques au XVIe siècle*. Vol. 2. Librairie Droz, 2001.
<http://books.google.fr/books?hl=en&lr=&id=tGihniouHD4C&oi=fnd&pg=PA9&dq=langue+bretonne+%C3%A9conomie&ots=-zDtUrTbpe&sig=N4ehIkn6UUDqirwYGv WtOULFXE>.
- Centre de recherche bretonne et celtique. *Histoire littéraire et culturelle de la Bretagne*. Édité par Jean Balcou, Yves Le Gallo, Léon Fleuriot, Auguste-Pierre Ségalen, Louis Le Guillou et Donatien Laurent. Paris, France : Champion, 1997.
- Chadwick, Nora Kershaw. *Early Brittany*. Cardiff, Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord: University of Wales Press, 1969.
- Cherkaoui Messin, Kenza. « Le discours politique relatif à l'aménagement linguistique en France (1997-2002) ». Thèse de doctorat, Université de la Sorbonne Nouvelle, 2009.
- Chomsky, Noam. « Congrès International des Linguistes : Language Policy for Indigenous, Immigrant, and Ethnic Minority Languages ». Consulté le 17 mars 2014. <http://www.cil19.org/ateliers/language-policy-for-indigenous-immigrant-and-ethnic-minority-languages/>.
- Coadic, Ronan Le. *Bretagne, le fruit défendu?* Presses universitaires de Rennes, 2002.
- Collingwood, Robin George et John Nowell Linton Myres. *Roman, Britain and the English Settlements*. Biblio & Tannen Publishers, 1936.

- Croix, Alain. « Atlas de Bretagne, Skol Vreizh ». *Annales de Bretagne et des pays de l'Ouest* 97, n° 2 (1990) : 189-90.
- David, Pierre. *Études historiques sur la Galice et le Portugal du VIe au XIIe siècle*. Lisboa, Portugal, France : Livraria Portugália Editora, 1947.
- Delumeau, Jean. *Documents de l'histoire de la Bretagne. publiée sous la direction de J. Delumeau*. Privat, Univers de la France Collection d'Histoire Générale, 1971, 1971.
- Dugalès, Nathalie, Ronan Le Coadic et Fabrice Patez, éd. *Et la Bretagne?: Héritage, identité, projets*. Rennes, France : Presses universitaires de Rennes, 2004.
- Dumézil, Georges. *Mythes et dieux des Indo-Européens*. Édité par Bernard Sergent. Paris, France : Flammarion, DL 2011, 2011.
- Falc'hun, François. *Histoire de la langue bretonne d'après la géographie linguistique*. Presses universitaires de France Rennes, Impr. réunies, 1963.
- Falc'hun, François. *Perspectives nouvelles sur l'histoire de la langue bretonne*. Paris, France : Union générale d'éditions, 1981.
- Falileev, Aleksandr I. et Hildegard L. C. Tristram. *Le Vieux-Gallois*. Universitätsverlag Potsdam, 2008.
- Favereau, Francis. *Lennegezh ar brezhoneg en XXvet kantvet*. Montroulez i.e. Morlaix, France : Skol Vreizh, 2003.
- Fleuriot, L. « Breton et cornique à la fin du Moyen-Age ». *Annales de Bretagne* 76, n° 4 (1969) : 705-24. doi:10.3406/abpo.1969.2537.
- Fleuriot, Léon. *Du Gaulois au Breton ancien en Armorique*. Quimper : Société Archéologique du Finistère, 1981.
- Fleuriot, Léon. « La découverte de nouvelles gloses en vieux-breton ». *Comptes-rendus des séances de l'année... - Académie des inscriptions et belles-lettres* 103, n° 2 (1959) : 186-95. doi:10.3406/crai.1959.11034.
- Fleuriot, Léon. *Les origines de la Bretagne : l'émigration*. Paris, France : Payot, 1999.
- Galliou, Patrick. *L'Armorique romaine*. Édition revue et augmentée. Armeline, 2005.
- Gilles, Philippe. « Nicole Delbecq (dir.), Linguistique cognitive. Comprendre comment fonctionne le langage. Nouvelle édition augmentée, avec exercices et solutions, préface de Jean-Rémi Lapaire, Bruxelles, De Boeck Duculot, coll. « Champs linguistiques/Manuels », 2006 ». *L'Information Grammaticale* 114, n° 1 (2007) : 57-57.
- Grégoire, Henri. « Assemblée nationale - Grands moments d'éloquence parlementaire - Abbé Grégoire (1794) ». Consulté le 25 septembre 2016. <http://www.assemblee-nationale.fr/histoire/Abbe-Gregoire1794.asp>.
- Grégoire, Henri, France. Convention nationale. Comité d'instruction publique et Imprimerie nationale. *Convention nationale. Instruction publique. Rapport sur la nécessité et les moyens d'anéantir les patois et d'universaliser l'usage de la langue française, par Grégoire; séance du 16 prairial, l'an deuxième de la République une et indivisible; suivi du décret de la Convention nationale. Imprimés par ordre de la Convention nationale et envoyés aux autorités constituées, aux sociétés populaires et à toutes les communes de la République*. Édité par France. Convention nationale. Paris, 1794, France, 1794.
- Guth, Suzie. *Une sociologie des identités est-elle possible?* L'Harmattan, 1994.

- Hagège, Claude. *L'homme de paroles : contribution linguistique aux sciences humaines*. Paris, France : Fayard, 1985.
- Jackson, Kenneth Hurlstone. *Language and History in Early Britain : A Chronological Survey of the Brittonic Languages, First to Twelfth Century A.D.* University Press, 1953.
- Jones, Michael C. E. *The Creation of Brittany : A Late Medieval State*. Continuum International Publishing Group, 1988.
- La Villemarqué, Théodore Hersart. *Essai sur l'histoire de la langue bretonne*. Édité par Bernard Tanguy. Paris, France : Union générale d'éditions, 1977.
- L. Dujardin-Troadec. « Les cartographes bretons du Conquet. La navigation en images 1543-1651 », 1966.
- Lambert, Pierre-Yves. *Le fragment médical latin et vieux-breton du manuscrit de Leyde, Vossianus lat. f. 96 A*. Quimper, France, 1986.
- Laurent, Charles et Roger Gargadennec. « Le dictionnaire breton de Catherine de Russie ». *Annales de Bretagne* 75, n° 4 (1968) : 789-833. doi:10.3406/abpo.1968.2496.
- Le Dù, Jean et Le Berre Yves. *La Bretagne linguistique : Cahiers du Groupe de recherche sur l'économie linguistique de la Bretagne. 06, année 1989-1990*. Brest, France : Centre de recherche bretonne et celtique, 1992.
- Le Dù Jean, Le Berre Yves. *La Bretagne Linguistique, Volume 10*. CRBC ed CRBC Brest, 1996.
- Le Dù Jean, Le Berre Yves. *La Bretagne Linguistique, Volume 19*. CRBC ed CRBC Brest, 1996.
- Le Dù Jean, Le Berre Yves. *La Bretagne linguistique, Volume 20*. CRBC ed CRBC Brest, 2016
- Le Duc, Gwenaël et 1951-2006. « Civilisation Bretonne 1 », inconnue. Cote BZH 4420 bibliothèque CRBC R2. Bibliothèque CRBC Rennes 2.
- Le Lannou, M. *La Bretagne et les bretons*. PUF, 1978.
- Le Menn, Gwennolé et Jean-Yves Le Moing, éd. *Bretagne et pays celtiques : langues, histoire, civilisation*. Saint-Brieuc, France : "Skol, 1992.
- Lemoine, Louis. *Corona monastica Moines bretons de Landevennec*. Presses de Rennes, 2004.
- Lobineau, Guy-Alexis. *Histoire de Bretagne*. François Muguët, 1707.
- Loth, Joseph. *Vocabulaire vieux-breton, avec commentaire, contenant toutes les gloses en vieux-breton, gallois, cornique, armoricain, connues, précédé d'une introduction sur la phonétique du vieux-breton et sur l'âge et la provenance des gloses*. Rennes, France : Université Rennes 2, 2009.
- Marianne, Mulon. « Léon FLEURIOT. ~~Les origines de la Bretagne.~~ Paris, Payot, 1980. In-8°, 355 pages. » *Bibliothèque de l'école des chartes* 139, n° 1 (1981) : 100-102.
- Marquand, Patrice. « Les relations culturelles entre la Bretagne continentale et l'Aquitaine au Moyen âge ». Rennes 2, 2012. <http://www.theses.fr/2012REN20060>.
- Meillet, Antoine. *Les Langues Dans L'Europe Nouvelle Avec un appendice De L. Tesniere Sur La Statistique Des Langues De L'Europe*, 1928.
- Monnier, Jean-Jacques et Jean-Christophe Cassard, éd. *Toute l'histoire de Bretagne : des origines à la fin du XXe siècle*. Morlaix, France : Skol Vreizh, 2012.

- Moreri, Louis et Desaint et Saillant (Paris). *Le grand dictionnaire historique ou Le mélange curieux de l'Histoire sacrée et profane ...* chez les libraires associés [Le Mercier, Desaint & Saillant, Jean-Thomas Herissant, Boudet, Vincent, Le Prieur], 1759.
- Morice, Pierre Hyacinthe et Charles Taillandier. *Mémoires pour servir de preuves à l'histoire ecclésiastique et civile de Bretagne : tirés des Archives de cette province, de celles de France et d'Angleterre, des Recueils de plusieurs sçavans Antiquaires*. Impr. de C. Osmont, 1744.
- Prigent, Christiane. *Pouvoir ducal, religion et production artistique en Basse-Bretagne de 1350-1575*. Paris, France : Maisonneuve et Larose, 1992.
- Reynaud Paligot carole et Christophe Charle. *La république raciale : paradigme racial et idéologie républicaine, 1860-1930*. Paris, France : Presses Universitaires de France, impr. 2006, 2006.
- Richard-Calarnou, Annick. *Corona monastica: mélanges offerts au père Marc Simon*. Édité par Louis Lemoine, Bernard Merdrignac et Centre international de recherche et de documentation sur le monachisme celtique. Rennes, France : Presses universitaires de Rennes, 2004.
- Saint-Sauveur, Edmond Durtelle de. *Histoire de Bretagne : des origines à nos jours*. J. Plihon, 1957.
- Tanguy, Bernard et François Falc'hun. *Le Renouveau des études bretonnes au XIXe siècle*. Paris, France : Union générale d'éd., 1977.
- Vauchez, Andre. *Encyclopedia of the Middle Ages*. Routledge, 2001.
- Waters, D. W. « Early Almanacs Les Cartography Bretons Du Conquet : La Navigation En Images 1543–1650. Dr Louis Dujardin-Troadec. 116 Pages, 9-75 x 6-5 in., Paper, Imprimerie Commerciale & Administrative, Brest 1966, 22 F. (25 F. Abroad). » *The Journal of Navigation* 20, n° 1 (1967) : 110-11. doi:10.1017/S0373463300043022.

Les outils de la langue

- An Noalleg, Yann-Baol. *Geriadur an armerzh ar c'henwerzh hag an arc'hant : e div yezh, gellag, brezhoneg*. Édité par Centre de recherches de néologie. Plomelin, France : Preder, 1995.
- Châlons, Pierre de. *Le premier dictionnaire vannetais : Pierre de Châlons, 1723*. Édité par Gwenolé Le Menn. Saint-Brieuc, France : Skol, 1996.
- Drezen, Pêr. *Geriaouegi: ekonomiezh, geografiezh, istor*. Sant Brieg, France : TES, 2007.
- Kervella, Frañsez. *Evezhiadennoù war c'heriadur brezhonek-gallek Roparz Hemon*. Plouezec, France : Skol, 1962.
- Lagadeuc, Joanne. « BnF archives et manuscrits — Latin 7656 (FRBNFEAD000066900) ». Consulté le 10 juin 2014.
http://archivesetmanuscrits.bnf.fr/ead.html?id=FRBNFEAD000066900&c=FRBNFEAD000066900_e0000018&qid=sdx_q5.
- Le Menn, Gwenolé. « Contribution à l'histoire des dictionnaires bretons ». Diplôme supérieur de recherche, Université Rennes 2, 1981.
- Le Roux, Pierre. *Atlas linguistique de la Basse-Bretagne : 1er fascicule*. Rennes, France : Plihon & Hommay, 1924.

Lezernan, Treveur et Maivon Gwazhampiz. *Dictionnaire de poche breton-français & français-breton*. Édité par Divi Kervella. Fouenant i.e. Fouesnant, France : Yoran embann., 2006.

Maunoir, Julien. *Le Sacré collègue de Jésus, divisé en cinq classes, où l'on enseigne en langue armorique les leçons chrétiennes, avec les trois clefs pour y entrer, un dictionnaire, une grammaire et syntaxe en même langue... composé par le R. P. Julien Maunoir...* J. Hardouyn (Quimper-Corentin), 1659.
<http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bpt6k133741n>.

Maunoir, Julien. *Les dictionnaires français-breton et breton-français du R. P. Julien Maunoir, 1659*. Édité par Gwennoél Le Menn. 2 vol. Saint-Brieuc, France : Skol, 1996.

Pierre, Trépos. « R. Hémon, ~Dafar Geriadur istorel ar brezhoneg~, Contribution à un dictionnaire historique du breton, vol. 1, lettre A ». *Annales de Bretagne* 66, n° 4 (1959) : 447-50.

Press, Ian. *A Grammar of Modern Breton*. Walter de Gruyter, 1986.

Quiquer, Guillaume et Gwennoél Le Menn. *Le nomenclator latin-français-breton*. 2 vol. Saint-Brieuc, France : Skol, 2000.

Les locuteurs

Broudic, Fañch. *L'enseignement du et en breton : rapport à Monsieur le recteur de l'Académie de Rennes*. Brest, France : Emgleo Breiz, 2011.

Fishman, Joshua A. *A sociology of bilingual education*. New York etats-Unis d'Amérique : Yeshiva University?], 1974.

Le Menn, G. « Le breton et son enseignement ». *Langue française* 25, n° 1 (1975) : 71-83.

Vilpoux, Claire et Philippe Blanchet. *Eduquer aux plurilinguismes et à la diversité en contextes francophones : démarches et outils*. Bruxelles, Belgique, 2015.

Vitalité des langues minoritaires

Abalain H., *Pleins feux sur la langue bretonne*, Spézet, France, Coop Breizh, 2004.

de Bie P. et Fishman J.A. et Hill R., *La recherche orientée multidisciplinaire*, Paris, France, Unesco, 1968.

Blanchet P., *Discriminations : combattre la glottophobie*, Paris, France, Éditions Textuel, DL 2016, 2016.

Blanchet P. et Breton R. et Schiffman H.F. et Pennsylvania state university (eds.), *Les langues régionales de France : un état des lieux à la veille du XXIe siècle*, Louvain-la-Neuve, Belgique, France, Peeters, 1999.

Broudic F., « Evolution de la pratique du breton depuis la fin de l'ancien régime jusqu'à nos jours », 1993, France.

Broudic F., *Parler breton au XXIe siècle : le nouveau sondage de TMO Régions*, Brest, France, Emgleo Breiz, 2009.

Broudic F., *Qui parle breton aujourd'hui ? Qui le parlera demain ?*, Brest, France, Brud Nevez, 1999.

- Castel M. et Durand J. et Girard M., *Des patrons bretons se dévoilent : pour tordre le cou aux clichés*, Quimperlé (Finistère), France, la Ligne pourpre, 2011.
- Chauffin F., « Diwan, pédagogie et créativité : approche critique des relations entre pédagogie, créativité et revitalisation de la langue bretonne dans les écoles associatives immersives Diwan », 2015, France, Université Rennes 2.
- Costa J., « Language History as Charter Myth? Scots and the (Re)invention of Scotland. », *Scottish Language*, no. 28, 2009, p. 1–25.
- Costa J., *Revitalisation linguistique : discours, mythes et idéologies : approche critique de mouvements de revitalisation en Provence et en Ecosse*, Grenoble, 2010, accessed 25 september 2016, at <http://www.theses.fr/2010GRENLO33>.
- Denez P., « Enquêtes sur le breton de Douarnenez », 1967, France.
- Dugalès N. et Le Coadic R. et Patez F. (eds.) et *la Bretagne?: Héritage, identité, projets*, Rennes, France, Presses universitaires de Rennes, 2004.
- Fishman J.A. (ed.), *Can threatened languages be saved?: reversing language shift, revisited*, Clevedon England, Pays multiples, 2001.
- Fishman J.A., *Developing minority language resources : the case of Spanish in California*, Tonawanda, NY etats-Unis d'Amérique, Multilingual Matters, 2006.
- Fishman J.A., *Handbook of language & ethnic identity*, New York etats-Unis d'Amérique, Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord, Oxford University Press, 1999.
- Fishman J.A., *Language and ethnicity in minority sociolinguistic perspective*, Clevedon, Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord, Multilingual matters, GB, 1989.
- Fishman J.A., *Language loyalty, language planning and language revitalization : recent writings and reflections from Joshua A. Fishman*, Clevedon, Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord etats-Unis d'Amérique, Canada, 2006.
- Fishman J.A., *Reversing language shift : theoretical and empirical foundations of assistance to threatened languages*, Clevedon (GB), Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord, Multilingual matters, 1991.
- Gal S. et Woolard K.A. (eds.), *Languages and publics : the making of authority*, Manchester, Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord, St. Jerome, 2001.
- Hagège C., *Contre la pensée unique*, Paris, France, O. Jacob, impr. 2013, 2013.
- Hagège C., *Halte à la mort des langues*, Paris, France, O. Jacob, 2002.
- Kaufman J., « Revival.pdf », accessed 25 september 2016, at <http://www.jefftk.com/final-papers/revival/revival.pdf>.
- Kergoat L., « *TERMINOLOGIE-BRETONNE* Pennad evit Skol-Veur Perpinyà ».
- Laforge L. et McConnell G.D., *Diffusion des langues et changement social: dynamique et mesure*, Presses Université Laval, 1990.
- Lannuzel F., « Hor Yezh Vol. 284 », 2015, accessed 26 september 2016, at <https://www.brezhoneg.org/fr/revue/hor-yezh-284>.

- Le Calvez A., *Un cas de bilinguisme, le Pays de Galles : histoire, littérature, enseignement*, Lannion, France, Revue Skol, 1970.
- Le Coadic R., « *L'identité bretonne* », 1997, France.
- Le Menn G., *A la recherche des anciens ouvrages imprimés en breton, pays inconnu*, Société d'émulation des Côtes-du-Nord, 1978.
- MacIntyre A., « On "Democratic Theory : Essays in Retrieval" by C. B. Macpherson », *Canadian Journal of Philosophy*, vol. 6, no. 2, 1976, p. 177–181.
- Nicolas A., *Atlas des langues en danger dans le monde*, Paris, France, éd. UNESCO, 2010, 2010.
- Pichon D. « *Brezhoneg ha kevredigezh* », *Al lañv*, no. 121, 2010 p. 2-6.
- Rivière F. et Unesco (eds.), *Museum international (Ed. française), Les langues entre patrimoine et développement*, vol. 239, Paris, France, UNESCO, 2008.
- Schnepel E.M. et Prudent L.-F. et Fishman J.A. (eds.), *Creole movements in the francophone orbit*, Berlin, Allemagne, 1993.
- Urla J., *Reclaiming Basque : language, nation, and cultural activism*, Reno etats-Unis d'Amérique, University of Nevada Press, 2012.
- Yatziv-Malibert I., « Renouer avec la langue : nouveaux regards sur la vernacularisation de l'hébreu. », *Dossiers d'HEL*, 2014, p. 6.

Economie et perspective historique

Maddison, Angus. *L'économie mondiale : une perspective millénaire*. Paris, France : Centre de développement de l'Organisation de coopération et de développement économiques, 2001.

Economie et langue minoritaires :

Alcaras, Robert, Philippe Blanchet et Jérôme Joubert, éd. *Annales de la Faculté de droit d'Avignon : 2000 / Faculté des sciences juridiques, politiques et économiques d'Avignon. - Aix-en-Provence : Presses universitaires d'Aix-Marseille, 2001. Cultures régionales et développement économique. Vol. /*. Aix-en-Provence, France : Presses Universitaires d'Aix-Marseille, 2001.

Blanchard, Jean-François, Ronan Le Coadic, Pierre Bouvier, Érik Neveu, Eva Vetter, Philippe Blanchet, François Demers, École doctorale Sciences humaines et sociales et Université européenne de Bretagne. *Pratiques langagières et processus dialogiques d'identification sur les réseaux socionumériques : le cas de la langue bretonne*. 2 vol. Rennes, France : Université Rennes 2, 2015.

Blanchet, Philippe. *Cultures régionales, développement économique : des ressources territoriales pour les économies régionales*. Édité par René Kahn, Roseline Le Squère et Jean-Michel Kosianski. Paris, France : L'Harmattan, 2014.

Blanchet, Philippe. « Enseigner les langues de France ? - Les Cahiers pédagogiques ». Consulté le 25 septembre 2016. <http://www.cahiers-pedagogiques.com/Enseigner-les-langues-de-France>.

Boëssel du Bourg, Malo. « Ar Men numéro Hors-série Février 2012 ».

Bouëssel du Bourg, Malo, Louis Roger Dautriat et Jean-Loup Chrétien. *Produit en Bretagne Une fabuleuse*

- aventure*. Beignon (Bretagne), France : les oiseaux de papier, 2013.
- Bourdieu, Pierre. *Language and Symbolic Power*. Harvard University Press, 1991.
- Breton, Raymond, Gail Grant et Institute for Research on Public Policy. *La langue de travail au Québec : synthèse de la recherche sur la rencontre de deux langues*. Montréal, Canada: Institut de recherches politiques, 1981.
- Broudic, Fañch. *Le breton, une langue en questions*. Brest, France : Emgleo Breiz, 2007.
- Buhez (Association). *Parlons du breton !* Rennes : Editions Ouest-France, 2001.
- Callac, Riwanon gwenn. « La langue Bretonne dans les milieux hospitaliers et sa prise en compte auprès des populations vieillissantes. » <http://www.theses.fr>. Consulté le 25 septembre 2016. <http://www.theses.fr/s81985>.
- Canut, Cécile et Alexandre Duchêne, éd. *Langage et société (Paris), ISSN 0181-4095. Appropriation politique et économique des langues*. Paris, France : Maison des sciences de l'homme, 2011.
- Caollaí, Éanna Ó. « Tesco puts the fada back into shopping ». *Irish Times*. Consulté le 22 mars 2014. <http://www.irishtimes.com/news/consumer/tesco-puts-the-fada-back-into-shopping-1.1733773>.
- Centre de recherche bretonne et celtique, éd. *La Bretagne linguistique Volume 19*. Brest, France : Centre de recherche bretonne et celtique, 2015.
- Choleau, Jean Marie. *Questions bretonnes des temps présents : administratives, économiques et sociales*. 2 vol. Vitré, France : Éditions Unvaniez Arvor, 1942.
- Colin Evas, Jeremy. « Minority languages fight for survival in the digital age ». *The Conversation*. Consulté le 17 mars 2014. <http://theconversation.com/minority-languages-fight-for-survival-in-the-digital-age-22571>
- Coraud, Alan. *Sauvons le muscadet d'une mort programmée*. Fouesnant, France : Yoran embanner, DL 2015, 2015.
- Costa, James. « Langue et nationalisme en Écosse : trois langues pour une nation - 1011698ar.pdf ». Consulté le 25 septembre 2016. <https://www.erudit.org/revue/bhp/2012/v21/n1/1011698ar.pdf>.
- Delannoy, Arnaud et Marie Peretti. « Le Marketing Ethnique, au croisement des sphères économiques, politiques et éthiques ». *Management & Avenir*, n° 32 (17 mai 2010).
- Denez, Per. « Mouvement culturel breton et développement économique et social ». Kuzul Sevenadurel Breizh, novembre 1988.
- Denis, Gwendal. « Vie sociale à Douarnenez au début du siècle ». Thèse de 3e cycle, 1979.
- Duchêne, Alexandre et Monica Heller. *Language in Late Capitalism: Pride and Profit*. Routledge, 2012.
- Durand, Michelle, Roland Guillon et Claude Hagège. *Mutations industrielles et conflits sociaux*. Édité par Centre de recherches en sciences sociales du travail. Sceaux, France : CRESST, 1970.
- Ergan, Louis. *Vivre au pays : comment guérir le mal français de la concentration des hommes, de l'argent, du pouvoir /*. Le Cercle d'or, 1977.
- Government of Canada, Industry Canada. « Research On Economic Development And Human Resource Development In Official Language Minority Communities ». Report. Industry Canada. Consulté le 17 mars 2014. <http://www.ic.gc.ca/eic/site/com-com.nsf/eng/01246.html>.
- Granier, Roland et Martine Robert. *Culture et structures économiques : vers une économie de la diversité ? 1*

- vol. Paris : Economica, 2002.
- Grenfell, Michael. *Bourdieu, Language and Linguistics*. Continuum, 2011.
- International Conference « Globalization and languages : building on our rich heritage ». *Globalization & languages : building on our rich heritage*. Édité par Unesco et Université des Nations Unies. Paris, France : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization : United Nations University, 2009.
- Latimier, Milio. « Bremañ n 294 Yezh hag ekonomiezh ». *Skol an emsav 294* (Ebrél 2006).
- Laurent, Loeiz. *En faveur de la langue bretonne : Un technicien ouvre l'un de ses dossiers*. Ed. Kendalc'h, 1969.
- Le Coadic, Ronan. *L'identité bretonne*. Rennes (France) : Terre de Brume Editions : Presses universitaires de Rennes, 1998.
- Le Dû, Jean et Yves Le Berre. *Le Double jeu de la langue : actes du colloque Badume, standard, norme, Brest, 2-4 juin 1994*. Édité par Groupe de Recherche sur l'économie linguistique de la Bretagne. La Bretagne linguistique, ISSN 1270-2412 ; 10. Brest, France : Centre de recherche bretonne et celtique, 1995.
- Le Saout, Frédéric. « Plein champ n°6 : en visite chez Abglenn ! » Text, 14 juillet 2012. <http://www.laclefdeschamps.ouvaton.org/index.php?post/2012/07/14/Plein-Champ-n6>.
- Le Squère, Roseline. « Les intervenants ». *Acecor*. Consulté le 25 septembre 2016. <http://acecor-cornouaille.com/breizh-in-progress-2012/les-intervenants/>.
- Le Squère, Roseline. « Une analyse sociolinguistique des marquages du territoire en Bretagne : toponymie, affichage bilingue, identités culturelles et développement régional ». Thèse de doctorat, Université Rennes 2, 2007.
- Letellier, Georges. *L'espoir breton du XXIe siècle : La Bretagne en âge de réveil*. Coop Breizh, 1998.
- Lévi-Strauss, Claude. « L'efficacité symbolique ». *Revue de l'histoire des religions* 135, n° 1 (1949) : 5-27. doi:10.3406/rhr.1949.5632.
- Musitelli, Jean et France. Commission pour l'Unesco. *Diversité culturelle à l'ère du numérique : glossaire critique*. Édité par Divina Frau-Meigs et Alain Kiyindou. Paris, France : la Documentation française, DL 2014, 2014.
- Nicolas, Michel. *Breizh, la Bretagne revendiquée : des années 1980 à nos jours*. Morlaix, France : Skol Vreizh, 2012.
- Nicolas, Michel. *Histoire de la revendication bretonne ou la revanche de la démocratie locale sur le « démocratisme » : des origines jusqu'aux années 1980*. Spézet, France : Coop Breizh, 2007.
- O'Rourke, Bernie. « New Speakers of Minority Languages : A Dialogue ». *lifeinlincs*. Consulté le 17 mars 2014. <http://lifeinlincs.wordpress.com/2012/02/06/new-speakers-of-minority-languages-a-dialogue-2/>.
- Ostler, Nicholas. *The Last Lingua Franca: English Until the Return of Babel*. First Edition. Walker & Company, 2010.
- Pichon, Denis. « Kehentiñ hag holl vedeliezh : bevennoù d'ar " Saozneg penn-da-benn" ». *Al lañv*, n° 129 (s. d.) : 15
- ROUSSEAU, J. M. « L'influence des transformations de l'économie bretonne sur la langue bretonne depuis le début du siècle ». *Prepublications, 6eme journée d'étude*, 1986, 1-4.
- Vetter, Eva. *Plus de breton ? : conflit linguistique en Bretagne rurale*. Ar Releg-Kerhuon, France : an Here, 1999.

Liste des annexes

L'ensemble des annexes est disponible dans le format d'origine (word et excel).

Les annexes sont regroupées sur un disque numérique indexé aux 8 exemplaires de la thèse publiée sous format papier.

Annexe 1 : L'évolution de l'utilisation de la langue

Annexe 2 : Documents en breton de la période révolutionnaire (fin XVIIIe)

Annexe 3 : Rapport Henri Grégoire (XVIIIe)

Annexe 4 : Chanson sur le thème de la ruée vers l'or

Annexe 5 : Autorisations administratives pour la diffusion de la presse en breton

Annexe 6 : Publicité en breton pour l'épargne

Annexe 7: La Bretagne vue par ses premiers historiens.

Annexe 8 : Chronologie sociolinguistique des phénomènes environnant la langue bretonne

Annexe 9 : Critères sociolinguistiques pour la langue bretonne et tableau de cotation

Annexe 10 : Les identités régionales

Annexe 11 : Terminologie bretonne - Lukian Kergoat

Annexe 12 : Analyse outils de la langue : les dictionnaires.

Annexe 13 : Cours de formation des brittophones autonomes

Annexe 14 : Synthèse sur le système éducatif breton (5 départements)

Annexe 15 : Descriptif des parcours licences et master de l'UBO.

Annexe 16 : Descriptif du Diplôme d'Etudes Celtiques édité par l'Université de Rennes 2

Annexe 17 : Descriptif du cycle Licence à l'université de Rennes 2

Annexe 18 : Fiche descriptive du MEEF professeur des écoles bilingue

Annexe 19 : Fiche descriptive du MEEF professeur bilingue du second degré

Annexe 20 : Formation au BTS trilingue

Annexe 21 : Formation article du journal « Ya »

Annexe 22 : Plaquette de l'UCO sur le DU « métiers et langue bretonne »

Annexe 23 : Une école d'ingénieurs en breton Article du journal le télégramme de Brest

Annexe 24 : Information juridiques concernant la société Diorren KDGE

Annexe 25 : Notes prises durant l'interview de Jacques Cosquer

Annexe 26 : Bilan 2014 de l'enseignement du breton pour adultes

Annexe 27 : Personnes formées annuellement

Annexe 28 : les sondages ethnolinguistiques en France.

Annexe 29 : Détail des facteurs utilisés pour l'échelle de mesure de l'Unesco.

Annexe 30 : Les expériences de revitalisation linguistiques et leurs motivations

Annexe 31 : Les stratégies des états contre les populations minoritaires et leurs langues.

Annexe 32 : Les pièges de la revitalisation linguistique.

Annexe 33 : Les critères d'appartenance aux différentes situations du GIDS

Annexe 34 : Organisations politiques en Bretagne

Annexe 35 : Cas d'application de la méthode Fishman au gaélique d'Irlande.

Annexe 36 : Le rapport de forces des langues majoritaires et minoritaire.

Annexe 37 : Les langues minoritaires analysées par la méthode Fishman.

Annexe 38 : La nouvelle échelle de GIDS.

Annexe 39 : Données sur la quantification de la normalisation du breton dans l'économie

Annexe 40 : Construction d'un index de mesure de normalisation.

Annexe 41 : Calculs d'un indice de revitalisation linguistique dans la sphère économique

Annexe 42 : Illustrations des positions officielles du français et du breton en France

Annexe 43 : Principaux éléments des statuts de l'Association Bretonne.

Annexe 44 : Etude des statuts de l'Union Régionaliste Bretonne

Annexe 45 : Concours d'enseigne

Annexe 46 : Dépôts de marque en breton

Annexe 47 : Illustration des métiers bretons. Micheroù Breizh

Annexe 48 : Interview - René Allain

Annexe 49 : Programme des 3 « B »

Annexe 50 : Critères pour les entreprises sélectionnées

Annexe 51 : Lettre de présentation du projet aux consommateurs

Annexe 52 : Discours AG Kendalc'h 1982

Annexe 53 : Lettre de Reun Allan à Per Denez

Annexe 54 : Analyse détaillée de la proposition de Reun Allan

Annexe 55 : Analyse des statuts de KEB

Annexe 56 : Le projet KEB « kenwerzh ha brezhoneg »

Annexe 57 : Etude de la mise en application opérationnelle du projet KEB

Annexe 58 : Contributions au projet KEB.

Annexe 59 : Etude des statuts PEB.

Annexe 60 : PEB Charte des distributeurs

Annexe 61 : PEB Charte des producteurs BCC

Annexe 62 : PEB Charte des services et ingénierie

Annexe 63 : PEB Charte collège culture et création

Annexe 64 : Présentation PEB

Annexe 65 : PEB Charte graphique

Annexe 66 : 20 objections à l'utilisation de la langue bretonne dans la sphère économique

Annexe 67 : Etude des 20 objections à la langue bretonne dans la sphère économique.

Annexe 68 : Ensemble des données utilisées pour l'analyse des 20 objections

Annexe 69 : Prospectus bilingue de l'association « Produit en Bretagne »

Annexe 70 : Etude détaillée des articles du numéro hors-série de la revue ArMen

Annexe 71 : Liste des membres de l'association « Produit en Bretagne ».

Annexe 72 : Utilisation du logo et de l'image de la Bretagne par les membres de PEB

Annexe 73 : Etude des initiatives de la commission européenne.

Annexe 74 : Discours inaugural du conseil culturel de Bretagne (nouvelle version) 4-07-2009

Annexe 75 : Données et analyses des interviews de 100 patrons bretons

Annexe 76 : Publication « Le bilinguisme dans votre commune » OPLB / Ti ar Vro Kemper

Annexe 77 : Labels "Ya d'ar brezhoneg"- référentiel de certification

Annexe 78 : Les 20 actions proposées par l'OPLB pour le niveau 1 de la charte YAB

Annexe 79 : Liste des signataires de la charte « YAB » au 27 avril 2012 et analyses.

Annexe 80 : Analyses des 21 secteurs d'activité des signataires YAB.

Annexe 81 : Analyse des statuts et règlement de l'association La Redadeg.

Annexe 82 : Statuts de l'association Ar Redadeg a di da di.

Annexe 83 : Règlement intérieur de l'association Ar Redadeg a di da di.

Annexe 84 : Feuillet édité par la Redadeg à destination des entreprises.

Annexe 85 : Fascicule « Redet o deus ! » (Ils ont couru)

Annexe 86 : Un exemple de podium décoré aux couleurs d'un mécène.

Annexe 87 : Le « press book » de la Redadeg (quelques exemples de journaux locaux).

Annexe 88 : Présentation de synthèse sur la Redadeg.

Annexe 89 : Questionnaire et réponses des participants à la Redadeg.

- Annexe 90 : Questionnaire et réponses des entreprises utilisant le breton.
- Annexe 91 : Tableau de synthèse des réponses aux deux questionnaires.
- Annexe 92 : Un exemplaire du journal en breton « Ya »
- Annexe 93 : Objets communs marqués à l'aide de la langue bretonne
- Annexe 94 : Exemples de communication en langue bretonne sur supports écrits.
- Annexe 95 : Publicités en breton pour des produits indépendants de la culture bretonne
- Annexe 96 : Première plaquette publicitaire de la société Askorn Medical 2006
- Annexe 97 : Propositions de l'OPLB pour la normalisation du breton
- Annexe 98 : Annonces bilingues d'offres d'emploi
- Annexe 99 : Exemples d'offres d'emploi passées dans les journaux.
- Annexe 100 : Les certificats d'Askorn-Medical par les organismes luxembourgeois et français

Définitions

Normalisation : Dans le cadre de ce travail, le mot « normalisation » s'applique au cas des langues minoritaires et s'entend comme une utilisation multiforme de la langue comme vecteur de communication, acceptée par les locuteurs et non-locuteurs de la langue.

Normation : Le mot « normation », fait référence aux normes qui régissent la graphie des mots et leurs sens en fonction des contextes d'utilisation.

Bretonnant : Le mot « betonnant » fait référence à une personne ayant appris la langue bretonne d'une manière intergénérationnelle.

Brittophone : Le mot « brittophone » fait référence à une personne ayant appris la langue bretonne en dehors de sa famille : école, collège, lycée, cours du soir, stages, université.

Bretagne (B5) : La Bretagne « (B5) » fait référence à la Bretagne historique qui correspond aux 5 départements suivants : Finistère, Côte d'Armor, Morbihan, Ille-et-Vilaine et Loire-Atlantique.

Bretagne (B4) : La Bretagne « (B4) », fait référence à la Bretagne administrative telle qu'instaurée sous le gouvernement de Vichy.

Langue minoritaire : La langue « minoritaire » se définit sur une zone géographique donnée, comme étant une langue parlée par une minorité de personnes. Une même langue peut être à la fois majoritaire comme le français en France ou minoritaire comme le français au Canada.

Bretonnitude : Le mot « bretonnitude » est pris comme l'ensemble des critères qui forment l'identité bretonne d'un habitant de la Bretagne.

Sigles

Les sigles utilisés dans ce document sont en général explicités en toutes lettres dans le texte. Cependant, il peut arriver que certains sigles aient pu être utilisés seuls. Voici la liste des principaux sigles utilisés :

AB :	Association Bretonne
APEC :	Agence Pour l'Emploi des cadres
BZH :	BreiZH (Bretagne)
CELIB :	Comité d'Etude et de Liaison des Intérêts Bretons
CRBC :	Centre de Recherche Bretonne et Celtique
DCL :	Diplôme de Compétence en Langue
FRB :	Fédération Régionaliste de Bretagne
GIDS:	Graded Intergenerational Disruption Scale
INSA :	Institut National des Sciences Appliquées
INSEE :	Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques
IUT :	Institut Universitaire de Technologie.
KEB :	Klub Embregrezhioù Breizh
OCDE :	Organisation de Coopération et de Développement Économiques
OPLB :	Office Public de la Langue Bretonne
PEB :	Produit En Bretagne
PIB :	Produit Intérieur Brut
PME :	Petite et Moyenne entreprises
RHD :	Restauration Hors Domicile
RNB :	Revenu National Brut
RSE :	Responsabilité Sociétale des Entreprises
SME :	Système Monétaire Européen
TPE :	Très Petite Entreprise
UNESCO :	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
URB :	Union Régionaliste Bretonne
VOD:	Video On Demand
YAB :	Ya d'Ar Brezhoneg

Liste des illustrations

Figure 1 : Lignée des langues celtiques. Source Daniel Leeman.....	13
Figure 2: Situation de la langue bretonne au fil des siècles. Source personnelle.....	58
Figure 3: Situation de la langue bretonne par rapport au contexte de paix en Bretagne. Source personnelle.	59
Figure 4: Langue et situation économique. Source personnelle.....	61
Figure 5 : Influence de la politique linguistique sur la situation des langues minoritaires. Source personnelle.	63
Figure 6: Intérêt scientifique des dictionnaires présents sur internet (source personnelle)	73
Figure 7: Sites des sources scientifiques (source personnelle)	73
Figure 8: Intérêt professionnel des documents disponibles sur internet (source personnelle). 74	
Figure 9: Distribution des organismes qui forment les brittophones autonomes B2 C1. (Source personnelle).....	77
Figure 10: Distribution des organismes qui forment les brittophones autonomes ou en passe de l'être B2 C1 & B12. (Source personnelle).	77
Figure 11: Sur les bretonnants de Basse-Bretagne, contexte d'utilisation du breton (source F Broudic TMO Région 2007).	93
Figure 12: Sur les bretonnants de Basse-Bretagne, lieux d'utilisation de la langue bretonne (source F Broudic TMO Région 2007).	94
Figure 13: Répartitions des bretonnants de Basse-Bretagne par CSP (source F Broudic TMO Région 2007).....	95
Figure 14: Répartitions des bretonnants de Basse-Bretagne par classe de situations professionnelles. Source personnelle	96
Figure 15: Pourcentage des bretonnants par catégorie socioprofessionnelle en Basse-Bretagne (Source F Broudic sondage TMO-Régions 2007).....	98
Figure 16: Répartition des métiers et postes de travail ETP (Equivalent Temps Plein) pour lesquels la pratique de la langue bretonne est requise. (Source OPLB).....	140
Figure 17: Répartition des actifs sur les métiers étudiés avec breton requis. Source personnelle.	144
Figure 18: Répartition de 6 classes de métiers et postes de travail ETP par rapport à la population française. (Source personnelle)	145
Figure 19 : Evolution du PIB en Europe de l'Ouest sur une perspective millénaire. (Source personnelle).....	157
Figure 20 : Evolution de la répartition des actifs par secteur d'activité (France). (Source Insee)	162
Figure 21 : Distribution des actifs français par secteur d'activité en 2014 (source Insee)	163
Figure 22: Dépôt de marque « la blanchette ar guëlla dour guënn »	175
Figure 23 : Publicité Kub en langue bretonne Source : Archives départementales du Finistère.	176
Figure 24 : Publicité Triple-sec. Source : Archives départementales du Finistère	177
Figure 25 : Carte de visite. Source : Archives départementales du Finistère.....	178
Figure 26 : Avis bilingue de cession d'une imprimerie. Source : Archives départementales du Finistère.....	179
Figure 27 : Publicité avis en langue bretonne pour du fil de lin. Source : Archives départementales du Finistère.....	179

Figure 28 : Avis pour un emprunt national français écrit en breton. Source : archives départementales du Finistère.	181
Figure 29 : Avis d'emprunt au bénéfice de l'état français, rédigé en breton et français. Source : Archives départementales du Finistère.	182
Figure 30 : Papier buvard publicitaire. Source : Gwendal Denez documents personnels.	182
Figure 31 : Sac publicitaires circa 1950. Source : Gwendal Denez, documentation personnelle.	183
Figure 32 : Timbres métiers en langue bretonne. Source : Gwendal Denez, documentation personnelle.	184
Figure 33 : Evolution du PIB de la France de 1950 à 2012. Source Insee.....	215
Figure 34: Premier logo de PEB. Source PEB.....	216
Figure 35: Modernisation du logo PEB. Source PEB	218
Figure 36: Le logo PEB en breton. Source : PEB	219
Figure 37: Répartitions des entreprises membres par collège (source PEB Mars 2014)	220
Figure 38: Les groupes de travail. Source PEB	221
Figure 39: Répartition des membres de l'association PEB par département (chiffres 2014: source PEB).....	222
Figure 40: Répartition des membres de l'association par collège (chiffres 2014: source PEB)	223
Figure 41: Répartition des membres de l'association (source PEB 2014).....	223
Figure 42: Répartition des produits labellisés par collège. Source : site internet PEB au 29 12 2015	225
Figure 43: Les logos PEB en breton. Source PEB	229
Figure 44: Le logo propre au bureau de l'association PEB. Source PEB.....	229
Figure 45: Carte PEB source : geobreizh sur le site eurominority	230
Figure 46: Stickers bilingues de PEB. Source PEB	231
Figure 47: Les collèges d'appartenance des membres du groupe "langue bretonne". Source personnelle.	233
Figure 48 : Affiche PEB valeur emploi. Source : PEB	237
Figure 49 : Figure 20 : Camion peint aux couleurs de valeurs de l'association. Source PEB.....	237
Figure 50: Affiche 2007 PEB solidarité. Source PEB	237
Figure 51 : Affiche PEB 2009 Solidarité. Source PEB.....	237
Figure 52 : Affiches PEB 2011 Emploi. Source PEB	238
Figure 53: Affiche PEB 2012 Emploi. Source PEB.....	238
Figure 54: Affiche PEB valeur produit 1996. Source PEB.....	239
Figure 55: Affiches PEB 1997. Source PEB.....	240
Figure 56: Affiche PEB 2001. Source PEB	240
Figure 57: Affiche PEB 2008 en breton. Source PEB	241
Figure 58: Affiche PEB 2009 en breton. Source PEB	241
Figure 59: Affiche PEB 2010 en breton. Source PEB	242
Figure 60: Affiche PEB en breton dans le métro de Paris. Source : PEB.....	245
Figure 61: Affiche PEB 2000 Promotion produits. Source PEB	246
Figure 62: Répartition des objections à l'utilisation du breton dans l'économie. Source personnelle.	249
Figure 63: Risques perçus associés à la communication bilingue. Source personnelle.....	251
Figure 64: Affiche bilingue PEB. Promotion de la St Yves. Source PEB.....	253
Figure 65: Page bilingue du catalogue PEB St Yves. Source PEB.....	254
Figure 66: Une de couverture du n° hors série de la revue ArMen février 2012. Source ArMen	255
Figure 67: Répartition des membres PEB en fonction de leur localisation (2015). Source : personnelle	259

Figure 68: Répartition des entreprises membres en collèges (Déc. 2015). Source : personnelle	261
Figure 69: Répartition des populations de collèges par département. Source personnelle.	262
Figure 70: Entités sans site internet par collègue membre PEB. Source personnelle.	264
Figure 71: Entités PEB avec site internet, par département. Source personnelle.	264
Figure 72: Répartition des sites membres PEB, par collègue Source personnelle.	265
Figure 73: Visibilité du logo PEB sur les sites des adhérents. Source personnelle.	266
Figure 74: Référence à l'image de la Bretagne sur les sites internet des membres PEB. Source personnelle.	267
Figure 75: Utilisation des marqueurs identitaires par les membres de PEB. Source personnelle.	268
Figure 76: Part des membres de PEB qui utilisent la langue bretonne sur internet. Source personnelle.	269
Figure 77: Répartition des membres PEB qui utilisent la langue bretonne sur leur site internet. Source personnelle.	270
Figure 78: Pénétration de la langue bretonne sur les sites internet des membres de PEB. Source personnelle.	271
Figure 79: Communication en breton par collègue PEB. Source personnelle.	272
Figure 80: Pénétration de la langue bretonne sur les différents secteurs d'activité. Source personnelle.	274
Figure 81: Distribution des sites en fonction de leur degré d'utilisation de la langue bretonne. Source personnelle.	275
Figure 82: Entreprises avec les sites entièrement en breton. Source personnelle.	276
Figure 83 : Les entités qui utilisent un site entièrement en breton par secteur d'activité. Source personnelle.	276
Figure 84: Interview patrons bretons répartition hommes / femmes. Source personnelle.	297
Figure 85 : Codirections dans les entreprises bretonnes. Source personnelle.	297
Figure 86: Distribution des entités par secteur d'activité économique. Sources : personnelle et Insee.	298
Figure 87: Origine des patrons interviewés. Source personnelle.	299
Figure 88: Répartition des patrons interviewés par département. Source personnelle.	299
Figure 89 : La revendication féministe chez les patrons femmes interviewés. Source personnelle.	300
Figure 90 : La revendication de la Bretagne répartition hommes/femmes. Source personnelle.	301
Figure 91: Revendication de l'origine bretonne durant les interviews. Source personnelle.	301
Figure 92 : Le taux de revendication bretonne par département breton (B4). Source personnelle.	302
Figure 93: Revendication de bretonnitude chez les interviewés. Source personnelle.	303
Figure 94: mention de la langue bretonne parmi les interviewés. Source personnelle.	304
Figure 95: Mention spontanée de la langue bretonne par les interviewés. Source personnelle.	304
Figure 96: Données factuelles sur les différentes journalistes. Source personnelle.	305
Figure 97: Origine départementale des entreprises signataires de la charte YAB. Source personnelle.	315
Figure 98: Signataires et locuteurs brittophones par département. Source : OPLB et F Broudic.	316
Figure 99 : Distribution des signataires YAB par secteur d'activité, source personnelle.	318
Figure 100 : Distribution des signataires en 7 familles d'entités homogènes. Source personnelle.	319
Figure 101: Les signataires YAB et internet. Source personnelle.	320

Figure 102 : Bilinguisme breton/français sur les sites des signataires. Source personnelle ..	320
Figure 103 : Logo « Ya d'ar brezhoneg » Source OPLB.....	321
Figure 104: Mention de signataire à YAB chez les entités possédant un site internet. Source personnelle.	321
Figure 105 : Mention YAB sur les sites proposant un contenu en breton. Source personnelle.	322
Figure 106: Nombre d'entités possédant un site internet par type d'entité. Source personnelle.	322
Figure 107: Pourcentage de présence sur internet pour chaque entité. Source personnelle...	323
Figure 108: Familles d'entités et site internet en breton. Source personnelle.....	324
Figure 109: Entités signataires qui communiquent en breton sur internet. Source personnelle.	325
Figure 110 : L'utilisation du logo YAB sur les sites internet des signataires. Source personnelle.	327
Figure 111: Les signataires YAB qui mentionnent la charte sur leur site internet. Source personnelle.	328
Figure 112 : Ancienneté des entités signataires de YAB. Source personnelle.	330
Figure 113 : Taux de sites internet en fonction de l'ancienneté des entités signataires. Source personnelle.	331
Figure 114 : % d'entités signataires qui offrent un contenu en langue bretonne par classe d'ancienneté. Source personnelle.....	331
Figure 115 : Distribution des entités signataires YAB par année d'ancienneté (1992 – 2012). Source personnelle.	332
Figure 116 : Présence des entités signataires de moins de 20 ans sur internet (1992 – 2012). Source personnelle	333
Figure 117 : Signataires YAB de moins de 20 ans d'ancienneté avec site internet en breton. Source personnelle.	333
Figure 118 : Répartition des brittophones par département (B4). Source F Broudig	335
Figure 119 : Répartition globale des fonds collectés par la Redadeg. Source personnelle... ..	339
Figure 120: Répartition des projets financés par la Redadeg. Source personnelle.	340
Figure 121: Répartition du financement de la Redadeg par famille de projets. Source personnelle.	340
Figure 122: Evolution des types de projets financés. Source personnelle	341
Figure 123: Evolution du nombre de kilomètres parcourus. Source personnelle.	341
Figure 124: Evolution du nombre de projets financés. Source personnelle.....	342
Figure 125: Evolution des budgets des projets financés par la Redadeg. Source personnelle	342
Figure 126: Répartition des acheteurs de kilomètres. Source personnelle.....	344
Figure 127: Répartition des sommes collectées par type de contributeurs. Source personnelle.	345
Figure 128: Evolution des acheteurs de kilomètres par type d'acheteurs. Source personnelle.	346
Figure 129: Evolution et répartition du financement par les différents contributeurs. Source personnelle.	346
Figure 130: Distribution des kilomètres achetés (Redadeg 2012) par département. Source personnelle.	347
Figure 131: Evolution du nombre des entités marchandes durant les 3 premières Redadeg. Source personnelle.	351
Figure 132: Nombre de km achetés par le secteur économique marchand sur 2008, 2010 et 2012. Source personnelle	351
Figure 133: Evolution du prix moyen du kilomètre acheté. Source personnelle.	351

Figure 134: Répartition des achats de kilomètres (Redadeg 2012). Source personnelle.	352
Figure 135: Répartition des entités du monde économique. Source personnelle.....	353
Figure 136: Répartition des entités du monde économique. Source Insee.....	354
Figure 137: Répartition des entreprises contributrices par département. Source personnelle.	355
Figure 138: Entités ayant participé aux 3 premières Redadeg 2008, 10 et 12. Source personnelle	356
Figure 139: Entreprises contributrices par type de clients. Source personnelle.....	357
Figure 140: Secteur d'activité des 20 entités qui ont participé aux 3 premières Redadeg. Source personnelle	358
Figure 141: Les appellations "bretonnes" Source : Ouest France 16 déc. 2006	398
Figure 142: Communication harmonieuse ancienne. Source : Site de vente aux enchères. ..	402
Figure 143: Communication harmonieuse contemporaine. Source : Site internet de la société Krapouz	403
Figure 144: Communication harmonieuse sur affiche du début du XXe siècle. Source : « Parlez breton à vos enfants ». Une vieille revendication identitaire. Affiche de R.Y. Creston (1929) coll. particulière	403
Figure 145: Communication harmonieuse sur affiche du XXIe siècle. Source PEB.....	404
Figure 146 : Communication normalisatrice sur objet du XXe siècle. Source : Fañch Broudig blog langue bretonne	405
Figure 147 : Une communication normalisatrice au XIXe siècle. Source : Produit en Bretagne	406
Figure 148: Communication harmonieuse sur affiche du XXe siècle. Source : musée de Bretagne de Rennes (photographie personnelle).....	407
Figure 149: Communication normalisatrice au XXIe siècle. Source : internet.	408
Figure 150: Communication dissonante sur un lexique (XXIe siècle). Source : Site France bleu Breizh-Izel.....	410
Figure 151: Communication dissonante sur des soquettes. Source personnelle : photo réalisée le 16 05 2015.....	411
Figure 152: Utilisation du breton sur des objets. Sources : soc. Kelt et Comptoir du château à Nantes.....	412
Figure 153: Le breton sur supports textiles. Sources : Blog sur les beautés du Finistère et photographie personnelle.	413
Figure 154: La diffusion de la langue bretonne dans la sphère économique, 2 vecteurs différents.....	413
Figure 155 : Carte de visite de l'entreprise Askorn Medical. Source personnelle.....	433
Figure 156: Signature des courriels envoyés par Askorn Medical. Source personnelle.....	435

Liste des tableaux

Tableau 1 : Brittophones autonomes formés annuellement	79
Tableau 2: Langue utilisée la plus souvent, résultats du sondage ORTF de 1970 (Source Fañch Broudig).....	85
Tableau 3: Portraits du bretonnant dominant tels que défini par 2 sondages réalisés en 1970 et en 2007. (Source F. Broudic)	87
Tableau 4 : Grille d'évaluation. Source Joshua Fishman	114
Tableau 5 ; Distribution des métiers « breton requis » en 2012 et ratio des professionnels par 100000 habitants (Source OPLB)	141
Tableau 6: Fonctions regroupées pour lesquelles le breton est un prérequis. Source personnelle.	142
Tableau 7: Dénombrement des actifs en France par secteur d'activité et ratio pour 100000 habitants. (Source Insee)	143
Tableau 8 : Evolution de la distribution des emplois français par secteur d'activité 2008 - 2014 en pourcentage. (Source Insee)	162
Tableau 9: Synthèse des objections à l'utilisation du breton dans l'économie. Source personnelle	248

Résumé - Diverrañ - Abstract

Normalisation d'une langue régionale dans la sphère économique : De l'utopie à la réalité.

Le cas de la langue bretonne. (Résumé)

Ce travail de recherche entend considérer la revitalisation linguistique dans la sphère économique comme un projet. Cela implique de déterminer un point de départ et ce qui y a conduit. C'est l'objet de la première partie du travail, qui retrace l'évolution de la langue au fil des siècles, ce qui est l'échelle de temps la plus adaptée pour comprendre l'évolution des langues. Viennent ensuite les conditions d'environnement, trois aspects sont abordés : les outils de la langue, la quantité et le niveau des locuteurs dans une situation d'offre et de demande d'emplois. Enfin, le dernier outil concerne la méthodologie et le suivi d'une revitalisation linguistique. La seconde partie éclaire la situation des tensions internes à la sphère économique, entre les vitesses d'évolution des activités humaines et numériques. La suite est consacrée à la valorisation des initiatives de revitalisations linguistiques contemporaines dans le monde des entreprises. Les deux aspects principaux concernent les possibilités d'utilisation de la langue minoritaire et la gestion des facteurs humains liés à une telle démarche. Enfin, la troisième partie concerne une expérimentation de revitalisation linguistique dans l'entreprise de l'auteur, ce qui lui a permis de confronter utopie et réalité d'une telle initiative.

Mots clés : revitalisation linguistique, économie, entreprise, breton, langue, minoritaire, régionale, valorisation

Normalizadur ur yezh rannvroel er bed an armerzh : Eus an utopiezh d'ar gwirvoud.

E-keñver ar brezhoneg. (Diverrañ)

Al labour imbourc'h-mañ a ginnig sellout ouzh advuhezekaat ar yezhoù minorel er bed an armerzh evel ur raktres. Ar pezh a dalv spisaat al lec'h loc'hañ, ha penaos emeur degouezhet eno. Pal al loden gentañ an hini eo, hag a ziskouez emdroadur ar yezh a-hed ar c'hantvedoù, skeul amzer dereat evit meizañ emdroadurioù ar yezhoù. Dont a ra war-lerc'h aozioù an endro ha tri anezho zo bet studiet : ostilhoù ar yezh, kementañ hag adrummañ ar vrezhonegerien e-keñver kinnig ha goulenn al labour, hag a-benn ar fin, metodologiezhoù evit lakaat e pleustr ha heuliañ advuhezekaat ur yezh.

An eil lodenn a ziskouez tennderioù diabarzh war dachenn an armerzh etre tizh emdroadur faktorioù denel ha niverel. D'an talvoudegezh an intrudu a-vremañ er bed an embregerezhioù, eo gouestlet ar peurrest eus al lodenn. Daou dra a zo bet studiet pizh : peseurt implij eus ar yezh vinorel ha penaos merañ faktorioù denel liammet gant an difrae.

Evit echuiñ, an trede lodenn a zo gouestlet d'ul labour pleustrek advuhezekaat ar brezhoneg en embregerezh oberour al labour-mañ, ar pezh en deus roet dezhañ da lakaat tal-ouzh-tal utopiezh ha gwirvoud an difrae.

Gerioù alc'hwez : advuhezekaat yezhoniel, armerzh, ekonomiezh, embregerezh, brezhoneg, yezhoù minorel, yezhoù rannvroel, talvoud.

Normalisation of a minority language in economy : From utopia to reality.

About the case of breton language. (Abstract)

This research work considers reverse language shift in economy as a project. This involve defining a starting point and understanding how this situation came up. It is the aim of the first part which shows the evolution of breton language on several centuries, the appropriate scale to understand language evolutions. Then comes the environment conditions, three aspects are studied : language tools, numbering and level qualifications of the speakers in front of current supply and demand situation. Then, the last tool considered is the methodology and the follow-up of minority language revitalisation. The second part is dedicated to tensions generated in economy between the evolution speed of human activities versus numeric ones. Then comes valorisation of contemporary initiatives regarding language revival in companies. Two main aspects are considered : the possibilities offered by minority languages and managing human aspects linked to such initiatives. Last, the third section is dedicated to an experimental minority language revitalisation performed in the company of the author of this work, which allowed him to put face to face utopia and reality of such an initiative.

Key words : reverse language shift, language revitalisation, economy, company, breton, minority language, valorisation