



**HAL**  
open science

# Imitation, copie, contrefaçon, faux : définitions et pratiques sous l'Ancien Régime

Corine Maitte

► **To cite this version:**

Corine Maitte. Imitation, copie, contrefaçon, faux : définitions et pratiques sous l'Ancien Régime. *Entreprises et Histoire*, 2015, 1 (78), pp.13-26. <hal-01214996>

**HAL Id: hal-01214996**

**<https://hal.science/hal-01214996v1>**

Submitted on 18 Feb 2026

**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.



HAL Authorization

## IMITATION, COPIE, CONTREFAÇON, FAUX : DÉFINITIONS ET PRATIQUES SOUS L'ANCIEN RÉGIME

**Corine Maitte**

**ESKA** | « [Entreprises et histoire](#) »

2015/1 n° 78 | pages 13 à 26

ISSN 1161-2770

ISBN 9782747224673

Article disponible en ligne à l'adresse :

---

<http://www.cairn.info/revue-entreprises-et-histoire-2015-1-page-13.htm>

---

!Pour citer cet article :

---

Corine Maitte, « Imitation, copie, contrefaçon, faux : définitions et pratiques sous l'Ancien Régime », *Entreprises et histoire* 2015/1 (n° 78), p. 13-26.

DOI 10.3917/eh.078.0013

---

Distribution électronique Cairn.info pour ESKA.

© ESKA. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

# IMITATION, COPIE, CONTREFAÇON, FAUX : DÉFINITIONS ET PRATIQUES SOUS L'ANCIEN RÉGIME

par **Corine MAITTE**

professeur d'histoire moderne  
Université de Paris-Est Marne-la-Vallée

***Ces trois termes recouvrent des réalités différentes et changeantes dans le temps. Cet article vise à comprendre le fonctionnement des échanges et des valeurs sociales attachées aux pratiques de la copie. Il fait le point sur la signification des mots à travers les définitions qu'en donnent un certain nombre de dictionnaires des XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles. Il propose l'examen du secteur verrier vénitien, dans lequel l'imitation joue un rôle fondamental en même temps que s'y définit progressivement la notion de contrefaçon.***

Dans le monde productif de la période médiévale et moderne, l'imitation est un phénomène généralisé : lorsqu'il rend compte des produits des principales manufactures lainières d'Europe en 1766, le marchand piémontais Gian Battista Moccagy met bien en lumière le caractère très problématique des appellations d'origine<sup>1</sup>. La valse des dénominations qu'il évoque presque en passant montre les constantes chaînes d'imitations qui relient entre eux les principaux centres textiles européens. À qui penserait encore qu'un produit est identifié

par son appellation et la désignation de son lieu d'origine, la lecture de quelques exemples cités par Moccagy suffirait à déchanter. À mi-chemin entre Amiens et Abbeville, il décrit la fabrication d'étoffes « à l'imitation des Anglais ». L'échantillon qu'il commente alors est en effet, dit-il, « une étoffe comme les 'diablement fort' qu'en anglais on appelle 'Everlestin' et qu'on appelle en Angleterre 'Amens' et à Amiens ils s'appellent 'à la Turquie' ». Il en va de même à Lille où les « saies de Rome » sont à l'imitation des « saies de Nîmes » que

<sup>1</sup> C. Maitte, « Au cœur des manufactures lainières européennes du XVIII<sup>e</sup> siècle. Le voyage de Gian Batta Moccagy, 1766-1767 » – « Relation de voyage de G.-B. Moccagy », *Documents pour l'histoire des techniques*, n° 18, nouvelle série, 2<sup>e</sup> semestre 2009, p. 151-200.

l'on fabrique à Londres, pour ne pas parler des « saies de Londres » que l'on fabrique à Exeter ou à Aumale. Dans le vaste panorama de la production textile du XVIII<sup>e</sup> siècle que Moccafý permet de toucher des doigts, l'imitation des modèles est donc à la fois généralisée et ancienne. Les productions « originales » en viennent elles aussi à copier leurs imitations, les produits évoluent ainsi, plus ou moins sensiblement, sous l'effet de la concurrence internationale et de l'évolution du goût des acheteurs<sup>2</sup>. Sans s'en douter, Moccafý est au cœur de la thématique qui nous intéresse ici.

De nombreuses recherches dans le champ de l'histoire économique ont d'ailleurs montré que l'imitation et la copie ne sont pas une pathologie du marché, mais un mode normal de son fonctionnement, voire une condition de son développement, et ceci que ce soit dans le domaine du luxe ou de l'ordinaire<sup>3</sup>. Du reste, les frontières entre le licite et l'illicite sont évidemment changeantes. Comprendre le fonctionnement des échanges et des valeurs sociales attachées aux pratiques de la copie demande justement de ne pas plaquer les définitions et frontières contemporaines sur celles du passé. La jurisprudence actuelle qualifie comme fraude toute imitation à l'identique d'un produit, ce qui n'est pas le cas sous l'Ancien Régime. Faire le point sur la signification des mots à travers les définitions qu'en donnent un certain nombre de dictionnaires de l'époque est donc une première

approche nécessaire. On se rend compte ainsi des limites floues entre imitation, copie, contrefaçon, faux. L'étude d'un secteur précis, celui du verre, dans lequel l'imitation joue un rôle fondamental en même temps que s'y définit progressivement la notion de contrefaçon, constitue le complément indispensable de cette analyse.

---

## I. COPIER, IMITER, CONTREFAIRE SOUS L'ANCIEN RÉGIME

---

### L'ambiguïté des dictionnaires

Cette première approche n'est pas fondée sur une étude exhaustive des dictionnaires de langue et de jurisprudence qui mériterait sans doute d'être faite. Il ne peut être question ici que d'en feuilleter certains, à commencer par celui de Jean Nicot (1606), les différentes éditions du *Dictionnaire de l'Académie Française* (de 1694 à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle) et celui d'Antoine Furetière<sup>4</sup>. À titre de comparaison, et parce que les exemples que nous prendrons en seconde partie viennent d'Italie, nous avons également consulté le grand *Dizionario della Crusca* de la langue « italienne » dans sa seconde édition de 1623<sup>5</sup>. Dans le domaine des manuels de jurisprudence, nous nous sommes référée à ceux de Pothier, Jousse, ainsi qu'à

---

<sup>2</sup> P. Deyon, « La concurrence internationale dans les manufactures lainières aux XVI<sup>e</sup> et XVII<sup>e</sup> siècles », *Annales ESC*, n° 1, janvier-février 1972, p. 20-32.

<sup>3</sup> Voir notamment G. Béaur, H. Bonin, C. Lemerrier (dir.), *Fraude, contrefaçon et contrebande de l'Antiquité à nos jours*, Genève, Droz, 2006.

<sup>4</sup> *Dictionnaire de l'Académie Française* : la cinquième édition, celle de 1798, est en ligne sur Gallica, mais toutes les précédentes se trouvent en accès direct ([artflx.uchicago.edu/cgi-bin/dicos](http://artflx.uchicago.edu/cgi-bin/dicos)), tout comme celui de J. Nicot, *Le Thresor de la langue francoyse*, 1606 ; A. Furetière, *Dictionnaire universel, contenant généralement tous les mots françois tant vieux que modernes, & les termes des sciences et des arts*, par feu messire Antoine Furetière, 2<sup>e</sup> édition revue, corrigée et augmentée par M. Basnage de Bauval, La Haye, Arnout, 1702. J'ai également utilisé A. Rey (dir.), *Dictionnaire historique de la langue française*, Paris, Dictionnaires Le Robert, 2010.

<sup>5</sup> *Vocabolario degli accademici della Crusca, in questa seconda impressione da' medesimi rineduto, e ampliato, con aggiunta di molte veci autor del buon secolo, e buona quantità di quelle dell'vso*, Venise, Appresso Jacopo Sarzina, 1623.

*l'Encyclopédie méthodique*<sup>6</sup>. Ce matériel a été complété par le célèbre *Dictionnaire du commerce* de Savary<sup>7</sup>.

Tous les termes qui nous occupent ont évidemment des racines latines que les dictionnaires s'évertuent à indiquer. Ainsi le terme « copie » dérive-t-il du latin « copia » qui signifie abondance, un sens qui persiste à l'époque moderne, même s'il est sans doute plus présent en Italie<sup>8</sup> qu'en France où il s'efface après 1250 devant le sens médiéval de reproduction d'un écrit. C'est ce qui explique donc aussi son importance en termes d'imprimerie où il désigne, à partir du premier XVII<sup>e</sup> siècle, le texte définitif destiné à la composition<sup>9</sup>. Furetière (1702) indique par ailleurs l'usage de ce terme dans le vocabulaire notarié, mais aussi commercial, où il signifie « minute, brouillon ; transcription d'un acte en grosse ou en forme » ; un sens que l'on trouve chez Savary, Pothier ou encore *l'Encyclopédie méthodique* parce que les différents types de copies peuvent avoir des valeurs juridiques différentes.

Par glissement, le mot s'emploie aussi au XVII<sup>e</sup> siècle pour désigner la reproduction d'une œuvre d'art<sup>10</sup> ; on passe ainsi de l'idée de reproduction à celle d'imitation. On trouve bien ce sens chez Furetière selon lequel copie « se dit aussi de l'imitation qu'on fait d'un original, & se dit particulièrement des tableaux, des desseins & des ouvrages de littérature ». L'échelle de valeur qu'il indique est évidemment à souli-

gner car elle est aussi le fruit d'une valorisation de l'originalité, évolution caractéristique de l'époque moderne : « Les moindres originaux sont plus estimés que les meilleures copies », une affirmation que Savary reprend mot pour mot.

C'est dans le verbe copier que l'on perçoit les limites floues entre copier, imiter, dérober car, selon Furetière, « copier signifie aussi quelque fois imiter et dérober l'invention, le Livre, le travail d'autrui ». On perçoit bien comment la notion de « propriété intellectuelle » fait plus qu'affleurer<sup>11</sup>. De ce fait, le « copiste » (un terme qui n'apparaît qu'après 1450 selon le *Robert*), dont le sens est initialement neutre (« celui qui recopie un écrit »), tend à prendre une valeur péjorative désignant l'imitateur d'autrui, le plagiaire.

Qu'est-ce qu'imiter veut dire ? Le terme, qui semble apparaître au XV<sup>e</sup> siècle, a un sens initialement positif car il est utilisé dans le vocabulaire religieux et moral : imiter, c'est reproduire des exemples de vertus et de morale. On se souvient en effet que le *best-seller* de la littérature religieuse du XV<sup>e</sup> siècle est justement *L'imitation de Jésus-Christ* attribuée à Thomas a. Kempis. C'est toujours le seul sens que lui donne Furetière, auquel le *Dictionnaire de l'Académie* ajoute une nuance intéressante puisque, explique-t-il : « En parlant des ouvrages de l'esprit et de l'art se dit d'un auteur qui prend, dans ses écrits, le style, l'esprit le génie d'un autre auteur ». De fait,

<sup>6</sup> R. J. Pothier, *Oeuvres de Pothier, Nouvelle édition*, publiée par M. Siffrein, Paris, Siffrein, Chanson, Videcoq, 1821-1824 ; D. Jousse, *Traité de la justice criminelle de France*, Paris, Debure, 1771 ; *Encyclopédie méthodique. Jurisprudence, dédiée et présentée à Monseigneur Hue de Miromesnil, garde des sceaux de France, & c.*, t. III, Paris, Chez Panckoucke, Liège, Chez Plomteux, 1783.

<sup>7</sup> *Dictionnaire universel de commerce, contenant tout ce qui concerne le commerce qui se fait dans les quatre parties du monde... Ouvrage posthume du Sr Jacques Savary Des Bruslons continué et donné au public par Philémon-Louis Savary*, Amsterdam, chez les Jansons, à Waesberge, 1726-1732.

<sup>8</sup> C'est le principal sens du mot *copia* indiqué dans le vocabulaire de la *Crusca*.

<sup>9</sup> À partir de 1623 selon le *Dictionnaire historique Robert*.

<sup>10</sup> En 1636 selon le *Dictionnaire historique Robert*.

<sup>11</sup> Les études sur la notion de propriété intellectuelle sont très nombreuses. Voir notamment A. Beltran, S. Chauveau, G. Galvez-Behar, *Des brevets et des marques, une histoire de la propriété intellectuelle*, Paris, Fayard, 2001.

selon le *Dictionnaire historique Robert*, c'est au XVII<sup>e</sup> siècle (et notamment chez Nicolas Boileau en 1663) que l'on trouve en français l'emploi du verbe imiter « dans le sens de contrefaire une marchandise, une écriture ». Cette nuance péjorative est plus nette en italien puisque selon le vocabulaire de la *Crusca*, « Imitare : fare a somiglianza, contraffare » (imiter : faire à ressemblance, contrefaire) vient du latin "Imitari", soit la même origine que "contraffare", contrefaire.

Contrefaire signifie donc pour ce dictionnaire italien "imitare, fingere, specie nei gesti" (imiter, feindre, surtout dans les gestes). Il s'agit donc d'abord et avant tout de contrefaire une personne. Le verbe peut avoir une signification neutre : "trasformarsi, travestirsi" (se transformer, se travestir) qui vient du latin "imitare". C'est aussi ce que l'on retrouve dans le dictionnaire de Jean Nicot ou de Furetière : "imiter quelque chose et tâcher à la rendre semblable. Ce bouffon sait fort bien contrefaire toute sorte de personnes". Mais, poursuit le vocabulaire de la *Crusca*, ce verbe se dit aussi pour "falsificare", notamment des métaux et choses semblables. Ce sens vient du latin "adulterare". D'ailleurs, les auteurs de la *Crusca* notent que "nous disons aussi contrefaire pour désobéir aux lois, ce qui peut se dire aussi contrevénir"<sup>12</sup>. Ainsi, "contrefait" est équivalent à "falsifié" qui dérivent tous deux du latin "adulterus"; un sens que l'on trouve chez Boccaccio qui parle d'une "lettre contrefaite"<sup>13</sup>. Contrefait veut dire pour Furetière « imité, falsifié ». La liaison contrefaire-faux est aussi nette dans "Contrefaire" : « Ce faussaire scait fort bien contrefaire toutes sortes de seings et d'écritures ».

De fait, « falsifier » signifie, selon le *Dictionnaire de l'Académie* : « contrefaire quelque chose, comme l'écriture, le sceau, le cachet de quelqu'un avec l'intention de tromper ». Cela veut aussi dire altérer par un mauvais mélange (par exemple falsifier les métaux, du musc, une étoffe, du vin, une date, un texte). C'est déjà ce sens que l'on trouve en italien dans le vocabulaire de la *Crusca* où « Falsare: corrompere la sincerità di che che sia con mescolarla con qualcosa di peggior lega > lat. Adulterare » (corrompre la sincérité de quoi que ce soit en y mélangeant quelque chose de pire; vient du latin Adulterare). Ainsi, "Falsificato" est "cosa non durabile e non buona" ("une chose non durable et non bonne"). Il faut donc punir les faussaires, ce qui est clairement indiqué à la définition qui leur correspond (cf. "Falsificatore: puniti i falsificatori e prima quelli che falsificano la moneta").

En parcourant les dictionnaires, on voit bien à la fois une dégradation très nette entre l'imitation et la copie d'une part et la contrefaçon et le faux d'autre part, sans toutefois que la frontière ne soit entièrement étanche. Si l'on pouvait s'attendre à plus de rigueur et de développements du côté des ouvrages juridiques ou commerciaux, c'est pratiquement le contraire qu'il faut constater. Ainsi Pothier évoque-t-il bien la contrebande, mais il ne commente ni l'action de contrefaire, ni celle de falsifier ou d'imiter. Quant à la copie, il ne connaît que celle des notaires ou des juges<sup>14</sup>. Jousse, Guyot ou l'*Encyclopédie méthodique* ne parlent, eux, que de la contrefaçon liée à l'infraction aux privilèges de librairie. Manifestement, ces recueils sont silencieux sur des pratiques pourtant bien attestées.

<sup>12</sup> « Diciamo anche contraffare per disubbidire alle leggi che anche si dice contravvenire ».

<sup>13</sup> « Contraffatto : falsificato > lat. adulteratus ; Boccaccio : lettera contraffatta ».

<sup>14</sup> Cette recherche a été faite à partir de la table de ses Œuvres.

## L'imitation de la marque définit la contrefaçon

Depuis le Moyen Âge, il existe dans de très nombreux centres européens à la fois des marques collectives et individuelles qui identifient les produits, dans des secteurs très différents. Le textile est évidemment l'un des mieux connus. Ainsi, par exemple, les tisserands d'Arras déposent-ils leurs marques et nom depuis 1367 ; ceux de Leyde depuis 1415 : chaque drap est ainsi authentifié par une marque propre<sup>15</sup>. Des punitions exemplaires, qui peuvent aller jusqu'à la mort, sont parfois infligées aux contrefacteurs. Ainsi, deux coupables sont-ils exécutés à Ypres en 1363. De même, un tisserand est brûlé vif à Cologne en 1417 pour avoir volé des *scels* pour sceller lui-même ses draps. Une multiplication de ces condamnations pour falsification de sceau semble se développer un peu partout à partir de la fin du XV<sup>e</sup> siècle. Loin de ne toucher que le textile, on la trouve aussi dans des secteurs tout à fait différents, comme la coutellerie de Thiers, par exemple<sup>16</sup>.

Si les infractions semblent multiples, les punitions sont, elles, très différenciées. Elles peuvent même ne pas exister du tout et l'imitation se faire avec la bénédiction des autorités quand il s'agit de copier des marques étrangères. C'est aussi ce que rapporte Gian Battista Moccafy à propos notamment de la production textile de la région de Verviers-Aix-la-Chapelle : « en toutes ces fabriques, ils font des draps de toutes sortes et avec les marques de tous les pays avec les plombs étrangers »<sup>17</sup>. Le mar-

chand condamne néanmoins ces pratiques qui cumulent deux types de fraudes : l'une sur les marques, l'autre sur la qualité des matières premières et des façons dans la mesure où celles-ci sont associées à la dénomination des produits :

« et ce qui est pire est que chaque fabricant est maître de faire ce qu'il veut, de façon que chacun donne l'organisation qu'il veut à sa fabrique, si bien qu'avec ce système et avec l'imitation des draps des autres pays, afin de se procurer du travail, ils le font de qualité inférieure tant pour le lainage qu'en économie de matières et d'opérations, mais ce qui est pire, c'est que presque tous leurs draps sont forcés sur la rame »<sup>18</sup>.

L'imitation devient frauduleuse quand elle se pare d'une marque contrefaite et qu'elle contrevient aux règlements de fabrication.

Mais que se passe-t-il quand ni l'un ni l'autre n'existent ? Si l'on retourne un instant aux dictionnaires, deux autres explicitations de contrefaire, développées par Furetière et le *Dictionnaire de l'Académie*, nous mettent sur une piste intéressante. Ainsi, dit Furetière, « Contrefaire en termes d'imprimerie, c'est imprimer un livre, une image, un dessein pour frustrer l'auteur des droits du privilège qu'il a obtenu à le faire imprimer tout seul »<sup>19</sup>. C'est le sens que reprend Savary. C'est ce que l'on retrouve dans tous les recueils de jurisprudence, que ce soit Jousse, Guyot ou bien encore l'*Encyclopédie méthodique* qui voit l'origine juridique de cette définition de la contre-

<sup>15</sup> S. Abraham-Tisse, « La fraude dans la production des draps au Moyen Âge : un délit ? », in G. Béaur, H. Bonin, C. Lemerrier (dir.), *Fraude...*, *op. cit.*, p. 431-456.

<sup>16</sup> C. Maitte, « Labels, Brands and Market Integration in the Modern Era », *Business and Economic History on line*, 7, 2009 ; [www.thebhc.org/publications/BEHonline/2009/maitte.pdf](http://www.thebhc.org/publications/BEHonline/2009/maitte.pdf).

<sup>17</sup> « Relation de voyage de G.-B. Moccafy », *art. cit.*, p. 206.

<sup>18</sup> *Ibidem*.

<sup>19</sup> A. Furetière, *Dictionnaire universel*, *op. cit.*, p. 487.

façon dans le privilège obtenu par Erasme pour son imprimeur Froben, tout à fait contemporain du premier arrêt cité en France (1521). Si tous n'évoquent que l'imprimerie, la quatrième édition du *Dictionnaire de l'Académie*, publiée en 1762, étend le lien entre contrefaçon et privilège à un autre domaine essentiel des activités productives d'Ancien Régime : « terme de négoce qui se dit de la fraude qu'on fait en contrefaisant ou l'impression d'un livre, ou la manufacture d'une étoffe aux dépens de ceux qui en ont le droit, le privilège ». Sur ce point, le *Dictionnaire de l'Académie* semble donc aller plus loin que les recueils de jurisprudence. C'est bien le privilège qui définit aussi par contraposition la « contrefaçon » et son caractère juridiquement punissable. C'est ce que l'on voit bien se développer dans un secteur productif où l'imitation joua un rôle fondamental : celui du verre.

## II. LE RÔLE DES IMITATIONS DANS LES INNOVATIONS TECHNIQUES ET L’AFFIRMATION DU LUXE OSTENTATOIRE DU VERRE VÉNITIEN

Le domaine du verre est particulièrement propice à une étude sur le rôle des imitations dans un secteur de luxe, sur les frontières labiles entre imitation et contrefaçon, faux, fraude, ainsi que sur la variété des usages sociaux de ces produits. En effet, le secteur verrier d'Europe occidentale connaît un renouveau notable à partir du XV<sup>e</sup> siècle, lié au développement des rituels de la table,

sur lesquelles les verres à boire s'individualisent et vont de plus en plus être de verre, remplaçant parfois l'or et l'argent, sans compter les carafes ou les fontaines qui servent d'ornement aux tables de banquet<sup>20</sup>. La pression croissante de la culture des apparences pousse parallèlement à la mise au point et à la multiplication des miroirs de verre, ou encore des perles de verre, dont Venise se fait une spécialité à partir du XVI<sup>e</sup> siècle<sup>21</sup>.

Or, dans cette affirmation de différentes productions de la verrerie vénitienne comme objets de luxe ostentatoire des Cours, des aristocraties d'Italie et d'Europe, les processus d'imitation ont joué un rôle tout à fait primordial. Si l'on peut distinguer trois types différents d'imitation, ils sont ensemble significatifs de l'ambiance intellectuelle de la Renaissance et constituent les stimulants de l'économie du luxe de cette époque, incitant à des recherches et des innovations techniques.

### Les trois grandes imitations du verre de luxe vénitien

L'Europe, on ne le répète sans doute pas assez, a longtemps imité les produits exotiques qu'elle ne faisait initialement qu'importer d'ailleurs. Si l'importance économique de ce processus a été bien démontrée pour l'Angleterre du XVIII<sup>e</sup> siècle<sup>22</sup>, il n'y est évidemment pas né. Les riches produits d'Orient ont depuis fort longtemps attiré la convoitise des élites européennes, stimulé le commerce et contribué à développer son industrie. Le secteur du verre en constitue un exemple parmi bien d'autres. C'est en effet du Proche-Orient que sont venus,

<sup>20</sup> J.-A. Page (ed.), *Beyond Venice*, New York, The Corning Museum of Glass, 2004 ; G. Malacarne, *Sulla mensa del principe: alimentazione e banchetti alla corte di Gonzaga*, Modène, Il Bulino, 2000.

<sup>21</sup> A. Dorigato, *Le verre de Murano*, Paris, Citadelles & Mazenod, 2003.

<sup>22</sup> Voir notamment M. Berg and E. Eger (eds.), *Luxury in the Eighteenth Century. Debates, Desires and Delectable Goods*, Basingstoke-New York, Palgrave Macmillan, 2003.

depuis l'Antiquité et jusqu'au XV<sup>e</sup> siècle, les verres de luxe dont la décoration faisait l'attrait principal. Les verriers de Murano se sont mis peu à peu à les imiter, notamment en ce qui concerne l'art des émaux. Mais au XV<sup>e</sup> siècle arrivent également de Chine les fameuses porcelaines qui vont attiser les convoitises croissantes des Européens pendant toute l'époque moderne. Si l'imitation à proprement parler de ces drôles de poteries n'a été mise au point en Europe qu'assez tardivement au XVIII<sup>e</sup> siècle<sup>23</sup>, les verriers ont très rapidement cherché à produire des artefacts comparables, si ce n'est semblables. Le verre blanc opaque, mis au point à Venise dans la seconde moitié du XV<sup>e</sup> siècle, est une des réponses précoces pour imiter ces produits chinois.

Outre ces produits lointains dans l'espace, les imitations vénitiennes cherchent également à reproduire les vestiges puisés dans un passé antique que la Renaissance valorise. L'heure est à la relecture attentive des textes anciens et aux premières fouilles qui révèlent des productions verrières de l'époque romaine dont on va tenter de retrouver les secrets. Ces tentatives sont parfois difficiles et n'aboutissent parfois qu'à long terme. Ainsi en va-t-il du fameux « rouge des Anciens » pour lequel des générations de verriers firent des tentatives infructueuses jusqu'à la fin du XVII<sup>e</sup> siècle.

Au contraire, la redécouverte de la gravure sur verre se diffusa dans le milieu muranais dans les années 1530-1540. Sans les énumérer toutes, un certain nombre d'innovations techniques verrières vénitiennes sont donc directement à mettre en relation avec le désir d'imitation de l'Antiquité qui sert à la promotion de ces objets.

Dans ce processus de valorisation lié à l'imitation de l'Antiquité, l'association de verriers avec des peintres reconnus par les mécènes a également pu jouer un rôle important<sup>24</sup>. Ainsi Giovanni da Udine, élève de Raphaël, fournit à la boutique *La Serena* des modèles de verre copiés de l'Antiquité. Pietro Aretino fait de même et le succès de ces verres est tel qu'on les dénomme *aretini*<sup>25</sup> : l'appellation est à double sens puisqu'elle évoque à la fois le nom du peintre et les vases antiques produits près de Arezzo dont Pline vante les mérites<sup>26</sup>. De fait, l'Arétin affirme que si Pline voyait les vases de verre modernes, ils lui plairaient tout autant. La participation de peintres connus qui proposent des modèles imités de l'Antiquité devient donc un élément important de la valeur esthétique de ces objets. Inutile d'insister sur le fait que le contact sensible que les objets de verre permettaient d'instaurer avec l'Antiquité fut un des éléments de leur promotion dans les élites sociales de la Renaissance italienne<sup>27</sup>.

<sup>23</sup> Voir par exemple P. W. Meister et H. Reber, *La Porcelaine européenne du XVIII<sup>e</sup> siècle*, Fribourg, Office du Livre - Paris, Éditions Vilo, 1980.

<sup>24</sup> Un phénomène identique existe dans le secteur de la soie dans lequel « Venise fait appel à ses artistes les plus célèbres, comme Jacopo Bellini, pour établir un rapport fécond entre la peinture et le travail de la soie, Bellini fournissant les dessins aux soyeux de Venise ». Cf. S. Ciriaco, « Les manufactures de luxe à Venise : contraintes géographiques, goût méditerranéen et compétition internationale (XIV<sup>e</sup>-XVI<sup>e</sup> siècle) », in *La ville et la transmission des valeurs culturelles au bas Moyen Âge et aux temps modernes, Spa 1994*, Bruxelles, Actes Crédit communal, 1996, p. 235-251, ici p. 236, citant P. Molmenti, *La storia di Venezia nella vita privata*, 6<sup>e</sup> éd., Trieste, Edizioni LINT, 1973, p. 157.

<sup>25</sup> L. Zechin, *Vetro e vetrai di Murano*, Venise, Arsenale Editrice, vol. 1, 1987, p. 235-236 : Giovanni da Udine fournit également des modèles à Domenico Ballarin.

<sup>26</sup> Pline l'Ancien, *Histoire Naturelle*, t. 19, traduction nouvelle par M. Ajasson de Grandsagne... [et al.], Paris, C. L. F. Panckoucke, 1829-1833.

<sup>27</sup> L. Syson and D. Thornton, *Objects of Virtue: Art in Renaissance Italy*, Los Angeles, J. Paul Getty Museum, 2001, p. 199.

Enfin, le dernier grand type d'imitation auquel se livrent les verriers, qui n'est pas des moindres, est celle de la Nature. C'est, on le sait, l'un des grands thèmes artistiques de la Renaissance et, en ce sens aussi, l'imitation ne peut qu'être valorisée puisqu'elle met l'homme à l'épreuve de la Création. Ainsi le verre décoloré imite-t-il le cristal de roche, dont on faisait des ustensiles à boire comme des coupes et des carafes. De fait, les verriers muranais proclament hautement leur réussite, au XV<sup>e</sup> siècle, en dénommant *cristallo* leur nouveau type de verre incolore. Mais ce n'est évidemment pas la seule pierre précieuse ou semi-précieuse qu'ils se mettent en devoir d'imiter. L'agate et la calcédoine le furent dès le XV<sup>e</sup> siècle, avant que la plupart des gemmes ne trouvent leur équivalent en verre, selon les techniques, parfois nouvelles, mais aussi parfois très anciennes. Évidemment, l'un des métaux dont l'imitation était à la fois la plus recherchée et la plus valorisée par un ensemble de textes alchimiques ou para-alchimiques était l'or. Le verre doré conjugait d'ailleurs bien des avantages : il imitait la nature, il imitait les Anciens et il produisait à bas prix des objets jusque-là réservés à la table des Grands. Pour toutes ces raisons, les demandes sociales autour de ces objets furent à la fois variées et importantes.

## Imitation et fraude

Les imitations qui viennent d'être évoquées font partie intégrante du domaine valorisé de ce qui se modèle sur des sources d'inspiration supérieures. Il n'en reste pas moins que les limites sont parfois ténues

entre l'imitation et la fraude, ce dont témoignait déjà Pline :

« on fait des sardoines (calcédoines) en soudant ensemble 3 gemmes, si bien que l'artifice ne peut être décelé [...]. Nulle espèce de fraude ne rapporte davantage au faussaire »<sup>28</sup>.

Vendre le faux pour le vrai, une matière pour une autre, c'est la définition de la fraude et c'est une pratique que l'on trouve très précocement condamnée à Venise, signe sans doute des multiples tentations que l'art du verre y a précocement introduites. Dès 1326, les cristalliers de la ville (qui travaillent donc les cristaux de roche) ont l'interdiction de faire de fausses pierres en verre. En 1445, la peine encourue est significativement très élevée : 1000 ducats et 2 ans de prison dans les puits pour ceux qui vendent des pierres fausses pour des vraies<sup>29</sup>.

Est-ce alors le règne de la fraude généralisée ? Est-ce que les acheteurs sont dupes ? Certainement pas, d'une part, parce que toutes les perles ne prétendent pas à l'imitation des pierres précieuses et, d'autre part, parce que les voies distinctes de commercialisation permettent normalement de différencier les produits. C'est sans doute la reconnaissance du génie humain à imiter la nature qui fait apprécier ce type d'objets aux représentants de l'aristocratie qui en possèdent, tel le Duc de Berry au début du XV<sup>e</sup> siècle<sup>30</sup>. C'est ce que laisse à penser également la présence de ces objets de verre imitant la nature dans certaines collections ou cabinets de curiosités<sup>31</sup>.

<sup>28</sup> Pline, *Histoire Naturelle*, op. cit., Livre XXXVII, p. 197.

<sup>29</sup> A. Gasparetto, *Il vetro di Murano dalle origini ad oggi*, Venise, Neri Pozza, 1958, p. 184.

<sup>30</sup> J.-A. Page, *Beyond Venice...*, op. cit., p. 7.

<sup>31</sup> C. De Benedictis, *Per la storia del collezionismo italiano. Fonti e documenti*, Florence, Ponte alle Grazie, 1991, notamment p. 36-37 et 64-67 pour la collection de Francesco I de Medici ; sur le verre dans la collection de Ferdinand II, J.-A. Page, " Venetian Glass in Austria ", in J.-A. Page (dir.), *Beyond Venice...*, op. cit., p. 21-61.

Mais, chez d'autres, il n'est pas exclu que l'apparence trompeuse vis-à-vis de ceux qui regardent d'un œil inexpert et plus ou moins distrait soit un élément d'appréciation de ces imitations incomparablement moins chères. Ce sont donc aussi les jeux multiples entre le prix et l'apparence qui en font l'attrait, ce qui est particulièrement net dans le cas du verre doré qui connaît une très grande vogue pendant au moins tout le XVI<sup>e</sup> siècle. On en fait des verres de tables, des carafes etc. qui sont d'évidentes imitations de la vaisselle en or qui orne encore souvent les tables princières. Qui achète ? On l'ignore malheureusement<sup>32</sup>. Qui est dupe ? Sûrement pas les acheteurs qui savent très bien que le verre vendu à vil prix par les colporteurs n'est certes pas d'or. Leurs convives ? Pas après le premier contact ! Ceux qui passent rapidement devant les créances spécialement conçues pour les mettre en valeur ? L'enquête reste à mener. Le jeu d'imitation est d'ailleurs à multiples facettes : d'une part, parce que toutes les imitations ne se valent pas, il en est de plus ou moins luxueuses : le fin du fin est le verre *crystallo* sur lequel l'or est attaché par des mordants. Mais l'or sert aussi à cacher le mauvais verre de certaines productions<sup>33</sup> ! Sous une même imitation du « verre doré » se cachent en réalité des qualités très différentes. Ce n'est pas son seul paradoxe.

## Dépasser l'imitation

Alors même que ces verres cherchent sans aucun doute à imiter les tables princières, celles-ci se sont de plus en plus fréquemment ornées, au XVI<sup>e</sup> siècle, d'objets de verre fabriqués en *crystallo* dont la matière très malléable permet une fantaisie impossible à obtenir avec le cristal de roche ou tout autre pierre ou métal précieux. La virtuosité dans la création de formes et de motifs compliqués devient une des caractéristiques reconnues et appréciées des verriers de Venise : les verres à ailettes, à serpents ou à fantaisies ne sont que les exemples les plus connus d'une production capable de répondre à toutes les commandes, même celles d'armures de prestige, de selles de chevaux, de miniatures de vaisseaux ou d'instruments de musique entièrement réalisés en verre<sup>34</sup>.

Ainsi au XVI<sup>e</sup> siècle, toute une partie de la production vénitienne mise non plus seulement sur l'imitation de la nature, mais encore sur la surprise et l'invention formelles que permet cette matière particulièrement malléable. De l'imitation d'objets réalisés en matières plus précieuses, les verriers passent aux prouesses formelles permises par la matière : c'est cette fois véritablement la virtuosité, le jeu d'adresse de l'homme avec la nature qui est reconnu et loué. Vanuccio Biringuccio note à ce propos

<sup>32</sup> Après en avoir acheté, Isabelle d'Este précise bien à son représentant à la foire de l'Ascension d'éviter d'acheter ce type de verre. Cf. C. M. Brown, *Isabella d'Este and Lorenzo da Pavia*, Genève, Droz, 1982, J. M. Fletcher, "Isabella d'Este, Patron and Collector", in D. Chambers and J. Martineau (eds.), *Splendours of the Gonzaga*, Londres, Victoria and Albert Museum, 1981, p. 51-64.

<sup>33</sup> Ainsi, en 1523, les verriers de Murano demandent des peines plus sévères contre « la temeraria contraffaction de tutti li boteghari over stationeri di questa inclita Città di Venetia, Bergamaschi et altri » qui « si fanno liciti presuntuosamente contrafar et vender qui in Venetia, cristallini schiatti e doradi e di ogni sorte ». Cf. L. Zecchin, « La rivendita dei vetri in Venezia città fra il XIII e il XVIII secolo », in *Vetro e vetrai...*, op. cit., t. II, p. 101-108. On retrouve une dénonciation similaire de la part du privilégié de Pise contre les Altarais de Pistoia et Prato et contre les verriers de Gambassi : lettre de Niccolò Sisti à Pise à Lorenzo Usimbardi, secrétaire du cabinet du Grand Duc Ferdinand 1<sup>er</sup>, 16 septembre 1594, citée par D. Heikamp, *Studien zur Mediceischen Glaskunst*, Florence, Leo S. Olschki, 1986, p. 349-350.

<sup>34</sup> J.-A. Page, *Beyond...*, op. cit., p. 21-22, fait remarquer que dans la collection de Ferdinand II certains des instruments de musique en verre se trouvent placés parmi les instruments de musique (et non parmi les verres) et qu'ils semblent donc pouvoir être joués, ou considérés comme tels.

en 1540 que « l'art a dépassé la nature, bien que le cristal et toutes les autres espèces aient produit des bijoux plus beaux que celui-ci – le verre –, on n'a pas encore trouvé le moyen de pouvoir faire d'eux ce que l'on fait du verre »<sup>35</sup>. Bref, on ne peut imiter en pierres précieuses ce qui se fait en verre... Les rapports se sont inversés, ou presque.

Cela dénote un nouveau rapport aux matières qui opère de nouvelles classifications des objets : précieux non plus seulement parce qu'ils sont composés de matières précieuses, mais parce que ce sont des reflets du génie humain tant magnifié par la Renaissance. Cette caractéristique est évidemment importante puisqu'elle va permettre de répondre à différentes demandes sociales : non seulement le verre est un luxe, mais il est aussi un luxe ostentatoire. Il va sans dire que les élites italiennes et européennes peuvent alors tirer une certaine vanité d'avoir retrouvé le raffinement des élites romaines décrit par Pline :

« ... l'or, l'argent sont choses trop communes ; ce sont les vases myrrhins et le cristal que l'on arrache à la terre et ici c'est la fragilité qui donne du prix à l'objet. La preuve évidente de l'opulence, la vraie gloire en fait de luxe, c'est d'acquérir à grands frais ce qu'un instant peut anéantir »<sup>36</sup>.

La réussite de cette promotion va démultiplier les imitations du verre vénitien.

### III. LES IMITATIONS

#### HORS DE VENISE : DES CONTREFAÇONS ?

##### **Les migrations, facteurs de multiplication des verreries « façon de Venise »<sup>37</sup>**

Les multiples innovations des verriers de Murano vont être imitées un peu partout en Europe dans des verreries qui vont se mettre à produire des verres « façon de Venise ». En effet, selon un processus classique, les productions qui acquièrent les faveurs du public sont rapidement imitées. C'est en cela que l'imitation est un facteur de développement des marchés et de diffusion des innovations techniques qui leur sont souvent liées. Les premiers artisans de ces imitations furent les Vénitiens eux-mêmes. En effet, dès le Moyen Âge, les verriers ont largement et continuellement enfreint les interdictions de mobilités, plus que de migrations, promulguées par la corporation et le gouvernement de Venise dès le début du XIII<sup>e</sup> siècle. Si tous ont collectivement intérêt à ce que les produits restent l'exclusivité de leurs ateliers, chacun peut aussi être individuellement attiré par la tentation d'être le seul à monnayer ailleurs son savoir-faire. Ces mobilités se renforcent à la

<sup>35</sup> V. Biringuccio, *De la pirotechnia*, Venise, Venturino Roffinello, 1540, reprint 1997, p. 42.

<sup>36</sup> Pline, *Histoire naturelle...*, *op. cit.*, Livre XXXIII, Histoire naturelle des métaux, p. 7. C'est aussi ce que note avec une certaine stupeur William Harrison en Angleterre, cette fois à la fin du XVI<sup>e</sup> siècle. Cf. W. Harrison, *Description of England*, 1587, rééd. par G. Edelen, New York-Ithaca, Cornell University Press, 1968, p. 128.

<sup>37</sup> Je me permets de renvoyer ici à mon livre dans lequel ce thème est amplement développé : C. Maitte, *Les chemins de verre. Les migrations des verriers de Venise et d'Altare, XVI<sup>e</sup>-XIX<sup>e</sup> siècle*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2009.

Renaissance, ce qui entraîne une aggravation des peines prévues à leur rencontre. La grande époque de diffusion du modèle vénitien est incontestablement le XVI<sup>e</sup> siècle : une époque où presque toutes les grandes capitales sont touchées par l'installation de verreries « façon de Venise ».

Mais les Vénitiens ne sont pas les seuls acteurs de l'installation de ces verreries « façon de Venise ». En effet, le groupe sans doute numériquement le plus important sont les verriers originaires d'Altare, petit village de l'ancien Montferrat (dans l'actuelle Ligurie) dont la corporation, reconnue en 1495, encadre et contrôle les migrations, au contraire des Vénitiens. Dès la fin du XV<sup>e</sup> siècle, les Altarais vendent des verres « à la vénitienne », une « façon » qu'ils ont pu apprendre soit dans les ateliers vénitiens eux-mêmes, en fait ouverts aux étrangers jusqu'au XVI<sup>e</sup> siècle, soit dans les ateliers des villes d'Italie du Nord où ils travaillent de concert (Milan, Brescia, Ferrare...). Une « façon » qu'ils vont ensuite aller essayer un peu partout en Europe aux XVI<sup>e</sup> et XVII<sup>e</sup> siècles, tout en conservant d'ailleurs la leur propre, que l'on a aujourd'hui du mal à distinguer.

### **Le statut des verres « façon de Venise »**

Comment sont alors considérés les produits qui sortent de ces verreries ? Comme des imitations justement, des « façons de » Venise, qui ne sont aucunement poursuivies par les autorités des villes et des États où ils s'installent, bien au contraire, et ne peuvent l'être par Venise, aucune sorte de « convention internationale » n'existant avant le second XIX<sup>e</sup> siècle, on le sait. Il faut encore une fois rappeler que les productions « à l'imitation de » sont alors plus prisées que

combattues. Elles sont le véhicule de ce qui se fait de mieux dans le domaine productif et, si l'original est malgré tout souvent préféré à la copie, c'est uniquement parce que la copie, tâtonnante, mise en œuvre par d'autres, n'est souvent pas vraiment réussie. Or, dans ce cas, l'imitation est potentiellement parfaite puisque les verriers vénitiens eux-mêmes en sont souvent les acteurs. De fait, la différence entre l'original et la copie est souvent extrêmement ténue, comme le remarquent d'ailleurs tous les témoins de l'époque, et les historiens de l'art actuel. C'est d'ailleurs ce qui rend très difficile de déterminer les lieux de production des verres conservés, en l'absence de toute marque de fabrication de la production vénitienne elle-même.

Néanmoins les instruments juridiques qui vont souvent accompagner le mouvement des verriers vont entraîner la définition progressive de la contrefaçon.

### **Les privilèges, conditions de la définition de la contrefaçon**

Dans la plupart des villes et des pays où ils se déplacent, les verriers migrants demandent aux autorités locales ou royales des privilèges d'exploitation qui leur concèdent le plus souvent une exclusivité de production, voire de commercialisation, dans un rayon donné (soit l'État tout entier, soit un rayon limité, en général autour de la ville dans laquelle ils se sont installés). C'est ainsi la définition du privilège exclusif qui va de pair avec celle de la contrefaçon : l'imitation de ce que produit le privilégié est une contrefaçon punie par le pouvoir public qui garantit l'exclusivité<sup>38</sup>. Cela est clair dans les termes du privilège de De Lame en 1549 (Anvers), comme dans celui de Mutio

<sup>38</sup> Il est tout à fait instructif que la législation actuelle se situe dans l'exacte lignée de ce droit : « la contrefaçon peut être définie comme l'usurpation d'un droit privatif » dit le juriste contemporain. Cf. V. de Chantérac, « La marque à travers le droit », in J.-N. Kapferer et J.-C. Thoenig (dir.), *La marque*, Paris, McGraw-Hill, 1989, p. 65.

en 1551 (France), de Centurini en 1572 (Liège) ou encore de Bertoluzzi en 1603 (Mantoue) où l'on interdit de « contrefaire/contrevenir à ladite concession »<sup>39</sup>.

Dès lors, il existe deux sortes d'imitations des produits vénitiens : celle, autorisée, du privilégié, celle, interdite, des autres. Ne sont évidemment considérées comme des contrefaçons que les secondes, qui peuvent donc à tout moment être saisies et détruites. C'est ce qui se passe à Anvers en 1571 quand le détenteur du monopole (Pasquetti à l'époque) fait rechercher et saisir deux grands tonneaux remplis de verres « façon de Venise », venant selon toute vraisemblance de Liège<sup>40</sup>. Les lettres d'ampliation qu'il obtient alors portent désormais « défense de faire entrer par les pays de par-deçà aucuns desdictes voires de christol ainsy contrefaictz par ces émulateurs résidents es pays circonvoisins et limitrophes [...] »<sup>41</sup>.

Cette tentative de bloquer toute importation des verres concurrents est pourtant difficile à mettre en œuvre puisqu'en 1607 le titulaire se plaint une nouvelle fois :

« Or est-il que nonobstant les deffenses, paines et prohibitions portées, il y a plusieurs hostiers et marchands faisant trafic desdits voires contrefaicts à la façon de Venise, au lieu de les prendre et aller quérir ou faire venir dudit Venise, les tirent à leur plus grande commodité, des lieux et places les plus voisines où l'on pratique de contrefaire les dits voires de

Venise sy ponctuellement qu'à grande peine les maistres sçauraient juger de la différence, non sans fraude, dol et supposition de ceulx qui soubz prétexte d'une espèce de cristal eslit, amesné de loing (au regard de quoy il est plus chièremment estimé et vendu par-decha), trompent la court et le peuple, vendant l'ung pour l'autre, à leur seul et singulier proffit, non sans grand intérêt, mesme de l'Estat, veu que par ce moyen, grande, voirres infinie quantité d'argent, se tire hors du pays »<sup>42</sup>.

Tout cela est possible car l'imitation, aux dires du plaignant, est parfaite : aucune différence n'existe entre l'imitation légale et celle interdite, d'une part, et entre ces imitations et les véritables produits vénitiens, d'autre part. Comment se repérer ? Le casse-tête posé par ces trop parfaites imitations n'est sans doute pas très loin des actuels faux Vuitton que l'on doit décortiquer pour savoir s'ils sont vrais ou faux. Mais les verres « contrefaits » étaient d'autant plus difficiles à repérer qu'aucune marque ne servait ici à identifier les produits. C'est là un problème particulièrement intéressant à étudier : contrairement à la plupart des articles de luxe de l'époque, les verres vénitiens n'ont jamais reçu de marque collective, ni même de marque individuelle sur l'objet lui-même<sup>43</sup>. Évidemment, aucun imitateur de Venise n'a souhaité marquer sa différence par rapport à des modèles qui, eux, ne l'étaient pas. Quoi qu'il en soit, marque ou pas marque, le pri-

<sup>39</sup> Archivio di Stato di Mantova, Decreti Ducali, « qui contreferont la dite concession ». Dans le privilège de De Lamé concédé par Charles Quint en 1549, il est explicité que « nulz aultres ouvriers que lui puissent faire iceulx voires de cristal ny les contrefaire ne faire vendre » ; Mutio en 1551 exprime également sa crainte que l'on puisse « contre faire son dict ouvrage à ladicté façon de Venise », tandis que Centurini en 1572 entend se prémunir contre ceux qui voudraient travailler « à son imitation ».

<sup>40</sup> A. Pinchart, « Les fabriques de verre de Venise d'Anvers et de Bruxelles aux XVI<sup>e</sup> et XVII<sup>e</sup> siècles », *Bulletin des Commissions royales d'Art et d'Archéologie*, 1882, p. 343-394, ici p. 379.

<sup>41</sup> *Idem*.

<sup>42</sup> Lettre du 22 janvier 1607, citée par H. Schuermans, « Verres "façon de Venise" fabriqué aux Pays-Bas », *Bulletin des Commissions royales d'Art et d'Archéologie* [Bruxelles], Lettre 5, 1885, p. 362.

<sup>43</sup> Je renvoie à C. Maitte, *Les chemins...*, *op. cit.*, p. 185 et suivantes.

vilège définit la contrefaçon et montre la nature essentiellement juridique de la concurrence économique. Dans la pratique pourtant, les moyens de lutter contre cette contrefaçon sont extrêmement faibles.

La contrefaçon n'est pourtant pas la cause du déclin de la longue mode des verres « façon de Venise ». C'est sans doute plus sa progressive banalisation qui entraîne le déclin de l'attrait pour cette « façon » qui recouvre des produits très différents les uns des autres. Pour rester ostentatoires, les objets de luxe doivent être, sous l'Ancien Régime comme aujourd'hui, l'apanage d'une élite réduite. À trop se développer, à être imités sous les formes les plus diverses, les verres « façon de Venise » perdent peu à peu leur attrait et sont progressivement remplacés, à partir de la fin du XVII<sup>e</sup> siècle, par de nouvelles productions. La mise au point de ces nouveaux produits était d'ailleurs liée aux innovations issues de la rencontre entre différentes traditions verrières et les techniques vénitienes. Des imitations créatrices finirent par développer de nouveaux produits, plus attrayants parce que moins répandus : le verre « façon de Bohême » et le *flint-glass* anglais. Ainsi, le secteur du verre démontre, comme bien d'autres, le rôle moteur de l'imitation dans l'expansion des productions et des échanges, l'importance de l'imitation pour la création, le développement, le renouveau des produits de luxe, enfin l'importance de l'imitation sociale pour la diffusion des produits.

## CONCLUSION

Les frontières toujours troubles et renégociées entre imitation, contrefaçon, fraude ne sont pas dues à la qualité des produits,

mais aux moyens mis en œuvre par les acteurs pour contrôler les marchés. Si les privilèges et les marques furent les deux grands piliers de la définition des contrefaçons frauduleuses sous l'Ancien Régime, les verriers de Venise n'en utilisèrent qu'un. Il est d'autant plus remarquable de souligner que la marque « Murano » a été mise en place, dans les années 2000, pour tenter de contrer l'invasion à Venise même des « faux » verres chinois que seuls les experts réussissent à distinguer des « vrais » verres produits sur l'île. Mais en dehors du cas très spécifique du verre, la plupart des produits de luxe étaient pourvus d'une marque certificatrice sous l'Ancien Régime.

Qu'advint-il pendant et après la rupture révolutionnaire ? Il vaut la peine de prendre la mesure des ambiguïtés qui se développent alors, en lien direct avec les problèmes d'imitation et de contrefaçon. D'une part, les marques collectives, certificatrices et obligatoires sont abolies en tant que symboles d'un Ancien Régime réglementaire honni par les représentants de la Nation. Mais, d'autre part, les marques individuelles sont assez rapidement enregistrées et protégées. En effet, comme le note Alessandro Stanziani, le gouvernement consulaire et impérial doit prendre en compte les demandes de protection émanant de nombreux fabricants contre la contrefaçon<sup>44</sup>. La loi du 22 germinal an XI est donc annoncée comme une décision temporaire en attendant que les chambres de commerce nouvellement instaurées se prononcent sur ce sujet. Si le texte évoque bien, au titre IV, « les marques particulières », seules protégées, l'article XVII paraît en fait plus ambigu quand il énonce que « la marque sera considérée comme contrefaite quand on y aura inséré ces mots façon de... et, à la suite, le nom d'un autre fabricant ou d'une

<sup>44</sup> A. Stanziani, « Marques, marques collectives », in A. Stanziani (dir.), *Dictionnaire de l'économie-droit*, Paris, L.G.D.J., 2007, p. 229-238.

autre ville »<sup>45</sup>. « D'une autre ville » : c'est bien le souvenir des appellations collectives liées à des noms de lieux. La teneur de cet article est d'autant plus intéressante à souligner que les *façons de* n'étaient généralement pas considérées comme des fraudes sous l'Ancien Régime – on l'a dit – du moment qu'elles se présentaient comme telles et ne revêtaient pas de fausses marques. La législation consulaire, prétendument libératrice, semble donc aller plus loin dans la protection que celle de l'Ancien Régime. De fait, quand on discute, en 1824, des modifications à apporter à cette loi, les exemples sont encore plus précis et renvoient sans grande surprise au textile :

« Il est des villes de fabriques dont les produits ont aussi une appellation qu'on peut appeler collective, et c'est encore une propriété. Les draps de Louviers ou de Sedan sont distingués dans le commerce comme des espèces particulières ; et il importe aux fabricants de ces villes d'empêcher que d'autres tissus, plus ou moins semblables, ne se confondent avec les leurs à la faveur d'une déclaration mensongère qui aurait le double inconvénient de les discréditer et de tromper le consommateur »<sup>46</sup>.

Mais pourquoi en reparler si la loi de 1803 prévoyait en fait déjà le délit et la peine ? C'est que, explique le rapporteur,

« l'impunité résulte de l'excessive sévérité d'une assimilation qui confond et

punit sans distinction, comme crimes de faux, l'aveu d'une imitation avec une supposition de lieu, ou, si l'on veut, une supposition de lieu avec la contrefaçon directe d'une marque personnelle. Aussi, les fraudeurs se sont mis facilement à couvert en évitant matériellement la seule manœuvre décrite dans la loi, et on a vu des draps originaires marqués de tel domicile, près Louviers ou rue de Louviers. Et des marchands, complices de la supposition ainsi préparée, couper sur l'étoffe les mots près ou rue de, en faire des draps de Louviers, et les vendre pour tels, etc. ».

Cette explication montre bien que la marque collective, privée certes de ses aspects de certification de qualité, n'en continue pas moins d'exercer un rôle commercial de tout premier plan. Ainsi, dit le rapporteur, « le projet de loi que le roi nous a ordonné de vous présenter doit mettre un terme à ces coupables abus » selon des « dispositions aussi bien conseillées par l'expérience que réclamées par nos villes manufacturières, par les Conseils généraux de leurs départements... ». Sans entrer dans le commentaire précis de cette loi, il est néanmoins clair que l'expérience et la pratique des marques collectives des villes textiles du XVIII<sup>e</sup> siècle, d'ailleurs loin d'être univoque, sont fondamentales dans les réflexions des parlementaires et du gouvernement de la monarchie restaurée.

<sup>45</sup> *Gazette nationale*, 1803, p. 871 et suivantes. C'est moi qui souligne.

<sup>46</sup> Chambre des Députés session de 1824, n° 181.