



**HAL**  
open science

## Quelle place pour la faïence de Sarreguemines dans l'Empire ottoman à la fin du 19e siècle ?

Véronique François

► **To cite this version:**

Véronique François. Quelle place pour la faïence de Sarreguemines dans l'Empire ottoman à la fin du 19e siècle?. Fabriqués à Sarreguemines: exportation des produits de la faïencerie, Editions des Musées de Sarreguemines, pp.124-151, 2019, 978-2-913759-27-5. hal-02141752

**HAL Id: hal-02141752**

**<https://hal.science/hal-02141752v1>**

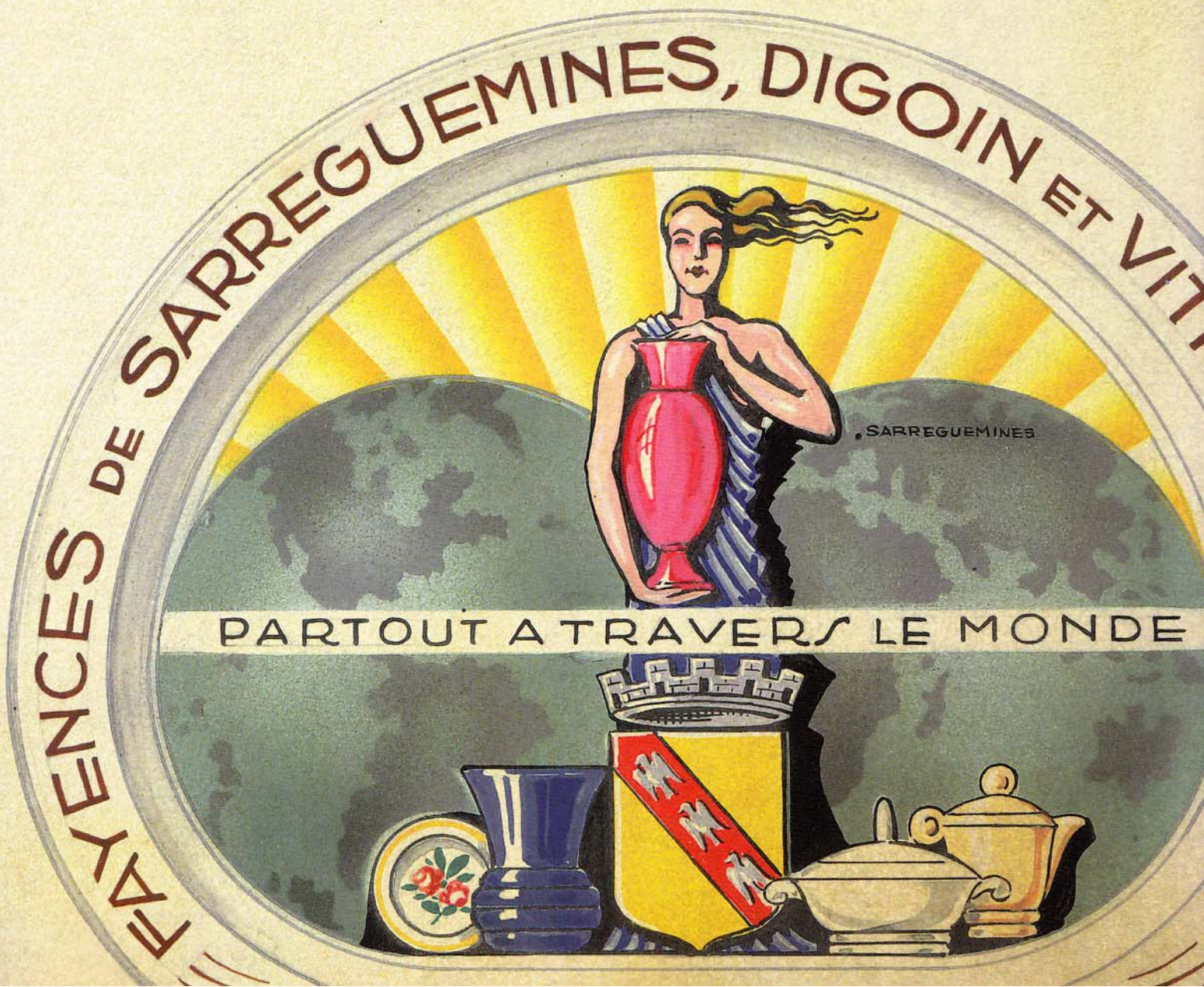
Submitted on 15 Jul 2019

**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.

# FABRIQUÉS À SARREGUEMINES

L'exportation des produits de la faïencerie



**Quelle place pour la faïence de Sarreguemines  
dans l'Empire ottoman à la fin du 19<sup>e</sup> siècle ?**

Par Véronique FRANCOIS,  
directeur de recherche Aix Marseille Univ, CNRS,  
LA3M, Aix-en-Provence, France

1  
V. François, A. Ersoy, « Fragments d'histoire : la vaisselle de terre dans une maison de Smyrne au XVIIIe siècle », BCH, 135.1, 2011, p. 377-419 ; V. François, « Jarres, terrailles, faïences et porcelaines dans l'Empire ottoman (XVIIIe-XIXe siècles) », Turcica, 40, 2008, p. 81-120.

2  
La faïence fine est une poterie à pâte opaque blanche ou ivoire, à texture fine, dense et sonore. La glaçure transparente, relativement dure, est composée d'un mélange alcalino-plombeux. La porcelaine opaque est une faïence fine dure, dense, contenant un pourcentage variable de kaolin et de feldspath qui confère blancheur et une légère vitrification à la pâte. La couverte est dure et brillante car la présence de plomb dans la glaçure est moindre remplacée par le borax, le feldspath et l'acide borique.

3  
D. Guillemé-Brulon, « La faïence fine française » 1750-1867, Editions Massin, Paris, 1995, p. 11.

4  
Exposition universelle de 1867 à Paris. Rapports du jury international publiés sous la direction de M. Michel Chevalier, Tome troisième : Groupe III. Meubles et autres objets destinés à l'habitation - classes 14 à 26, Paris, 1868, p.120.

La présence dans l'Empire ottoman de vaisselle de faïence et de poterie vernissée de fabrication européenne est attestée à la fois par les textes et les découvertes archéologiques dès le 18<sup>ème</sup> siècle<sup>1</sup>. Cependant, c'est au cours du siècle suivant que le commerce des faïences fines et des porcelaines prend toute son ampleur en raison d'un contexte politique et économique très favorable à son développement aussi bien en Europe que dans l'empire. À partir de 1806 en effet, le marché français étant interdit aux importations anglaises à la suite du Blocus continental imposé par Napoléon I<sup>er</sup>, la France est contrainte d'opérer sa propre révolution industrielle. Privés des objets manufacturés britanniques et en particulier de l'abondante vaisselle du Staffordshire, dès le milieu du 19<sup>ème</sup> siècle les manufactures de vaisselle françaises commencent à produire, à une échelle industrielle, des faïences fines et des porcelaines opaques<sup>2</sup>. Ces entreprises sont notamment implantées à Sarreguemines, Creil-Montereau, Bordeaux, Gien, Choisy-le-Roi, Lunéville ou Saint-Amand-les-Eaux.

Les pièces de vaisselle de qualité sont bon marché comme le souligne le jury de l'Exposition des produits de l'industrie en 1844 « *la faïence fine se présente avec tous les avantages d'une excellente poterie : l'élégance des formes, la variété des impressions, l'éclat des couleurs, la diversité des engobes, le façonnage des pièces et surtout le bas prix auquel on la livre au commerce, en rendent la consommation presque universelle*<sup>3</sup> ». Selon les rapports de l'Exposition universelle de Paris en 1867, la France prend rang immédiatement après l'Angleterre pour la fabrication des faïences fines estimée à 12 millions de francs par an. Six grandes manufactures françaises occupent ce marché et « *la plus considérable est celle de Sarreguemines tant au point de l'étendue des affaires que de la qualité des produits. Cette manufacture créée en 1780 et aujourd'hui administrée par Paul de Geiger, a fait dans les trente dernières années des progrès qui sans conteste la placent à la tête de toutes les faïenceries d'Europe, 2 000 ouvriers y sont employés*<sup>4</sup> ».

Une grande part des productions remporte un succès commercial important à l'étranger y compris dans l'Empire ottoman. Sur ce marché, la pénétration progressive de faïence et de porcelaine est liée à l'accroissement de la présence européenne stimulée par la signature du traité de commerce de Balta Limani en 1838 qui permet une expansion des intérêts commerciaux anglais et français dans l'empire, un essor renforcé par les alliances nouées lors de la guerre de Crimée (1854-1856). Dans l'Empire ottoman, la forte implication de l'Europe n'est pas seulement commerciale, elle se manifeste également dans les domaines industriel et financier par la création de la première banque à capitaux européens, la construction de lignes de chemin de fer soutenue par des investissements étrangers et le lancement d'un grand emprunt. Elle s'exprime aussi dans le domaine social et culturel et jusque dans la cuisine et les manières de table.

5  
Ö. Samancı, « La cuisine d'Istanbul au XIXe siècle », Presses universitaires de Rennes et François Rabelais de Tours, 2015, p. 233-268.

6  
N. Sakaoğlu, « Sources for our Ancient Culinary Culture », dans S. Faroqhi, C.K. Neumann (éds), *The Illuminated Table, the Prosperous House*, Beiruter Texte und Studien 73, Würzburg, 2003, p. 56.

7  
Ö Samancı, « Culinary Consumption Patterns of the Ottoman Elite during the First Half of the Nineteenth Century », dans S. Faroqhi, C.K. Neumann (éds), « The Illuminated Table, the Prosperous House », *Beiruter Texte und Studien 73*, Würzburg, 2003, p. 179, 180, tableau 3.

8  
Petit gobelet sans anse, cylindrique ou légèrement évasé, présenté avec ou sans soucoupe.

9  
J. Raby, Ü. Yücel in R. Krahl, « Chinese Ceramics in the Topkapı Saray Museum, a Complete Catalogue, Vol. I et II », Sotheby's Publications, Londres, 1986, p. 38, Table 8, p. 53.

10  
Samancı, 2015, p. 245, 287, 290.

11  
M. Anastasiadou, « Salonique, 1830-1912. Une ville ottomane à l'âge des Réformes », Leyde-New York-Cologne, 1997, p. 121.

En effet, tout au long du 19<sup>ème</sup> siècle, une partie de la société ottomane s'occidentalise adoptant des recettes de cuisine dans le style français et consommant de nouveaux aliments<sup>5</sup>. En conséquence, les pratiques de tables changent. Ces transformations touchent d'abord le Palais et l'élite constantinopolitaine pour se répandre ensuite dans une partie de la classe moyenne urbaine. Jusqu'alors, dans l'Empire ottoman, les repas se prenaient traditionnellement autour d'un grand plateau en cuivre placé sur un trépied, les convives assis sur des coussins partageant le même plat en cuivre ou en céramique locale et se servant de leurs doigts et d'une cuillère. Ces manières de table sont essentiellement les mêmes pour la cour et pour les gens ordinaires, seules la nature et la qualité des plats de service sont différentes.

Au début du 19<sup>ème</sup> siècle, les nouveaux mets accommodés à la manière française sont servis au cours de repas dont l'étiquette a changé : les convives sont désormais assis sur des chaises autour d'une table et emploient des couverts individuels. Cette transformation progressive s'étend sur un siècle durant lequel coexistent deux manières de table : *alla turka*, c'est-à-dire dans le style traditionnel ottoman et, *alla franca*, dans le style européen. Au Palais, de nouveaux services de table, désignés dans les documents ottomans par les termes de *frengi fağfuri* (porcelaines franques), remplacent les précieuses porcelaines chinoises et autre vaisselle fine ottomane qui avaient tant impressionné les hôtes du sultan au cours du 18<sup>ème</sup> siècle<sup>6</sup>. Comme l'indiquent les inventaires du Trésor du palais impérial à Istanbul ainsi que les registres d'acquisition de la Cuisine impériale, ces services de porcelaine viennent de Saxe et d'Autriche, de la manufacture de Vincennes puis de la manufacture royale de Sèvres à partir de 1805 et, pour le service quotidien, de Dresde en 1825 et 1854<sup>7</sup>. Certaines pièces sont exécutées à la commande dans le goût des clients turcs qui fournissent des modèles : par exemple des tasses à café de type *fincan*<sup>8</sup> et des *aşurelik* qui sont des aiguières pour servir l'*aşure*, une sorte d'entremet aux fruits filtré<sup>9</sup>.

Entre 1820 et 1850, l'engouement pour la cuisine occidentale et le service à l'européenne se diffuse dans les couches aisées pour atteindre la bourgeoisie à partir des années 1860<sup>10</sup>. Dans cette société ottomane en pleine transition, une partie de la population mène une double vie dans un environnement où les objets domestiques traditionnels et les articles de style européen cohabitent sans que cela pose problème comme le révèle notamment les inventaires après décès des musulmans de Thessalonique à la fin du 19<sup>ème</sup> siècle<sup>11</sup>. À Istanbul, les magasins, les cafés et les restaurants, les pâtisseries et les grands hôtels tenus par les Européens et les non musulmans, situés dans les quartiers de Péra et Galata, au nord de la Corne d'Or, favorisent le développement de nouveaux modes de consommation. Les notables peuvent y savourer les nouveautés culinaires françaises dans un service de table diversifié. L'utilisation d'assiettes individuelles, qui trouve son origine dans

12  
Samanci, 2015,  
p. 176-180, 297.

13  
A. Boué, La Turquie  
d'Europe ou observations  
sur la géographie, la géo-  
logie, l'histoire naturelle, la  
statistique, les mœurs, les  
coutumes, l'archéologie,  
l'agriculture, l'industrie, le  
commerce, les gouver-  
nements divers, le clergé,  
l'histoire et l'état politique  
de cet empire, Paris, Ar.  
Bertrand, 1840, tome III, p.  
165-166.

14  
V. Cuinet, La Turquie d'Asie,  
géographie administrative  
statistique descriptive  
et raisonnée de chaque  
province de l'Asie Mineure,  
vol. I-XI, 1890-1894.

15  
Revue commerciale  
du Levant. Bulletin  
mensuel de la Chambre  
de commerce française de  
Constantinople, XIX<sup>ème</sup>  
année, 31 mai 1905,  
n° 218. Article spécial  
du mois. Porcelaines et  
faïences, Constantinople,  
1905.

l'occidentalisation de la cuisine, est recommandée pour dresser la table dans les bonnes maisons. Dans son livre de recettes publié en 1882-1883, Ayşe Fahriye promeut l'usage d'assiettes de formes et de couleurs semblables mais de préférence blanches, une pratique encouragée par la presse féminine turque en 1903 dans un souci hygiéniste<sup>12</sup>. C'est dans ce contexte que les manufactures européennes développent leur marché dans l'Empire ottoman ainsi qu'en témoignent des sources variées.

Le géologue A. Boué, qui voyage en Turquie d'Europe dans la première moitié du 19<sup>ème</sup> siècle, prétend que « *le pays reçoit de l'étranger, la plus grande partie de sa poterie, de sa faïence et de ses porcelaines en général grossières, toute sa verrerie et verroterie... la faïence est en bonne partie anglaise, et s'introduit des villes maritimes jusqu'au centre de la Turquie. La porcelaine vient surtout d'Autriche et d'Angleterre*<sup>13</sup> ». Les rapports des Expositions universelles et des Expositions des produits de l'industrie livrent des informations plus précises, indiquent la qualité des productions de vaisselle européenne en concurrence sur les marchés étrangers et fournissent des renseignements chiffrés sur leur commercialisation. Des listes par volume et par prix des poteries, faïences et porcelaines qui font l'objet d'un commerce au long cours sont établies par Vital Cuinet, secrétaire général de la Dette publique ottomane et membre actif de la Chambre de commerce française de Constantinople, dans son ouvrage consacré à la Turquie d'Asie<sup>14</sup>. D'autres chiffres sont fournis par la Chambre de commerce française de Constantinople créée en 1884. Elle édite des comptes-rendus et un bulletin mensuel dans lesquels ses représentants dressent un état circonstancié du commerce dans les différentes provinces. Les données présentées ici proviennent, pour l'essentiel, d'un numéro thématique consacré aux porcelaines et faïences<sup>15</sup>. Pour tenter de mieux cerner les conditions de ce commerce, il est également possible de faire appel aux archives des manufactures d'Europe. Enfin, l'archéologie livre des informations encore très partielles et lacunaires sur l'importation dans l'empire, au 19<sup>ème</sup> siècle, des produits des grandes faïenceries. La découverte, l'identification et la publication de ces pièces contribuent peu à peu à une meilleure connaissance de ce marché.

Grâce aux données livrées par ces différents types de sources, il est possible, d'une part, de dresser un tableau général des modalités de pénétration et d'utilisation des faïences fines et des porcelaines dans l'empire et, d'autre part, d'examiner plus spécialement la place occupée, parmi elles, par les produits de la manufacture de Sarreguemines dans la seconde moitié du 19<sup>ème</sup> siècle et au début du 20<sup>ème</sup>.

16  
F. Hitzel, « Le dernier siècle de l'Empire ottoman (1789-1923) », Les Belles Lettres, Paris, 2014, p. 72-79.

17  
Compte tenu des origines diverses des sources consultées et donc de la variation des toponymes d'une langue à une autre, j'ai finalement adopté la formulation française telle qu'elle apparaît dans les dictionnaires actuels au dépend des termes turcs ou français du XIX<sup>e</sup> siècle, par exemple Kastamonu plutôt que Castambol et Thessalonique plutôt que Selanik.

### **Vaisselle européenne dans l'empire : volumes commercialisés, modalités de transport, types de commandes et perspectives de développement**

Pour cette période, c'est-à-dire la seconde moitié du 19<sup>ème</sup> siècle et le début du 20<sup>ème</sup> siècle, la carte administrative de l'empire s'est considérablement réduite<sup>16</sup>. À la suite d'une poussée des nationalismes et du désir d'émancipation de certains groupes ethniques, l'Empire ottoman a perdu une partie de ses territoires en particulier en Europe où, après la signature du traité de Berlin en 1878, il ne conserve que l'Albanie, la Macédoine et la Thrace. Les archives commerciales examinées ici renseignent sur le commerce des porcelaines et des faïences, de 1888 à 1905, dans ces provinces (*vilayet*) d'Europe — celles de Thessalonique<sup>17</sup>, d'Edirne et de Thrace orientale — ainsi que dans celles d'Anatolie et du Proche-Orient, c'est-à-dire les provinces de Kastamonu, de Trabzon, des îles de l'archipel égéen, d'Aydın, de Crète, d'Alep, de Beyrouth et du département (*sançak*) de Jérusalem (Carte 1).

Lieux de consommation des faïences fines et des porcelaines européennes à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle



Dans ces textes, la valeur des porcelaines et des faïences est notifiée en franc, plus rarement en livre turque et les quantités sont exprimées en kg, en colis, en caisses et en douzaines (Tableau p. 132). Il est parfois difficile d'y estimer la part relative de la vaisselle qui est parfois comptabilisée avec la verrerie. Les appellations « faïence », « faïence stannifère » et « faïence fine », employées dans ces rapports, renvoient aux pièces fabriquées dans une pâte blanche après la cuisson recouverte d'un émail. Cette « faïence fine » est un bon substitut à la porcelaine qui est beaucoup plus coûteuse : « Du reste, depuis un certain temps, on fait, en France, de très beaux services en faïence décorée dont les prix sont très abordables. L'industrie de la faïence française est en progrès. On trouve les principales usines à Paris, Choisy-le-Roy (Seine), à Montereau (Seine-

18  
RCL, 1905, p. 682-683.

19  
Le parian est une porcelaine dure, bon marché, qui imite la blancheur et le grain du marbre de Paros. Feldspath, kaolin et argiles plastiques entrent dans sa composition. La production de parian, des pièces moulées et coulées, débute en 1855 à Sarreguemines.

20  
V. de Luynes, « Groupe III. — Classe 20. Rapport sur la céramique » dans Exposition universelle de 1878 à Paris. Rapports du jury international, Paris, 1882, p. 9-10.

21  
À partir des années 1830, la navigation à vapeur rapproche Istanbul des ports de la Méditerranée occidentale. Marseille n'est plus qu'à dix jours de la capitale ottomane. F. Georgeon, « L'Empire ottoman et l'Europe au XIX<sup>e</sup> siècle : de la question d'Orient à la question d'Occident », *Confluences Méditerranée* 2005/1, n° 52, p. 34.

22 RCL, 1905, p. 610, 708.

23 RCL, 1905, p. 614.

24 RCL, 1905, p. 672.

25 RCL, 1905, p. 626.

26 RCL, 1905, p. 672.

27 RCL, 1905, p. 669.

28 RCL, 1905, p. 708.

29 RCL, 1905, p. 670.

30 RCL, 1905, p. 708.

*et-Marne), à Creil (Oise), à Gien (Loiret), à Lunéville, à Sarreguemines*<sup>18</sup> ». Les archives commerciales mentionnent également de la « porcelaine blanche », de la « porcelaine décorée, y compris celle d'épaisseur renforcée », de « parian<sup>19</sup> et biscuits blancs colorés ».

Dans le tableau général du commerce de la France, publié par les soins de l'administration des douanes lors de l'Exposition universelle de 1878, il est question de 1 000 tonnes de « porcelaine commune », de 393 tonnes de « porcelaine fine » et de 920 tonnes de « faïence » expédiées en Turquie entre 1867 et 1878<sup>20</sup>. Dans ces textes commerciaux, en l'absence de précisions supplémentaires, il est difficile de déterminer à quels types de produits tous ces termes renvoient. Quant aux manufactures dont ils proviennent, les « lettres » des représentants de la Chambre de commerce française en font parfois état.

Chargées sur des voiliers ou embarquées sur des bateaux à vapeur<sup>21</sup> dans les ports de Marseille, Anvers, Hambourg, Trieste ou Amsterdam, les productions de vaisselle européenne sont conditionnées en colis, en caisses, en barriques, en tonneaux et en fûts. Les cargaisons sont livrées en droite ligne du port de partance au port de consommation qui peut être aussi un port de redistribution comme Thessalonique, Istanbul, Izmir ou Beyrouth. Une fois débarquées, elles peuvent y être stockées et alimentent ensuite, à la demande, le marché intérieur. Ainsi à Tekirdağ et à Kastamonu, la consommation de porcelaines et de faïences est si faible « *qu'on ne trouve pas convenance à les importer directement d'Europe*<sup>22</sup> », elles sont achetées à Istanbul par petites quantités au fur et à mesure des besoins. À Alexandroupolis, qui alimente les marchés d'Edirne et de Komotini, « *les négociants en porcelaines et faïences sont obligés de se les procurer des dépôts de Constantinople et de Salonique, à défaut de commis-voyageurs pouvant les importer directement d'Europe*<sup>23</sup> » à la différence de la province de Maraş en Cilicie où les articles de Sarreguemines arrivent directement<sup>24</sup>. Les cargaisons de vaisselle transitent aussi par Izmir ou Syros pour atteindre Lesbos<sup>25</sup>, par Izmir, Beyrouth et Alep pour Maraş<sup>26</sup> et par Thessalonique pour Serrès<sup>27</sup>.

Elles sont débarquées non sans mal parfois. Ainsi en mer Noire, le port d'Inebolu est souvent inaccessible aux bateaux surtout en hiver et « *plusieurs fois des marchandises destinées à Inéboli font le tour de la mer Noire et, si au retour, le bateau ne peut encore accoster, c'est au second voyage que leur débarquement est effectué*<sup>28</sup> ». L'approvisionnement de la ville de Kastamonu, plus à l'intérieur des terres, peut être ainsi ralenti et il est de toute façon rendu difficile par le mauvais état de la route. Il faut deux jours de transport pour que les caisses et les tonneaux de porcelaines et de faïences « *emballés soigneusement dans du foin*<sup>29</sup> » parviennent jusque-là et « *on prend les précautions nécessaires pour éviter le choc ou le frottement. C'est encore heureux qu'ils puissent arriver intacts*<sup>30</sup> ».



31  
Chambre de commerce française de Constantinople, année 1890, *Compte-rendu des travaux*, Constantinople, 1891, p. 223.

32  
Chambre de commerce française de Constantinople, *Compte-rendu des travaux*, année 1891, Constantinople, 1893, p. 271, 310 ; Chambre de commerce française de Constantinople, *Compte-rendu des travaux*, année 1892, Constantinople, 1893, p. 243, 273.

33  
Chambre de commerce française de Constantinople, *Compte-rendu des travaux*, année 1891, Constantinople, 1892, p. 268.

34  
*Ibidem*, p. 282, 301.

35  
RCL, 1905, p. 614.

36  
RCL, 1905, p. 626.

37  
À partir de 1873, le réseau ferroviaire permet de relier Thessalonique à Vienne en moins de deux jours. Anastasiadou, 1997, p. 123.

38  
RCL, 1905, p. 669.

39  
En commerce international, un prix de vente est dit CAF (Coût, Assurance et Fret) lors d'une transaction commerciale pour laquelle le vendeur conserve la charge des marchandises pendant le transport, pour lequel il doit souscrire

Dans la ville de Thessalonique, qui s'est dotée d'un port moderne, 523 tonnes de vaisselle sont débarquées des voiliers et des bateaux à vapeur dans les années 1890. Ces marchandises pénètrent ensuite plus avant dans les terres sur des routes plus ou moins carrossables mais aussi au moyen du train. La conjonction du trafic maritime et des lignes de chemin de fer venus d'Europe et se déployant dans l'empire optimise la diffusion des marchandises européennes. Ainsi sur la ligne Istanbul-Edirne-Plovdiv-Sarembey-Bellova, ce sont 50 tonnes de poteries qui circulent en 1890<sup>31</sup>. Sur la ligne Istanbul-Edirne-Plovdiv-Bellova-Tirnovovo-Yamboli-Koukéli-Bourgas-Alexandroupolis, soit 817 km, 37 tonnes de poterie et de faïence sont transportées en 1891 et 65 tonnes l'année suivante<sup>32</sup>. Les trains roulant sur les 232 km entre Haidar-Pacha à Istanbul et Biledjik dans la province de Bursa acheminent, en 1891, un peu plus de 23 tonnes de poterie et de faïence<sup>33</sup>. Sur la ligne Thessalonique-Mitrovitza-Skopje-Zibeftché, soit 449 km, 25 tonnes de poterie et de faïence circulent en 1892<sup>34</sup> et, pour cette même année, parmi les marchandises transportées en grande et petite vitesse sur les 578 km de la ligne Istanbul-Ankara, on compte 20 tonnes de poterie et de faïence soit un peu plus du tiers du poids des marchandises transportées.

Les conditions de vente contribuent également au succès d'une production. À Alexandroupolis, les porcelaines et faïences de provenances allemande et autrichienne sont préférées à cause des « *longs termes de trois à six mois consentis*<sup>35</sup> ». À Lesbos, les paiements se font au comptant<sup>36</sup> tandis qu'à Serrès, les acquisitions de porcelaines et de faïences de provenance autrichienne sont faites à Thessalonique<sup>37</sup>, à crédit, avec un terme de trois mois « *mais depuis peu, on en fait des commandes directement de l'Autriche, ce qui convient mieux aux intérêts de nos commerçants*<sup>38</sup> ». À Roussé, les conditions de vente usitées sont franco CAF<sup>39</sup>. À Galatz, à l'est de la Roumanie, à Varna et Bourgas en Bulgarie, le paiement est à six mois date de la facture<sup>40</sup>.

L'approvisionnement est variable suivant les régions ainsi qu'en témoigne avec une assez grande précision le numéro spécial de la *Revue commerciale du Levant* en 1905 ainsi que d'autres archives commerciales.

**Tableau des quantifications et origines des porcelaines et des faïences européennes commercialisées dans l'empire entre 1888 et 1905 d'après les archives commerciales.**

Ville d'arrivée	Date	Produits	Pays exportateurs	Poids en Kg	Valeur en Francs	Quantité
<b>Province de Thessalonique</b>						
Thessalonique	1890	faïence		128 700		
	1890	porcelaine importée par bateau vapeur		83 200		
	1890	porcelaine importée par bateau à voile		312 000		
	1892	porcelaine et verrerie			450 000	
Serrès	1905	porcelaine et faïence	Autriche		35 000	
Alexandroupolis	1890	faïence et verrerie	France	25 000		
	1890	faïence et verrerie	autres	118 000		
	1891	faïence et verrerie	France	9 000		
	1891	faïence et verrerie	autres	162 000		
	1892	faïence et verrerie		13 000		
<b>Province d'Istanbul</b>						
Istanbul	1903	faïence	Allemagne		40 000	
	1903	faïence	Autriche		150 000	
	1903	faïence	France		60 000	
	1903	faïence	Allemagne		200 000	
	1903	faïence	Belgique		180 000	
	1903	faïence	France		100 000	
	1903	faïence	Angleterre		5 000	
<b>Province du Danube puis Roumélie orientale</b>						
Roussé	1903	porcelaine	Autriche-Hongrie	69 000	72 000	
	1903	porcelaine	Allemagne	47 000	61 000	
	1903	porcelaine	Italie	3 000	4 000	
	1903	porcelaine	France	2 000	3 000	
	1903	porcelaine	Suisse	1 000	2 000	
	1903	porcelaine	Belgique	1 000	1 000	
	1903	porcelaine	Angleterre	1 000	2 000	
	1903	faïence	Allemagne	95 000	73 000	
	1903	faïence	Autriche-Hongrie	89 000	54 000	
	1903	faïence	Italie	29 000	17 000	
	1903	faïence	France	17 000	12 000	
	1903	faïence	Belgique	12 000	5 000	
	1903	faïence	Angleterre	2 000	2 000	
	<b>Province de Kastamonu</b>					
Kastamonu	1905	faïences par Constantinople			400 livres turques	
	1905	porcelaine par Constantinople			100 livres turques	
<b>Province des îles de l'archipel</b>						
Lesbos	1905	porcelaine et faïence	Belgique		6000 livres turques	
	1905	porcelaine et faïence	Italie			
	1905	porcelaine	France			
<b>Province d'Alep</b>						
Iskenderun	1890	porcelaine et verrerie	France		157 560	
	1890	porcelaine et verrerie	Autriche		58 670	
	1890	porcelaine et verrerie	Angleterre		2 680	
	1892	faïence et porcelaine	France	35 098	42 117	
	1892	faïence et porcelaine	Autriche	7 289	5 831	
	1892	faïence	Belgique	7 529	7 529	
Maras	1905	porcelaine et faïence			60 livres turques	1200 douzaines

Ville d'arrivée	Date	Produits	Pays exportateurs	Poids en Kg	Valeur en Francs	Quantité
<b>Province d'Edirne</b>						
Edirne	1891	faïence et verrerie	Saxe		75 000	
Tekirdağ	1903	porcelaine et faïence				
<b>Province de Crète</b>						
Héraklion	1889	assiette rouge et blanche	Italie		4 000	
	1889	assiette	Angleterre		4 000	
	1890	porcelaine et verrerie	Angleterre		14 000	
	1890	porcelaine et verrerie	Italie		7 000	
	1890	porcelaine et verrerie	France		2 000	
	1890	porcelaine	Allemagne		1 000	
	1890	porcelaine				
	1891	porcelaine	France			70 colis
	1891	porcelaine	Angleterre			40 colis
	1891	porcelaine	Allemagne			40 colis
	1891	porcelaine	Autriche-Hongrie			25 colis
	1903	porcelaine			4 367	1101 douzaines
	1904	porcelaine			1 579	414 douzaines
<b>Province de Beyrouth</b>						
Beyrouth	1891	porcelaine	France		15 000	
Jaffa	1890	faïence	France		18 000	
	1890	porcelaine	France		3 000	
	1891	faïence	France		13 000	
	1891	porcelaine	France		1 500	
	1892	faïence	Belgique et Italie		23 000	
	1892	porcelaine	Autriche et Allemagne		7 000	
	1896	porcelaine	France		3 000	
	1896	porcelaine	autre pays		11 000	
<b>Département de Jérusalem</b>						
Haïffa	1892	porcelaine et verrerie	Autriche		12 700	
	1892	porcelaine et verrerie	France		3 300	
	1892 début 1893	porcelaine	Autriche-Hongrie		9 450	189 caisses
	1892 début 1893	porcelaine	France		1 200	24 caisses
	1893	porcelaine	Autriche-Hongrie		5 822	
	1893	porcelaine	France		5 225	
	1893	porcelaine	Angleterre		275	
<b>Empire ottoman</b>						
	1890	porcelaine			382 806	
	1891	porcelaine			386 426	
	1892	porcelaine			460 043	
	1895/1896	porcelaine		2 408 403	529 849	2 600 caisses
	1896/1897	porcelaine		1 620 473	356 504	1 749 caisses
	1897/1898	porcelaine		2 315 153	509 334	2 359 caisses
	1898/1899	porcelaine		4 197 111	923 364	4 172 caisses
	1899/1900	porcelaine		3 143 361	691 539	3 150 caisses
<b>Province d'Aydin</b>						
Izmir	1891	porcelaine et cristaux	France		119 500	
	1891	porcelaine et cristaux	Angleterre		155 000	
	1891	porcelaine et cristaux	France		Total : 274 500	

Ville d'arrivée	Date	Produits	Pays exportateurs	Poids en Kg	Valeur en Francs	Quantité
<b>Province de Trabzon</b>						
Samsoun	1888	porcelaine et verrerie	Belgique		23 375	
	1888	porcelaine et verrerie	France		3 500	
	1888	porcelaine et verrerie	Autriche		2 000	
	1888	porcelaine et verrerie	Russie		125	
	1888	porcelaine et verrerie			Ttl : 31 000	
	1890	faïence	France	6 000	3 500	
	1890	faïence	Autriche-Hongrie	4 650	2 360	
	1890	faïence	Belgique	4 350	2 200	
	1890	faïence		Total : 15 000	Total : 7 200	
	1891	faïence	Belgique	5 800	2 500	
	1891	faïence	France	5 000	2 500	
	1891	faïence	Autriche-Hongrie	4 500	2 200	
	1891	faïence		Total : 15 300	Total : 7 200	
	1892	faïence	France	4 000	2 500	
	1892	faïence	Autriche et Allemagne	3 000	1 600	
	1892	faïence		Total : 7 300	Total : 4 100	
	1892	faïence				
	1904	porcelaine et faïence	Autriche	11 500		
	1904	porcelaine et faïence	Belgique	7 500		
	1904	porcelaine et faïence	Allemagne	5 700		
1904	porcelaine et faïence	France	5 250			
1904	porcelaine et faïence	Angleterre	3 000			
Trabzon	1888	porcelaine et verrerie	Autriche et Allemagne		39 652	
	1888	porcelaine et verrerie	Angleterre		9 936	
	1888	porcelaine et verrerie	France		3 680	
	1888	porcelaine et verrerie	Suède et Belgique		2 760	
	1888	porcelaine et verrerie	Italie et Suisse		1 472	
	1888	porcelaine et verrerie	Russie		607	
	1888	porcelaine et verrerie		Total : 47 300	Total : 58 107	
	1890	porcelaine et verrerie	Belgique et Suède		39 250	1520 colis
	1890	porcelaine et verrerie	Autriche-Hongrie		59 700	1410 colis
	1890	porcelaine et verrerie	France		22 510	347 colis
	1890	porcelaine et verrerie	Angleterre		8 110	135 colis
	1890	porcelaine et verrerie	Italie		1 800	30 colis
	1890	porcelaine et verrerie			Total : 131 370	
	1891	porcelaine et verrerie	Autriche et Allemagne	141 500	56 600	
	1891	porcelaine et verrerie	France	30 200	18 120	
	1891	porcelaine et verrerie	Angleterre	15 000	9 000	
	1891	porcelaine et verrerie	Suède, Danemark et Belgique	7 000	4 200	
	1891	porcelaine et verrerie	Italie et Suisse	5 000	3 000	
	1891	porcelaine et verrerie		Total : 198 700	Total : 90 920	
	1892	porcelaine et verrerie	Autriche et Allemagne	85 600	34 240	
1892	porcelaine et verrerie	France	20 000	12 000		
1892	porcelaine et verrerie	Angleterre	10 000	6 000		
1892	porcelaine et verrerie	Suède et Belgique	6 000	3 600		
1892	porcelaine et verrerie	Italie et Suisse	4 000	2 400		
1892	porcelaine et verrerie		Total : 125 600	58 240		

41  
RCL, 1905, p. 612-613.

42  
RCL, 1095, p. 672.

43  
RCL, 1905, p. 669.

44  
RCL, 1905, p. 626

45  
RCL, 1905, p. 614.

46  
RCL, 1905, p. 669.

47  
RCL, 1905, p. 676, 708.

48  
RCL, 1905, p. 626

Le vice-consul honoraire de France à Samsoun, H. de Cortanze, souligne dans son rapport que l'importation des porcelaines et des faïences dans la province de Sivas ne donne lieu qu'à un chiffre d'affaires relativement peu important voire insignifiant - 16 650 francs en 1904 - et que leur vente est presque limitée à la seule ville de Samsoun<sup>41</sup>. Il précise que « *les causes du peu d'usage qu'on fait ici de cet article si courant, et qui nous paraît si indispensable, vient de ce que la faïence est dans ces pays concurrencée par des objets similaires en cuivre, en fer battu, en bois ou en terre indigène, qui ont la préférence de la population de l'intérieur surtout, tant dans la classe pauvre, que dans celle d'une aisance moyenne. Les articles en cuivre surtout sont fort en honneur, les ménagères en sont très fières et considèrent que ces objets représentent un capital* ». Le vice-consul de France à Maraş, A. Blanchon, insiste lui aussi sur le faible coût de la vaisselle de cuivre, c'est pourquoi Maraş est « *un centre de consommation médiocre pour les porcelaines et les faïences. Ce sont des articles trop fragiles auxquels on préfère, dans toutes les maisons, par raison d'économie, la vaisselle en cuivre qu'il suffit de faire étamer de loin en loin sans grande dépense*<sup>42</sup> ». Si la concurrence se fait avec la vaisselle de cuivre, elle se fait aussi dans une moindre mesure avec la poterie fabriquée dans la région, même si, comme l'indique un représentant de la Chambre de commerce dans le vilayet de Serrès, « *la fabrication locale est dans son état primitif ; on fabrique dans toute la région des plats et d'autres articles en terre cuite, couverts d'un vernis*<sup>43</sup> ». Ailleurs, sur les marchés de Lesbos notamment, porcelaines et faïences de Belgique, d'Italie et d'Autriche, rivalisent avec les produits de l'artisanat local ou avec ceux des ateliers de Çanakkale dans les Dardanelles qui fournissent une grande quantité de plats en terre cuite vernissée et colorée<sup>44</sup>.

Nombreux sont les rédacteurs des « lettres » à insister sur le peu d'emprise de la mode sur la consommation de vaisselle importée. À Alexandroupolis<sup>45</sup> « *la mode n'a aucune influence dans ce pays. Les genres les plus vendus sont les objets simples* ». À Serrès, « *les genres les plus usités sont les services de table et tout ce qui sert à l'usage de la cuisine, des tasses à café et à thé, ce qui est le plus indispensable pour un ménage ; de sorte que la mode n'a ici aucune influence sur les articles vendus*<sup>46</sup> ». À Roussé, « *les articles de luxe et de mode n'ont presque pas d'écoulement ici* » et dans la province de Kastamonu, ce sont les articles simples et bon marché qui sont préférés par les consommateurs « *les caprices de la mode y sont presque inconnus*<sup>47</sup> ». Les pièces les plus appréciées pour leur fonctionnalité et leur faible coût proviennent de toutes les faïenceries d'Europe. Les plus vendues à Lesbos arrivent de Belgique, d'Italie, d'Autriche et de France. Ce sont des assiettes plates ou creuses, colorées, vendues au bazar à la douzaine entre 9 et 24 piastres ; des bols de 4 à 20 piastres ; des tasses à café « genre Turc » entre 9 et 35 piastres ; des tasses à thé d'un prix de 15 à 40 piastres et des théières<sup>48</sup>. Il est précisé que la part de la France est insignifiante dans cet approvisionnement. On retrouve ces mêmes articles à Maraş où l'ensemble de l'importation annuelle ne dépasse pas 1 200 douzaines de pièces qui représentent

49  
RCL, 1905, p. 672.

50  
RCL, 1905, p. 670.

51  
RCL, 1905, p. 677, 708.

52  
RCL, 1905, p. 706.

53  
RCL, 1905, p. 697.

une soixantaine de livres turques.

Au premier rang des articles importés se placent les tasses à café ordinaires sans soucoupes (900 à 950 douzaines) ou en porcelaine avec soucoupes (25 douzaines). Viennent ensuite les tasses à thé ordinaires (50 douzaines) et en porcelaine (30 douzaines) puis ce sont les assiettes (50 douzaines ordinaires et 10 douzaines en porcelaine) et les bols (10 douzaines ordinaires et 5 douzaines en porcelaine). À ces objets, il faut ajouter 4 à 5 douzaines de récipients à eau, une douzaine de théières et une douzaine de mortiers. Le vice-consul de France à Maraş indique que « *ceux de vente plus courante proviennent directement de Sarreguemines. La Belgique fournit une autre partie et la France est représentée dans ce trafic par quelques produits Terre de fer sortant des fabriques de Choisy-le-Roi*<sup>49</sup> ». À Serrès, les importations annuelles en 1905 s'élèvent à 35 000 francs et les pièces les plus recherchées sont « *les services de table et tout ce qui sert à l'usage de la cuisine, des tasses à café et à thé* ». Les porcelaines et les faïences, de qualité inférieure, sont exclusivement de provenance autrichienne tandis que « *la part de la France dans l'importation de ces articles est nulle* ». Le coût élevé des produits français explique ce désintérêt des consommateurs car « *d'après l'avis des commerçants, les prix des faïences et des porcelaines de fabrication française sont très chers à Salonique et ne sont pas accessibles à toutes les bourses. D'ailleurs les commerçants de Salonique, ayant plus d'intérêt à l'écoulement des articles autrichiens, demandent des prix, de beaucoup supérieurs à leur valeur marchande, pour les produits français*<sup>50</sup> ». Ce sont les assiettes et les plats de porcelaine et de faïence de toutes dimensions qui sont les plus vendus à Roussé ainsi qu'à Kastamonu<sup>51</sup>.

Parmi les faïences importées, il existe des pièces faites spécialement pour le marché turc et qui ne donnent pas lieu à d'importantes transactions. Il s'agit pour l'essentiel de « *tasses à café sans soucoupes, sans anses qui se placent dans des espèces de coquetiers (zarfs) en porcelaine, en filigrane d'argent et parfois en métaux précieux*<sup>52</sup> ». Les représentants de la Chambre de commerce française remarquent que « *dans ce pays où tout le monde prend du café, où l'on en ingurgite à tout moment dans les maisons, dans les bureaux, dans les administrations, partout enfin, la tasse à café constitue un article très important*<sup>53</sup> ». Il n'est donc pas étonnant de retrouver mentionné à plusieurs reprises parmi les importations les tasses à café avec soucoupe dans le style occidental de même que celles sans soucoupe de type *fincan*. Ces articles spéciaux sont commandés aux fabriques par les gros importateurs d'Istanbul et de Thessalonique. Les faïences d'usages domestiques proposées à la vente à Constantinople en 1903 sont majoritairement originaires d'Allemagne. Il s'en importe pour une valeur de 200 000 francs. Elles arrivent aussi de Belgique pour une valeur de 180 000 francs, de France pour 100 000 francs et enfin d'Angleterre pour 5 000 francs. On trouve, à la marge, les faïences italiennes d'un prix inférieur à ceux de tous les autres pays exportateurs. À en croire le correspondant de la Chambre de commerce, très ignorant des techniques de fabrication, ces produits

54  
RCL, 1905, p. 703.

55  
Il s'agit de faïences communes, des poteries à pâte argileuse colorée perméable à l'eau, couvertes d'une glaçure opaque blanche obtenue grâce à de l'oxyde d'étain mélangé à une solution alcalino-plombifère.

N. Cuomo di Caprio, « Ceramica rustica tradizionale in Puglia », Congedo Editore, Galatona, 1982 ; J. Vroom, « Early Modern Archaeology in Central Greece: the Contrast of Artefact—Rich and Sherdless Sites », *Journal of Mediterranean Archaeology* 11.2, 1998, p. 138-142. ; L. Vallauri, « Céramiques en usage à Potamia-Agios Sozomenos de l'époque médiévale à l'époque ottomane », *Cahier du Centre d'Etudes Chypriotes* 34, 2004, p. 229.

56  
RCL, 1905, p. 703-704.

57  
V. de Luynes, « Groupe III. Classe 20. Rapport sur la céramique » dans *Exposition universelle de 1878 à Paris. Rapports du jury internatio-*

sont de mauvaise qualité car « leur cuisson laisse fort à désirer et bien souvent ils se cassent sous l'influence d'un changement de température ou même d'un simple courant d'air. C'est du moins ce qu'on nous assure pour nous expliquer le complet insuccès des Italiens<sup>54</sup> ». Au 19<sup>ème</sup> siècle, l'Italie exporte effectivement vers les îles de l'Égée, en Grèce continentale, dans les Balkans, en Anatolie ainsi que dans la province de Syrie, des faïences communes assez rustiques fabriquées dans les ateliers de Grottaglie dans les Pouilles et dans la fabrique Richard-Ginori de Mondovi dans le Piémont<sup>55</sup>.

L'analyse du marché est sans appel, la France qui occupe le troisième rang pourrait mieux faire, « son principal concurrent la Belgique n'a pas des frais de production plus réduits ; les salaires sont au même taux dans les deux pays et dans le prix de revient de la faïence, la main d'œuvre [sic] entre pour la plus large part. Dans ces conditions pourquoi se laisser distancer ? ». À Istanbul comme dans les villes des provinces ottomanes, les faïences d'usages domestiques comprennent surtout des bols, des assiettes plates et à soupe, des plats et autres accessoires de service de table, des services de toilette et des tasses à thé. Ces objets se font en blanc et sont ornés de filets bleus. Ils sont « décorés à la main » et par impression. Dans cette catégorie d'articles, on trouve les produits de « la grande maison Utzneider [sic] de Sarreguemines dont les ventes ont bien diminué à Constantinople quoiqu'elles atteignent, nous dit-on, 80 000 francs par an. Elle est concurrencée par l'usine de Louvière en Belgique<sup>56</sup> ». Les faïenceries françaises qui écoulent leurs articles dans la capitale de l'empire sont : les établissements de Choisy-le-Roi « qui ont beaucoup d'objets convenant à la Turquie » ; la faïencerie Féral frères de Pexonne près de Badonviller, une des plus anciennes fabriques de Lorraine qui accueille après 1870 des ouvriers ayant quitté la manufacture de Sarreguemines ; la faïencerie de Gien qui « ne livre que des assiettes mais en expédie beaucoup » ; la faïencerie d'Onnaing qui arrive à une somme relativement élevée rien qu'avec ses bols ; et enfin la faïencerie Keller et Guérin de Lunéville dont les ventes commencent à peine à Istanbul.

Les faïences françaises semblent donc bien représentées sur le marché de la vaisselle en Turquie, elles le sont sans doute plus que les porcelaines. Selon les savants et autres voyageurs circulant dans les provinces ottomanes, la France exporte vers la Turquie neuf tonnes de porcelaine d'une valeur de 45 000 francs en 1830-1840. Dans le tableau général du commerce de la France, publié par les soins de l'administration des douanes lors de l'Exposition universelle de 1878, on trouve mention de 1 000 tonnes de « porcelaine commune » et de 393 tonnes de porcelaine fine expédiées en Turquie entre 1867 et 1878<sup>57</sup>. La vente de porcelaine dans tout l'Empire ottoman entre 1895 et 1900 fluctue, selon les années, entre 1 749 et 4 172 caisses, entre 1 620 à 4 200 tonnes, pour une valeur pouvant atteindre 923 364 francs. À Istanbul, pendant les dernières années du 19<sup>ème</sup> siècle, la vente de la porcelaine s'est accrue mais cette augmentation des affaires semble correspondre à un abaissement de la

58  
RCL, 1905, p. 699.

59  
RCL, 1905, p. 699.

60  
RCL, 1905, p. 702.

qualité des articles expédiés.

Les rédacteurs des documents statistiques concernant la Turquie d'Europe et la Turquie d'Asie, outre qu'ils ne précisent guère le type de porcelaine transporté, associent presque toujours les porcelaines à la verrerie et au cristal (tableau p.133). Il est donc difficile d'évaluer le poids réel des importations de porcelaine. De plus, les pays expéditeurs sont désignés sans qu'il soit possible de savoir s'ils ont commercialisé conjointement verre et porcelaine ou seulement l'un ou l'autre. Malgré ces imprécisions, l'Autriche et l'Allemagne vendent les porcelaines les plus chères, leur valeur totale en franc étant de 2 à 6 fois plus élevée que celle du deuxième pays exportateur qu'il s'agisse, suivant les ports, de la France ou de l'Angleterre. Il n'y a qu'à Iskenderun, en 1890 et 1892, que le coût des importations françaises de porcelaine est plus élevé que celui de l'Autriche. En 1903, l'Allemagne en vend pour 400 000 francs, l'Autriche pour 150 000 francs et la France pour 60 000 francs seulement. L'Autriche fournit des services de toilette et de table en porcelaine blanche à cinq filets bleus ou roses alternant avec deux filets d'or ou avec des fleurs ainsi que des tasses à thé et à café tandis que l'Allemagne expédie presque exclusivement des tasses à café mi-fines et ordinaires avec des décors communs produites en Bavière, Thuringe et Silésie. La qualité française, celle des porcelaines de Limoges, constitue aux yeux des experts un sérieux handicap face aux produits allemands : *« cette supériorité en qualité, reconnue par tous les acheteurs comporte un écart de prix si considérable que nos ventes sont forcément limitées<sup>58</sup> »*. En dix ans, à cause de prix trop élevés, les importations françaises de porcelaine ont diminué de deux tiers : *« on achètera une douzaine de belles tasses à café françaises que l'on étale — sur un magnifique plateau en métal blanc — pour les invités de marque et que l'on replace avec des soins attentifs dans le buffet, mais les tasses employées tous les jours que les enfants cassent, que les bonnes ébrèchent, qui perdent leurs soucoupes, ce serait dommage de les payer cher. Ce sont celles-là qui se consomment en grandes quantités. Les belles tasses françaises sont renouvelées tous les dix ans, les tasses inférieures allemandes, plusieurs fois par an. Par conséquent pour que Limoges vende davantage sur notre place, il faut diminuer fortement les prix<sup>59</sup> »*. Dans ce vaste marché, il arrive que les faïences et les porcelaines entrent en concurrence les unes avec les autres. Les observateurs remarquent que le commerce des faïences à Istanbul souffre de la concurrence de la porcelaine de rebut, *« les consommateurs indigènes, très peu compétents, préfèrent la porcelaine, même très inférieure, dont ils sont incapables de distinguer les défauts, à la bonne faïence<sup>60</sup> »*.

Le commerce de la vaisselle française dans l'Empire ottoman est conséquent. Cependant, à en croire les experts, il pourrait s'y développer davantage et ceci à deux conditions. La première consiste à ne pas mettre sur le marché des produits dépareillés et des rebuts concurrençant les pièces de qualité. Les grandes manufactures n'hésitent pas en effet à envoyer des marchandises de qualité inférieure.



61  
RCL, 1905, p. 613.

62  
RCL, 1905, p. 700.

63  
G. Thierry, « La céramique »,  
Exposition universelle d'Anvers,  
1885, Paris, 1886, p. 16.

64  
Ministère du commerce, de  
l'industrie et des colonies. «  
Exposition universelle inter-  
nationale de 1889 à Paris.  
Rapports du jury international  
publiés sous la direction de  
M. A. Picard. Céramique.  
Rapport de M.J. Loebnitz »,  
Paris, 1891, p. 207.

65  
Ibidem, p. 192.

66  
RCL, 1905, p. 676-677.

67  
RCL, 1905, p. 614, 626

Le vice-consul honoraire de France à Samsoun se plaint de ce que « *tout ce qui parvient dans ce pays sont des articles dépareillés ; trouver une douzaine de tasses avec leurs soucoupes est impossible, tout aussi difficile d'avoir deux ou trois douzaines d'assiettes du même genre... Tous les objets qui sont envoyés dans ce pays sont des rebus [sic]. Ainsi il n'existe pas une seule pièce dans tous les magasins de cette ville qui n'ait un défaut, petit ou grand, il y en a toujours un*<sup>61</sup> ». Un même phénomène s'observe à Istanbul à partir de la fin du 19<sup>ème</sup> siècle. La vente de porcelaine s'est accrue au détriment de la qualité des articles expédiés. Les cinq ou six plus grands négociants de la ville « *qui s'occupent exclusivement de la porcelaine en gros, font chaque année, ou même deux fois l'an, un voyage en Europe, et ramassent dans les principales usines tous les soldes, écarts, rebuts à des prix excessifs de bon marché, car un industriel est toujours désireux de nettoyer sa fabrique de tous les rebuts qui l'encombrent et la déparent. On juge de la perturbation que jettent sur la place les arrivages de pacotilles que l'on peut céder à bas prix tout en réalisant un joli bénéfice ; on fait même écouler ces porcelaines dans les rues par des marchands ambulants. Sans doute ces objets de vils prix conviennent à notre population appauvrie, mais on comprend combien ces gros stocks de rebuts, qu'absorbe régulièrement notre place nuisent à l'écoulement des articles de choix*<sup>62</sup> ».

La seconde condition permettant une augmentation des ventes est l'implication accrue des représentants des manufactures dans l'élaboration des objets destinés au marché ottoman. Lors de l'Exposition universelle d'Anvers en 1885, G. Thierry milite en faveur d'un rattachement des agents consulaires français au Ministère du commerce et de l'industrie pour faciliter les affaires commerciales de la France à l'export. Ces agents auraient en charge la protection des marques et des modèles et renseigneraient les nationaux sur les modalités d'importations et d'exportations. Attentifs aux goûts des autochtones, ils permettraient la fabrication et la vente de produits céramiques en harmonie avec les goûts, les habitudes et les besoins des consommateurs de ces pays<sup>63</sup>. De la même façon, le consul général de France à Beyrouth, en 1889 et 1890, souhaite que les grossistes encouragent les fabricants à réaliser des porcelaines spécifiquement pour le marché oriental, prenant en compte les goûts des clients, leur « *amour du clinquant* » et ceci à des prix raisonnables. Dans son rapport sur la céramique à l'Exposition universelle de 1889 à Paris, M.J. Loebnitz recommande « *que l'industrie nationale soit davantage favorisée et encouragée à l'étranger par nos agents consulaires*<sup>64</sup> ». Il souligne à son tour le rôle important des marchands dans l'élaboration de nouveaux modèles, « *les marchands, en effet, donnent souvent un concours précieux aux manufacturiers en leur signalant les modèles et les décors qui répondent le mieux aux goûts et aux besoins des consommateurs*<sup>65</sup> ». À Roussé, « *la faïencerie de France aurait plus de chance d'être plus vendue si les fabricants se décidaient de produire tous les genres recherchés ici et faisaient à la clientèle des conditions plus favorables*<sup>66</sup> ».

68  
RCL, 1905, p. 702.

69  
R. Cervati, « Indicateur ottoman illustré annuaire-Almanach du commerce de l'industrie de l'administration et de la magistrature », Constantinople, 1883, p. 371.

70  
E. Decker, « Sarreguemines au XIXe siècle : la faïence Utzschneider 1790-1914 - contribution à une histoire des goûts et des styles au XIXe siècle ». Thèse de doctorat, Université de Nancy II, 2001, (microfiches), p. 94.

71  
F. Verronais, « Supplément à la statistique du département de la Moselle », Metz, 1852, p. XXXV.

72  
H. et C. Hiegel, « La Faïencerie de Sarreguemines de 1870 à 1918 », Musée de Sarreguemines, 1996, p. 97 ; Decker, 2001, p. 94.

73  
E. Decker, D. Hofmann, C. Thévenin, « Des hommes, des terres, des machines. La production de faïence à la manufacture de Sarreguemines », Sarreguemines, 1999, p. 11.

Afin d'améliorer les ventes, les représentants de la Chambre de commerce française demandent aux industriels français de leur envoyer des commis-voyageurs<sup>67</sup> ou de venir eux-mêmes sur place pour étudier le marché. Tous s'accordent pour que les manufactures prennent une part plus active dans l'adaptation des produits au marché. Ils seront entendus au début du 20<sup>ème</sup> siècle. La présence de représentants des grandes manufactures à Istanbul est effectivement suivie d'effets : « depuis que les grands vendeurs de porcelaines et faïences voyagent, les provenances de ces derniers produits se sont complètement modifiées. La Belgique et l'Allemagne se sont taillées une large part dans la vente de faïence dont elles accaparent actuellement les deux tiers des affaires ; ce qu'elles ont gagné, la France, l'Autriche et surtout l'Angleterre l'ont perdu<sup>68</sup> ». Pourtant des agents des grandes et petites manufactures françaises ont pignon sur rue à Istanbul. Dans les comptes-rendus des travaux de la Chambre de commerce française en 1892, on trouve mention de M. Barni et Rigovi, fabricants de porcelaines à Limoges ; de Boulenger & Cie de la faïencerie de Choisy-le-Roi ; de A. Pillivuyt & Cie de la manufacture de porcelaines à Mehun-sur-Yèvre (Cher). Parmi les grands magasins tenus par les étrangers qui résident à Istanbul ou par les Grecs et les Arméniens locaux qui commercialisent des denrées européennes, l'indicateur ottoman de 1883 présente *Au Bon Marché* de Bortoli Frères comme l'un des plus grands magasins de la capitale où l'on peut acheter du cristal et des porcelaines<sup>69</sup>. Les plus belles d'entre elles, venues de France, se vendent à Péra, dans deux grands magasins français, celui de Mme Chavin et celui de M. H. Décugis. Sa boutique, installée 468 Grande rue de Péra, propose à la clientèle européenne et européanisée des porcelaines de Limoges.

### ***La vaisselle de Sarreguemines au sein de ce commerce***

À la manufacture de Sarreguemines, créée en 1790 et qui connaît un développement constant au cours du 19<sup>ème</sup> siècle, les ouvriers réalisent des faïences, des porcelaines et des grès qui, d'après une étude des catalogues et des tarifs, s'adressent à tous les types de publics, des plus fortunés aux plus modestes<sup>70</sup>. Par la modicité de son prix, une partie de cette vaisselle est à la portée d'un grand nombre de consommateurs français et étrangers. En 1852, « tous les beaux produits de la faïencerie de Sarreguemines étaient recherchés de toute la France, des cours de l'Europe et des principales villes de l'Orient et des deux Amériques »<sup>71</sup>. Ainsi la Grèce et la Turquie font partie de ces marchés lointains en 1889 et c'est un certain Jacques Alberico qui représente la faïencerie dans ces pays ainsi qu'en Égypte de 1892 à 1905<sup>72</sup>. Siégeant aux « conférences des voyageurs<sup>73</sup> », il contribue avec ses collègues au choix des décors et des formes à créer pour répondre au mieux aux besoins et aux goûts des consommateurs orientaux.

Si la vaisselle de Sarreguemines est commercialisée dans l'Empire ottoman ainsi qu'en attestent principalement les textes et, dans une

Je remercie H. Gauvin, président de l'association Sarreguemines Passions, pour m'avoir donné ces informations.

75  
Hiegel, 1996, p. 97.

76  
H. Gauvin, J. J. Becker, « Cent ans de faïences populaires peintes à Sarreguemines et à Digoin », Sarreguemines-Passions, Sarreguemines, 2007, p. 78.

77  
Thierry, 1886, p. 92.

78  
Loebnitz, 1891, p. 226.

moindre mesure, les découvertes archéologiques, pour la période qui nous occupe, la fin du 19<sup>ème</sup> siècle et le début du 20<sup>ème</sup>, il est difficile d'estimer sa part au sein des importations européennes. La première difficulté réside dans l'origine géographique de ces faïences fines. La question qui se pose est en effet de savoir si, dans les documents commerciaux, elles sont comptabilisées parmi les productions françaises ou parmi les importations d'Allemagne. Rappelons qu'après la défaite de Sedan en 1871, à la suite du traité de Francfort, la Moselle est annexée par l'Allemagne. Le baron Alexandre de Geiger alors directeur de l'entreprise se retire à Paris. Son fils Paul assure la direction des faïenceries à Sarreguemines et se voit accorder un moratoire de quarante ans pour germaniser l'entreprise qui adhère au *Vereinigung Deutscher Porzellanfabriken zur Hebung der Porzellan-Industrie*, une association des usines de porcelaine allemandes pour élever l'industrie de la porcelaine. L'entreprise U&C, répertoriée sous le n° 70, se partage alors le marché étranger avec Villeroy & Boch<sup>74</sup>. Cependant, en parallèle, Paul de Geiger, afin de contourner les droits de douane, fait construire en 1877 une usine à Digoin en Bourgogne dans laquelle sont accueillis les ouvriers de Sarreguemines qui ont choisi la nationalité française. En 1881, des entrepôts sont bâtis à Vitry-le-François en Champagne pour reconditionner les services acheminés depuis Sarreguemines. Ils peuvent ainsi être commercialisés à l'export en bénéficiant de meilleurs tarifs douaniers.

La faïencerie produit donc à la fois en territoire allemand et en France et les marques de fabrique ne permettent pas de distinguer les produits allemands des produits français. Pour leur part, les factures à en-tête émises à Digoin portent mention de « Sarreguemines et Digoin » mais aussi « Sarreguemines Digoin Vitry le François ». Et en 1889, selon la direction de la faïencerie à Sarreguemines, les trois quart des commandes et des lettres de décompte sont rédigées en français, notamment pour la Grèce et la Turquie<sup>75</sup>. Enfin, selon H. Gauvin, « la grande majorité des actionnaires de Sarreguemines sont français et il y a des actionnaires allemands dans la société française ». On trouve mention, sur la couverture d'un Tarif des produits céramiques de septembre 1899, d'UTZSCHNEIDER & C<sup>IE</sup> SARREGUEMINES (Lorraine) – DIGOIN (Saône & Loire) – VITRY-LE-FRANÇOIS (Marne)<sup>76</sup>. L'association de la maison mère et de ses filiales apparaît lors de l'Exposition universelle d'Anvers de 1885, le rapporteur notant « l'absence des produits de Digoin (Utzschneider & Cie à Sarreguemines et à Digoin), ces usines étant les plus importantes et les mieux organisées pour la production courante, le service de table imprimé et diverses fantaisies<sup>77</sup> ». Pour sa part, dans son rapport de l'Exposition universelle de 1889 à Paris, M.J. Loebnitz précise que « la France reçoit d'Angleterre 1 500 000 francs de faïences fines, de Belgique et des Pays-Bas pour 2 millions et de l'Alsace-Lorraine (Sarreguemines) pour la somme énorme de 3 500 000 francs<sup>78</sup> ». L'utilisation des termes Alsace-Lorraine et l'évocation plus loin des « fabricants alsaciens-lorrains » font assez clairement ressortir l'entre-deux dans lequel se trouve ce fleuron de

79  
RCL, 1905, p. 682-683.

80  
RCL, 1905, p. 672, 704.

81  
« Fayenceries de Sarreguemines, Digoin et Vitry-le-François. Premier quart du XIXe siècle », Editions Faïencité, Sarreguemines, 2001. -

l'industrie à la fin du 19<sup>ème</sup> siècle. Dans un tel contexte, il est difficile de savoir exactement si, dans les documents édités par la Chambre de commerce française de Constantinople, les produits de Sarreguemines après 1871 sont comptabilisés parmi les faïences de France ou d'Allemagne d'autant que les rapporteurs sont eux-mêmes très indécis. L'un d'entre eux, dans l'inventaire qu'il dresse des principales usines de faïencerie en France, cite celle de Sarreguemines<sup>79</sup> tandis que d'autres s'arrangent pour ne mentionner Sarreguemines ni parmi les entreprises allemandes ni parmi les françaises et qu'un dernier qui en parle ne l'inclue pas dans les faïenceries françaises dont il donne une liste<sup>80</sup>.

Lorsqu'elles sont bien identifiées, les productions de Sarreguemines sont décrites dans les documents de la Chambre de commerce comme de beaux services en faïence décorée dont les prix sont très abordables. De vente courante, ces faïences d'usage domestique comprennent surtout des bols, des assiettes plates et à soupe, des plats et autres accessoires de service de table, des services de toilette et des tasses à thé. À partir de ces seules indications, il est cependant difficile de savoir précisément quelles sont les catégories exportées en Turquie d'Europe et d'Asie ainsi que dans les îles de Méditerranée orientale et au Proche-Orient. Les quelques pièces trouvées en fouille, un catalogue de la manufacture, imprimé en 1925 mais qui reprend des modèles créés dès 1880 pour l'exportation essentiellement vers les pays du pourtour méditerranéen, le Proche-Orient et l'Afrique de l'Est<sup>81</sup> ainsi qu'un carnet de croquis offrent quelques pistes qui sont explorées ici.

Dans les chantiers archéologiques ouverts sur les anciens territoires de l'Empire ottoman, les produits des grandes faïenceries du 19<sup>ème</sup> siècle sont pris en considération depuis assez peu d'années. Souffrant de leur relative modernité, ils n'étaient pas reconnus comme des « antiquités » et donc abandonnés dans les déblais des fouilles. La situation change peu à peu. Identifiée plus systématiquement par les archéologues sur le terrain, chinée chez les antiquaires et les brocanteurs par les amateurs ou repérée parmi les collections des musées ethnographiques, la vaisselle de Sarreguemines commercialisée en Méditerranée orientale mais aussi dans d'autres régions du monde sort peu à peu de l'ombre. Les attestations de sa présence en Afrique du Nord, dans les Balkans, en Turquie et au Proche-Orient sont encore peu nombreuses. Comme toujours avec le matériel archéologique, sur les sites de consommation, l'état de conservation des objets est variable. Porcelaines opaques et faïences peintes nous parviennent sous une forme plus ou moins fragmentaire et, de ce fait, leur identification est souvent délicate. En l'absence de la base, sur laquelle se trouve imprimée la marque de fabrique, l'attribution de ces pièces à Sarreguemines n'est pas toujours aisée car, au 19<sup>ème</sup> siècle, plusieurs manufactures européennes réalisent des productions d'aspect semblable. C'est ainsi que les assiettes de faïence fine trouvées dans la fouille du manoir de Potamia à Chypre et ornées d'une grande guirlande fleurie traitée en vert, rouge et bleu autour d'un bouquet central, si elles sont identiques à celles d'une série

82  
Ibidem, pl. 14 « Réverbère grosse fleurs roses et lilas », Catalogue Exportation Planche N° 17 ; Gauvin, Becker, 2007, p. 64, 211.

83  
H. Amouric, Fl. Richez, L. Vallauri, « Vingt Mille pots sous les mers », Edisud, Aix-en-Provence, 1999, p. 179, fig. 343.

84  
« Sarreguemines. Les marques de fabrique », Sarreguemines passions, Sarreguemines, 2005, p. 164-165.

85  
E. Decker, C. Thévenin, « Guide de l'amateur des faïences de Sarreguemines », 1988, p. 33.

86  
Sarreguemines, 2005, p. 124-125.

87  
Pour d'autres exemples voir Fayenceries de Sarreguemines, 2001, Catalogue Exportation Planche N° 15, « Bryonia Mulberry doré ».

88  
Procédé de décoration semi-mécanique selon lequel un dessin est reporté d'une plaque de cuivre gravée sur une assiette déjà cuite, à l'aide d'un matériau souple tel que du papier très mince.

89  
Les faïences fines imprimées remportent un vif succès et sont largement diffusées dans toutes les couches de la population au milieu du XIXe siècle. M.-G. Beaux-Laffon, « Mutation des représentations et du goût au milieu du XIXe siècle. Iconographie de la guerre de Crimée sur faïence fine imprimée », in J.-M. Minovez (éd.), Faïence fine et porcelaine. Les hommes, les objets, les lieux, les techniques, CNRS-Université de Toulouse-Mirail, Toulouse, 2003, p. 181-217.

90  
Fayenceries de Sarreguemines, 2001, Catalogue Exportation Planche N° 11, Déc.0.29 ; Gauvin, Becker, 2007, p. 213.

91  
Sarreguemines, 2005, p. 158-159 ; Decker, Thévenin, 1988, p. 37.

présentée dans les catalogues des produits de Sarreguemines pour l'exportation et à celles dessinées dans un des carnets de croquis de la manufacture daté de 1894<sup>82</sup> (fig. 1), s'apparentent aussi à des faïences anglaises du Staffordshire et de Saint-Amand-les-Eaux<sup>83</sup>.

Au contraire de ce qui précède, le terrain livre parfois seulement une base sans autre élément de forme. Ce sont alors les diverses marques qu'il porte qui permettent de déterminer la nature de l'objet, sa fonction, sa taille et sa date de fabrication. Une petite base annulaire en faïence opaque trouvée à la citadelle de Damas en Syrie peut ainsi être identifiée comme un récipient destiné aux produits pharmaceutiques. Le chiffre 24 au centre du médaillon indique la contenance du pot qui peut être daté de la fin du 19<sup>ème</sup> siècle<sup>84</sup> (fig. 2). Les articles courants sont de simples assiettes blanches, plates ou creuses, en faïence fine et en porcelaine opaque. Celles mises au jour dans les citadelles de Damas et d'Alep portent une marque imprimée constituée du blason de Lorraine surmonté d'une couronne et bordé des mots OPAQUE DE SARREGUEMINES<sup>85</sup>, utilisée à partir du milieu du 19<sup>ème</sup> siècle<sup>86</sup> (fig. 3). Sous une simple assiette blanche trouvée à Izmir, des chiffres et des lettres imprimés en creux font référence à la pâte et au façonnage tandis qu'un autre exemplaire des années 1870, à Potamia à Chypre, porte la marque SARREGUEMINES en lettres majuscules d'imprimerie et le chiffre 3 qui indique la taille du produit. Des assiettes creuses à aile large, ornées de rinceaux de bryone déclinés en gris ou en bleu et dont les nervures sont rehaussées d'or, datées de la fin du 19<sup>ème</sup> siècle, sont présentes à Istanbul<sup>87</sup> (fig. 4). Sur la marque imprimée au revers, sous l'aile, on lit, à l'intérieur d'une couronne de lierre, « BRYONIA » et U&C en lettres gothiques et, sous cette couronne, SARREGUEMINES est écrit en majuscules (fig. 5). Une assiette historiée, imprimée en noir, est un autre produit de la manufacture lorraine conservé à Istanbul<sup>88</sup>. L'assiette avec une scène légendée « Une batterie turque à Roustchouk. 12 » fait partie d'une série éditoriale commémorant la guerre de Crimée<sup>89</sup> (fig. 6). Parmi les productions populaires plus récentes, on trouve encore à Istanbul une assiette de faïence à pâte opaque peinte d'une succession de bandeaux orange ou rouge et ornée de motifs imprimés au tampon, des spirales flammées bleues et des fleurons trilobés, un modèle présenté dans les catalogues des produits pour l'export<sup>90</sup> (fig. 7). La marque au revers, un blason de Lorraine couronné surmonté par SARREGUEMINES en majuscules et entouré d'un bandeau avec l'inscription SARREGUEMINES ET DIGOIN en lettres capitales permet de l'attribuer aux années 1919<sup>91</sup>.

La consultation des archives de la société atteint assez vite ses limites pour déterminer les types de production commercialisés à l'étranger en général et dans l'Empire ottoman en particulier. L'examen des décors proposés dans le *Catalogue exportation* fournit seulement des pistes quant à la destination des bols, saladiers, soupières et autres assiettes fabriqués pour les marchés extérieurs. C'est une large gamme de vaisselle décorée qui est proposée à la vente et dans laquelle peuvent puiser, selon les goûts de la clientèle, les grossistes à l'étranger. Les tarifs

92

Fayenceries de Sarreguemines, 2001, Catalogue Articles courants Planche N° 46, Catalogue Exportation Planche N°1, 14 ; Gauvin, Becker, 2007, p. 211.

93

A. Benedick, U. Radunz, Sarreguemines : la porcelaine, Sarreguemines, Ed. Pierron, 2002, DD 40.

94

La conception finale a été adoptée par le Sultan Abdülhamid-Khan II le 17 avril 1882.

95

On trouve de haut en bas : les rayons du soleil, un bouclier ovale avec, de part et d'autre, le drapeau de la dynastie ottomane — un croissant et une étoile sur fond rouge — et le drapeau du Calife islamique — normalement trois croissants sur une base verte —, une flèche, des haches, une épée de guerre et une épée de cérémonie, un fusil, des feuilles de laurier dorées ainsi qu'une balance symbolisant la justice. Sur l'aile des étoiles à cinq branches et des croissants sont peints en réserve sur un fond noir.

96

H. Gauvin, « Les Roumains de Sarreguemines » dans <http://www.sarreguemines-passions.eu/index.php/espacecollectionneur/archives-cc/133-roumains> ; Gauvin, Becker, 2007, p. 68-69.

97

Ce nom qualifie à Sarreguemines les décors peints à la main sur les faïences.

98

Gauvin, Becker, 2007, p. 211.

99

Carnet de croquis n° 4 ; Gauvin, Becker, 2007, p. 165, « Ville arabe 2 H-119 ».

des prix sur feuilles volantes, jointes aux fascicules, ne sont pas publiés. Les consommateurs orientaux peuvent tout aussi bien être séduits par des bols fleuris ou ornés de coqs ou de fruits que par des bols, des assiettes et des soucoupes dont les décors leur sont plus familiers et qui sont mieux adaptés à leur univers culturel. À l'évidence, une série de motifs héraldiques s'accorde bien au monde ottoman. Le premier d'entre eux, fabriqué pour l'exportation, du type « *Bande étoilée N° 5* », est un bandeau rouge sur lequel se détachent des étoiles associées à un croissant en réserve blanc dessiné sur des assiettes et des bols<sup>92</sup> (fig. 8). Ce même décor se retrouve réalisé au pochoir en émail sur fond de couleur brun rose sur une autre assiette de Sarreguemines<sup>93</sup>. Selon toute vraisemblance, cette iconographie renvoie au nouveau drapeau turc créé en 1844 pour remplacer tous les drapeaux antérieurs par un seul emblème national : un drapeau rouge et blanc comportant un croissant de lune et une étoile. Un bol décoré de manière identique, trouvé à Hama en Syrie, montre que les faïenceries de Sarreguemines ne sont pas les seules à décliner ce motif puisque cet objet porte une marque de la manufacture de Lunéville. Le second motif héraldique typiquement ottoman est une représentation des armoiries ottomanes modernes telles qu'elles apparaissent sur une assiette exposée sur le mur d'une boutique de brocante du quartier de Cukurova à Péra (fig. 9). Inspirées par la tradition héraldique européenne, ces armoiries sophistiquées sont créées à la fin du 19<sup>ème</sup> siècle et utilisées jusqu'en 1923<sup>94</sup>. Les divers éléments constitutifs de l'emblème ne sont pas tous dessinés et, lorsqu'ils le sont, ils peuvent être très schématisés<sup>95</sup>.

Des carnets de modèles réalisés à la fin du 19<sup>ème</sup> siècle par Georges Herrmann, artiste aux faïenceries de Sarreguemines et chef du service de peinture, constituent une source rare et précieuse pour identifier les pièces destinées à l'exportation. Sur l'un de ces carnets, des dessins d'assiettes plates ou creuses pour le marché roumain sont réalisés pour un certain Moritz Gelbert, revendeur à Craiova<sup>96</sup>. Classés sous deux rubriques « sujets roumains » ou « Réverbère<sup>97</sup> Roumanie », ces assiettes sont ornées de paysans et de militaires et, sur l'aile, de rinceaux fleuris ou du drapeau du nouvel état. Elles sont proposées à la vente dans un catalogue des produits pour l'exportation<sup>98</sup>. Ces croquis témoignent donc bien de l'existence de commandes spécifiques faites pour l'étranger. Sur un autre carnet du même auteur, d'autres propositions de décors sont légendées et souvent dans un mauvais français. On retrouve sur quelques assiettes une succession de croissants de lune et d'étoiles à cinq branches en motif de bordure, associé à des représentations fantaisistes de villes, forts, châteaux et palais arabes toujours figurés avec des palmiers<sup>99</sup>. À l'évidence, Georges Herrmann combine les stéréotypes d'un Orient rêvé, c'est-à-dire des minarets de mosquée parfois surmontés d'un croissant, des chameaux et des palmiers, à des représentations architecturales fantasques telles que de fines tours crénelées ou coiffées de bulbes (fig. 10). Sur ces assiettes, les chameliers armés d'un fusil vont tête nue, l'un d'entre eux est enturbanné tandis

100  
Gauvin, Becker, 2007, p. 173,  
planche n° 36 et images  
personnelles aimablement  
transmises par Henri Gauvin,  
président de l'association  
Sarreguemines-Passions.

101  
Gauvin, Becker, 2007,  
p. 70, 209, 216-217.

qu'un autre est coiffé d'un chapeau melon ; ils fument la pipe qui parfois est de type arabe ou ottoman — les traditionnels chibouks à longue tige droite — mais peut être aussi de type occidental. Cette imagerie populaire au caractère prétendument exotique et qui comprend des éléments symboliques d'un Orient fantasmé est destinée à un large public qui n'est d'ailleurs pas forcément oriental comme le montrent des inscriptions tracées sur des assiettes, des chopes et des théières. Certaines d'entre elles sont allemandes telles que « *Dem lieben Kinde* » (Pour le gentil enfant) ou « *Dem Fleissigen Kinde* » (Pour l'enfant appliqué)<sup>100</sup>. Selon H. Gauvin, ces pièces sont destinées aux marchés d'Alsace et de Moselle et plus rarement vendues en Allemagne. D'autres assiettes au décor identique portent des inscriptions danoises « *Tænk paa mig* » (Pense à moi), « *Af venskab* » (Par amitié). Elles sont commercialisées en Norvège comme l'indiquent les catalogues de la manufacture<sup>101</sup>.

La destination finale d'un bol du carnet est en revanche plus claire. Son décor peint à la main est constitué de deux drapeaux turcs disposés en X au milieu d'une composition végétale stylisée intitulée « *Rev. Trapeaux [sic] turc* » (fig. 11). Ce type de représentation s'inscrit dans la continuité des produits pour l'export à décor héraldique retrouvés à Istanbul.



Reverbère grosses fleurs roses et lilas

fig. 1 : assiette au décor « Réverbère grosse fleurs roses et lilas », Catalogue Exportation Planche N° 17.



fig. 2 : pot à pharmacie, citadelle de Damas.



fig. 3 : assiette plate, citadelle d'Alep.



fig. 4 : assiette au décor de bryones, Istanbul.



fig. 5 : marque imprimée, assiette au décor de bryones, Istanbul.



fig. 6 : assiette historiée, musée Sadberk Hanım, Istanbul.



fig. 7 : assiette au décor de spirales flammées, Istanbul.



Bande étoilée N° 5

fig. 8 : assiette au décor « Bande étoilée N° 5 », Catalogue Exportation Planche N° 1.



fig. 9 : assiette aux armoiries ottomanes, Istanbul.



fig. 10 : décor de villes, châteaux, forts et palais arabes, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.



fig. 11 : décor de drapeaux turcs, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.



102  
S. Berk, « Ottoman  
Talismanic Seals »,  
in *Magic in Art*, P.  
The International  
Magazine of Art and  
Culture, n° 12, 2004,  
p. 18-21.

103  
Je remercie mes amis J.-C.  
Moretti (CNRS, IRAA),  
E. Eldem (Collège de France  
et Université du Bosphore) et  
I. Shaddoud (Fondation Gerda  
Henkel) ainsi que  
mes collègues G. Guionova  
(CNRS, LA3M) et  
P. Donabedian (AMU, LA3M)  
pour la traduction de ces  
formules et leurs  
commentaires.

Une grande assiette dessinée dans le carnet est spécifiquement destinée à une clientèle musulmane puisqu'est représentée, en son centre, la *khamsa*. Désignée en turc par les termes *pençe-i âl-i abâ*, elle fait référence au prophète Mohammed, sa fille Fatima, son beau-frère Ali, et ses petits-fils Hasan et Hussein représentés symboliquement par les cinq doigts de la main<sup>102</sup>. Très finement tracée, cette main qui protège du « mauvais œil » est encadrée par de souples branchages fleuris tandis que l'aile est soulignée par un bandeau de croissants de lune<sup>103</sup> et d'étoiles à cinq branches peints en doré (fig. 12). C'est apparemment une commande du 25 janvier 1894 désignée sous les termes de « *Reverbère [sic] Mains symbolique [sic]* ».

Cependant, ce qui retient surtout l'attention dans ce carnet, ce sont des bols et des assiettes de formes simples sur lesquels se développent des inscriptions en grec, en arménien, en bulgare, en arabe et en ottoman, associées le plus souvent à des étoiles et des croissants de lune. Quelles que soient les langues employées, excepté l'arménien, les formules comportent des fautes d'accord ou d'orthographe qui témoignent de la totale méconnaissance de la part du concepteur des alphabets utilisés et de la juste graphie de ces expressions. La première d'entre elles est grecque : ΜΕ ΤΗΣ ΥΓΕΙΑΣ ΣΑΣ. Peinte en réserve sur fond bleu sur un bol et deux assiettes (fig. 13-15), elle signifie « À votre santé » mais sa formulation est incorrecte car ΜΕ se construit avec l'accusatif et non le génitif. On attendrait donc soit ΜΕ ΤΗΝ ΥΓΕΙΑΝ ΣΑΣ (au singulier) soit ΜΕ ΤΑΣ ΥΓΕΙΕΣ ΣΑΣ. La seconde inscription grecque, ΚΑΛΗΝ ΟΡΕΞΙΝ, écrite sans faute cette fois, signifie « Bon appétit » (fig. 16, 17). Ces croquis sont légendés « *Insc. Grecque* » et une des assiettes a fait l'objet d'une réclamation le 26 octobre 1897 (fig. 15). Des sortes de marguerites ou des étoiles et des croissants, disposés sur l'aile et dans un médaillon central, sont associés à ces formules. L'inscription arménienne « Յ Ր Ա Մ Ե Գ Ե Բ » tracée en réserve sur le fond bleu d'un bol et de deux assiettes est une formule populaire, une sorte d'invitation, à manger ou à boire, voire dans certains contextes, à entrer. Elle n'est pas très éloignée de « *Bon appétit* ». Elle est associée à cinq croissants de lune et étoiles à cinq branches avec, au centre dans un médaillon, une étoile (fig. 18-20). Ces dessins sont légendés « *Ins : Armenien* » et « *Insc. Arménienne* ». Les inscriptions bulgares se déclinent à la fois sur un bol et sur quatre assiettes du carnet. Elles sont tracées en réserve sur un fond vert, rouge ou bleu. Etoiles et croissants de lune complètent le décor. Ces dessins sont accompagnés des mentions « *Insc : Bulgarien* », « *Insc. Bulgare N°1* ». Les formules sont écrites en alphabet cyrillico-latin parfois approximatif : « *Заповѣдайте Господине-!* » (fig. 21, 22 : 2, 23) qui signifie « *Je vous en prie Monsieur !* » ou « *À votre service !* » et « *Наздравието Ви!* » (fig. 22 : 1, 24) traduit par « *À votre santé !* ».



fig. 12 : décor de khamisa, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.

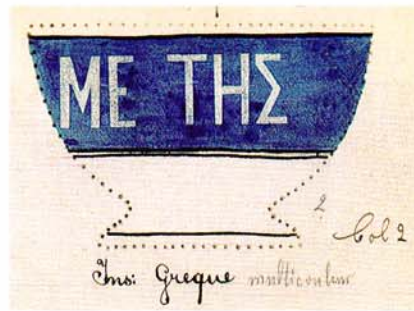


fig. 13 : bol avec inscription grecque peinte en réserve, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.

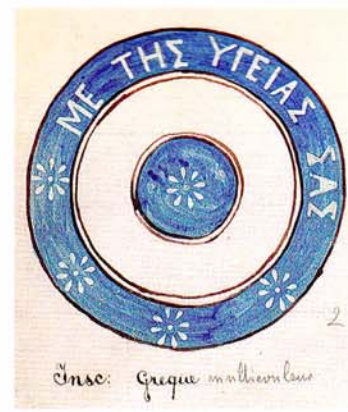


fig. 14 : assiette avec inscription grecque peinte en réserve, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.



fig. 15 : assiette avec inscription grecque peinte en réserve, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.



fig. 16 : bol avec inscription grecque peinte en réserve, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.



fig. 17 : bol avec inscription grecque peinte en réserve, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.



fig. 18 : bol avec inscription arménienne peinte en réserve, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.



fig. 19 : assiette avec inscription arménienne peinte en réserve, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.



fig. 20 : assiette avec inscription arménienne peinte en réserve, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.



fig. 21 : bol avec inscription bulgare peinte en réserve, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.

104

C'est en 1928, à l'initiative de Mustafa Kemal, que la Grande assemblée nationale d'Ankara adopte de manière définitive « l'alphabet turc à base latine ». Hitzel, 2014, p. 191-195.

105

En Turquie, cette même inscription apparaît sur d'autres types d'assiettes à marli ou de coupelles très plates appartenant à des collectionneurs privés. Toutefois ces pièces ne portent aucune marque de fabrique. Je remercie F. Hitzel (CNRS-CETOBAC) pour m'avoir transmis ces informations.

106

En milieu urbain, le bilinguisme est le multilinguisme sont la règle. On y parle le turc, la ou les langues des villages de la région, souvent aussi le grec, l'arménien, et, de plus en plus fréquemment à mesure que s'avance le XIX<sup>e</sup> siècle, une langue occidentale, le français. Hitzel, 2015, p. 191-195.

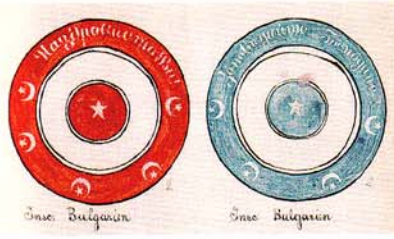
107

On retrouve ce multilinguisme sur une affiche publicitaire pour du papier à cigarettes de la marque Yénidjé vers 1910 — Yénice est une petite localité à l'ouest de Thessalonique qui fournit en tabac le Palais impérial. Sur la caisse qui le contient, on peut lire en français PAPIER A CIGARETTES EXTRA FIN Yénidjé mais ce texte est aussi écrit en grec, en arménien et en ottoman sur les autres faces de la boîte. E. Eldem, Un Orient de consommation, Ottoman Bank Museum, 2010, p. 124.

Un bol légendé à tort « *Ins : Turque* » porte une formule arabe fragmentaire et donc difficilement lisible et traduisible avec sûreté (fig. 25). Il s'agit soit de « تعرف شغلك », soit de « شغلك زخرف ». Dans le premier cas, cela peut se traduire par « *Vous connaissez votre affaire* » et, dans le second cas « *Décorez votre travail* » ou « *Votre travail est bien décoré* », des formules tout aussi énigmatiques les unes que les autres, écrites par une personne ne connaissant pas l'arabe. Enfin, plusieurs bols tantôt verts, rouges ou bleus et des assiettes de mêmes coloris mais aussi jaunes, sont ornés de deux inscriptions en turc *osmanlı* rédigées en arabe<sup>104</sup>. La plus courante, translittérée ici, se lit « *Afiyet olsun efendim*<sup>105</sup> » et veut dire « *Bon appétit Monsieur* » (fig. 26-28). L'autre expression se lit « *safa-yı hatir ile buyurunuz efendim* », elle est bien moins courante voire très étrange dans sa formulation (fig. 29, 30). La première partie est surprenante : « *safa-yı hatir ile* » est un complément adverbial qui souhaite que l'on reçoive le plat/le mets « *avec le plaisir de l'estime/du bon souvenir* ». *Hatir* est un terme assez complexe qui tient à la fois du souvenir (*hatıra*) et de l'estime. Quand on dit « *hatırınız için* » cela revient à dire, « *pour l'estime que j'ai pour vous* ». Cela complète donc l'expression de politesse « *buyurunuz efendim* » qui veut dire « *voici, Monsieur* ». Il s'agit d'offrir quelque chose à quelqu'un que l'on respecte. Ces inscriptions ont sans doute été tracées à partir d'un modèle approximatif. Sous ces dessins, on trouve le plus souvent « *Ins : Turque* » mais aussi « *Insc : Caraco. Turque* » et « *Inscription Turque Caraco* » et, plus curieusement, « *Insc Eskenazi* » qui renvoie vraisemblablement aux Askhenazes, c'est-à-dire aux juifs d'Europe. Pour finir, deux plats se distinguent des précédents par la formule « *Afiyet olsoun offendim* » qui signifie « *Bon appétit Monsieur* » (fig. 31). Ecrite cette fois en alphabet latin, elle comporte aussi des fautes.

L'une de ces coupes est une commande du 28 février 1895 tandis que l'autre est légendée à tort « *Insc. Bulgarien* ». Comme pour la plupart des exemples précédents, ces objets portent également étoiles et croissants sur l'aile et en médaillon central. L'originalité de ces pièces de vaisselle ne réside pas dans leurs formes — de simples bols à panse hémisphère montés sur un pied annulaire et des assiettes plates — mais plutôt dans leur décor qui s'adresse à des consommateurs qu'on suppose sujets de l'Empire ottoman comme semble l'indiquer la répétition presque systématique des emblèmes du drapeau associée aux diverses langues pratiquées dans cet empire multiethnique et multilinguistique<sup>106</sup>. Ce multilinguisme s'exprime dans la vie quotidienne sous de nombreuses formes<sup>107</sup>. Ces croquis sont destinés à la fabrication d'une vaisselle de qualité assez moyenne. On peut faire l'hypothèse qu'elle est proposée à une petite bourgeoisie, surtout grecque et arménienne, comme vaisselle de table ou comme pièce de montre.

Il est tout aussi envisageable qu'il s'agisse de vaisselle employée dans les cafés et les restaurants de Galata-Péra. Dans ce quartier cosmopolite s'alignent le long de la grande rue de Péra des ambassades occidentales, des théâtres, des hôtels, des grands magasins, des brasseries et des



Ins: Bulgare

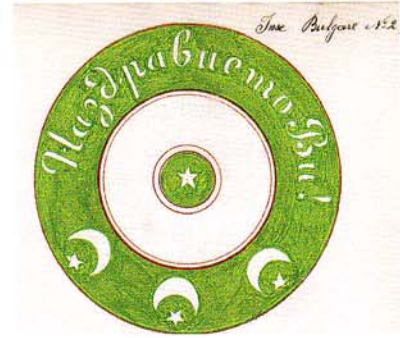
Ins: Bulgare

fig. 22 : assiettes avec inscription arménienne peinte en réserve, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.



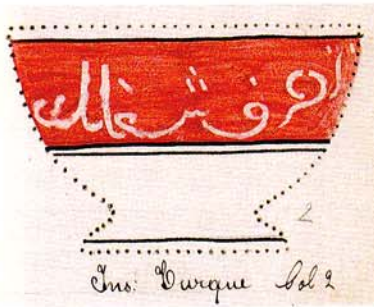
Ins: Bulgare 19.

fig. 23 : bol avec inscription arménienne peinte en réserve, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.



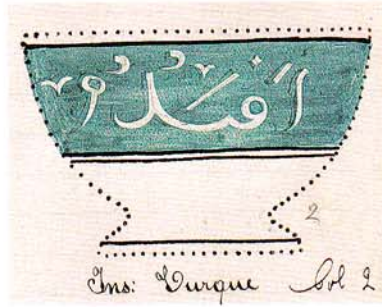
Ins: Bulgare 19.2

fig. 24 : assiette avec inscription arménienne peinte en réserve, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.



Ins: Turquie bol 2

fig. 25 : bol avec inscription arabe peinte en réserve, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.



Ins: Turquie bol 2

fig. 26 : bol avec inscription ottomane peinte en réserve, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.

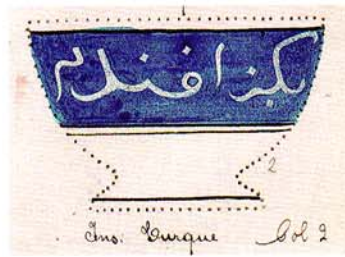


fig. 27 : assiette avec inscription ottomane peinte en réserve, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.



Inscriptions Turque  
Cavaio

fig. 28 : assiette avec inscription ottomane peinte en réserve, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.



Ins: Turquie bol 2

fig. 29 : bol avec inscription ottomane peinte en réserve, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.



Ins: Esthonage

fig. 30 : assiette avec inscription ottomane peinte en réserve, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.



fig. 31 : assiette avec inscription ottomane peinte en réserve, carnet de croquis de Georges Herrmann, fin 19<sup>ème</sup> siècle.

108  
Samanci, 2016, p. 295.

109  
Cervati, 1883, p. 378-380,  
393, 442 ; idem, *Annuaire  
oriental du commerce*,  
Constantinople : 1893-1894,  
p. 519-520, 599.

110  
Samanci, 2016, p. 310.

111  
Georgeon, 2005, p. 35-37.

cafés ainsi que de nombreux restaurants de différents standings. Les plus chics sont fréquentés par les résidents occidentaux et les notables qui y savourent les nouveaux goûts à la française, tandis que d'autres accueillent le personnel des ambassades, des Levantins, des membres de la bureaucratie, des commerçants musulmans et non musulmans venus faire des achats dans ce quartier chic. Dans ces nouveaux lieux de sociabilité ouverts à partir des années 1850, les habitants de la capitale peuvent, s'ils le souhaitent, se familiariser avec les nouvelles manières de table et, comme l'indique Ö. Samanci, « *un jeune ottoman pouvait manger par terre avec sa famille à la maison mais il pouvait également pratiquer les nouveaux usages culinaires en fréquentant le restaurant d'un hôtel de style occidental à Péra*<sup>108</sup> ». Pour ce quartier on trouve mention, dans les annuaires orientaux publiés en 1868-1869, de vingt cafés, neuf restaurants et cinq pâtisseries ; dans celui de 1883, de vingt-cinq brasseries, quarante et un cafés et vingt-cinq restaurants<sup>109</sup>. Dix ans plus tard, il y a trente-cinq brasseries et cinquante et un restaurants. Ces établissements sont tenus par des étrangers, des Levantins, des Grecs et des Arméniens — comme par exemple un certain Migirdiç Tokatliyan, un citoyen ottoman d'origine arménienne venu de Tokat en 1883 — et parfois, à la fin du 19<sup>ème</sup> siècle, par des musulmans<sup>110</sup>. Les communautés non musulmanes et les étrangers sont les principaux clients.

La vaisselle de Sarreguemines ornée d'inscriptions grecques, arméniennes, bulgares, ottomanes en caractères arabes ou latins qui s'adressent exclusivement à des hommes (*gospodin* ou *efendim*), trouverait bien sa place sur les tables des cafés européens pour servir les hors-d'œuvre accompagnant les boissons alcoolisées ou sur les tables dressées dans les restaurants populaires occidentalisés. Ces assiettes semblent en effet mieux adaptées aux restaurants et tavernes de Péra qu'aux vaisseliers domestiques des provinces pour lesquels, comme le soulignent de nombreux observateurs, la clientèle privilégie les objets simples loin des caprices de la mode.

Au cours du 19<sup>ème</sup> siècle, l'accroissement des influences européennes dans l'Empire est considérable. Les acteurs majeurs sont, à l'époque des Tanzimat, la Grande-Bretagne qui joue un rôle diplomatique important et, à partir des années 1880, l'Allemagne sur le plan militaire tandis que la France occupe une position dominante dans le domaine culturel. Les réformateurs ottomans soutenus par les élites souhaitent alors que l'Empire rejoigne la « *civilisation* », « *fasse partie des nations civilisées* » ce qui implique une modernisation de la société<sup>111</sup>. Les importations de vaisselles européennes - celles dont les prix avoisinent les porcelaines de Sèvres, de Limoges ou de Saxe - et les faïences fines moins coûteuses participent certainement de cette dynamique de transformation. Cette vaisselle « moderne » inscrit ses utilisateurs au sein de pratiques nouvelles empruntées à l'Occident. Elle fait l'objet de diverses formes de consommation. Si l'élite achète des services de porcelaine complets et très chers, « *la classe aisée qui reconnaît la supériorité de la marchandise*

112  
RCL, 1905, p. 614.

113  
RCL, 1905, p. 699.

114  
Samanci, 2015, p. 701.

115  
RCL, 1905, p. 614.

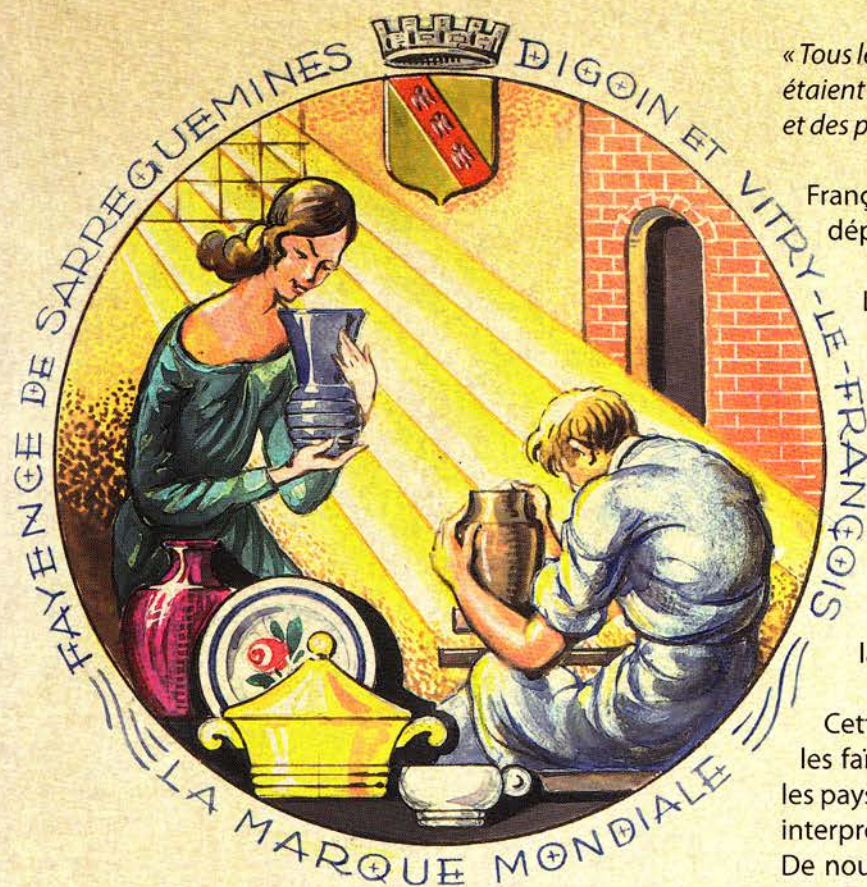
116  
Anastasiadou,  
1997, p. 301, 302.

117  
Information livrée par  
G. Guionova (CNRS-LA3M)  
que je remercie.

*française*<sup>112</sup> » n'acquiert cependant que quelques pièces comme de « *belles tasses à café françaises que l'on étale — sur un magnifique plateau en métal blanc — pour les invités de marque et que l'on replace avec des soins attentifs dans le buffet*<sup>113</sup> ». Dans la capitale, elle peut aussi louer des services de porcelaine pour servir un grand dîner<sup>114</sup>. Pour sa part, la petite bourgeoisie musulmane, grecque et arménienne privilégie des produits simples, fonctionnels et bon marché.

Les étrangers venus d'Europe contribuent également à l'eupéanisation de l'Empire. Séjournant d'abord à Istanbul et dans les grandes villes des provinces, ils s'installent à partir de 1850 dans les villes et les campagnes et comptent assurément parmi les consommateurs de vaisselle européenne car « *chaque famille fait venir de France les accessoires qui lui sont nécessaires par la voie de Marseille*<sup>115</sup> ». D'autres ouvrent des boutiques tel Ambroise Garnier qui, en plus de son commerce florissant en ville, tient le buffet de la gare de Thessalonique. L'inventaire de ses biens dressé en 1875 mentionne une vaisselle peu abondante — dix-sept tasses à café et six à thé, onze soucoupes et dix-sept petites assiettes dans lesquelles il sert notamment de la mortadelle et des anchois, des huîtres et du homard en boîte<sup>116</sup>. L'origine de ces pièces n'est pas précisée mais, selon toute vraisemblance il s'agit de productions européennes. Si dans la première moitié du 19<sup>ème</sup> siècle les manufactures du Staffordshire inondent le marché ottoman, à la fin de ce siècle, l'Allemagne et l'Autriche dominent le marché et la France tient son rang. La faïence fine employée dans les grandes villes de l'Empire, celles qui abritent le plus grands nombre d'étrangers telles que Thessalonique, Istanbul, Izmir et Beyrouth, pénètre également plus avant dans les villes de Roumélie orientale, d'Anatolie et du Proche-Orient.

Parmi les produits qui ont la faveur de la clientèle, les faïences et les opaques de Sarreguemines ont leur part. Certaines pièces sont d'ailleurs spécifiquement réalisées pour le marché ottoman comme en témoignent leur forme — les tasses à café de type *fincan* par exemple qu'on retrouve notamment en Bulgarie<sup>117</sup> — ou leur décor — certaines images ne sont compréhensibles que par les sujets de l'Empire. Cependant, il est encore difficile de bien cerner leur popularité tant les informations relatives à leur commercialisation, leur distribution et leur utilisation dans l'Empire ottoman au cours du 19<sup>ème</sup> siècle sont encore lacunaires.



Décors de Georges Herrmann  
 créés pour la faïencerie de Sarreguemines vers 1930,  
 Musées de Sarreguemines.

« Tous les beaux produits de la faïencerie de Sarreguemines étaient recherchés de toute la France, des cours de l'Europe et des principales villes de l'Orient et des deux Amériques ».

François VERRONAI, Supplément à la statistique du département de la Moselle. Metz, 1852.

La manufacture de Sarreguemines a vu le jour pendant la Révolution française. Dès les premières années de son existence, la faïencerie vend des marchandises bien au-delà des frontières nationales. Au fil du temps et grâce notamment à l'évolution des moyens de transport et des méthodes commerciales, elle est présente sur tous les continents. Ces exportations contribuent à bâtir la renommée de la faïencerie et font connaître la Ville de Sarreguemines dans le monde entier.

Cette ouverture sur le monde inspire les créateurs : les faïences s'ornent de décors spécifiques, rappelant les pays lointains dont la culture est source de multiples interprétations, plus ou moins proches de la réalité. De nouvelles formes apparaissent dans les catalogues de vente, en lien avec des traditions et les usages en vigueur dans les pays importateurs.

L'Annexion de l'Alsace-Moselle à l'Empire allemand va bouleverser le fonctionnement de la faïencerie. Contrainte de partager le marché allemand avec la firme Villeroy & Boch, elle doit repenser sa stratégie commerciale. La cohabitation au sein d'un même territoire est délicate, comme l'atteste la correspondance entre les deux directeurs. La présence de commerciaux dans les zones stratégiques est alors précieuse et permet au directeur, rapidement informé des agissements de ses concurrents, d'adapter sa stratégie commerciale et de rester compétitif en toutes circonstances...

muSées  
 de sarreguemines

sarreguemines



30 €  
 Editions des Musées de Sarreguemines  
 www.sarreguemines-museum.eu