

Dossier pédagogique

La porcelaine de Limoges et la Grande Guerre

MUSÉE
NATIONAL
ADRIEN
DUBOUCHÉ
LIMOGES



- p. 4 La porcelaine et Limoges et la Grande Guerre**
- p. 5 Présentation du thème**
- p. 5 Porcelaine de Limoges et « Grande Guerre » : le temps des difficultés
 - p. 6 Porcelaine de Limoges et « Grande Guerre » : le temps des innovations
 - p. 6 De nouvelles productions
 - p. 8 Trouver de nouveaux débouchés
 - p. 9 Porcelaine de Limoges et « Grande Guerre » : la participation à la « guerre totale »
- p. 10 Fiches pour les élèves et les enseignants**
- p. 10 Les combats (1)
 - p. 13 Les combats (2)
 - p. 16 La vie au front
 - p. 19 Les conséquences sur la production (1)
 - p. 21 Les conséquences sur la production (2)
- p. 23 Ressources documentaires et bibliographie**
- p. 24 Informations pratiques**

La porcelaine de Limoges et la Grande Guerre

Considérée par les historiens comme l'événement marquant la fin du XIX^e siècle et celle de la « Belle Époque », la Première Guerre mondiale a atteint une échelle et une intensité inconnues jusqu'alors. Plus que tout autre conflit antérieur, elle a mobilisé plus de 60 millions de soldats, provoqué plus de 9 millions de morts dont 1,4 millions de morts pour la France, causé plus de destructions et entraîné plus de bouleversements et d'adaptations industrielles et économiques.

À l'occasion des commémorations du centenaire de la Première Guerre mondiale, le Musée national Adrien Dubouché a réaménagé plusieurs vitrines présentant des pièces fabriquées à cette époque.

Cette présentation inédite, qui témoigne de la vie des collections dans une institution muséale, permet d'étudier localement et de manière complète les conséquences de ce conflit et d'appréhender la notion de « guerre totale ». La porcelaine de Limoges constitue alors un support pour prendre conscience des enjeux humains, militaires, économiques et sociaux, et saisir la représentation de la vie au front que souhaite véhiculer « l'arrière ».

À travers des exemples concrets d'une industrie qui constitue un élément identitaire fort du territoire, il est possible de mesurer l'ensemble des conséquences liées à une économie de guerre et à la mobilisation d'un grand nombre d'actifs. En effet, la Première Guerre mondiale frappe durement les porcelainiers de Limoges. Un certain nombre de fabriques doivent fermer leurs portes et celles qui poursuivent leur activité doivent réduire leur production. La guerre s'accompagne de bouleversements importants qui contraignent les manufactures à de profondes restructurations : bouleversements des circuits d'approvisionnement en matière première, désorganisation des circuits commerciaux, mobilisation de la main d'œuvre masculine au front... L'ensemble de ces bouleversements conduisent à une perception sensible de la notion de « guerre totale », car les œuvres produites à cette période permettent également d'évoquer les efforts de propagande, la lutte contre le défaitisme ou encore l'héroïsation des soldats en direction de l'arrière du front.

Pour autant, cette période de bouleversements se révèle également celle de l'inventivité et de la créativité. En effet, pour continuer à produire, certaines manufactures vont rechercher de nouveaux débouchés et se lancer dans la production d'objets originaux, notamment en faisant appel à des artistes. Véritable parenthèse dans l'histoire de la porcelaine de Limoges, cette période a donné lieu à des productions qui, par leurs intentions et les regards portés sur ce conflit, deviennent des ressources documentaires surprenantes et singulières.

Présentation du thème

À la veille de la « Grande Guerre », le Limousin compte 960 644 habitants (recensement de 1911). C'est une région rurale, sous industrialisée et peu urbanisée. Limoges en est le pôle industriel régional majeur. L'industrie porcelainière y emploie alors 10 000 ouvriers - dont 40% de femmes en 1906 - et devance ainsi celle de la chaussure et ses 4 800 ouvriers. Les 32 fabriques de porcelaine ont une production de 300 000 m³ par an. Enfin, le chiffre d'affaires de la porcelaine de Limoges est passé de 7,5 à 20 millions de francs entre 1880 et 1909.

Porcelaine de Limoges et « Grande Guerre » : le temps des difficultés

La guerre qui éclate en août 1914 va profondément bouleverser l'industrie porcelainière. En effet, le conflit touche très durement les porcelainiers qui essaient de maintenir malgré tout leur outil de travail. Cependant, plusieurs manufactures sont contraintes de cesser leur activité. Les autres doivent réduire leur production, qui enregistre une baisse de 61% pour la seule année 1914. En 1917, seules 23 fabriques produisent encore environ 70 000 m³ de porcelaine.

Cette situation s'explique par la désorganisation des circuits commerciaux établis et la chute des débouchés : écroulement du marché européen et baisse conséquente des ventes réalisées aux États-Unis. Par ailleurs, en ce temps de guerre totale où l'économie est mise au service de la production militaire, l'industrie porcelainière ne représente pas d'intérêt stratégique. Les approvisionnements en matières premières se font mal : la houille en provenance des mines de Carmaux, le bois pour l'alimentation des fours ainsi que le plâtre pour la confection des moules sont rationnés et chers. Dans une lettre adressée à Édouard-Marcel Sandoz le 27 janvier 1917, Théodore Haviland écrit : « *La crise du charbon vient de frapper Limoges à l'état aigu. Les fabriques de porcelaine sont en train de fermer les unes après les autres. Si nous ne sommes pas réapprovisionnés à brefs délais, notre tour viendra bientôt* ». Dans cette manufacture, le nombre de fournées qui était de 205 en 1914 tombe à 51 en 1917. Enfin, l'industrie porcelainière fait face à la disparition de sa main d'œuvre masculine, mobilisée au front, ainsi qu'à la difficulté de trouver des apprentis.

Alors que les fabriques de porcelaine tournent au ralenti, d'autres branches industrielles limougeaudes connaissent en revanche un développement de leurs productions orientées vers les besoins de la guerre : la métallurgie avec la fabrication d'obus, le tissage de draps pour la troupe et la coupe de vêtements militaires. Ces changements sont surtout favorables à l'industrie de la chaussure, qui connaît le plus grand essor grâce aux commandes de brodequins pour l'armée.

À la fin de la guerre, elle emploiera 5000 ouvriers et dépassera l'industrie de la porcelaine.

Le temps des innovations

Face aux difficultés et aux contraintes imposées par le conflit, les porcelainiers innoveront. Les hommes étant au front, il faut, d'une part, trouver un moyen de fabriquer avec une main d'œuvre très féminisée. D'autre part, le manque de combustible et la cherté des matières premières incitent les industriels à utiliser au mieux l'espace des fours quand ils trouvent de quoi les alimenter.

De nouvelles productions

La fabrication de jouets, en particulier de têtes de poupées en porcelaine, va connaître ainsi un large essor. Depuis le milieu du XIX^e siècle, l'Allemagne était en situation de quasi-monopole dans ce secteur grâce à de faibles coûts de fabrication. Les fabricants de poupées français se fournissaient donc en Allemagne. Avant-guerre, la France importait d'Allemagne pour 15 millions de francs de jouets de luxe. En 1914, il n'est plus question d'acheter à l'ennemi. Les maisons de jouets font donc appel aux manufactures limougeaues. En 1915, le *Bulletin de la Chambre de Commerce de Limoges* rapporte : « *Il faut également signaler les nombreuses demandes adressées à nos industriels, en vue de fabriquer certains articles comme des bouchons en porcelaine (à bière), des têtes de poupées et d'autres à usage de l'électricité et de l'industrie chimique. Une mise au point est faite en ce moment dans plusieurs usines pour leur fabrication, et il y a lieu de penser qu'il y aura là pour elles une nouvelle source d'activité* ». Comme le rapporte le *Courrier du Centre* en avril 1916, le but est que les petites filles françaises ne soient plus « *condamnées à bercer, à parer, à cajoler de vilaines babouines aux figures mal équilibrées où le menton avait la même largeur que le front massif et plat* ». Cette fabrication convient bien à une main d'œuvre très féminisée. On « *apprécie les mains délicates* » des ouvrières qui démoulent, polissent, entourent au canif les paupières et les bouches. D'autres encore enduisent le visage de vernis qui leur donne la couleur chair ou tracent au pinceau les cils et les sourcils avant de glisser sous les paupières des yeux artificiels bleus ou noirs. Les usines Couty, Lanternier, Balleroy et Guérin s'impliquent dans cette production. En 1916, elles expédient environ 20 000 à 25 000 têtes par mois. En 1917, la production annuelle s'élève à 370 000 têtes, dont 182 189 pour la seule manufacture Lanternier. En mars 1918, les têtes Lanternier – avec par exemple le modèle « Victoire », le plus demandé – ont détrôné les têtes allemandes, les « *bochonneries auxquelles les petites Françaises étaient habituées* » (*Le Courrier du Centre*)... « *Et déjà la poupée limousine, gracieuse et originale, a remplacé entre les mains des petits enfants la vilaine poupée boche* » (*Le Courrier du Centre*, 1^{er} janvier 1918). Cette production déclinera après la guerre.

Certaines manufactures diversifient leur production en développant par exemple une série d'articles d'hygiène pour remplacer les articles en verre produits dans les zones directes du conflit. La maison Balleroy développe ainsi la production des boîtes à « pâte dentifrice », de pots à pommade et de récipients de parfumerie. Dans *Le Courrier du Centre* du 9 octobre 1916, on peut lire : « *Une importante maison de parfumerie, qui jadis donnait ses commandes de boîtes aux verreries, a remplacé l'article en verre après les offres de MM. Balleroy Frères par de la porcelaine ; il en est de même pour les pots à pommade qui se faisaient précédemment en verre opale* ». La manufacture Lanternier reçoit des commandes de la Défense et produit des robinets en porcelaine pour la pyrotechnie.

C'est aussi pendant la Première Guerre mondiale qu'une maison de porcelaine de Limoges se lance, rue Saint-Surin, dans la production des fèves en porcelaine. En 1915, Martial Ducongé, né à Limoges puis modelleur dans une grande faïencerie du Nord de la France, chassé par l'invasion et de retour à Limoges, rencontre un pâtissier de la ville qui, jusque-là, achetait des fèves en Saxe. Martial Ducongé a alors l'idée de se substituer aux anciens fournisseurs. Il donne à son entreprise le nom « *Au biscuit français* »... À cette époque en France, il est sans doute le seul à avoir créé des fèves en forme de baigneurs. Lors de la première Foire aux échantillons de Lyon en 1916, l'entreprise enregistre 12 000 francs de commandes. Celle-ci prend ensuite de l'ampleur et emploie une vingtaine de personnes. Par ailleurs, la manufacture Ducongé produit de petites poupées articulées destinées à être vendues dans les bazars et les épicerie.

Chez Théodore Haviland, à partir de 1915, la collaboration avec l'artiste Édouard-Marcel Sandoz permet à la manufacture de traverser plus aisément une période de guerre difficile. « *Sandoz débute sa carrière à l'École des arts industriels de Genève où il aborde les différents aspects de l'art appliqué à l'industrie. Il obtient plusieurs prix en céramique. Puis, il s'oriente vers la sculpture figurative et surtout animalière, essentiellement en bronze. La guerre et la pénurie de bronze le font se tourner vers la céramique. Il travaille pour différentes entreprises françaises et étrangères* » (Chantal Meslin-Perrier, Marie Segonds-Perrier, *Limoges, deux siècles de porcelaine*, p. 295). Puis, il accorde l'exclusivité à la manufacture Théodore Haviland, qui lance une série de pichets, salières, bonbonnières, vases en forme d'animaux de différentes couleurs. Plus de 80 modèles vont voir le jour entre 1915 et 1919, ce qui témoigne d'une intense créativité. Ces petits objets décoratifs ou fonctionnels remplissent les espaces perdus dans les fours et apportent une meilleure rentabilité. Leur succès est immédiat.

Alors que de nouveaux produits font leur apparition pendant la Grande Guerre, la fabrication d'objets funéraires en porcelaine de Limoges décline. Pour les plaques

de cimetièrre, la porcelaine et son décor peint ou lithographié est peu à peu abandonnée au profit de la fonte  maill e. La production de couronnes mortuaires en porcelaine, notamment par la manufacture Teissonnière, se trouve un premier temps relanc e par le conflit mais elle p t t de côtés de transports onéreux vers la capitale.

Trouver de nouveaux débouchés

Cr e e en 1916 et soutenue par le jeune maire de Lyon, Édouard Herriot, la Foire aux échantillons de Lyon veut concurrencer celle de Leipzig et valoriser le développement du commerce français. Cette même année, Maurice Zimmermann, dans la chronique qu'il tient dans les *Annales de Géographie*, commente : « *s'est tenue à Lyon une Foire d'échantillons, la première du genre qu'on ait vue en France. Cette offensive économique avait  t e conçue et organisée avec l'appui de la municipalité lyonnaise par un certain nombre de commerçants et industriels de la ville à la tête desquels il faut citer M. Arlaud, citoyen suisse fixé à Lyon. Son objet déclaré était de battre en brèche le monopole de fait de la Foire de Leipzig, de s'inspirer de ses enseignements et, s'il se pouvait, de lui susciter pour l'avenir une concurrence durable. L'expérience a réussi au-delà des espoirs les plus optimistes* ». Son mot d'ordre est : « *Prenons la clientèle des maisons allemandes* ». En effet, citons l'économiste Edmond Théry lors d'une conférence donnée à Limoges en 1916 : « *notre victoire militaire ne constituera un succès véritable complet que si elle est suivie de l'effort industriel et commercial le plus gigantesque que nous ayons jamais accompli* ». Ce rendez-vous annuel permet aux fabricants de présenter un échantillonnage complet de leur production à leurs clients, industriels ou non, d'en contacter de nouveaux et, ainsi, d'adapter la fabrication aux commandes concr t s es sur place par contrat. Lors de la première édition, on compte 300 adhérents et 800 stands. Les fabricants limousins y prennent aussitôt part, et obtiennent de nombreuses commandes. Ces commandes devaient être livrées à dates fixes malgré les aléas d'approvisionnement et les risques de pénurie de matières premières et de combustible. Ainsi, Alfred Lanternier participe-t-il à cette foire dès la première édition avec toute une vitrine consacrée aux têtes de poupées. De même, la participation se révèle par exemple capitale pour la manufacture Théodore Haviland puisqu'elle lui permet de lancer en exclusivité les modèles de Sandoz. Pendant plusieurs années, Sandoz réalise les enseignes de la manufacture pour la foire. La société y possède un stand important et bien placé.  tre présent à la Foire aux échantillons de Lyon est l'occasion de rencontrer des clients étrangers qui affluent d'Espagne, d'Italie, de Suisse, des  tats-Unis malgré les difficultés de circulation imposées par la guerre. C'est aussi l'occasion de recevoir des commandes des grands magasins parisiens comme Le Printemps, La Samaritaine, Le Bon Marché ou encore les Galeries Lafayette. Dès 1916, la Foire de Lyon est un grand succès pour la maison Théodore Haviland. Les Galeries Lafayette

commandent ainsi 250 canards « Sandoz ». Guy Haviland, le frère de William Haviland qui a repris la tête de la manufacture, est présent sur place et écrit à son frère : « *Vous ne pouvez pas vous faire une idée du succès que nous avons [...] Si nous n'étions pas en guerre, je me demande quel chiffre d'affaires on ferait* ». En 1917, Sandoz écrit : « *La première année, la foire vous a valu un succès de curiosité, mais la deuxième année me semble avoir donné la preuve que mes modèles ont de l'intérêt [...] Je serais excessivement heureux de vous voir m'accorder un contrat plus intéressant que celui qu'à titre d'essai j'avais jusqu'ici. Vous avez pu vous convaincre que mes modèles ont vraiment un caractère à eux et que j'ai fait un effort réel pour vous chercher des choses réellement originales dans tous les domaines* ». En 1918, en raison de la situation politique, les affaires réalisées lors de la Foire de Lyon sont mauvaises.

Porcelaine de Limoges et « Grande Guerre » : la participation à la guerre totale

Dans le cadre de la guerre totale, les porcelainiers vont soutenir l'effort de guerre. En effet, la guerre est onéreuse – 20 fois plus qu'en 1870 - et les pouvoirs publics décident de faire appel à la générosité des Français. À partir de la fin de l'année 1914, des « Journées du poilu » apparaissent afin de venir en aide aux combattants, aux victimes de la guerre et aux familles. La première opération de bienfaisance en date du 20 décembre 1914 a été placée sous le haut patronage du Président du Conseil. Les donateurs ont été d'une très grande générosité puisque la somme récoltée s'élève à 25 565,45 francs.

Dans ce contexte, à Limoges, deux manufactures réalisent en 1916 et 1917 des assiettes patriotiques. Leur but est de « présenter des images fidèles s'associant à nos pensées tendues vers le grand drame » (Louis Larocq, 1916). Pour autant, les deux services visibles dans le musée, s'ils participent au soutien patriotique du conflit, mais également à la propagande en soulignant avec ferveur une victoire prochaine de la France, s'appuient sur deux visions différentes.

Ainsi, dans le cadre des « Journées du Limousin » des 21 et 22 mai 1916, la manufacture Haviland & Cie produit-elle une série de sept assiettes et deux vide-poches à partir des dessins d'Eugène Alluaud destinés à être vendus aux enchères au profit des œuvres sociales de l'armée. Dans sa composition, Alluaud cherche à sensibiliser la population limousine au sort de ses enfants partis au front. En 1917, la manufacture Lanternier édite à son tour une série de pièces à partir des dessins de Job. Ces assiettes nous délivrent une vision glorieuse et héroïque, fruit d'une imagerie collective de la guerre, sans drame ni victime, telle que souhaite la voir l'arrière du front. Véritables « assiettes parlantes », notamment grâce à des textes nombreux, ces œuvres sont aujourd'hui un support inédit pour comprendre l'effort de propagande.

Fiche pour les élèves : Les combats (1)



Vitrine n° 130

Assiette dodécagonale *La Voie Sacrée*
Épisode de la Grande Guerre
Porcelaine dure
Manufacture Lanternier
Dessin de Job
Limoges, vers 1917
Don Lanternier, 1919
ADL 2751

Observe les différentes parties de cette assiette et réponds aux questions ci-dessous.

1- Après avoir observé le décor du bassin de l'assiette, décris le soldat représenté au premier plan. Quel est son équipement ? Que fait-il ?

2- Qu'a représenté l'artiste au second et à l'arrière plans ?

3- Quels éléments composent le décor de l'aile de l'assiette ?

À partir de ce que tu as observé, effectue l'analyse de l'œuvre.

4- *Qu'appelle-t-on la Voie sacrée ?*

5- *À quelle bataille cette assiette fait-elle référence ? Peux-tu en rappeler les dates ?*

6- *Explique le lien entre l'inscription présente sur l'aile et le décor du bassin ?*

7- *Dans quels buts ces « assiettes parlantes » ont-elles été produites ?*

-

-

Fiche enseignant : Les combats (1)

Toutes les assiettes de cette série sont dodécagonales.

Réponses aux questions :

1- Un soldat est représenté au premier plan dans le bassin de l'assiette. Il est vêtu de l'uniforme des fantassins, une **vareuse « bleu horizon »** (qui remplace les capotes bleues et les pantalons rouge garance à partir de 1915). Ses mollets sont recouverts de **bandes molletières**, réalisées en draps de laine. Il porte un **képi**. Sa **besace** est tenue en bandoulière. Son cou est protégé par une **écharpe**. Il est chaussé de **brodequins**. Il casse des cailloux. En effet, des carrières étaient creusées tout le long de la route et des soldats jetaient en permanence des cailloux sous les roues des camions pour boucher des ornières.

2- Au second plan, l'artiste a représenté une file de camions qui serpente avec difficulté sur la route. On aperçoit l'aspect boueux de cette dernière et des traces de passage des véhicules.

3- Sur l'aile de l'assiette, le décor est dit « secondaire ». Il est composé de branches de lauriers interrompues par des explosions, et d'une inscription « *La voie sacrée : hardi ! Bonhomme frappe et casse ! Le pays vient il faut qu'il passe* ».

4 et 5- La « *Voie sacrée* », appelée aussi « *Voie sacrée nationale* », est la route qui relie Bar-le-Duc à Verdun, dans le département de la Meuse, en Lorraine. Longue de 60 kilomètres, elle fut l'artère principale de la bataille de Verdun (21 février – 19 décembre 1916). Elle est baptisée « *Voie sacrée* » en référence à l'antique *Via Sacra* romaine menant au triomphe. Cette voie devait être entretenue en permanence, car les camions de transport de matériel et de troupes y défilèrent sans arrêt au rythme d'un véhicule toutes les treize secondes en moyenne. Durant l'été 1916, 90 000 hommes et 50 000 tonnes de munitions, de ravitaillement et de matériel l'empruntaient chaque semaine pour alimenter « l'enfer de Verdun ». Si un véhicule tombait en panne, il était immédiatement poussé dans le fossé pour ne pas gêner la circulation. Ce flot incessant de véhicules est appelé « *noria* ».

6- L'inscription « *La voie sacrée : hardi ! Bonhomme frappe et casse ! Le pays vient il faut qu'il passe* » évoque le rôle de ce soldat dans l'entretien de cette route. Elle évoque aussi le fait qu'une part très importante des troupes françaises a participé à cette bataille : 70 divisions sur 95 au total.

7- L'expression « assiettes parlantes » renvoie aux inscriptions présentes sur l'aile des assiettes. Ces « assiettes parlantes » ont pour but d'éviter le défaitisme et de faire de la propagande à l'arrière du front. Elles participent à la notion de « guerre totale ».

Fiche pour les élèves : Les combats (2)



Vitrine n° 130

Assiette *La guerre aérienne*

Porcelaine dure

Manufacture Haviland

Décor d'Eugène Alluaud

Limoges, 1916

Acquisition, 1991

ADL 9929

Observe cette assiette et réponds aux questions ci-dessous.

1- Quels éléments du bassin font directement référence à la guerre ?

2- De quel aspect de la guerre s'agit-il ?

3- Compare les couleurs avec celles de l'assiette précédente.

- couleurs de cette assiette :

- couleurs de l'assiette de Job et Lanternier :

Effectue maintenant l'analyse :

4- Quels éléments du décor font référence à la France et suggèrent une victoire prochaine de l'armée française ?

5- Quels éléments du décor font référence à Limoges ou au Limousin ?

6- Selon toi, dans quels buts ces assiettes étaient-elles produites ?

-

-

Fiche enseignant : Les combats (2)

Réponses aux questions :

1- Le **canon**, **l'avion** et les **inscriptions** « Guerre 1914-1916 » et « La guerre aérienne » font directement référence à la guerre.

2- Cette assiette évoque une guerre plus moderne qui est un des aspects essentiels de la Grande Guerre. Alors que l'arme aérienne en est encore à ses balbutiements au début du conflit, elle connaît à partir de 1916 une mutation capitale par l'augmentation de la vitesse, de l'agilité, de la capacité d'ascension rapide, de l'aisance de vol et la mise au point de machines plus robustes. On note parallèlement la spécialisation croissante des appareils (reconnaissance, chasse ou bombardement), la tendance à l'étoffement des escadrilles et une série d'innovations (dont le tir de mitrailleuse à travers l'hélice) qui démultiplient les moyens de combat.

3- Les décors de cette assiette sont de couleurs verte, brune, jaune, avec des touches de bleu et de rouge qui rehaussent l'ensemble. Sur l'assiette de Job et Lanternier, les couleurs sont sobres, sans rehauts particuliers, gris, brun, vert et bleu.

4- La France est symbolisée par le **drapeau français** et la **cocarde** tricolore sur les ailes de l'avion. Les **branches de laurier** suggèrent la victoire prochaine de la France.

5- La ville de Limoges et le Limousin sont également présents sur cette assiette à travers la branche de châtaignier, le blason de Limoges, mais aussi par l'inscription « Journées du Limousin ».

6- Ces assiettes ont été vendues très cher au profit des œuvres sociales de l'armée. Elles participent également à l'effort de propagande, en délivrant une vision glorieuse et héroïque des combats.



Vitrine n° 130

Assiette dodécagonale « *La Marraine* »

Épisode de la Grande Guerre

Porcelaine dure

Manufacture Lanternier

Dessin de Job

Limoges, vers 1917

Don Lanternier 1919

ADL 2752

Observe les différentes parties de cette assiette et réponds aux questions ci-dessous.

1- Que peut-on dire des décors de l'aile ?

2- Décris les personnages représentés sur le bassin.

- le soldat (vêtements, équipement et position) :

- la marraine (sa taille, ses vêtements et ses attributs) :

3- Explique ce qu'est une « marraine de guerre » ?

4- Pourquoi l'artiste a-t-il représenté cette « marraine de guerre » avec une poupée alsacienne sur son bras gauche ?

5- Explique l'inscription inscrite sur l'aile de l'assiette.

Fiche enseignant : La vie au front

Réponses aux questions :

1- Les décors de l'aile sont les mêmes que ceux des autres assiettes de la série de Job et Lanternier.

2- Le soldat est vêtu d'une longue capote « bleu horizon », mais elle est élimée. Il porte des bandes molletières et la croix de guerre sur le pan gauche du manteau. Il porte une musette en bandoulière sur chaque côté, un bidon et un casque. Il se tient debout, jambes écartées, la main droite tenant un bâton torsadé qui est un attribut des poilus souvent représenté. Il fume la pipe et tient une petite fille par la main gauche.

La marraine est représentée debout, la tête tournée vers le soldat. Ce qui frappe ici est la taille de la jeune fille puisqu'il s'agit plutôt d'une fillette. Elle est vêtue d'une robe, de chaussettes et d'un ruban rouges, et d'une tablier blanc. Elle tient sur son bras gauche une poupée alsacienne.

3- La « marraine de guerre » est le surnom des femmes qui entretiennent une correspondance épistolaire avec des soldats coupés de leur famille. Elles pouvaient parfois lui envoyer des provisions (vêtements, nourriture). Relayée par des associations et des journaux et née à la fin de l'année 1914, cette idée est d'abord bien accueillie au nom de l'Union sacrée. Mais elle déplaît rapidement aux conservateurs qui dénoncent ces « *flirts épistolaires* ».

4- La poupée alsacienne qu'elle porte sur son bras gauche évoque la perte de l'Alsace-Moselle en 1871, appelée alors les « *provinces perdues* », et que les Français espèrent récupérer.

5- L'expression « *Mon filleul, que vous êtes grand ! C'est pour mieux t'aimer mon enfant* » fait allusion à l'Alsace symbolisée ici par la petite fille qui porte la poupée. Le terme « grand » se rapporte non seulement à la taille du poilu mais aussi à sa grandeur en tant que soldat qui permettra au pays de retrouver les « *provinces perdues* ».

Fiche pour les élèves : Les conséquences sur la production (1)

Dirige-toi à présent vers la vitrine murale à droite de la vitrine n° 130.



La guerre a modifié l'économie du pays. À la différence d'autres industries (armement, ravitaillement), l'industrie porcelainière n'était pas prioritaire pour l'approvisionnement en matières premières comme le charbon, le bois et le plâtre, ce qui a rendu la production chère et difficile. Dès lors, l'industrie porcelainière va chercher à adapter sa production, entraînant l'apparition de nouveaux objets qui témoignent d'une période d'intense créativité.

1- Quelle main-d'œuvre est désormais majoritairement employée ? Trouve deux explications.

2- Cite deux types d'objets qui vont être fabriqués à partir de cette période ?

-

-

3- Pour quelles raisons ?

-

-

-

Fiche enseignant : Les conséquences sur la production (1)

Réponses aux questions :

1- Les hommes étant envoyés sur le front, de nombreuses **femmes** sont employées dans les manufactures de porcelaine. Ce travail est nécessaire afin que les femmes puissent gagner de l'argent et nourrir ainsi leur famille.

2- Les productions de **têtes de poupées** et de **fèves** vont commencer à Limoges lors du premier conflit mondial.

À la veille de la Première Guerre mondiale, la production allemande domine l'industrie du jouet, et particulièrement des poupées. Lorsque le conflit éclate, les Français débute également une production de jouets. Plusieurs porcelainiers se lancent dans la fabrication de têtes de poupées estampillées « Limoges France », Lanternier, Guérin et Balleroy.

Ces poupées portaient parfois des noms, comme la « Favorite » exposée dans la vitrine. Les têtes de poupées présentées à côté illustrent le processus de décoration, du biscuit blanc à la tête décorée par vaporisation et rehauts aux traits de pinceau.

Pour la seule année 1917, la manufacture Lanternier produisit plus de 182 819 têtes de poupées, sur une production totale évaluée à Limoges à près de 320 000 têtes.

Dès 1915, la manufacture Ducongé débute la fabrication des fèves après une rencontre avec un pâtissier de Limoges, Blémond. Comme les poupées, la plupart des fèves était fabriquée en Allemagne avant le début de la guerre.

3- La production de ces objets s'explique donc par un recours à la main-d'œuvre des femmes dont on essaye d'exploiter au mieux l'adresse et la délicatesse, l'arrêt des importations depuis l'Allemagne, le développement de l'industrie du jouet et la possibilité de rentabiliser les cuissons grâce à la petite taille des objets.

Fiche pour les élèves : Les conséquences sur la production (2)

Afin de faire face aux difficultés économiques, aux problèmes d'approvisionnement en matières premières et combustibles, la manufacture Théodore Haviland demande en 1915 au sculpteur Édouard-Marcel Sandoz de réaliser de petits objets utilitaires.

En raison du coût des droits relatifs à la reproduction des œuvres d'art, il nous est impossible de vous proposer le visuel de l'œuvre retenue.

Vous pouvez la découvrir en consultant le site de l'agence photo de la RMN-GP :

<http://www.photo.rmn.fr/C.aspx?VP3=SearchResult&VIBID=2CO5PCKLOP6E&SMLS=1&RW=1920&RH=905>

Vitrine n° 134

Salières Cobaye et Grenouille

Porcelaine dure

Manufacture Théodore Haviland

Modèle d'Édouard-Marcel Sandoz

Limoges, 1916-1917

Don association Adrien Dubouché,

2007

© ADAGP

ADL 11782 et ADL 11783

1- À quoi servent ces objets ?

2- Pour quelles raisons la manufacture Théodore Haviland fait-elle réaliser de tels objets ?

3- Que peut-on dire de ces objets ?

Fiche enseignant : Les conséquences sur la production (2)

Édouard-Marcel Sandoz est un sculpteur animalier d'origine suisse. Pendant la Première Guerre mondiale, il cherche de nouveaux matériaux avec lesquels s'exprimer. C'est ainsi qu'il entre en relation avec la manufacture Théodore Haviland de Limoges.

Réponses aux questions :

1- Ces deux objets sont des salières, l'une en forme de cobaye et l'autre de grenouille. Ils s'inscrivent dans la tradition des objets de table produits à Limoges depuis le XVIII^e siècle.

2- La production de ces objets permet de combler les espaces vides dans les fours et ainsi de rentabiliser les cuissons. En effet, l'approvisionnement en charbon des manufactures de porcelaine n'était plus une priorité, de même que le plâtre pour les moules était devenu cher.

3- Ces objets témoignent d'une volonté d'introduire un certain humour dans la production de porcelaine, mais surtout de renouveler les formes et les décors.

C'est également à cette période que Sandoz réalise les pichets-oie, les bonbonnières canard ou les plateaux et tasses « Vagues ». Au total, près de 80 objets seront créés par Sandoz pour la manufacture Théodore Haviland entre 1915 et 1919.

Ressources documentaires et bibliographie

- ALBIS (d') Jean et ROMANET Céleste, *La porcelaine de Limoges*, Édition Sous le Vent, Paris, 1980.
- BARON Alain, *Histoire de la porcelaine de Limoges*, Terres Vivantes, Édition René Dessagne, 1986.
- CAPOT Stéphane et VALADE Jean-Michel, *Limousin 14-18. Un abécédaire de la Grande Guerre en Corrèze, Creuse et Haute-Vienne*, Les Ardents Éditeurs, collection Carrément Patrimoine, octobre 2008.
- CUENCA Catherine, *La Marraine de guerre*, Éditions Hachette, Collection Le Livre de Poche, 2001.
- DECONCHAT Élisabeth, *Des poupées signées Limoges*, Éditions du Dauphin, 2013.
- DUCOURTIEUX Paul, *Histoire de Limoges*, Limoges, 1925.
- MESLIN-PERRIER Chantal, SEGONDS-PERRIER Marie, *Limoges, deux siècles de porcelaine*, Les Éditions de l'Amateur, Paris, 2002.
- PERROUAS Louis (dir.), *Histoire de Limoges*, 1989.
- VEYRINAUD Georges, *Histoire de Limoges*, CRDP, 1973.
- *Édouard Marcel Sandoz, De la sculpture à la porcelaine*, Réunion des Musées Nationaux – Grand Palais, 1999.

Crédits photos

- p 2 Musée national Adrien Dubouché, Limoges : vue de la salle consacrée à la porcelaine de Limoges (vitrines conques et signalétique en porcelaine). © RMN-Grand Palais (Limoges, Cité de la céramique) / René-Gabriel Ojéda
- p 2, 12 et 18 Assiettes dodécagonales. Épisodes de la Grande Guerre, porcelaine dure, Manufacture Lanternier. Dessin de Job. Limoges, vers 1917. © Musée national Adrien Dubouché / Cité de la céramique – Sèvres & Limoges
- p 2 Assiette « *Un bleuét* », porcelaine dure, Manufacture Haviland. Décor d'Eugène Alluau. Limoges, 1916. © Musée national Adrien Dubouché / Cité de la céramique – Sèvres & Limoges
- p 15 Assiette « *La guerre aérienne* », porcelaine dure, Manufacture Haviland. Décor d'Eugène Alluau. Limoges, 1916. © RMN-Grand Palais (Limoges, Cité de la céramique) / Tony Querrec
- p 21 Poupée, porcelaine dure, modèle d'Édouard Tasson, Manufacture Lanternier. Limoges, vers 1915. Acquisition 2000. © RMN - Grand Palais (Limoges, Cité de la céramique) / Hervé Lewandowski
- p 23 *Salières Cobaye et Grenouille*, porcelaine dure, Manufacture Théodore Haviland, modèle d'Édouard-Marcel Sandoz, Limoges, 1916-1917. Don association Adrien Dubouché, 2007. © ADAGP. © RMN-Grand Palais (Limoges, Cité de la céramique) / Jean-Gilles Berizzi
- p 30 Musée national Adrien Dubouché, Limoges : façade de Boris Podrecca © RMN (Limoges, Cité de la céramique) / Martine Beck-Coppola

Informations pratiques

Musée national Adrien Dubouché

Cité de la céramique – Sèvres & Limoges

8^{bis}, place Winston Churchill

87000 Limoges

Tél : +33 (0)5 55 33 08 50

www.musee-adriendubouche.fr

Horaires

Le musée est ouvert tous les jours, sauf le mardi,
de 10 h à 12 h 30 et de 14 h à 17 h 45.

Le musée est accessible aux personnes à mobilité réduite

Tarifs et réservation

L'accès aux collections est gratuit pour les moins de 26 ans, les enseignants en activité, les accompagnateurs de groupe.

Afin d'accueillir l'ensemble des groupes dans les meilleures conditions, nous vous prions de bien vouloir réserver votre visite libre ou accompagnée :

- par téléphone, auprès du service des publics : 05 55 33 08 58
- par courriel : delphine.de-boisseson@limogesciteceramique.fr

L'accueil des groupes est possible de 10 h à 12 h 30 et 14 h à 17 h 45.

Les groupes sont constitués de 30 élèves maximum.

Accès

Bus : n° 6 ou n° 8

Autocar : parking réservé aux autocaristes devant le musée.

Voiture : parking payant de 600 places devant le musée et deux parkings souterrains payants place d'Aine et place de la Motte.



Service des publics, de la communication et des partenariats

En partenariat avec la Délégation à l'éducation artistique et l'action culturelle
(DAAC) du Rectorat

Musée national Adrien Dubouché

Cité de la céramique – Sèvres & Limoges

8^{bis}, place Winston Churchill

87000 Limoges

Tél : 05 55 33 08 50

www.musee-adriendubouche.fr