

Patois et marketing : l'union libre

Autor(en): **Rossier, Serge**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Cahiers du Musée gruérien**

Band (Jahr): **13 (2021)**

PDF erstellt am: **24.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1048036>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Patois et marketing

L'union libre

Les annonces en patois dans les journaux régionaux ne sont pas nombreuses. L'absence de norme graphique pour une langue orale et les injonctions officielles incitant à privilégier le français sont bien parvenues à raréfier le gruérin. Les 45 annonces de notre corpus d'étude (réclames commerciales ou événementielles, souvent bilingues) sont échelonnées entre 1908 et 1960 et démontrent la plasticité du patois: lorsqu'il essaie de s'adapter à certaines contraintes de la modernité, il y parvient, le bougre !

Notre recherche de « réclames » en patois à travers la presse régionale n'est que partielle. Des sondages ont été effectués dans *La Feuille d'Avis de Bulle* (entre 1908 et 1930), dans *Le Fribourgeois* (entre 1868 et 1930) et dans *L'Ami du Peuple* (entre 1863 et 1920). Quant à *La Liberté* (1871–1960) et à *La Gruyère* (1882–1960), les recherches se sont faites via la plateforme des journaux numérisés en ligne (e-newspaperarchives.ch). Nous n'avons trouvé aucune annonce en patois dans *Le Fribourgeois* entre 1868 et 1930. Pour ce journal catholique et conservateur, imprimé à Bulle de 1868 à 1978, seul un dépouillement complet et systématique permettrait de déduire de cette absence une hypothèse.

Si les mots *réclame* et *publicité* sont souvent employés indistinctement, rappelons que la « réclame » désigne toute publicité commerciale sous forme d'encart paru dans la presse écrite, avec une visée à court terme. La réclame est essentiellement constituée d'un texte composé pour attirer l'attention sur un produit, sur une promotion commerciale, un magasin, un événement ponctuel, etc. Les éléments graphiques dans une réclame sont généralement secondaires, se limitant à des variations de tailles et de polices d'écriture (fig. 1). La réclame, comme procédé marketing, est historiquement liée au début de la production et de la consommation de masse, même si ses origines remontent bien plus loin.



(fig. 1)

Aux armaillis du canton !

Ne partez pas à l'alpage sans avoir dans votre poche de bredzon le livre de Tobi **Un Tablier d'éclairs** qui vous fera éclater de rire tout l'été. Envoyez seulement **Fr. 3.50** à **l'Imprimerie Commerciale à BULLE** pour le recevoir franco.

Feuille d'Avis de la ville de Bulle, 14 avril 1909

Les quarante-cinq réclames en patois et/ou bilingues de notre corpus attirent l'attention des chalands sur des produits de consommation courante (vêtements, chaussures, corsets, livres en patois, etc.) Elles servent aussi parfois à faire la promotion d'un événement festif, populaire et traditionnel (Saint-Denis, Bénichon, Recrotzon). Parfois, elles incitent à se déplacer pour une spécialité culinaire comme la fondue ou la chasse; plus tardivement, pour un spectacle ou un théâtre en patois (fig. 2 et 3):

Civet de lièvre
au CAFÉ FRIBOURGEOIS, BULLE
Samedi 25 septembre, dès 18 heures.
Avis aux gourmets !
 Nè pâ dou brakounâ è nè pâ mindro po chin.

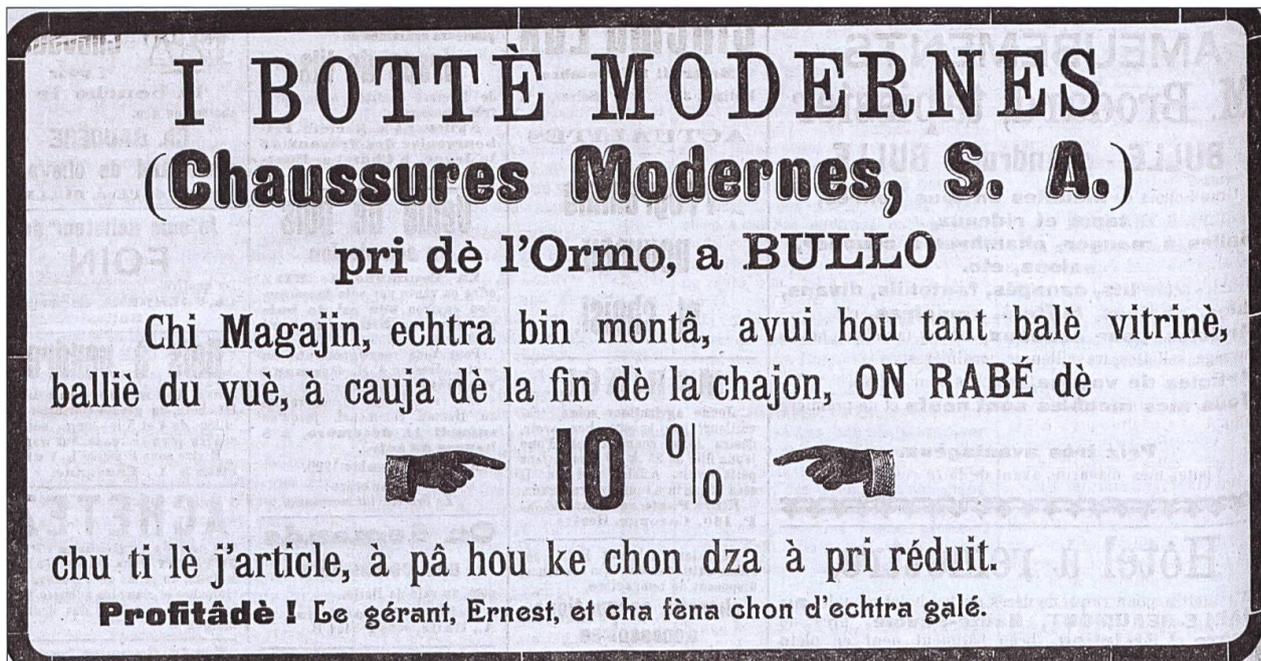
(fig. 2)
 Ce n'est pas du braconné et il n'est pas moins bon pour autant.
 La Gruyère, 24 septembre 1926

Tiè fan-no a la bénichon ?
 No van trôvâ *Léxi de la Tzenô*
ou Chin Dzoârdzo a Grevire 
ORKESTRE BENZO,
 ouna mujika a fér'alâ lè-j-êrtè i-j-anhyan. Ly danthon a chokrê din n'a balla châla. Di somelyère po hou ke n'an rin dè miya. Dou vin a chè lèchi lè potè le richto dè cha ya.
Kan vo cheri intrâ vo n'in vudri pâ rè chalyi. h1359b

(fig. 3)
Que faisons-nous à la bénichon ?
 Nous allons voir Alexis de la Chenau **au Saint-Georges à Gruyères**

Orchestre Benzo
 Une musique à faire bouger les doigts de pieds des vieux. On y danse à l'abri dans une belle salle. Des sommelières pour ceux qui n'ont pas de bonne amie. Du vin à se lécher les lèvres le reste de sa vie.
 Quand vous serez entré vous ne voudrez pas en ressortir.
Feuille d'Avis de la ville de Bulle, 7 octobre 1908

Souvent bilingues, avec une dominante en français ou, plus rarement, en patois, ces publicités sont utilitaires d'abord, mais elles font appel au pittoresque langagier et à l'humour pour toucher des locuteurs dont l'imaginaire est encore celui de leur langue maternelle. La maîtrise des tournures employées dans ces pubs (comme le constate Anne-Marie Yerly qui les a traduites) prouve que les auteurs ont le patois pour langue première. La graphie qui y est présentée est phonétique et hasardeuse et l'on ne s'embarrasse pas pour « patoisier » le français lorsque c'est nécessaire! (fig. 4)



(fig. 4)

AUX CHAUSSURES MODERNES (Chaussures Modernes, S. A.)

près de l'Orme, à BULLE

Ce magasin, bien monté avec ses tant belles vitrines donne à voir depuis aujourd'hui, à cause de la fin de la saison, UN RABAIS de 10% sur des articles, excepté sur ceux qui sont déjà à prix réduit.

Profitez! Le gérant Ernest et sa femme sont fort aimables.

La Gruyère, 7 décembre 1920

À plusieurs reprises, patoisants et chercheurs ont mis en évidence – à juste titre – que le patois a été confisqué par des élites patriarcales (hommes de pouvoir, d'Église, personnalités régionales) et qu'il s'en est trouvé appauvri, réduit à une langue utilitaire, cataloguée rurale, conservatrice et masculine. Au travers des publicités rassemblées dans notre corpus, l'on retrouve un peu de cette part féminine du patois, notamment pour les commerces d'habits, un créneau où les femmes jouent un rôle prédominant, même lorsqu'il s'agit d'habiller « leur(s) homme(s) ». Ainsi, en est-il des réclames pour le magasin *A l'Armailli*: la tenancière Rosa Kolly (qui tiendra dès 1934 un magasin de radios et un atelier de réparation avec son mari à la Grand-Rue de Bulle) conclut presque systématiquement ses annonces en français par une formule de motivation d'achat en patois. (fig. 5 et 6)

Autres formules « marketing » trouvées dans les « réclames » pour le magasin « A l'Armailli »

« On bon chigâre po lè j'omo ;

On bi motchia po lè fèmallè. (*La Gruyère*, 31 mars 1925)

Un bon cigare pour les hommes ;

Un beau mouchoir pour les dames.

« À ti hon ke j'adziton oun'âillion dè tridzo, on baillè ouna bala pupa. » (*La Gruyère*, 28 avril 1925).

À tous ceux qui achètent un habit de triège, on donne une belle pipe.

« On kadô utilo po le boun'an a ti lè klian, mimo a hou ke ne chon djémé vugnu. » (*La Gruyère*, 21 décembre 1925).

Un cadeau utile pour le Nouvel-An à tous les clients, même à ceux qui ne sont jamais venus.

« No derin i-j'omo chin kè fudrè adzetâ po la fgena ou bib po la myia. » (*La Gruyère*, 30 novembre 1926)

Nous dirons aux hommes ce qu'il faudrait acheter pour la femme ou pour la bonne amie.

« L'èrzin kon pouartè vè Rosa lyè bin pièthyi ! » (*La Gruyère*, 20 novembre 1928)

L'argent qu'on porte chez Rosa est bien placé.

„A l'Armailli“

!! OCCASIONS UNIQUES !!

1 lot	Gilets de chasse,	depuis .	Fr. 7.—
»	Maillots militaires	»	6.95
»	Draps de lits molletonnés	»	6.90
»	Maillots enfants,	toutes teintes.	
»	Chemises hommes	depuis	4.50

Laine du pays. Milaine extra.

Timbres-ecompte. R. KOLLY.

Che vo volè un bl kadô, ôtyè dè bin, et churto dè bon martchyi, i vo fè dielâ chî magajin „A l'Armailli“; l'yè inke ke vo trâvèri chin ke vo tzerchidè; ma dèpattz-dè-vo!

(fig. 5)

Si vous voulez un beau cadeau, quelque chose de bien et surtout bon marché, il vous faut guetter ce magasin « À l'Armailli » ; c'est ici que vous trouverez ce que vous cherchez ; mais dépêchez-vous !
La Gruyère, 15 décembre 1925

„A L'ARMALLI“

Dépêchez-vous, jusqu'au 15 :

1 lot lingerie p. Dames, jolie tolle.

1 lot bas couleur et blanc, beau fil d'Ecosse, 1.75

1 lot Robes d'été, 45 à 65 de long.

1 lot Tabliers de Dames.

Kan bin lè bon martchi, n'è topari pâ de la kamelote.

(fig. 6)

Quand bien même c'est bon marché, ce n'est quand même pas de la camelote.
La Gruyère, 6 juillet 1926

La majorité des annonces publicitaires de notre corpus – en patois, ou recourant à une formule incitative en patois – sont produites par des femmes, s’adressent principalement à des femmes, ou à des hommes qui souhaitent faire plaisir à des femmes. Certaines réclames concernent le maintien féminin. Ainsi en est-il des réclames que fait insérer Agnès Clément du Mouret, « voyageuse de la maison Duga » (*La Gruyère*, 16 février 1965) et « corsetière réputée » (*La Gruyère*, 22 juillet 1976). Elle propose des corsets sur mesure entre 1945 et 1960. Pour attirer l’attention, Agnès Clément n’hésite pas à donner la parole aux femmes, à les faire parler du corps féminin pour le mettre en valeur – même si c’est pour le soumettre aux rigueurs d’un corset. Poétique, ironique, avec un peu d’impertinence, le patois d’Agnès Clément est une langue en liberté non surveillée. (fig. 7, 8, 9)

*La bouna roja fo a dreysi totes lé balès hya,
On bi et bon corset nin fo a tan po lé fémalés
Ma nin fô ion a* **Agnès Clément dou Mouret**
por mèchon lé melya.

(fig. 7)

La bonne rosée fait se redresser toutes les belles fleurs,
Un beau et bon corset en fait autant pour les femmes
Mais il en faut un (qui a été fait) par Agnès Clément du Mouret
Pour moi ce sont les meilleurs.
La Gruyère, 24 mai 1945

*Chu jou dobedja de dre ouna
dzanhyè a me n’omo.
Li ié de ke nouthrè kayion ne fajan rinmé
et ke falyi alâ lè vindre a Bullo.
Lè tié on akujon por alâ prindre méjera po on corset vè
**Agnès Clément ke ché travèrè ou Chint Metchi,
le dzoa de la fère.** 11761 F*

(fig. 8)

J’ai été obligée de dire un mensonge à mon homme. Je lui ai dit que nos cochons ne fai-saient plus rien (ne prenaient plus de poids) et qu’il fallait aller les vendre à Bulle.
Ce n’est qu’un motif pour aller prendre mesure pour un corset chez Agnès Clément qui se trouve au Saint-Michel le jour de la foire.
La Gruyère, 4 mars 1947

*Chti an lé on n'an brejevire.
Chin lé difichilo a ékrirre.
Ma lé di bon j'an po j'alogné é poupon
Che chti an lé pa bon, gnaba po le balon.
Po pachâ chti tin pénabio, bravé fémalé,
Portadé on bi, bon é choldo corset ;
Ma on vretabio, ke vo j'oudré kemîn on gan
Pochin nin fo ion chigni : Agnès CLÉMENT.
Chéré a la fère dé Bullo, ou Chin Metchi,
Po vo prindre méjera é vo fère piéji,
dè 8 h. 30 à 11 h. 30.*

(fig. 9)

Cette année est une année bissextile, ceci est difficile à écrire.

Mais ce sont de bons ans pour noisettes et poupons.

Si cet an-là n'est pas bon, c'est nul pour le «ballon».

Pour passer ces temps pénibles, braves femmes, portez un beau, bon et solide corset.

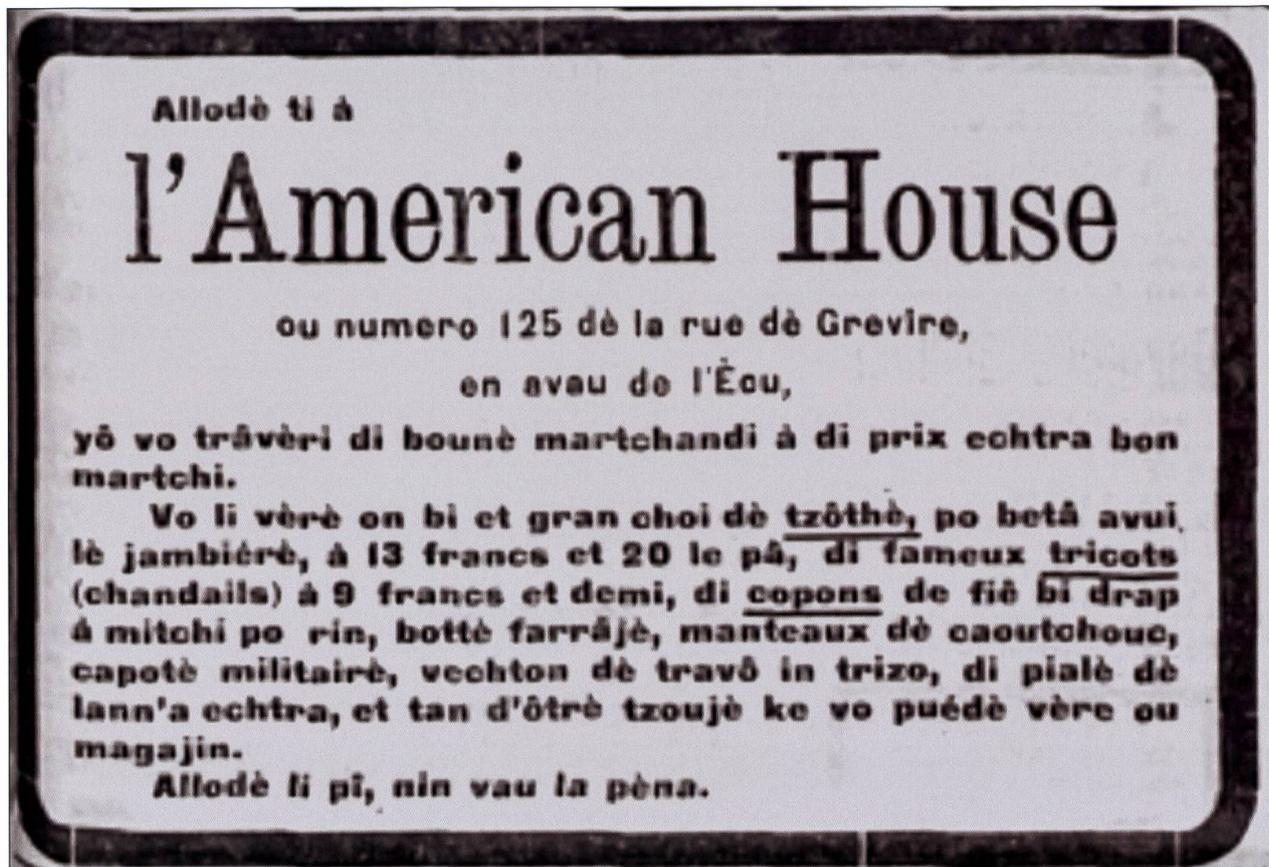
Mais, un véritable, qui vous ira comme un gant. Pour cela il en faut un signé: Agnès Clément.

Elle sera à la foire de Bulle, au Saint-Michel pour prendre vos mesures et vous faire plaisir,
de 8 h. 30 à 11 h. 30.

La Gruyère, 2 mars 1948

Si la rareté du *gruérin* dans la publicité cantonne ces annonces au rang de curiosités, il n'en demeure pas moins qu'un tel recours pour produire slogans et réclames prouve la faculté du patois à exprimer le monde moderne et sa capacité à s'y inscrire. Le patois parvient à s'accommoder – sans forte tension – des techniques naissantes du marketing alors que se développe la consommation de masse. Et, à l'inverse des *a priori* si souvent affirmés, comme l'illustre l'enseigne À l'American House, même la mondialisation ne lui aurait pas fait peur ?

Serge Rossier



(fig. 10)

Allez tous à l'American House au numéro 25 de la rue de Gruyères, en dessous de l'Écu,

Vous y trouverez de bonnes marchandises à des prix très bon marché.

Vous y verrez un beau et grand choix de pantalons, pour mettre avec les jambières, à 13.20 francs la paire, de fameux tricots (chandails) à 9.50 francs, des coupons de très beaux tissus à moitié pour rien, souliers ferrés, manteaux de caoutchouc, capotes militaires, vestes de travail en triège, des chaussettes de laine extra et tant d'autres choses que vous pourrez voir au magasin.

Allez-y donc, ça en vaut la peine.

La Gruyère, 7 décembre 1920

Bouna chervynta

Y dèmando ouna brâva pèrchena, d'on chertain âdzo
dè konfianthe, po fére mon minâdzo, dèvejâ patè avui
le grô chènya et câdre lè boton, ~~pa~~ de travô pénâblyo.
Fére lè j'offres écrites à :

Louis MOURON (Lolo d'Épindé), à YVONAND (Vaud)
(anc. propr. de l'Hôtel de la Gare).

Ch'ti l'evê no jarin le chôfage central è la machine a
lavâ.

(fig. 11)

Bonne servante

Je demande une brave personne d'un certain âge de confiance, pour faire mon ménage, parler patois avec le grand-père et coudre les boutons, pas de travaux pénibles.

Faire les offres par écrit à : Louis Mouron (Lolo d'Épendes), à Yvonand (Vaud)
(anc. propr. de l'Hôtel de la Gare).

Cet hiver nous aurons le chauffage central et la machine à laver.

La Gruyère, 5 juin 1962