

## Edito

### “à contre-courant”

A l'heure où vous allez pouvoir visionner (avec une loupe ?) la bande annonce d'un film sur votre téléphone portable en vous postant simplement devant son affiche (qui contiendra une puce), je me sens en total décalage avec le monde actuel.

La technologie galopante (et coûteuse) côtoie un assistanat devenu généralisé, trop banalisé et, de ce fait, de plus en plus pesant.

Ramant depuis bien des années à contre-courant, puisque équilibrant mon budget tout en refusant de réclamer des subventions, j'avais fini par croire que j'étais tombé de la lune hier matin ! Je suis tout de même tombé sur la tête car je vais proposer des prix en baisse pour 2005, alors que les tarifs postaux augmentent...

A cela, point de miracle. La solution est dans ces petits tirages numériques qui nous permettent d'investir vingt fois moins que pour une impression offset "classique". Le prix de revient unitaire est un peu plus élevé mais il n'y a pas de stocks d'in-vendus, d'autant plus énormes qu'ils auraient été subventionnés.

Puisque nos lecteurs sont encore trop peu nombreux, nous n'avons que faire de tirages volumineux. Il faut donc féliciter notre imprimeur, qui donne le meilleur de lui-même pour nous satisfaire.

Nous agissons donc tous en éco-citoyens et j'en suis fier, d'autant que la réception des textes illustrés que vous allez découvrir au fil de ces pages a été pour moi un formidable encouragement. Je n'ai plus l'impression d'être seul à faire autre chose que... de la poudre aux yeux.

Même si cela leur coûte, il existe donc des gens passionnés qui font de la recherche par plaisir, ou plutôt pour un certain idéal, car c'est bien d'un travail qu'il s'agit. Et même si cela paraît totalement inutile aux yeux de ceux qui ne croient qu'au progrès matériel, soyons fiers de faire avancer la connaissance.

Tant que je le pourrai, je persisterai donc à mettre en page textes et images pour rendre au moins service à ceux qui croient que nous ne ramons pas dans le désert (le désert si cher à Théodore Monod). Merci à tous.

Jacques Bontillot,  
président des Amis de la faïence fine.

## Sommaire

- Jacques BONTILLOT : *La pêche dans les assiettes de Creil & Montereau.*

pages 2-5

- Bernard RICHARD, Hervé LEPORI, Daniel SAGLIER : *Victor Saglier, importateur de produits anglais, orfèvre et homme politique (1809-1894)*

pages 5-11

- Claude WITKOWSKI : *Les illustrations de Tony Johannot pour la série Don Quichotte de Creil & Montereau.*

pages 12-18

- Michel HEUSCH : *Un bol au décor "Aubépine" à Saint-Amand.*

page 18

- Jacques BONTILLOT : *Séries, décors et services de Creil & Montereau : Essai de définitions.*

pages 19-22

- Jan OBRELSKI : *Bimbeloterie aux décors manuels à la manufacture du Boutras de Grigny (Rhône).*



Bimbeloterie de Grigny.  
Photo J. Obrelski



La pêche. Photo J. Bontillot



Tasse à thé en porcelaine anglaise de Minton. Photo B. Richard

## Séries, décors et services de Creil & Montereau : Essai de définitions

par  
Jacques BONTILLOT

Les assiettes ont toujours été vendues à la douzaine...

Au début, elles étaient blanches ou décorées de motifs floraux, quasi identiques, peints à la main.

### LES SÉRIES :

Dès qu'on a commencé à imprimer sur faïence, la possibilité de multiplier les décors a permis d'illustrer un thème à la mode avec un certain nombre de vues différentes. Cette notion engendra les séries.

Qu'est-ce qu'une série ?

Il s'agit d'un ensemble de 12 assiettes dont les vignettes illustrent un même thème.

La vignette est la vue qui est imprimée au centre de l'assiette.

Pour reconstituer la série, il ne s'agit pas de regrouper des assiettes ayant une bordure identique, comme on l'a fait trop souvent, mais de rassembler 12 vignettes ayant plusieurs caractéristiques communes : thème, style de gravure, forme et disposition des lettres de la légende, à défaut du titre de série et de légendes numérotées présentes seulement dans la seconde moitié du XIX<sup>ème</sup> siècle (1).

### LES DÉCORS :

On appelle habituellement "décor" le motif décoratif d'un objet. On dit, par exemple : un pot à eau au décor floral, une assiette au décor chinois. Il est alors fait allusion au thème ou au style décoratif évoqué par la vue de l'objet.

On dit aussi : une théière au décor Japon (fig.1), une assiette au décor Italien (fig.2). Dans ces derniers cas, il est fait allusion au nom inscrit au dos des pièces du service de table.



fig. 1 - Théière au décor "Japon".

Photo M. Bosquillon



fig. 2 - Assiette au décor "Italien".

Photo J. Bontillot

Pour pouvoir proposer à leur clientèle des décors en harmonie avec la mode du moment, toutes les grandes manufactures de faïence du XIX<sup>ème</sup> siècle eurent une production à la diversité croissante et sans cesse renouvelée. Elles ont donc été obligées de cataloguer leur production en attribuant des noms ou des numéros de décors aux différents ensembles de vaisselle.



En définitive, un décor, au sens du catalogue, est caractérisé par le nom attribué par la manufacture à un ensemble de pièces portant des motifs semblables.

Quand le décor est "à motif unique", toutes les assiettes plates sont identiques, toutes les théières sont identiques, etc.

Quand le décor est "à motifs variés", il existe, soit une vue différente par assiette comme dans le cas du décor "Parisien" (fig. 3 et 4) (il s'agit souvent d'une production des

années 1880), soit 4 ou 5 motifs différents seulement comme dans le cas du décor "Cerisiers" (fig. 5 et 6) (cette disposition économique se rencontre essentiellement à Montereau, après 1895).

#### LES SERVICES :

On parle souvent, bien évidemment, de service de table ou de service à dessert. Cette définition concerne l'ensemble des pièces qui



fig. 3 - Assiette au décor "Parisien".

Photo J. Bontillot



fig. 4 - Assiette au décor "Parisien".

Photo J. Bontillot



fig. 5 - Assiette au décor "Cerisiers".

Photo J. Bontillot



fig. 6 - Assiette au décor "Cerisiers".

Photo J. Bontillot

composent les services en question (2).

Que dire quand un service de table présente, comme on l'a vu plus haut, un décor "Japon" ou quand il est décoré d'un motif appelé "Service Mignon", "Service Napoléon" ou "Service Bruxelles" ?



fig. 7 - Soupière du "Service Mignon". Photo J. Bontillot



fig. 8 - Marque du "Service Mignon".

Y aurait-il des services de table ornés de "décors" et d'autres services ornés bizarrement de "services" ?

La réponse ne nous est apparue que très récemment, grâce à une étude de répartitions spatiale et statistique des décors qui a été confirmée par la découverte d'un tarif de 1908.

Prenons l'exemple de l'appellation *Barbeau* que l'on trouve avec ou sans le préfixe "Service".

Nous avons observé que la mention imprimée "Service" précédant le mot *Barbeau* ne se rencontrait qu'avec la marque Labrador.

Le même décor, s'il possédait une marque C&M, ne portait que le mot *Barbeau*.

Le tarif de 1908 nous indique que "Les services *Henri II* et *Barbeau* se font (également) en Labrador - Email sans plomb".

Il est donc évident que certains services de table et dessert, vendus ordinairement avec une marque C&M, ont été fabriqués au début du 20ème siècle "en marque Labrador", c'est-à-dire avec le nouvel émail sans plomb.

En définitive, quand un décor a été édité avec émail normal, il est identifiable par la seule mention de son nom et une marque C&M.

Quand il a été édité avec émail sans plomb, il possède une marque Labrador, et l'appellation "Service" est imprimée avant le nom du décor.

La mention "Labrador" est donc une marque de reconnaissance correspondant à une nature d'émail et nullement le nom d'un service ou d'un décor comme cela a été écrit en 1980 (3).

Ce n'est pas, non plus, la nouvelle marque appliquée à Montereau après 1895 ou après 1900 comme je l'avais cru (4).

Elle correspond à cette époque, mais ne concerne qu'une partie de la production. Les nombreuses marques C&M coexistèrent donc avec les marques Labrador.

Excepté cette mention de repérage technique qui pourra sans doute encore prêter à confusion, la définition du terme "service" est bien celle d'un ensemble de pièces de vaisselle assorties : service de table, service à dessert, service à café, etc...

Les habitudes : quelques exemples et explications :

La plupart des services de table et dessert présentent un motif identique sur chaque assiette. On peut citer le célèbre décor *Flora*, le décor *Japon*, le décor *Fraise*, etc...

D'autres présentent des motifs différents sur chaque assiette, tout en ayant une

unité stylistique. C'est le cas du décor *Parisien*, du décor *Silhouettes*, ou bien du décor *Crêtes roses*.

Par habitude, on parle aussi bien du "décor Parisien" que du "service Parisien", alors que ce "service au décor à motifs variés" est bien marqué de la simple mention *Parisien*. On parle encore du "décor ou du service Flora" pour décrire un "service au décor à motif unique".

Le mélange inévitable des termes "décor" et "service" dans le langage courant vient du fait que tous ces décors sont appliqués sur des services de table, à dessert, et sur leurs accessoires jadis appelés les "articles détachés" (voir F.D. n° 41).

#### Décor ou Service : singulier ou pluriel.

Il convient donc d'adopter, à mon avis, l'appellation "décor" pour définir chaque élément d'une suite d'assiettes identiques ou variées et de réserver le terme "service" pour définir l'ensemble des pièces affectées à l'usage de la table, quelqu'en soit le décor.

On parlera donc d'une "assiette à dessert au décor Flora" ou de "plusieurs assiettes du service Flora". On dira encore que les assiettes du "service Parisien" ont une unité stylistique mais des motifs différents ou ce plat "au décor Parisien" est joli, etc...etc...

En ce qui concerne la classification de l'immense production du groupe Creil & Montereau, à la charnière du 19ème et du 20ème siècle, il me semble utile de cataloguer correctement les différents décors pour distinguer ceux qui ont été réalisés avec émail normal ou avec émail sans plomb.

Les services de table de cette époque, qui comportent, par exemple, un décor *Barbeau* marqué "Service Barbeau", seront donc repérés "S. Barbeau / Labrador" pour les différencier d'un simple décor "Barbeau / C&M".

## CONCLUSION

Il existe donc :

A) - les séries de 12 assiettes (avec ou sans titre, avec ou sans légende, avec ou sans n° d'ordre).

Les vignettes des séries décorent essentiellement des assiettes à dessert.

exemples : "Les enfants terribles", "Le divorce", etc... (voir la plupart des F.D.)

B) - les services de table et dessert qui présentent :

1°) - des décors à motif unique (chaque assiette est identique) :

exemples : "Gaulois", "Italien", "Alsace", "Anglais", "Japon", "Béarn", etc... avec des marques B&C, C&M ou HBCM ; et "S. Bruxelles", "S. Napoléon", etc... avec la marque Labrador.

2°) - des décors à motifs variés :

a)- chaque assiette a un motif différent.  
exemples : "Crêtes roses", "Olga", "Parisien", "Soleil", etc... avec marques B&C ou C&M.

b)- avec 4 ou 5 motifs différents seulement.

exemples : "Téniers", "Watteau", etc... avec marques C&M ; et "S. Polders", "S. Pomone", etc... avec marques C&M.

---

(1) - voir *Les faïences de Creil & Montereau*, Fiche Documentaire n° 32 qui reprend ma conférence du 15/03/1986.

(2) - voir F.D. n° 37 et 41.

(3) - Naudin (Yvonne), *Faïences de Creil-Choisy-Montereau*, édit ABC, Paris, 1980, p. 211.

(4) - Bontillot (Jacques), *La faïence de Montereau : aperçu historique*, édit. du CERHAME, Montereau, 1994.