Zeitschrift: Revue historique vaudoise
Herausgeber: Société vaudoise d'histoire et d'archéologie
Band: 126 (2018)

Artikel: Les acteurs de la vigne dans la presse illustrée de l'entre-deux-guerres : une représentation fantasmée
Autor: Devantéry, Clio / Haver, Gianni
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-954832

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 11.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

CLIO DEVANTÉRY ET GIANNI HAVER

LES ACTEURS DE LA VIGNE DANS LA PRESSE ILLUSTRÉE DE L'ENTRE-DEUX-GUERRES : UNE REPRÉSENTATION FANTASMÉE

Les grands titres de la presse illustrée romande, à commencer par *L'Illustré, L'Écho Illustré, La Patrie Suisse,* mais aussi, *L'Abeille, En famille, Lecture du Foyer* ou encore *La Semaine de la femme* et *Femme d'aujourd'hui* ont, durant l'entre-deux-guerres, porté une attention étonnante au travail de la vigne. En nous penchant sur les reportages publiés entre 1918 et 1939, nous allons analyser la façon dont cette presse met en image la pratique, mais aussi les figures ou objets qui y sont associés. Mis en résonance avec certains titres issus de la presse alémanique, ce corpus a pour but de nous permettre d'analyser la représentation des vendanges et ainsi d'approcher l'imaginaire, souvent stéréotypé, qui isole, mais surtout magnifie, certains éléments de la pratique. Contrôlés par un nombre restreint d'éditeurs, certains magazines illustrés suisses se déclinent en plusieurs langues. Bien que différentes quant à leurs contenus, ces parutions se rejoignent en raison de leur charte graphique notamment grâce à l'utilisation d'un visuel partiellement commun. Raison pour laquelle, tout en nous axant sur les parutions francophones, nous ferons dans de rares cas appel à des illustrés suisses alémaniques[1].

VENDANGE À LA « UNE »

Faisant le pari de porter un intérêt quasi exclusif aux couvertures, nous les considérerons comme des acteurs à part entière. Loin d'être arbitraire, ce parti pris repose sur l'autosuffisance de la « une » à l'égard du reste du magazine. Répondant à des logiques visuelles, communicationnelles, mais aussi marchandes particulières, la couverture se disjoint de son contenu interne. Considérée comme un médium indépendant, elle se suffit à elle-même. Bien que souvent oubliée, voire arrachée une fois archivée, la couverture reste l'emblème du magazine. Elle porte l'imprimé. Dans l'intention d'attirer le potentiel lecteur et ainsi de provoquer l'acte d'achat, elle joue de ses charmes. En qualité d'accroche esthétique, elle intrigue autant qu'elle séduit. En tant que produit

1 Pour un aperçu général de la presse en Suisse, voir Gianni Haver, « La presse illustrée en Suisse : 1893-1945 », in *Photo de presse : usages et pratiques*, Lausanne : Antipodes, 2009, pp. 39-65.

d'appel, elle se laisse lire en un clin d'œil. Bien qu'émissaire du magazine, la couverture jouit d'une certaine autonomie. Et c'est cette autonomie qui nous pousse à la considérer comme un objet en soi.

DE LA VIGNE AU MARRONNIER

Soumis au modèle de la presse familiale, les illustrés romands entretiennent un rapport spécifique à l'information. Loin de se nourrir d'actualité, comme le font les quotidiens, les hebdomadaires discutent des activités, mais aussi des personnalités qui cadencent la vie helvétique. Mis en image avec une remarquable régularité, certains moments forts tels que les vendanges, se retrouvent tous les ans en couverture des magazines. « Marronnier »[2] des illustrés suisses, le travail de la vigne est l'un des sujets de prédilection du mois d'octobre. La photographie de reportage prise en situation, bien que relativement courante, n'est pas la seule manière d'imager la pratique. Les couvertures en même temps que les pages internes des magazines peuvent aussi héberger des clichés réalisés en studio qui, en raison d'un décorum connoté, évoquent la récolte du raisin, tandis que des photographies d'événements, en représentant les nombreuses festivités romandes, marquent, à l'aide de chars allégoriques, la fin de la cueillette. Bien que différentes dans leurs mises en forme, ces manières d'imager participent à l'effet marronnier.

Régulièrement en couverture des magazines entre 1918 et 1939, les vendanges rythment le calendrier des imprimés. Chaque année ou presque, au mois d'octobre, les titres suisses romands sonnent la nouvelle saison par l'entremise d'instants symboliques. Des visuels stéréotypés voient ainsi le jour et consolident, année après année, les imaginaires. Figeant l'inconscient lié à la pratique, la « une » ancre le réel. La récolte du raisin accompagne, en un cycle régulier, l'arrivée de l'automne. Elle fait écho aux changements de saisons. De même que la neige signale le début de l'hiver, le travail de la vigne annonce la venue de l'automne.

DES VALEURS DE COHÉSION NATIONALE

Coutume automnale, la récolte du raisin est liée à la terre. Elle renvoie au terroir. Elle ramène le lecteur à un ici et maintenant. Elle le rappelle à une réalité locale. Ainsi, en plus d'évoquer le cycle régulier du temps, les illustrés suisses romands, en mettant

2 Ce terme fait écho au marronnier fleurissant à l'arrivée du printemps sur la tombe des gardes suisses enterrés au Jardin des Tuileries. Tous les ans en raison des premières chaleurs printanières un article paraissait dans la presse pour évoquer cette journée du 10 août 1792. Depuis, le terme sert à désigner ces sujets qui, année après année, comblent les périodes creuses grâce à des informations qui, bien que récurrentes, sont de faible importance.

L'Illustré du 28 octobre 1926.

en image les acteurs de la vigne, font appel à une certaine appartenance nationale. Tandis que les vendanges suisses sont convoquées, les visuels témoignent d'un attachement au sol. Les paysages viticoles traditionnels, les instruments indigènes, sans oublier les figures autochtones assoient les valeurs territoriales qui entourent la pratique. Ce n'est que dans certains cas que l'on joue la carte de « l'exotisme ». Alors que *L'Écho Illustré* du 27 septembre 1930[3] conte la récolte du raisin en Italie ; *En famille,* paru le 14 octobre 1931, présente des viticulteurs à l'œuvre dans les jardins du roi d'Angleterre à Hampton-Court. Ces cas sont rares : l'ailleurs fait exception.

Mais, tandis que les vendanges renvoient à une réalité locale, les photographies prises en situation révèlent des paysages viticoles d'ordinaire non reconnaissables. Dans un flou assumé, les « unes », lorsqu'elles omettent d'ancrer l'image dans un territoire défini et clairement reconnaissable, lui insufflent des valeurs génériques de cohésion nationale. D'ailleurs, comme les principaux acteurs de la vigne en témoignent, le vignoble se fait espace d'appartenances tandis que la récolte devient un moment de relation. Dès lors, regardons comment certaines figures, à savoir la vendangeuse, le

3 Lorsque nous n'indiquons pas de numéro de pages, nous nous référons aux couvertures des illustrés.

brantard, l'enfant et l'ancêtre, deviennent centrales dans la représentation et portent à elles seules l'imaginaire lié à la pratique.

LE CHARME

Égérie du mois d'octobre, la vendangeuse est la figure la plus utilisée pour illustrer le travail de la vigne. Bien que souvent représentée en situation, elle n'est au regard de la presse illustrée qu'accessoire. Elle sourit à la caméra, pose une grappe à la main[4], la porte malicieusement à sa bouche pour, parfois, mordre timidement dedans[5]. Les illustrés lui confèrent un rôle secondaire. Lorsqu'elle ne prend pas la pose, elle joue les petites mains. Et c'est souvent vêtue d'habits de ville qu'une paire de ciseaux à la main, elle récolte le raisin[6]. Chargée de la cueillette, sa place est dans la vigne. Elle agit ainsi en amont du procédé de fabrication du vin ; la transformation du raisin étant réservée aux hommes. Hormis cette paire de ciseaux légers, les outils, au même titre que les travaux mécanisés, ne semblent pas lui être destinés. Au regard de la presse illustrée de l'entre-deux-guerres, la vendangeuse, bien que surmédiatisée dans les hebdomadaires romands, assume un rôle allégorique.

Ambassadrice de charme de la récolte vigneronne, elle joue, rit, séduit. Elle envoûte même, presque à rappeler les effets du vin. Alors que son rôle se résume à la cueillette du fruit, tout son être évoque le vin. Elle rappelle le versant récréatif de ce breuvage, voire l'ébriété qui souvent le colore. Personnification de l'ivresse, la figure de la vendangeuse est évocatrice des plaisirs terrestres. Joueuse et gracieuse, voire désinvolte et taquine, elle amène un souffle de légèreté au dur travail de la vigne. Les idylles intrépides au même titre que les rencontres fortuites[7] sont d'ailleurs largement mises en scène par les hebdomadaires investigués. Évoqués dans les couvertures, ces jeux de séduction sont plus clairement signifiés dans les pages internes. Notamment en raison de la présence de photographies plus explicites. Le jeu de la grappe oubliée en est l'exemple le plus probant. En effet, lorsque la vendangeuse, omettant de ramasser une grappe est surprise par le brantard, ce dernier remporte un baiser. « Pour chaque grappe oubliée, il faut payer son tribut : c'est ce que les Vaudois appellent *remoler* »[8].

4 *L'Illustré,* 8 octobre 1921 ; 11 octobre 1923 ; 2 octobre 1930. *La Patrie Suisse,* 17 octobre 1928. *L'Abeille,* 20 octobre 1928 ; 5 octobre 1929 ; 1er octobre 1932 ; 30 septembre 1933 ; 29 septembre 1934 ; 15 octobre 1938. *En famille,* 5 octobre 1936 ; 30 septembre 1939.

5 *Ringiers Unterhaltungs-Blätter,* 28 octobre 1933. *L'Abeille,* 3 octobre 1931. *Lecture du Foyer,* 29 septembre 1934. *La Patrie Suisse,* 3 octobre 1936.

6 *La Semaine de la Femme,* 8 novembre 1938.

7 *L'Abeille,* 5 octobre 1935. *L'Illustré,* 9 octobre 1924.

8 *L'Illustré,* 13 octobre 1932, p. 1247. Voir également la quatrième de couverture de *L'Illustré,* 26 octobre 1939, ainsi que le récit de Frédéric Oulens, « Un baiser de vendange », in *L'Abeille,* 3 octobre 1936, pp. 6-7.

Lectures du Foyer du 29 septembre 1934.

Haut lieu du badinage rural, la vigne est le terrain de jeux des amourettes naissantes. En amenant une touche de romance à la pratique, le jeu de la grappe adoucit la rudesse de la vie vigneronne.

LE LABEUR

Cette rudesse se voit incarnée par l'archétype de l'ouvrier masculin : le brantard. Un homme dans la force de l'âge, souvent affublé d'une chemise aux manches retroussées à la hâte, parfois d'un marcel, une hotte sur le dos. Vêtu d'habits de travail, le brantard est dans une large mesure représenté portant la brante, cette hotte étanche utilisée pour transporter le raisin[9]. Grand nombre de photographies saisissent d'ailleurs cet instant où le brantard en sueur, monté sur une échelle, s'incline afin de déverser son chargement dans une fuste ou une bossette fixée sur un char. Figuré avec une remarquable régularité sur les couvertures, mais aussi dans les pages internes des illustrés, cet instant symptomatique de la pratique acquiert une valeur iconique[10].

9 Anne-Marie Dubler, « Brante », in *DHS*, [www.hls-dhs-dss.ch/textes/f/F30747.php], version du 8 janvier 2003.

10 *L'Illustré*, 22 octobre 1925 ; 10 octobre 1929. *La Patrie Suisse*, 12 octobre 1935 ; 2 octobre 1937 ; 4 octobre 1939. *L'Écho Illustré*, 12 octobre 1935.

La Patrie Suisse du 14 octobre 1939.

Une gestuelle symboliquement marquée qui fait état de la division sexuée du travail. Une répartition genrée des tâches dont semble dépendre le bon déroulement de la récolte. Réservée aux jeunes hommes, ce n'est qu'à de rares occasions que la brante est délaissée par le brantard pour se retrouver sur le dos d'un vieillard[11] voire, en temps de guerre, sur celui d'une jeune femme[12]. Loin de la passivité de la figure féminine de la vendangeuse, le brantard est représenté à l'œuvre. Il porte, verse, brasse. Continuellement en mouvement, il symbolise le travail de la vigne. Il atteste de la dure réalité vigneronne. D'ailleurs, lors des moments de détente, le brantard n'ose délaisser la brante[13]. Symbole de la récolte, de ce moment où est cueilli le fruit de toute une année de travail, de cet instant où le raisin sort du cycle de la nature, elle marque le début du procédé de transformation du raisin.

Accessoire phare de la viticulture, la brante est l'emblème des vendanges suisses. Identifié comme un particularisme helvétique, cet objet, aujourd'hui désuet mais toujours iconique, exprime l'attachement aux vignobles indigènes et par là au savoir-faire local. Bien qu'utilisée dans différents pays pour la récolte du raisin, la hotte suisse

11 *L'Illustré*, 21 octobre 1922.
12 *L'Écho Illustré*, 26 octobre 1939.
13 *L'Abeille*, 3 octobre 1936.

L'Écho Illustré du 12 octobre 1935.

est largement reconnaissable. Constitué de douves de bois, ce haut récipient muni de bretelles et aplani sur deux faces se distingue visuellement de la hotte italienne, tout en s'en rapprochant dans son usage. C'est ainsi que la couverture de *L'Écho Illustré* du 27 septembre 1930, titrée les « Vendanges en Italie » fait état d'un « même différent ». Hormis de petites divergences formelles, les vendanges italiennes répondent à la viticulture suisse. En mettant en scène, à l'image du brantard, un homme muni d'une hotte déversant sa cargaison dans un char à cuvier, *L'Écho Illustré* semble attester de la similitude de la pratique dans différents pays. À la fois familier et lointain, ce geste connu et reconnu est ici positionné dans un ailleurs.

L'HÉRITAGE

Inscrit dans le terroir, ce geste symptomatique l'est aussi dans le temps. C'est ainsi que certaines figures, aux traits tirés par l'existence, aux barbes blanchies par la vie, sont représentées portant la brante[14] ou du moins des paniers débordants de raisins[15]. Jouant la surprise en accomplissant des tâches réservées aux jeunes hommes, l'ancêtre

14 *L'Illustré*, 21 octobre 1922.
15 *L'Écho Illustré*, 15 octobre 1938.

L'Illustré du 21 octobre 1922.

montre qu'il a lui aussi un rôle actif dans les vendanges. Même s'il ne porte la brante qu'en de rares occasions, c'est toujours un outil à la main qu'il est représenté. Mis en scène dans la vigne, il est montré en situation. Loin des studios ou des photographies posées, il n'est pas relégué au rang de figurant. Bien au contraire, il a été et est action.

Accompli par des générations successives, le travail de la vigne est composé de gestes ancestraux qui se transmettent de père en fils. Ainsi, cette figure tutélaire, en plus de porter les us et coutumes vignerons, se fait symbole de transmission. Incarnation d'un héritage national en même temps que familial, l'aîné accompagne les jeunes générations dans leurs tâches et leur enseigne les gestes de la profession. Représenté dans les pages des illustrés romands, il assoit les valeurs du travail viticole tout en les ancrant dans le temps. Métaphore de la transmission, il érige les vendanges au rang de savoir-faire ancestral.

LA RELÈVE

Cette figure, porteuse d'héritages et de traditions, se voit renforcée par celle de l'enfant. Ce quatrième et dernier visage mis en image par les illustrés romands, prolonge l'idée de patrimoine. Ainsi, tandis que l'ancêtre symbolise la transmission, l'enfant fait implicitement écho à l'apprentissage. Élargissant cette palette générationnelle,

L'Écho Illustré du 28 octobre 1939.

l'enfant fait des vendanges une histoire de famille. Héritier des techniques vigneronnes, il est la relève.

Mais bien que les photographies de presse associent la figure de l'enfant au travail de la vigne, ce dernier n'est que rarement représenté en action. En effet, qu'elles soient réalisées en studio ou en situation, ces images renvoient majoritairement à des aspects ludiques et festifs. Les photographies usant de la figure de l'enfant répondent ainsi non pas à une logique de monstration, mais bien d'évocation. Mise en abîme de la pratique vigneronne, les photographies d'enfants révèlent une scénographie habilement orchestrée. Ainsi, les différentes mises en scène réalisées en studio sont organisées en vue de rendre compte du temps des vendanges. Lorsqu'ils ne sont pas photographiés dans un décor artificiel, c'est marchant dans les rues lors de fêtes célébrant le travail viticole qu'ils sont représentés. Prenant part aux cortèges, ils défilent fièrement, accessoires à la main, déguisement sur le dos, hissés sur des chars allégoriques. Une chose est sûre : qu'ils soient photographiés en situation[16] ou en studio[17],

16 *La Patrie Suisse,* 2 octobre 1929. *En famille,* 11 octobre 1933. *L'Abeille,* 2 octobre 1937. *L'Écho Illustré,* 28 octobre 1939.

17 *L'Abeille,* 3 octobre 1931. *La Patrie Suisse,* 10 octobre 1931.

L'Abeille du 10 septembre 1927.

les enfants semblent s'amuser. Le sourire aux lèvres et l'air taquin, ils sont imagés en train de porter le raisin, de jouer avec les grappes, voire de s'en délecter. Évoquant la part ludique des vendanges, les enfants, au même titre que les femmes, lui insufflent un air de légèreté.

UNE REPRÉSENTATION IMMUABLE

Loin d'être réservée à une tranche d'âge particulière ou à un genre donné, la vigne voit se croiser l'enfant, l'ancêtre, la vendangeuse et le brantard. Bien qu'hétérogènes, tous semblent y trouver leur place. Dans une dynamique collective, ces différentes figures répondent à des conventions spécifiques mais complémentaires. En effet, les illustrés véhiculent des représentations stéréotypées qui se révèlent, durant la période analysée, extrêmement stables. Entre allégresse et insouciance, la mise en image de la pratique, mais surtout des acteurs qui s'y adonnent, semble inaltérable. Malgré les difficultés d'écoulement qui se font sentir dans la viticulture helvétique, ces différentes figures sont comme figées. Ainsi, comme l'explique Marie-Louise Gigon, la situation viticole durant la période susmentionnée est loin de coller au cadre idyllique mis en scène dans les hebdomadaires investigués. En effet, entre 1918 et 1939, deux crises d'écoulement majeures agitent la Suisse.

> La première se situe dans l'immédiat après-guerre, à savoir dans les années 1920-1922. Pendant la guerre, la Suisse a été isolée et le prix du vin a pris l'ascenseur. La reprise des relations commerciales normales entre les pays provoque un effondrement de ce prix et de grosses difficultés d'écoulement. La deuxième se situe dans les années 1934-1935, due à une surproduction d'origine climatique.[18]

Ces temps difficiles ne semblent pas avoir d'impact sur les représentations médiatiques examinées. Loin d'être bouleversés par les difficultés viticoles locales et dès lors d'entrer dans des considérations économiques, les magazines illustrés se détournent de l'actualité. Fidèles à leur ligne éditoriale, autrement dit à la visée familiale de leur parution, les hebdomadaires ne daignent pas évoquer les crises viticoles qui secouent le pays.

Prétexte pour marquer les moments forts du calendrier national en même temps que les festivités locales, la presse illustrée est garante du patrimoine helvétique. Témoignage immuable des traditions indigènes, les magazines analysés, en valorisant le lien à la terre et à la famille, œuvrent avant tout à la consolidation identitaire du pays. En laissant à la presse quotidienne le rôle de commenter les réalités économiques et sociales, les hebdomadaires illustrés s'attellent en priorité à véhiculer des valeurs identitaires, patriotiques et traditionnelles. Le moment des vendanges, présenté comme intemporel, répond ainsi parfaitement à la philosophie de ce support médiatique.

18 Marie-Louise Gigon, « Les vignerons vaudois et l'État durant l'entre-deux-guerres », in *Société suisse d'histoire économique et sociale*, 10, 1992, p. 245.