

Gilles Fumey  
15 février 2008

## Le monde en rouge ?

Dans le périmètre de la Saint-Valentin qui a vu rougir les devantures, les cadeaux et même les roses, les géographes sont-ils sensibles à la distribution des couleurs ? Sont-ils conscients qu'à l'instar du bleu exploré par l'historien Michel Pastoureau (1), le rouge peut avoir une géographie, ne serait-ce parce qu'il est « le pigment le plus convoité du monde » ? Comme le [diamant raconté par Roger Brunet](#), cette géohistoire des convoitises pourrait nous emmener loin, très loin si l'on y joignait les épices, les produits agricoles, les matières premières, le travail et tant d'autres sources de richesses.



**Désert en feu**

Source : [www.carmenimage.wordpress.com](http://www.carmenimage.wordpress.com)

En effet, le pourpre nous emmène loin dans le temps puisque l'historienne Amy Butler Greenfield remonte à l'Homme de Néandertal et sans avoir cité les peintures de la Grotte Chauvet, elle ne se trompe pas sur l'attrance qu'a exercée cette couleur là où elle était disponible. Plus tard, dans l'Antiquité gréco-romaine, le rouge est monté en puissance. Paré des attributs du pouvoir et de la guerre, le rouge habille les Spartiates, les centurions romains et certains prêtres qui le diffuseront jusqu'aux sommets de la catholicité, papes et cardinaux, comme le gage d'un engagement à verser leur sang pour le Christ et le symbole du feu de la Pentecôte. **Pourquoi ce choix ? Selon Greenfield, parce que le rouge est difficile à produire.** Dans l'Antiquité, on avait bien la garance, mais c'est une herbe un peu vulgaire qui est présente sous tous les climats, les riches lui préféraient le murex, un mollusque dont la substance colorante offre une gamme allant de l'écarlate au violet, en passant par le cramoisi et l'améthyste. Il en fallait broyer des milliers, ce qui en faisaient monter le prix jusqu'à des niveaux prohibitifs. A Florence, à la fin du Moyen Age, le bleu valait dix fois moins cher que

le rouge. Les « écarlates vénitiennes » étaient un objet d'admiration dans toute l'Europe et devaient leur beauté à un secret de fabrication (de l'arsenic) préservé pendant des lustres.

**Tout va changer avec la découverte par la Couronne d'Espagne d'un insecte minuscule**, baptisé « cochenille » et que les Corsaires vont traquer lorsque la demande en Europe explose. Des pilliers comme Francis Drake s'installent à la tête de réseaux dans les Caraïbes. Drake était fils de tailleur et savait que les Européens convoitaient cette couleur. Comment les hommes d'État en vinrent à s'intéresser à la cochenille ? En la regardant comme une denrée vitale, utile pour vaincre la concurrence sur le marché du textile (par l'organisation de pénuries qui pouvaient tuer le travail des fabricants et des marchands). Entre Puerto de Caballos (Honduras) et La Havane, Veracruz et Séville, ce sont des expéditions qui vont stimuler le pillage des convois par les Anglais. Greenfield raconte comment un certain Rober Flicke a espionné un navire aux Açores et rançonné pour obtenir du capitaine Francisco Spinola des peaux, de la cochenille, des soies brutes. La plus belle prise britannique fut celle du comte d'Essex en 1597 qui réussit à piéger 55 000 livres, somme à ramener aux 80 livres dont a besoin un pasteur protestant pour vivre pendant un an.

L'invention des teintures artificielles a mis fin à la fièvre de la cochenille. Un simple clic aujourd'hui sur un clavier donne accès à des nuanciers si fins que toute devient banal. **Mais sur le plan culturel, le rouge reste toujours évocateur.** Nous portons le rouge en nous. Il coule dans notre sang et dans nos veines. Une approche géoculturelle du rouge donnerait des voisinages de sens entre l'Asie et l'Occident sur le lien entre le rouge et le sang, la vie. Le disque rouge sur le drapeau japonais évoque le soleil levant, la lumière, mais dans le shinto, le rouge évoque le sang. Chez les bouddhistes, le rouge représente l'énergie spirituelle et cette idée est partagée en Asie où la couleur rouge rappelle le feu et souligne la vitalité, le dynamisme.

On n'est donc pas loin des métaphores de l'amour, l'érotisme et la force vitale. « Le rouge est la couleur de la passion et de la vie, c'est une réaction saine à la grisaille de notre quotidien » selon Y. Taralon, décorateur chez Hermès. Toutes les émotions humaines fortes sont associées au rouge : plaisir, désir, timidité pour le registre personnel, mais le luxe, le théâtre, la révolte pour la sphère sociale. Même la figure du diable associée au rouge dans l'Égypte ancienne signifie un lien avec la luxure, qu'on retrouve encore aujourd'hui avec le rouge des maisons closes et des prostituées. Le cinéma et l'opéra se sont emparé et ont nourri ces images : Scarlett O'Hara et Carmen à l'écran ou sur scène. On ne sera pas surpris de savoir que le publicitaire B. Delanoë, maire de Paris, a chargé l'agence Saguez & Partners de concevoir un logo pour la ville. Devinez quelle couleur va signifier Paris comme la ville la plus désirable ?

Gilles Fumey

(1) *Bleu : histoire d'une couleur*, Paris, Seuil Poche. Une autre approche géoculturelle et économique : le coton <http://www.cafe-geo.net/article.php...>