

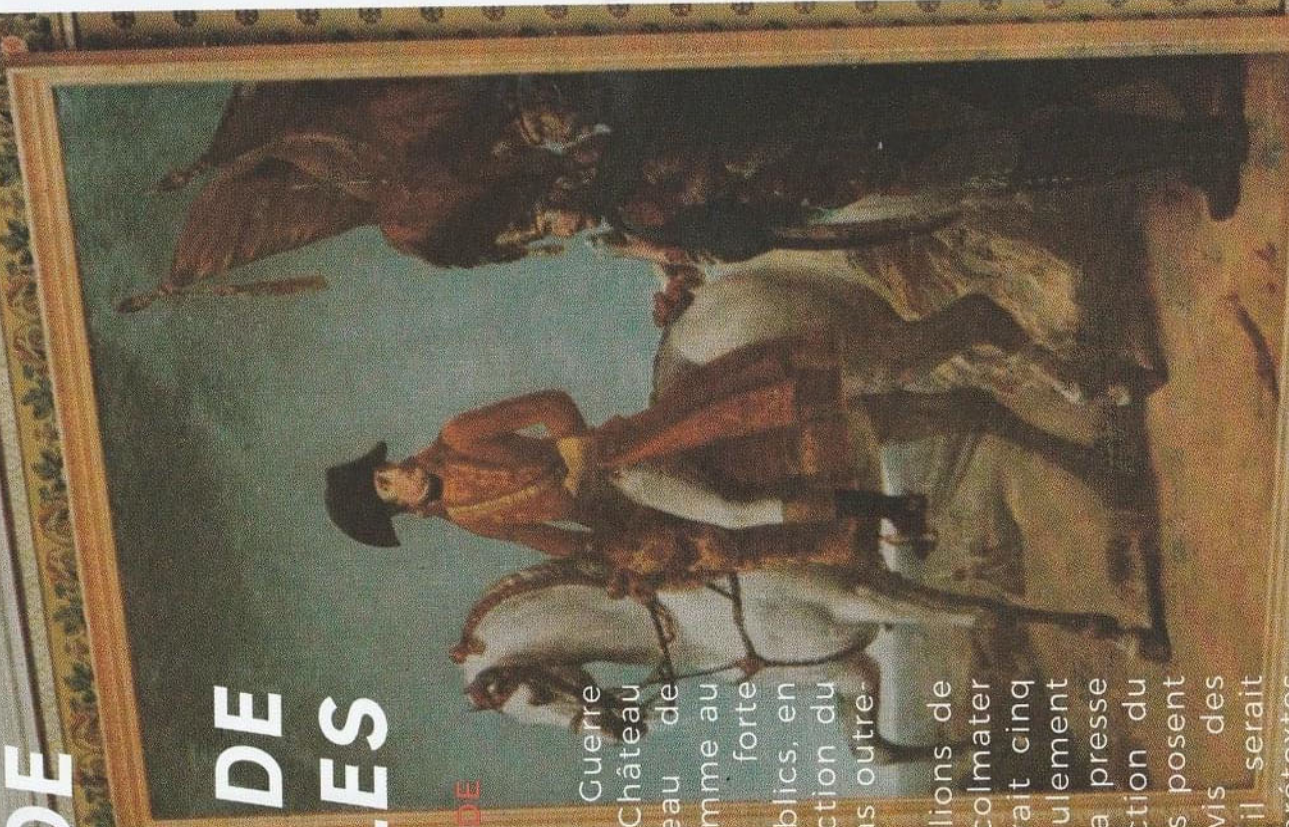
LA JOLIE HISTOIRE OUBLIÉE DE TACO AU SECOURS DE VERSAILLES

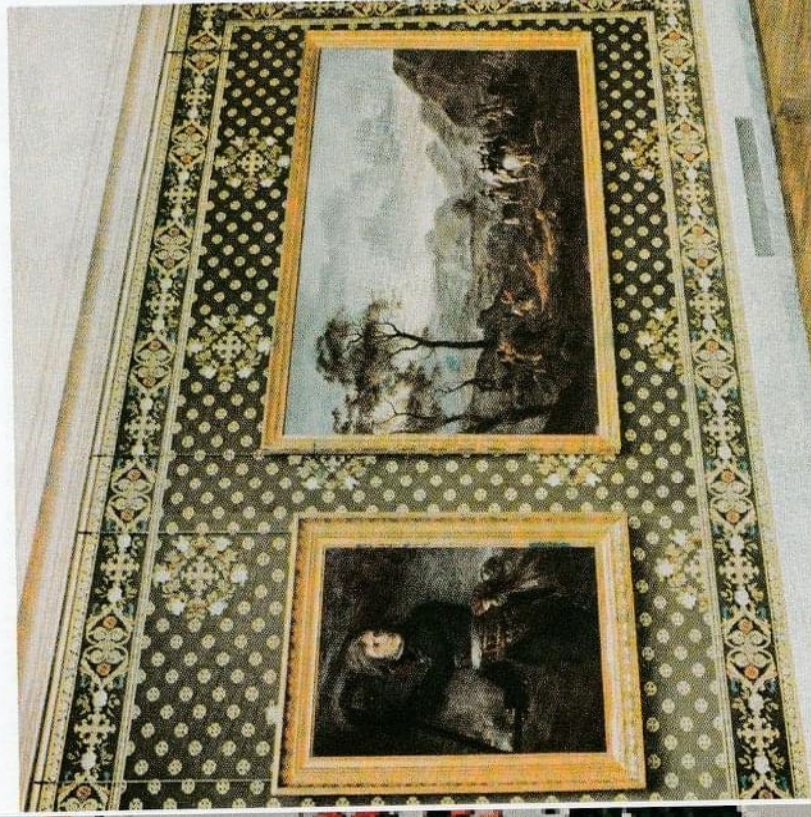
LE PLAN DE SAUVEGARDE DE VERSAILLES

Au sortir de la Seconde Guerre Mondiale, le domaine du Château de Versailles prend l'eau de partout, au sens propre comme au figuré. Alertés avec forte insistance, les pouvoirs publics, en pleine tâche de reconstruction du pays, ne s'en émeuvent pas outre-mesure.

Quelques dizaines de millions de francs sont libérés afin de colmater les brèches, mais il faudrait cinq milliards de francs pour seulement le sauver de la ruine ! La presse tonne, s'indigne de l'inaction du gouvernement. Les articles posent la responsabilité vis-à-vis des générations à venir : « il serait grave que sous des prétextes divers, nous assumions aux yeux des générations futures, la responsabilité d'avoir laissé disparaître l'un des fleurons de notre patrimoine national. Versailles doit rester debout ! Il faut sauver Versailles ! »
Vite, agissons...

musée historique : salle de la Naissance de l'Empire (photo livret "Versailles" 1958).





Musée historique : Salle des premières campagnes d'Italie. (Livret Versailles 1958)

En fait, c'est un chintz haut de gamme. Les motifs et les coloris doivent être scrupuleusement ceux que l'Empereur a commandés pour ses palais. De multiples aller et retours entre le Mobilier National où sont les originaux et l'usine d'impression à Mulhouse sont nécessaires. L'expérience muséographique est audacieuse, car l'accrochage des tableaux, au lieu des fonds neutres traditionnels, est réalisé sur des tentures chamarrées aux motifs fortement marqués. Depuis cette période pionnière, dite « sauvegarde de Versailles », la scénographie a évolué. Toutefois, les premières salles ainsi décorées existent toujours en partie : d'autres ont été habillées par la suite dans le même esprit en coton imprimé également.

Probablement pour peu de temps encore : nous avons appris par Carole Damour, chargée de conservation et archiviste chez Tassinari & Chatel que le nouveau directeur du musée de Versailles envisage de remplacer ces tentures par des soieries.

Bientôt ne resteront plus que quelques photos saisissantes qu'il serait souhaitable de ressortir de nos réserves ainsi que de magnifiques coupons de tous les tissus ayant servi à cette opération de prestige. Soigneusement conservés, ils sont intacts et l'on peut ainsi vérifier le soin maniaqué avec lequel conservateurs et industriels surent œuvrer ensemble.

Cette période a permis de sauver le domaine de la ruine. Rétrospectivement, elle marque également le début d'un intérêt nouveau pour le patrimoine. Elle est le cadre des premières expériences d'après-guerre destinées à améliorer le confort et la satisfaction intellectuelle des visiteurs.

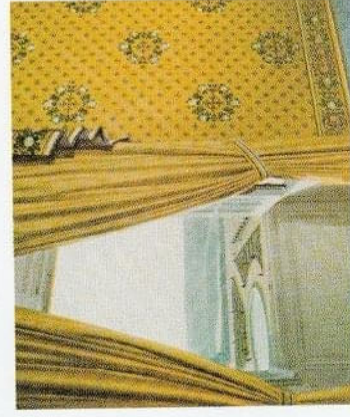


Le tableau peint par Gros de Bonaparte au Pont d'Arcole est aujourd'hui sur un coton imprimé cramois et non plus vert. (Photo Carole Damour)

De surcroît, elle initie une façon nouvelle d'envisager son financement, à la veille de la création du ministère des Affaires Culturelles en 1959. Versailles hier, Notre-Dame de Paris aujourd'hui en passant par le musée des tissus de Lyon et le M.I.S.E. chez nous, les situations sont différentes, mais les schémas se répètent.

Sans une action politique volontariste à la fois internationale, nationale et locale qui se conjugue avec une mobilisation citoyenne au service de notre patrimoine, rien n'est possible.

Vincent Urbain





Auprès des Amis, les entreprises s'engagent en bon nombre, notamment par des contributions en nature. L'idée sous-jacente est, comme ceci était déjà sous Louis XIV, de faire du château une vitrine du savoir-faire français. Pour les entreprises la *contrepartie marketing est de pouvoir jouer d'une publicité en cas de donation importante bien orchestrée, éventuellement de bénéficiaire de commandes ultérieures*. C'est le cas de la société Taco de Mulhouse - Texunion n'existe pas encore - dont la direction décide d'offrir 5000 ml de tissus (l) unis et imprimés pour la scénographie des onze nouvelles salles dédiées à l'histoire napoléonienne. Nous sommes en 1958. Taco était à cette époque surtout connue dans l'habillement. Belle occasion de faire son entrée en majesté sur le marché de l'ameublement et de la haute décoration. Ces salles sont décrites comme marquant « un tournant exemplaire dans la présentation d'un grand musée d'histoire » (accueil, ventilation, éclairage, visites conférences etc.). « J'ai voulu créer une sorte de rythme impérial, coordonner la date des toiles, l'atmosphère Empire de celles-ci avec les encadrements de style également Empire et présentés sur des tissus Empire, avec des rideaux aux fenêtres drapés aussi en style Empire. » (Gérald Van der Kemp).

L'idéal eût été de retisser des soieries, mais le temps et l'argent manquent, on choisit de concevoir un luxueux satin de coton d'Egypte aux longues fibres peignées selon un procédé innovant de chez Thiriez et que l'on traite, afin de lui donner de façon permanente l'aspect de la soie, avec un apprêt selon le procédé « Everglaze » de la société américaine Bancroft.

Le problème de la restauration de Versailles est certes une question de crédits, mais il relève aussi et surtout de la volonté des autorités politiques. Les grandes causes révélant les hommes providentiels, celle de Versailles va trouver le sien en la personne d'André Cornu, secrétaire d'état aux Beaux-Arts. Il met en place un plan quinquennal de travaux entre 1953 et 1957, ainsi qu'une campagne médiatique destinée à créer un mouvement d'opinion en faveur de Versailles. L'objectif est de récolter de l'argent, mais aussi de tenter d'intéresser les Français au sort de leur patrimoine, de les fédérer autour de Versailles, de ne pas dépendre de la seule aide internationale, américaine notamment.

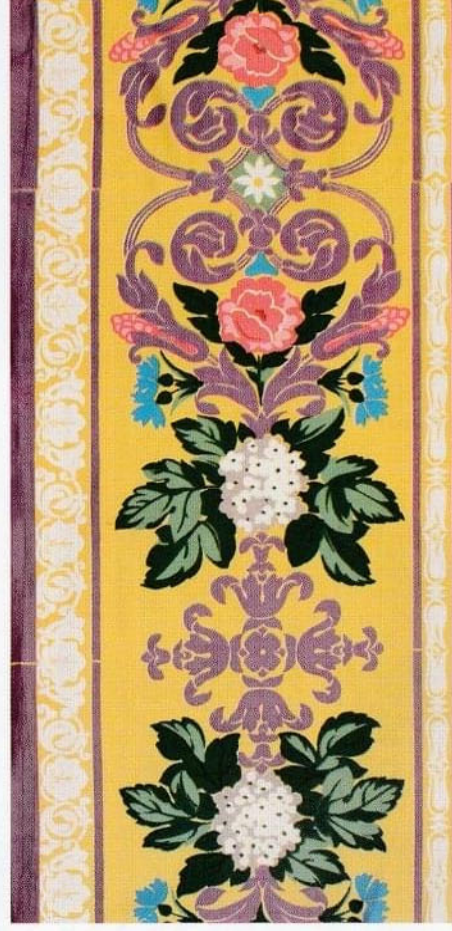
Autrement dit, la démarche était à triple détente : d'abord, la population, unie dans cette affaire, a contribué financièrement au sauvetage par de multiples actions de souscription en même temps qu'elle a agi comme un levier pour faire pression sur l'État. M Cornu l'a fort bien dit : « Il n'a pas été fait appel uniquement à la générosité publique. Grâce à cet appel, le Parlement et le gouvernement ont dû faire leur devoir ». Ensuite, le but de la campagne, par une action pédagogique, était de faire découvrir ou redécouvrir le domaine aux Français.

LA MODERNISATION DU MUSÉE : UN NOUVEAU REGARD SUR NOTRE PATRIMOINE

La campagne permet d'intervenir efficacement sur le gros œuvre architectural mais également de commencer les restitutions intérieures, le remeublement du château, la modernisation du musée et le réaménagement des galeries historiques, les salles napoléoniennes en particulier. C'est ici qu'interviennent les Amis de Versailles de concert avec l'autre « sauveur de Versailles », M Gérald Van der Kemp, conservateur en chef du Musée.



Frise du tissu de la salle des campagnes d'Italie conservée au M.I.S.E



Frise du tissu de la salle de la naissance de l'Empire conservée au M.I.S.E

MERCI À MME VÉRONIQUE LOURENÇO, CHARGÉE DE LA CONSERVATION AU M.I.S.E. DE NOUS AVOIR OUVERT LES PRÉCIEUSES ARCHIVES TACO QUI SONT DANS NOS RÉSERVES ET DE LES AVOIR FAIT PARLER. MERCI À MME DENNY, FIDÈLE AMIE DU M.I.S.E. ET DONT LE MARI A TRAVAILLÉ CHEZ TACO, POUR SON TÉMOIGNAGE VIVANT SUR CETTE OPÉRATION.