

MASTER 2 COMMUNICATION POLITIQUE ET PUBLIQUE – 2011-2012  
UNIVERSITÉ PARIS EST CRÉTEIL

# **LE POSITIONNEMENT**

## **ETAPE INDISPENSABLE**

### **DE LA CONCEPTION D'UN PROJET**

### **DE COMMUNICATION D'INFLUENCE**

LE CAS DE L'ASSOCIATION « RECONSTRUISONS SAINT-CLOUD ! »

MARIE-LAETITIA BODET



## SOMMAIRE

<b>Sommaire</b>	<b>2</b>
<b>Introduction</b>	<b>4</b>
<b>I- La reconstruction du château de Saint-Cloud, un projet réservé aux passionnés d'Histoire ou ouvert au grand public ?</b>	<b>18</b>
<b>A- Le lien des Français avec leur Histoire</b>	<b>18</b>
1- L'Histoire dans l'air du temps, « <i>l'époque est à la nostalgie</i> »	19
2- La place de la Monarchie et de l'Empire dans l'esprit des Français	21
3- L'Histoire, un attrait touristique	24
<b>B- Une quête d'identité en jeu ?</b>	<b>29</b>
1- La place du patrimoine dans la construction identitaire	29
2- La mémoire collective des lieux royaux	33
3- Regards croisés de Laurent Bouvet, Pierre-André Lablaude et Alain Aubert	35
<b>II- La reconstruction du château de Saint-Cloud, un projet de politique culturelle à l'égard des touristes français et étrangers</b>	<b>41</b>
<b>A- Le rayonnement national d'un projet culturel</b>	<b>41</b>
1- La politique culturelle française	42
2- Les leviers indispensables à la transformation en un projet de politique culturelle	44
<b>B- Le rayonnement international : Paris-Versailles, l'axe le plus touristique au monde</b>	<b>48</b>
1- Vision de l'étranger du patrimoine français	48
2- Levier d'influence internationale : le mécénat	50
<b>III- Deux exemples convoqués par l'association, un positionnement clair pour une communication efficace</b>	<b>54</b>
<b>A- Un chantier culturel et pédagogique autofinancé : le château fort de Guédelon</b>	<b>54</b>
1- D'une idée farfelue d'un féru d'histoire médiévale à un véritable projet au service de la cité	55

2- Un projet positionné en amont facilitant sa communication	62
<b>B- Le château de Berlin, une reconstruction identitaire au service de la culture</b>	<b>66</b>
1- Financements publics et privés d'une reconstruction biaisée	66
2- Une association socle du projet et de sa communication	70
<b>Conclusion</b>	<b>73</b>
<b>Bibliographie</b>	<b>76</b>
<b>Annexes</b>	<b>79</b>
Annexe 1 - Entretien Laurent Bouvet	79
Annexe 2 - Entretien Alain Aubert	87
Annexe 3 - Château de Saint-Cloud	93
Annexe 4 - Château de Guédelon	94
Annexe 5 - Château de Berlin	95

# INTRODUCTION

## I- CONTEXTE DE STAGE

### Recherche intéressée

La fin de mon processus universitaire est arrivée, alors le choix du lieu de stage, première immersion totale dans le monde professionnel durant six mois, devait être en accord avec la raison pour laquelle j'ai choisi les masters 1 et 2 de communication politique et publique en France et Europe de l'Université Paris Est Créteil.

Après une licence de Droit et une année de réflexion aux Etats-Unis pendant laquelle j'ai pu effectuer un stage dans une ONG défendant la dignité de la personne humaine, l'intérêt pour la communication d'influence et l'intérêt général ont motivé mon inscription à ce cursus en communication publique. Les compétences théoriques et pratiques acquises lors de cette année et demie de cours au sein de l'université m'ont permis d'enrichir mon bagage de connaissances, et je souhaitais qu'une seule chose, les mettre au service d'une cause.

Ayant eu une petite expérience professionnelle au sein d'une agence de communication (Urban Nomad) lors d'un stage effectué durant l'été 2011, je désirais la renouveler et l'approfondir. L'activité au sein d'une agence m'avait beaucoup plus, qui plus est dans une très petite agence, puisque les tâches sont multiples et l'interactivité entre les collègues dans l'élaboration des projets de communication est très enrichissante. Le seul bémol de ce stage fut la clientèle de l'agence. Spécialisée dans la science et l'environnement, domaines qui me sont totalement inconnus et pour lesquels j'ai peu d'inclinaison, l'agence Urban Nomad travaille essentiellement pour des parcs animaliers. Il m'est donc apparu comme une donnée essentielle, le fait qu'il est difficile pour moi de mettre mes compétences au service d'une cause, d'un projet dans lesquels je ne crois pas. Le travail en petite équipe et le fait de mettre des compétences au profit d'une cause qui me touche ont influencé mon choix de lieu de stage. J'ai donc orienté mes recherches vers les petites agences, car la responsabilité donnée à un stagiaire et la richesse des missions y sont plus grandes.

Abonnée à la newsletter d'un *think tank* politique, il m'arrive d'assister aux conférences qu'ils organisent. L'une d'entre elles joua le rôle d'intermédiaire entre Vianney Mallein, directeur de l'agence Artea Communication et moi-même. Après une brève rencontre à la fin de la conférence, un entretien a été convenu durant lequel Vianney Mallein m'a tout de suite présenté l'équipe ainsi que les projets qui lui tenaient à cœur. Mes deux critères de recherche de lieu de stage étaient réunis chez Artea Communication, une petite agence au service de causes qui me sont chères et nous partions sur de bonnes bases puisque c'était une cause commune qui nous avait réunies. C'est donc en toute confiance que je débutais le 2 novembre 2012 mon stage d'une durée de six mois au sein de l'agence Artea Communication.

### Présentation de l'agence

Créée il y a une vingtaine d'années à Paris par Vianney Mallein, l'agence Artea communication est une très petite entreprise. Jeune et dynamique, elle se compose d'un directeur, Vianney Mallein, cerveau et colonne vertébrale de l'agence, de trois chefs de projets : Guillemette Sordet, Hélène Caulier et Grégoire Vallançon, d'une graphiste : Olivia Gasquère et d'un responsable administratif et financier : Alexandra Lemaire. Mis à part Olivia la graphiste, aucun des chefs de projets ni Vianney Mallein le directeur, n'ont un cursus universitaire de communicant, uniquement. Hélène Caulier et Guillemette Sordet sont toutes deux diplômées de philosophie et Vianney Mallein quant à lui est diplômé d'histoire. Par ailleurs, les trois chefs de projets ont chacun un parcours professionnels très différents : deux d'entre eux étaient chef de projets chez l'annonceur pendant quelques années avant de rejoindre l'équipe, l'une dans le monde associatif, l'autre dans le monde de l'entreprise.

Aujourd'hui l'agence développe une expertise à toutes les étapes d'un projet de communication : du simple slogan, au visuel, en passant par les publications, le *web*, la vidéo... Son métier consiste à apporter le conseil stratégique essentiel avant toute opération de communication, en accompagnant le client dans toutes ses problématiques de communication : le conseil, la rédaction, la création. Ainsi

l'agence propose à sa clientèle six savoir-faire : la stratégie, la communication visuelle, multimédia, d'influence, l'événementiel et les relations presse.

Sa spécificité réside dans sa clientèle. Cette dernière est un éventail très large composé d'entreprises, d'associations et de collectivités locales. Ainsi, l'agence peut aussi bien mettre ses compétences au profit d'une association défendant la vie, ou d'une société de conseil en relation banque-entreprise, ou encore d'un *think tank* politique.

Par ailleurs, en créant cette agence, Vianney Mallein a souhaité allier ses compétences à ses convictions ; il a permis à ceux qui y ont travaillé, y travaillent ou y travailleront de faire de même. Ainsi, le choix de la clientèle de l'agence n'est pas anodin, il est une spécificité de cette agence et c'est cette spécificité qui a motivé mon choix de lieu de stage.

Chaque chef de projets est le point de rencontre entre les différentes parties prenantes du projet. Il est le trait d'union entre le commanditaire et le prestataire, le catalyseur des moyens humains de l'agence. Ainsi, chaque dossier confié à l'agence est traité a minima par trois personnes : le chef de projets, le directeur, la graphiste. En effet, Le collectif prime dans l'organisation du travail : chaque dossier est attribué à l'un des trois chefs de projets ; néanmoins des réunions hebdomadaires permettent de discuter collectivement des décisions à prendre, des actions à venir, des difficultés rencontrées et chaque membre de l'équipe est apte à apporter sa contribution, partager sa réflexion, ses questionnements...

## Missions

Au fil de ces six mois de stage, la taille de l'agence fut inversement proportionnelle aux responsabilités qui m'ont été confiées. Avec un des chefs de projets parti en congé maternité quinze jours après mon arrivée, le temps pour moi n'était pas à l'observation mais à l'action. Assistante de deux chefs de projets ainsi que du directeur, j'ai pu travailler sur la quasi totalité des dossiers en cours et les missions étaient très différentes les unes des autres.

La plupart des dossiers de prospections m'ont été confiés, car je suis plus à l'aise en communication écrite qu'en communication orale ; ce fut l'une de mes principales missions au début du stage. La rédaction d'argumentaires nécessite une recherche abondante en amont et un temps certain. Ce n'est donc pas toujours évident lorsqu'une prospection ne débouche sur aucun contrat, cependant cela enrichit d'un point de vue intellectuel et forme à l'échec.

Trois grands projets ont occupé ces six mois au sein de l'agence Artea communication. D'une part, j'ai assisté Guillemette Sordet dans l'organisation d'un forum sur la relation banque-entreprise réunissant chaque année près de neuf cents personnes à la Bourse de Paris. Ce fut le premier événement dont je prenais part à l'organisation. Mon quotidien fut donc la recherche et la relation avec les prestataires jusqu'au jour de l'événement, la mise à jour et le suivi d'impression d'un document distribué lors du forum, la gestion des inscriptions en amont et le jour de l'événement. J'ai donc découvert l'univers de l'événementiel, grande part du travail effectué chez Artea communication.

D'autre part, j'ai assisté Grégoire Vallançon à l'occasion de l'élection présidentielle, pour le compte du *think tank* grâce à qui je dois mon expérience professionnelle au sein de cette agence, à l'élaboration d'une campagne de sensibilisation en milieu rural. En binôme avec le chef de projets, j'ai réalisé un travail de recherche, de sélection et de relation avec les prestataires, d'analyse de données statistiques et d'élaboration de l'outil de communication en collaboration avec Olivia Gasquère, la graphiste. Etant partie avant l'évaluation de cette campagne, je n'en connais pas les résultats ; néanmoins, cette expérience a confirmé mon appétence pour le secteur de la communication d'influence.

Enfin, un dossier me fut totalement confié au mois de février, soit quatre mois après mon arrivée. J'étais véritablement chef d'un projet, seule, en relation directe avec le commanditaire et le prestataire, trait d'union entre le directeur et la graphiste. La mission consistait à relooker un site internet d'une association. Après l'étude de l'existant de façon collective avec l'ensemble de l'agence, ce fut à moi seule de

rédiger les préconisations, élaborer quelques pistes en collaboration avec la graphiste et les soumettre au client. Ce dernier ayant approuvé l'ensemble de ces préconisations, c'est au prestataire, le développeur, que je me suis adressée. Durant un mois je dus gérer les allers-retours entre le commanditaire et le prestataire, les exigences de l'un et les possibilités de l'autre. Ce projet fut clôturé par une réunion nous rassemblant tous les trois, afin de transmettre les informations nécessaires à la mise à jour de ce site internet. Ne me considérant pas comme une spécialiste du *web*, ce projet m'a permis d'acquérir de nombreuses compétences dans le domaine.

Ces trois principales missions occupèrent probablement 60% du temps passé au sein de l'agence Artea. Les 40% restants furent remplis de ponctuelles et diverses missions : réalisation, fabrication, diffusion d'outils de communication et d'information : affiches, courrier, flyers, vidéo, organisation de *happening*, élaboration de préconisations... Et ceci en relation permanente avec les prestataires extérieurs.

Il me semble que la taille de l'agence m'a permis d'acquérir une maîtrise des outils informatiques. Rapidement survolés durant les cours de Master 1, il s'est avéré que ces outils sont indispensables au sein d'une agence si l'on veut être un minimum indépendant, or plus l'agence est petite, plus l'indépendance est requise afin de ne pas perdre de temps.

Ces six mois de stage au sein de l'agence Artea communication, ont confirmé le sentiment que j'ai à l'égard de la profession de communicant. La communication est un travail de relations interpersonnelles. Afin de communiquer un message, il faut au préalable créer une relation entre le commanditaire et le communicant et entre le communicant et le prestataire.

## II- PROBLEMATISATION DU SUJET

### L'origine du sujet

Au cours de ces six mois passés au sein de l'agence Artea Communication, l'association « Reconstruisons Saint-Cloud ! » est devenue cliente. Association loi 1901 présidée par Laurent Bouvet, cette association milite pour reconstruire à l'identique et selon les techniques de l'époque le château de Saint-Cloud.

### L'histoire du château de Saint-Cloud

Edifice royal et impérial, le château de Saint-Cloud se trouvait au cœur de l'actuel Domaine national de Saint-Cloud, parc de 460 hectares. En 1577, Catherine de Médicis achète l'Hôtel d'Aulnay et ses dépendances pour l'offrir à son fidèle écuyer Jérôme de Gondi qui jouit de sa confiance et de celle de son fils, Henri III, assassiné dans ces murs par le moine Jacques Clément en 1589. Cette maison est située sur un site remarquable, véritable belvédère sur la Seine offrant un panorama unique sur Paris. L'archevêque de Paris, Jean-François de Gondi racheta les bâtiments en 1625 puis les céda à l'Intendant des finances de Louis XIV, Barthélémy Hévrart, qui fait agrandir la demeure que Louis XIV offrit en 1658 à son frère Philippe d'Orléans dit « Monsieur ». Ce dernier en fit « son Versailles », engageant pendant plus d'un demi-siècle des travaux en collaboration avec Jules-Hardouin Mansart pour le château et André Le Nôtre pour les jardins. Il transforma ainsi le Domaine de Saint-Cloud, considéré comme « *le plus bel endroit du monde* » par Isabelle-Charlotte de Bavière.

La Reine Marie-Antoinette, propriétaire du domaine à partir de 1785 se contenta de quelques agrandissements avant que la Convention ne décréta le château et son parc fussent « *conservés au dépend de la République pour servir aux jouissances du peuple* ». Il devint ouvert au public et le parc fut un lieu de promenade prisé des parisiens. Ce château fut le décor de l'entrevue entre la Reine et Mirabeau à la veille de la Révolution française.

Le général Bonaparte le choisit comme lieu de son célèbre coup d'Etat du 18 Brumaire de l'an VIII (10 novembre 1799). Premier Consul, Bonaparte s'appropriait ce château comme seconde résidence. En 1801, il décida de sa remise en état, puis racheta les terrains vendus à la Révolution et confia la direction des travaux à Pierre François Léonard Fontaine.

Le 18 mai 1804, un sénatus-consulte décréta que le « *gouvernement de la République est confié à un empereur* ». Napoléon Bonaparte reçut la couronne impériale des mains de Cambacérès : la scène eut lieu dans la galerie d'Apollon du château de Saint-Cloud. Il y célébra également le 2 avril 1810, son mariage civil avec Marie-Louise d'Autriche.

Après l'abdication de Napoléon I<sup>er</sup>, la demeure redevint une résidence royale, accueillant les derniers Bourbons, les rois Louis XVIII et Charles X et retrouvant les Orléans, le roi des Français Louis-Philippe.

A la suite de son oncle, le prince-président Louis Napoléon Bonaparte reçut dans la galerie d'Apollon le sénatus-consulte qui le nomma empereur, le 2 décembre 1852. A l'occasion de l'Exposition universelle de 1855, la Reine Victoria d'Angleterre y séjourna, invitée par Napoléon III. Ce dernier fut à Saint-Cloud lorsqu'il signa la déclaration de guerre à la Prusse, le 17 juillet 1870. Onze jours plus tard, il quitta le château, accompagné de son fils et confia la régence à Eugénie qui prit le soin de faire transporter à Paris, au Louvre et au Garde-Meuble, mobilier, tableaux et objets d'art. Le 4 septembre 1870, après l'échec de l'armée française et la capitulation de Sedan, la destitution de l'empereur fut proclamée. Dès le 19 septembre les Prussiens s'installèrent dans le château et surplombant la Seine, ils bombardèrent Paris. En octobre, les Français prirent pour cible cet édifice, et ce fut un obus qui déclencha l'incendie, laissant le château en ruine. Diverses propositions furent formulées pour aménager le site mais le gouvernement décida finalement de le raser en 1892 faisant

ainsi disparaître tout vestige de l'Empire, « *façon de fonder symboliquement la III<sup>ème</sup> République*<sup>1</sup>. »

Ce château fut le décor de grands événements historiques français. A ce titre, les historiens le considèrent comme étant un haut lieu de la Monarchie et de l'Empire du XVII<sup>ème</sup> au XIX<sup>ème</sup> siècle.

S'il n'avait pas été détruit en 1870, il aurait sans doute été considéré comme un monument, grand élément du patrimoine français.

Seule subsistance, son parc est classé site naturel protégé depuis 1923 et a obtenu en 2005, le label « jardin remarquable », où des rangers d'ifs témoignent de l'emplacement du château. Le Domaine national de Saint-Cloud, propriété de l'Etat est classé Monument historique depuis 1994, signe de l'importance historique et patrimoniale de ce lieu.

### Le projet de l'association « Reconstruisons Saint-Cloud ! »

Après un reportage sur la construction du château fort de Guédelon dans le département de l'Yonne, chantier autofinancé par les entrées payantes des visiteurs (trois cents mille par an), Laurent Bouvet, ancien gestionnaire immobilier de quarante-huit ans ayant hérité de son père, a eu l'idée d'appliquer ce modèle culturel et économique en Ile-de-France.

Le château de Saint-Cloud s'est imposé comme l'édifice manquant au paysage francilien. En effet, Laurent Bouvet aime dire que « *le Domaine national de Saint-Cloud est un écrin sans son joyau. De ce fait il a perdu tout son sens, toute sa lisibilité* ». Ainsi il crée en 2006 l'association « Reconstruisons Saint-Cloud ! ».

---

<sup>1</sup> D'après Sylvie GLASER, administratrice du Domaine national de Saint-Cloud, reportage France 3 du 6 décembre 2011

## Le phénomène de reconstruction de monument

La reconstruction à l'identique des monuments disparus est un phénomène grandissant en Europe tout au long du XX<sup>ème</sup> siècle. Il a pourtant vu le jour il y a près d'un demi siècle en France, au lendemain de la Commune de Paris. En effet, l'Hôtel de Ville de Paris, le Palais Royal (devenu le siège du Conseil d'Etat, du Conseil Constitutionnel, de la Comédie Française et du Ministère de la Culture), le Palais de Justice, le Palais de la Légion d'Honneur, tous ces bâtiments furent reconstruits à l'identique juste après les incendies dus à la Commune.

A la suite de la seconde guerre mondiale, des villes entières ont été reconstruites, en France comme dans le reste de l'Europe : Saint-Malo en France, Nuremberg, Dresde, Münster en Allemagne, la vieille ville de Varsovie en Pologne. Puis, après la chute du mur de Berlin, ce fut au tour des villes d'Europe de l'Est de reconstruire des monuments rasés sous le régime communiste, la Cathédrale Notre Dame de Kazan ainsi que la Cathédrale du Christ Saint Sauveur à Moscou. La plupart de ces reconstructions ont été insufflées par des raisons identitaires et esthétiques. La reconstruction de bâtiment emblématique aide à surmonter les traumatismes de la guerre, les monuments semblant être des repères pour la population. En 2013, la première pierre du château de Berlin sera posée. Palais royal, il fut détruit en 1950 et remplacé par le Palais de la République en 1976, celui-ci fut détruit à son tour pour laisser la place au nouveau château de Berlin. Il a pour ambition de devenir la plus grande attraction touristique et culturelle de Berlin.

Cependant, ce phénomène de s'opère pas de la même manière en France. Comptant quarante mille monuments, la France peine déjà à entretenir son patrimoine. Elle a certes récemment restauré le parlement de Bretagne et le château de Lunéville tous deux incendiés, mais ces expériences restent de l'ordre de l'exception.

Pour convaincre les pouvoirs publics de faire reconstruire le château de Saint-Cloud, le président de l'association « Reconstruisons Saint-Cloud ! » propose donc le modèle économique de la construction du château fort de Guédelon. Cependant,

plusieurs enjeux se mêlent ici. La reconstruction se ferait-elle au service d'enjeux identitaires et patrimoniaux ? Esthétiques et architecturaux ? Ou bien touristiques et économiques ? D'après Laurent Bouvet, les principaux enjeux seraient touristiques et économiques. En effet, situé sur l'axe Paris-Versailles, soit l'axe le plus touristique de la planète, la reconstruction du château sous forme de parc d'attraction historico-pédagogico-culturel allié à un écosystème commercial serait un apport considérable en matière culturelle, touristique et économique. Cependant, l'ensemble de ces enjeux est entrelacé.

### La stratégie communicationnelle de l'association « Reconstruisons Saint-Cloud ! »

Depuis 2006, n'ayant peu de moyens, la stratégie de communication d'influence de l'association de Laurent Bouvet se déploie sur des volets peu coûteux.

- A la recherche de leviers d'influences, il a su obtenir des soutiens politiques, *people* et institutionnels tous « *concernés par le projet* » et de tous horizons. Il a en effet préféré « *prendre les devants et aller lui même les trouver pour créer une espèce de mouvement destiné aux pouvoirs publics, leur montrant que tous les gens qui sont directement ou indirectement concernés par ce projet y étaient favorables*<sup>2</sup>. »

En plus de ces soutiens, il est allé à la recherche de leviers économiques : les mécènes, notamment américains qui soutiennent son projet, mais aucun fond n'a été débloqué aujourd'hui.

- En parallèle, il est son propre attaché de presse, ainsi il s'attèle à la relation presse sans réelle stratégie, le but étant de faire parler du projet. Une soixantaine d'articles ont été publiés en six ans, présentant ou informant les avancés du projet sur tout type de média : presse écrite, télévision, web, au local comme au national, spécialistes et grand public.

- Enfin, présent sur internet afin de toucher le grand public, un site internet, web 1.0, rassemblant toutes les informations concernant le château a été créé ainsi qu'un

---

<sup>2</sup> Annexe 1 – *Entretien Laurent Bouvet*, p. 79.

groupe sur *Facebook* au début de l'année 2009, sur lequel il fait part des différentes actualités au 2.600 *friends*, eux aussi venus de tous horizons, qui ont adhéré au groupe.

Après six années de lobbying direct et quelques entrevues avec Vianney Mallein, Laurent Bouvet a fait appel à l'agence Artea Communication, afin de l'aider à développer une stratégie de communication d'influence.

L'objectif de notre rencontre Vianney Mallein, Grégoire Vallançon et moi même avec Laurent Bouvet en tant que client le 17 janvier 2012, fut de lui présenter notre stratégie. Elle avait pour but de donner une notoriété francilienne au projet à travers des actions concrètes pour le grand public, mais aussi des actions à destination de publics privilégiés. La répercussion médiatique de l'ensemble de ces actions donnerait à ce projet une envergure nationale.

### Problématisation de ce projet de communication

C'est dans le cadre d'un projet de communication d'influence que s'inscrit ce projet. D'après l'agence Artea communication, la communication d'influence se définit comme « *la mobilisation de l'opinion publique pour influencer les décideurs et faire avancer une cause* ». Dans le cas présent la cause serait la reconstruction du château de Saint-Cloud.

Cependant, dans tout projet de communication, avant la mise en œuvre de la stratégie, avant toute opération, planification, création d'outils, il est nécessaire de passer par une étape préalable : l'établissement du positionnement clair de la part de la personne, du produit, de l'établissement sur lequel porte la communication.

En effet, dans la conception d'un projet de communication quatre étapes sont à suivre :

- *L'analyse du problème et objectifs de communication,*
- *Le positionnement et ses choix stratégiques associés,*
- *La mise en œuvre de ces choix dans un programme de communication,*

*- L'évaluation des résultats et le pilotage dans le temps<sup>3</sup>.*

Le positionnement doit être compris comme la position dans laquelle l'émetteur souhaite être perçu par la cible, ce que l'émetteur souhaite que la cible vienne à se dire à propos du projet. C'est donc ce qui est fait par l'émetteur dans l'esprit de la cible. Cette étape est un choix stratégique qui cherche à donner une offre crédible, différente et attractive au sein d'un secteur et dans l'esprit de la cible.

Puisque le projet en lui-même me paraît encore flou, il m'a semblé intéressant d'orienter ce mémoire sur l'étude de cette étape particulière de la conception d'un projet de communication, dans le cas présent la communication d'influence. C'est sur cette étape très en amont de la conception d'un projet de communication que je souhaite donc orienter mon mémoire.

Ainsi, la problématique n'est pas de chercher à savoir si la reconstruction d'un château, détruit par un fait de l'Histoire est légitime ou non, est contre le sens de l'Histoire ou non.

Dans le cas de l'association « Reconstituons Saint-Cloud ! », c'est le positionnement qu'elle souhaite se donner ainsi que ses conséquences qui vont m'intéresser. Ainsi, la problématique sera donc :

**Comment positionner le projet de l'association « Reconstituons Saint-Cloud ! » comme un véritable projet de politique culturelle au service de la cité ?**

Nous passerons par trois étapes pour chercher à orienter le positionnement de ce projet afin que les pouvoirs publics ne soient pas frileux pour s'en emparer.

---

<sup>3</sup> Ariane DE VRIEZE et Jean-Marc BENOIT – Cours de conception de projets en communication publique et sociale – M2 Communication politique et publique 2011-2012 – UPEC

### III- METHODE APPLIQUEE

Puisqu'il s'agit d'un mémoire professionnel, j'ai choisi de le concentrer sur un cas réel, sur lequel j'ai effectivement travaillé lors de mon stage.

#### Analyse de la presse

Il s'agit d'analyser les nombreux articles qui traitent de la reconstruction du château de Saint-Cloud. Quels débats font-ils ressortir ? Leurs informations sont précieuses afin de se renseigner sur la progression du projet dans le temps, et sur sa représentation, son appréhension.

Par ailleurs, une analyse de la presse traitant des différentes parties du mémoire sera indispensable afin de fonder mes propos.

#### Bibliographie

Elle est la base de tous travaux écrits. Elle sert à s'informer et à fonder les propos. Elle doit comprendre des ouvrages généraux et des ouvrages plus précis, qui traitent du sujet directement ou indirectement.

#### Comparaison avec l'existant

Il s'agit de comparer le projet de reconstruction du château de Saint-Cloud aux projets dont il s'inspire pour analyser la façon dont ils ont été communiqués.

#### Entretiens semi directifs

J'ai opté pour la méthode de l'entretien semi-directif avec deux acteurs du projet à l'heure actuelle. Cela signifie que j'ai laissé volontairement une grande liberté de parole à l'interviewé en respectant ses cadres de références : rythme, ordre des thèmes abordés, mots utilisés etc. Mon rôle était de relancer l'interviewé à partir de son discours et de, si nécessaire, recentrer l'entretien sur les objectifs préalablement

travaillés. J'ai obtenu l'autorisation de chacun des interviewés de rendre public sa parole et son nom.

## I- LA RECONSTRUCTION DU CHÂTEAU DE SAINT-CLOUD, UN PROJET RÉSERVÉ AUX PASSIONNÉS D'HISTOIRE OU OUVERT AU GRAND PUBLIC ?

Le château de Saint-Cloud détient une place prépondérante dans l'Histoire de France. En effet, il fut l'un des acteurs de grands événements historiques. Si sa reconstruction à l'aube de la III<sup>ème</sup> République n'était pas une priorité nationale, rappelant le souvenir de la Monarchie et de l'Empire, elle pourrait aujourd'hui recréer la mémoire, lien entre le passé et le présent qui suppose la présence de l'absence. Elle renouerait ainsi le difficile dialogue entre le monde des morts et celui des vivants. Afin d'envisager de positionner cette reconstruction comme un projet grand public, il s'agira d'étudier dans un premier temps le rapport des Français avec leur Histoire afin de chercher à comprendre si le fait de reconstruire un patrimoine déchu appartient à une quête d'identité.

### A- LES FRANÇAIS ET LEUR HISTOIRE

L'étude de la relation liant les Français à l'Histoire se fera sous trois aspects. Nous tenterons de savoir dans un premier temps si l'Histoire est un domaine, un sujet actuel, dans l'air du temps, qui intéresse les Français. Puis dans un deuxième temps, nous tenterons d'évaluer les reliquats de la Monarchie et de l'Empire dans la France de la V<sup>ème</sup> République. Enfin nous traitons l'Histoire sous l'angle du tourisme culturel afin d'évaluer son attrait au XXI<sup>ème</sup> siècle.

## 1- L'Histoire dans l'air du temps, « l'époque est à la nostalgie <sup>4</sup> »

Lors d'un reportage réalisé par le Parisien, la journaliste posa la question suivante à Pierre-André Lablaude, architecte en chef de Monuments Historiques en charge du Domaine national de Saint-Cloud : « *Comment on passe d'un projet tenu par une association à un début de chantier ?* » Ce dernier répondit : « *C'est une sorte de mayonnaise qui prend progressivement quand c'est dans l'air du temps, quand c'est dans l'opinion publique ça marche*<sup>5</sup>. »

Dans une émission diffusée sur Europe 1 en octobre 2011, Sébastien Le Fol disait : « *Les Français ont peur de l'avenir, ils sont fascinés par le passé (...) La France est un peuple paradoxal à la fois amnésique et hyper mnésique. L'Histoire est de plus en plus l'objet de querelles politiques. Aujourd'hui dans les médias, l'Histoire a d'excellents porte-parole, c'est le cas de Max Gallot, (...) de Stéphane Bern*<sup>6</sup>. »

En effet, l'Histoire passionne les Français. Un sondage réalisé en octobre 2008 par l'institut CSA commandé par le magazine Historia, révélait que plus de huit Français sur dix, soit quarante-et-un mille Français, se déclarent sympathisants avec une répartition en trois groupes : les passionnés, les curieux et les amateurs. Avec une constante : l'Histoire est un enrichissement culturel et intellectuel, mais aussi un divertissement appréciable et apprécié comme tel. Cette étude a été réalisée au près de mille sept personnes représentatives des Français de quinze ans et plus<sup>7</sup>.

La gronderie de l'été 2010 venant des historiens, provoquée par une mesure gouvernementale de 2008 est une preuve de cet attachement à l'Histoire. Cette

---

<sup>4</sup> D'après Franck FERRAND, journaliste, animateur de l'émission quotidienne « Au cœur de l'histoire » sur Europe 1.

<sup>5</sup> *Ils veulent reconstruire le château de Saint-Cloud*, LeParisien.fr, 20 septembre 2008

<sup>6</sup> Sébastien LE FOL, *Les Français fascinés par l'Histoire*, Europe 1, 29 octobre 2011

<sup>7</sup> *Un passé si présent*, Historia, janvier 2009

mesure réduit le temps consacré à l'étude des périodes de Louis XIV et de Napoléon notamment, au profit de découverte sur l'Histoire du monde.

« *Un peuple qui n'enseigne pas son histoire est un peuple qui perd son identité* » disait François Mitterrand en 1982.

Cette gronderie à l'égard de ces nouveaux programmes d'Histoire qui n'enseignent plus l'Histoire de France aux citoyens de demain va de paire avec l'engouement des adultes pour l'offre médiatique et littéraire touchant à ce domaine. Après quelques années de purgatoire de la sphère médiatique, l'Histoire est de retour. En ce sens, les journalistes et auteurs ont chacun leur explication. Stéphane Bern, présentateur de l'émission *Secrets d'Histoire* sur France 2 disait : « *L'école ne remplit pas sa mission. On n'y apprend plus rien. Peut-être est-ce lié à la façon de l'enseigner ? Une chose est sûre, les programmes sont terriblement malmenés. Les gens me disent qu'avec Secrets d'Histoire, ils renouent avec le plaisir d'apprendre*<sup>8</sup>. » Ainsi durant l'été 2011, quiz, romans, suppléments de magazines, émissions, séries télévisées historiques ont été proposés aux Français qui n'ont jamais été aussi gourmands en la matière. Dans le cadre de la littérature, l'ouvrage de Lorant Deutsch, *Métronome* qui raconte les riches heures de Paris est devenu en deux ans un phénomène d'édition : un million trois cents mille exemplaires écoulés. « *Quand on ne sait plus trop où l'on va, comme aujourd'hui, on explore ses racines. L'Histoire de France, je la vois comme un livre de famille, avec plein d'aïeux incroyables, de Charlemagne à Olympe de Gouges. Un tel pedigree, c'est bon pour notre moral*<sup>9</sup> » souligne-t-il. Par ailleurs, « *Le sentiment de déclassement nourrit notre goût pour l'Histoire* », assure Jean Lebrun, professeur agrégé et animateur de la *Marche de l'Histoire*, l'émission la plus *podcastée* de France Inter. « *L'époque est à la nostalgie* », renchérit Franck Ferrand.

Ce dernier date l'intérêt des Français pour l'Histoire autour de la Monarchie de Juillet vers 1840, au cours de la période historiciste, lorsque ont été redécouverts la Renaissance, le Moyen Âge, la période gothique. C'est aussi l'époque de

---

<sup>8</sup> *L'histoire, une passion française*, Leparisien.fr, 23 août 2011

<sup>9</sup> *Ibid.*

l'émergence de la notion de bâtiment historique, avec Prosper Mérimée, inspecteur général des Monuments historiques.

La persistance de cette passion pour l'Histoire aujourd'hui s'expliquerait par le fait qu'avec les Anglais, les Français, sont les deux peuples en Europe qui aient dominé le monde. Les grandes heures françaises, la puissance de la France, sa grandeur sont derrière elle, ce qui n'est pas le cas d'autres pays qui, eux, vivent dans l'avenir. Les Français rêvent de ces temps dont ils sont fiers<sup>10</sup>.

Après cette étude quant au fait que l'Histoire est un domaine qui passionne les Français, il s'agit d'analyser désormais la place d'une certaine période de l'Histoire de France, celle liée au château de Saint-Cloud, la Monarchie et l'Empire.

## **2- La place de la Monarchie et de l'Empire dans l'esprit des Français**

Outres les monuments et l'héritage symbolique tel que le Code Civil et la Légion d'Honneur, un autre reliquat monarchique et impérial perdure dans la France du XXI<sup>ème</sup> siècle et ce reliquat est réellement plébiscité par les Français. C'est le « *monarque républicain* ».

En effet, La fonction présidentielle a été créée en 1848 par la Constitution de la seconde République. Le président, élu au suffrage universel direct par les citoyens masculins, disposait alors de larges pouvoirs, ressemblant à un monarque républicain. Commentant cette institution, Alexis de Tocqueville dira : « *Nous avons conservé l'esprit de la Monarchie en en perdant le goût.* » C'est ainsi que Louis-Napoléon Bonaparte fut élu premier président de la République française. L'expérience déboucha trois ans plus tard sur un coup d'état, le président se muant en empereur. Cette expérience, décevante pour les Républicains, explique donc leurs réticences ultérieures à l'égard d'une élection présidentielle au suffrage

---

<sup>10</sup> Jean-Paul TAILLARDAS, *Les Français aiment leur histoire de France*, Sud Ouest, 13 novembre 2011

universel direct. En effet, beaucoup craignaient que le peuple ne soit pas suffisamment mûr pour la démocratie et puisse facilement se laisser séduire par des personnalités charismatiques et autoritaires. C'est pour cela qu'au début des années 1870, la III<sup>ème</sup> République a institué un président, doté de pouvoirs limités, élu pour un mandat de sept ans par les deux chambres réunies en congrès. Cette formule fut maintenue à la Libération sous la IV<sup>ème</sup> République. Mais le Président de ces deux Républiques était très largement « *un roi sans couronne et sans force* », selon l'expression d'un célèbre spécialiste de droit public, Léon Duguit.

L'instabilité gouvernementale de la IV<sup>ème</sup> République dans une période où les guerres coloniales nécessitaient une volonté politique forte, la conduisit à sa chute. En 1958, dans un contexte de possible coup d'état militaire et de guerre civile, l'appel au général de Gaulle, vu comme le sauveur de la France, pour résoudre le conflit algérien est apparu nécessaire aux principales forces politiques du pays, excepté le parti communiste.

La Constitution de la V<sup>ème</sup> République est un compromis entre le Général et les forces politiques de l'époque, néanmoins l'usage des institutions fait par le Général renforça les pouvoirs présidentiels, l'élection au suffrage universel direct en 1962 acheva ce renforcement.

L'expression « *monarque républicain* » est attribuée à Maurice Duverger, juriste et professeur de droit,<sup>11</sup> pour caractériser ainsi les nouveaux pouvoirs dont dispose le chef de l'État par rapport à ceux des Républiques précédentes. Ces nouveaux pouvoirs sont néanmoins hérités de la Monarchie française, héritage des rois de France. C'est le chef des armées, c'est le chef de la diplomatie, il a le droit de faire grâce. De plus, la stature du général de Gaulle, ses méthodes de gouvernement, que ses adversaires illustraient par l'expression de pouvoir personnel, cadraient parfaitement avec l'image du « *monarque républicain* » et ses successeurs ont reçu le même qualificatif jusqu'à Nicolas Sarkozy. En effet, certains auteurs considèrent qu'en adoptant un style plus décontracté, proche des Français au début de son mandat, Nicolas Sarkozy aurait heurté ces derniers, et aurait par la

---

<sup>11</sup> Maurice DUVERGER, *La Monarchie Républicaine, ou comment les démocraties se donnent des rois*, Paris, Laffont, 1974

sorte, perdu cette stature. Il aurait par ailleurs, à la fin de son mandat tenté de se « *représidentialiser*<sup>12</sup> », de reprendre de la hauteur, de la majesté, pour être, comme tous ses prédécesseurs un « *monarque républicain* ».

Cependant, il est important de préciser que ce ne sont pas les politiques uniquement qui souhaitent cette Monarchie républicaine au sein de la V<sup>ème</sup> République. Puisqu'après les deux Républiques précédentes, les Français ont des attentes particulières envers leur président qu'ils élisent au suffrage universel direct avec un taux de participation le plus élevé de toutes les élections. En effet pour les Français, le président de la République est la figure du père, de l'homme qui doit assurer l'unité nationale, c'est l'homme qui doit représenter tous les Français ceux qui ont voté pour lui mais aussi ceux qui n'ont pas voté pour lui. Ils attendent de la part de leur président qu'il soit classique, mais ils n'attendent pas de lui qu'il soit un homme ordinaire, un homme comme les autres qui aurait une vie ordinaire. Qu'en sera-t-il de François Hollande ? Enfin, les Français veulent que le président soit un « *monarque républicain* », qui les représente dans la dignité, avec une certaine tenue.

C'est donc une volonté de la part des Français du XX<sup>ème</sup> et du XXI<sup>ème</sup> de considérer leur chef d'Etat comme leur monarque. Par ailleurs, le Palais de l'Elysée participe à cette définition du « *monarque républicain* », monument symbolisant par excellence la présidence comme Versailles fut le symbole de la Monarchie absolue et les Tuileries celui de l'Empire.

Par ailleurs, lorsque l'on demande aux franciliens dans quelle ville ils souhaiteraient résider lors de l'année du bicentenaire des guerres de Vendée, Paris est certes la première réponse, néanmoins derrière elle, se placent Versailles, Saint-Germain-en-Laye, Fontainebleau, Saint-Cloud. Ces cités historiques ont toutes une forte identité en lien avec leur passé royal ce qui n'est pas pour déplaire aux habitants d'Ile-de-France. En effet, ces derniers sont peu nombreux à ressentir un

---

<sup>12</sup> Guillaume PERRAULT, *Les Français veulent un monarque républicain*, lefigaro.fr, 15 novembre 2011

sentiment d'attache, d'identité vis à vis de cette région, ils s'attachent donc à l'Histoire et le passé royal pour se créer une identité<sup>13</sup>.

Il intéressant de relever que l'Histoire passionne et peut conditionner les Français. Présent en politique, nous verrons qu'il devient depuis une trentaine d'années et de façon plus marquante au XXI<sup>ème</sup> siècle un attrait touristique.

### **3- L'Histoire, un attrait touristique**

Le patrimoine est à bien des égards un secteur où l'aide publique est « rentable ». Mais c'est surtout son impact touristique qui impressionne les élus. Tourisme et patrimoine ensemble sont un phénomène global considéré comme du politique puisqu'il met en cause les rapports aux autres, via le tourisme et au temps, via le patrimoine.

Avec la années 1960, la démocratisation du tourisme accompagne le passage de la notion de monument à celle de patrimoine. Ainsi, la notion de monument, dominante depuis les années 1830, devient progressivement historique. La notion de patrimoine parle de mémoire, « *du présent du passé* ». <sup>14</sup> D'après Olivier Lazzarotti, « *La mémoire n'est pas tant le passé qui s'impose au présent que le présent qui choisit son passé, pour s'imposer* <sup>15</sup>. » Le tourisme implique une dimension géographique, il implique le corps dans ses relations avec les lieux. Croiser les deux revient à croiser des paroles et des gestes.

L'Histoire constitue une représentation de la vie sociale de nature à faire de la communauté et du lien social des objets de savoir pour les générations futures. Par

---

<sup>13</sup> D'après le sondage « *Comment vit l'Île-de-France ?* » réalisé par SCP Communication, commandé par La Croix l'Événement, O'FM et le conseil régional d'Île-de-France, La Croix, 3 mars 1993

<sup>14</sup> Olivier LAZZAROTTI, *Patrimoine et tourisme, Histoires, lieux, acteurs, enjeux*, Paris, Belin, 2011, p.9.

<sup>15</sup> *Ibid.* p.20.

ailleurs, elle vient donner un sens à la mémoire de la cité, de manière à ce que ce sens vienne fonder le contrat social.

La discipline historique voit son succès se déployer auprès du « grand public » par l'intermédiaire de revues de vulgarisation, de romans, mais aussi à travers les spectacles cinématographiques, télévisuels ou encore en plein air. C'est dans un contexte de médiatisation de l'Histoire avec les outils cités précédemment et pour des raisons citées inlassablement : crainte de l'avenir, crise des cadres identitaires et des idéologies, quête de solutions, besoin de sécurité ou d'évasion que les reconstitutions historiques se déploient en association avec l'engouement commémoratif. Les historiens ne donnent que des explications institutionnelles et économiques tel que le développement du tourisme et la valorisation de politiques culturelles. Ces explications prônent la singularité patrimoniale par les pouvoirs locaux. Cependant, ils ne creusent pas la dimension symbolique et politique<sup>16</sup>.

### Le Puy du Fou

En France, un homme politique a réussi à faire de l'Histoire le cœur de l'attraction touristique de son département : Philippe de Villiers avec le Puy du Fou. Avec près d'un million cinq cents mille visiteurs en 2011, il est le quatrième parc à thème de France, derrière Disneyland Paris (quinze millions trois cents mille), le Parc Astérix (un million huit cents mille) tous deux en Ile-de-France, et le Futuroscope (un million six cents mille). Cependant, il a reçu en 2012 le titre de meilleur parc de loisirs au monde, *le Thea Classic Awards 2012*, sorte d'oscar de l'industrie du divertissement mondial par l'association Themed Entertainment aux Etats-Unis<sup>17</sup>, c'est la première fois qu'un parc français obtient cette récompense.

Créé en 1977, le spectacle de la Cinéscénie reposant sur des bénévoles, les puyfolais, montre comment la logique touristique et la logique politique se combinent

---

<sup>16</sup> Maryline CRIVELLO, *Comment on revit l'histoire, sur les reconstitutions historiques 1976-2000*, Les presses de midi

<sup>17</sup> *Le Puy du Fou sacré meilleur parc de loisirs du monde*, France Soir, 18 mars 2012

pour entretenir une « mémoire collective » qui pourtant n'a pas grand chose à voir avec l'Histoire. Il est certain qu'en ce qui concerne le Puy du Fou, c'est une mémoire collective de la Vendée qui prédomine. Ce département a été marqué par l'une des principales guerres civiles de France, les guerres de Vendée. En effet, c'est l'ensemble de ce département qui s'est levé contre la Révolution française, Il se considère donc différent des autres et voit dans son passé conservateur et réactionnaire son identité. L'action remémoratrice de cette région est très frappante : croix, plaques commémoratives, monuments, rappellent les événements de la guerre de Vendée depuis la première vague commémorative qui eut lieu dans les années 1820. Depuis les années 1930 des associations en mémoire de cette période se créent, ainsi le passé vendéen n'a pas cessé d'être mis en scène, les ruraux prenant part aux jeux scéniques organisés par les patronages qui font jouer aux enfants, le rôle du curé martyr, du combattant, rendant ainsi possible une identification de l'intérieur à un héros local. Le spectacle du Puy du Fou s'inscrit donc dans une continuité pédagogique des associations et patronages vendéens.

Ainsi, Philippe de Villiers a voulu donner au Puy du Fou une dimension identitaire et historique, en se fondant sur la spécificité vendéenne. Même si pour nombre de Vendéens de « gauche » ce spectacle tient de la manipulation, voire de l'imposture.

La toile de fond est historique mais Philippe de Villiers le dit lui même, quant au scénario de la Cinéscénie qui raconte la Vendée du XV<sup>ème</sup> au XX<sup>ème</sup> siècle, ce qui importait n'était pas de montrer la stricte réalité historique, mais de faire partager « les valeurs culturelles » de la région, avec l'évocation des grandes périodes de l'Histoire de France. Ceci est applicable à tous les spectacles présents dans le grand parc.

Le succès du Puy du Fou tient au cumul de significations qui permet aux acteurs comme aux spectateurs de tirer les profits symboliques les plus variés voire même contrastés. Ainsi se mélangent les attachements aux traditions villageoises, les souvenirs historiques, les habitudes de mobilisation, les enracinements des

convictions, les quêtes identitaires, tout autant que la réclamation des valeurs, le goût du spectaculaire<sup>18</sup>.

### MuséoParc Alésia

Un autre parc historico touristique a été récemment inauguré en grande pompe, le MuséoParc Alésia. Étaient présents François Fillon, Premier ministre, François Sauvadet, Président du Conseil Général, et Marc Frot, Président de la SEM Alésia, Frédéric Mitterrand, ministre de la culture et de la communication, Louis de Broissia, ancien Président du Conseil Général, Bernard Tshumi, architecte du MuséoParc Alésia, ainsi que de nombreux élus et représentants des mondes culturel, touristique et économique. Tous reconnaissent le caractère historique de cet événement, la qualité de ce projet, porté par le Conseil Général de la Côte-d'Or, et son intérêt touristique pour ce département. Les espaces scénographiés du Centre d'interprétation proposent une découverte dynamique et interactive du siège d'Alésia avec notamment la reconstitution grandeur nature d'une centaine de mètres de fortifications et d'une partie de camp romain. Ce MuséoParc, a pour vocation « *de rendre compréhensible un évènement majeur de l'Histoire de France dont il ne reste pas grand chose* ». Il explique donc le siège d'Alésia du point de vue des Gaulois comme des Romains. Il évoque également plus de deux mille ans de vie sur ce haut lieu de la Bourgogne. Les initiateurs de ce projet attendent cent cinquante mille visiteurs annuels.

Cependant, l'ouverture de ce site touristique redonne de la voix à ces historiens qui contestent la thèse officielle soutenue par le gouvernement, localisant en Côte-d'Or le site du célèbre siège de l'an 52 avant Jésus-Christ. Et deux mille soixante quatre ans après, la polémique est toujours vivace<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> Jean-Martin CLEMENT, Charles SUAUD, *Le Puy du Fou, en Vendée, l'Histoire mise en scène*, Clamecy, l'Harmattan, 1996

<sup>19</sup> *La Bourgogne inaugure un « MuséoParc » sur Alésia sans éteindre la polémique*, lepress.fr, 17 mars 2012

Ainsi peu importe si le lieu choisi pour ce MuséoParc est réellement celui sur lequel s'est déroulé le siège d'Alésia, les politiques ont parié sur un parc à thème historique pour développer le tourisme dans cette partie de la Bourgogne moins fréquentée que celle des vignobles.

### La Nuit aux Invalides

Enfin, dernièrement, la Nuit aux Invalides du 11 au 18 avril 2012, a « mis en lumière » l'histoire de ce monument, « *une remontée dans le temps* ». C'est donc plus de quatre cents ans d'Histoire de France, présentant trois grands hommes, Louis XIV, Napoléon I<sup>er</sup> et Charles de Gaulle, qui ont été racontés en trente cinq minutes aux Français au mois d'avril dernier en spectacle de « son et lumière ». Ce divertissement, réalisé par Bruno Sellier était un véritable projet de politique culturelle puisqu'il a été créé en partenariat avec le ministère de la culture, le ministère de la Défense et des Anciens Combattants ainsi que le musée de l'armée. André Dussolier, l'une des voix de ce « son et lumière », considère que ce sont ces genres de moments qui peuvent « *fédérer les gens autour de l'Histoire*<sup>20</sup>. » Il a même réussi à insuffler l'esprit patriotique aux Français, cela a pu être lu sur *Twitter* notamment<sup>21</sup>. Outre le sentiment patriotique, le succès était aussi au rendez-vous puisque trente mille spectateurs se sont déplacés pour vingt-quatre représentations<sup>22</sup>. Le prochain « son et lumière » de Bruno Sellier aura lieu durant l'été 2013 sur la façade du Parlement de Bretagne<sup>23</sup>, monument chargé d'histoire lui aussi et qui fut reconstruit à l'identique suite à un incendie en 1994.

Le goût pour l'Histoire des « anonymes », des gens ordinaires, intervient comme l'un des dénominateurs communs de ces spectacles, qu'il s'agisse de

---

<sup>20</sup> Julien JOUANNEAU, *Trois raisons de passer La Nuit aux Invalides*, *lexpress.fr*, 13 avril 2012

<sup>21</sup> Tweet de Loïc Rigal @LoicRigal : « Vu « La nuit aux Invalides ». Ce spectacle ravive mon amour de la Patrie. Vive la #France !!! », in *Trois raisons de passer La Nuit aux Invalides*, *op. cit.* (note 20)

<sup>22</sup> <http://www.lanuitauxinvalides.fr/>

<sup>23</sup> Stanislas DU GUERNY, *Spectaculaires illumine les bâtiments historiques*, *les Echos*, 11 avril 2012

l'épopée napoléonienne, épilogue d'une lente sédimentation de la mémoire nationale échelonnée sur près de deux siècles, ou de mise en scène centrée sur une mémoire locale, tel le Puy du Fou.

## **B- UNE QUÊTE D'IDENTITÉ EN JEU ?**

D'après Peter Schabe, de la Fondation allemande pour la préservation du patrimoine, « *Les peuples veulent des lieux avec lesquels s'identifier, et souhaitent renouer avec leur Histoire*<sup>24</sup>. » Ainsi reconstruire ce château serait rendre aux Français une part de leur identité et de leur mémoire.

### **1- La place du patrimoine dans la construction identitaire**

« *Puissions-nous faire que tous les enfants de France comprennent que ces pierres encore vivantes leurs appartiennent à la condition de les aimer*<sup>25</sup>. »

En France, le patrimoine est fils de la Révolution, c'est-à-dire du vandalisme et du nationalisme, et ses historiens datent très précisément sa naissance du 28 fructidor an II de la République (31 août 1794). L'abbé Grégoire prononça ce jour la devant la Convention son rapport sur « Les destructions opérées par le Vandalisme et sur les moyens de le réprimer » et plaida pour la conservation de la « propriété du peuple », le bien commun de la nation. L'abbé Grégoire écrivait ainsi : « *De toutes parts, on faisait main basse sur les livres, les tableaux, les monuments qui portaient l'empreinte de la religion, de la féodalité, de la royauté ; elle est incalculable, la perte d'objets religieux, scientifiques et littéraires. (...) Cependant tels furent les excès auxquels on se porta qu'enfin il fut possible de faire entendre utilement ma voix et*

---

<sup>24</sup> Stéphanie POUPARD, *Reconstruire les Tuileries et Saint-Cloud ?*, Famille Chrétienne, 27 septembre 2008

<sup>25</sup> André MALRAUX, *Projet de loi de programme relatif à la restauration des grands monuments historiques*, 14 décembre 1961

*l'on consentit au Comité d'Instruction Publique à ce que je présentasse à la Convention un rapport contre le vandalisme. Je créai le mot pour tuer la chose. »*

Par ailleurs, l'expression « *patrimoine national* » est due à François Puthod de Maisonrouge qui l'utilisa pour la première fois le 4 octobre 1790. Elle le fut dans les faits le 18 novembre 1793 lorsque le premier musée au Louvre, le « musée de la République », fut inauguré. Les objets présents issus des châteaux et palais royaux perdent leur connotation politique au moment où ils entrent dans le musée et deviennent ainsi des outils de pédagogie populaire.

Depuis lors, trop de dévastations ont en effet créé dans l'opinion une sorte de panique patrimoniale, un réflexe de protection généralisée du paysage familial contre toute modification fût-elle pertinente, sorte de « *complexe de Noé*<sup>26</sup> », on veut tout sauver. Le patrimoine ne serait donc plus un bien privé, mais un bien commun d'une Nation émergente et ainsi, ouvert à tous ses citoyens.

Le terme « *Monument historique* » viendrait de l'antiquaire-naturaliste Aubin-Louis Millin et daterait de décembre 1790. Sous cette appellation, se décline un projet de sauvegarde et de description des monuments : « *Leur représentation est nécessaire, mais aussi suffisante, pour remplir leur fonction d'historiographique.* » Ils sont de véritables documents de l'histoire des hommes, et comme la preuve de celle-ci, ils sont aussi un instrument de savoirs : des savoirs du passé valorisés par leur contenu.

En France, l'Etat est sommé de légiférer contre le temps qui passe, de classer les souvenirs parmi les Monuments historiques et d'acquérir tous les lambeaux de mémoire qui passent en vente.

En 1840, à la suite de la création par François Guizot du service des monuments historiques, l'Etat admet le principe de la conservation d'un monument privé présentant un intérêt public en raison de son importance pour l'Histoire ou l'art français, pouvant de ce fait bénéficier de l'aide de l'Etat.

Aujourd'hui, la demande populaire impose de ne pas laisser partir le patrimoine national ; cela signifie le laisser là où il est, où il a toujours été de mémoire

---

<sup>26</sup> Françoise CHOAY, *l'Allégorie du patrimoine*, Paris, Editions du Seuil, 1992

d'homme, et empêcher les « étrangers », ceux qui ne sont pas du coin d'en devenir propriétaire. Un ensemble de réactions face à l'affaire dite « des châteaux japonais<sup>27</sup> » atteste formellement l'attachement populaire au patrimoine.

La fonction principale du patrimoine français n'est pas l'enrichissement matériel du pays, mais l'éducation du citoyen ainsi que celle de l'artiste.

Trop souvent, la demande de patrimoine est exclusivement analysée comme la quête de ses racines par une population troublée dans son identité nationale, une passion passéiste. Or selon Krzysytof Pomian, le patrimoine est inversement, « *destiné en priorité aux générations futures. En le conservant, nous extériorisons et rendons visible le lien qui nous a unis à celles-ci et qui ne réduit ni à une succession dans le temps ni même une simple filiation génétique, mais qui suppose une commune appartenance à la nation et une commune identification à celle-ci*<sup>28</sup>. »

Ainsi, le culte populaire du patrimoine exprime avant tout, le besoin qu'a le citoyen moyen de faire reconnaître son droit de transmettre à ses descendants les valeurs auxquelles il tient – celles de la mémoire, de la longue durée, de l'attachement à un territoire, de l'admiration pour les chefs-d'œuvre et les civilisations qui les ont produits – à défaut des valeurs idéologiques et religieuses désormais presque inexistantes.

Le monument institutionnalise la mémoire, il lui fournit un contenu, une visibilité et une protection juridique.

---

<sup>27</sup> Une société japonaise avait acquis dans les années quatre-vingt plusieurs châteaux historiques en France et en Europe pour ensuite les dépouiller de leurs meubles et décors précieux, boiseries, trumeaux, cheminées, dont la valeur vénale était supérieure à celle des immeubles. La vente des meubles est légale, mais le dépeçage des décors est interdit dans un édifice dont les intérieurs sont classés.

<sup>28</sup> Krzysytof POMIAN, *Conclusion de la journée du 6 janvier, in Patrimoine et passions identitaires, Actes des Entretien du Patrimoine 1997, sous la présidence de Jacques Le Goff, Paris, Fayard/Ed. du Patrimoine, 1998, p. 114.*

Portée, notamment, par la Révolution française, l'idée de la Nation tend à contester le modèle de la royauté : le citoyen remplace le sujet et l'organisation des territoires en Nation celle des découpages dynastiques et monarchiques. L'invention et la diffusion de ce nouveau référent collectif impliquent la construction d'une nouvelle histoire commune et, avec elle, de nouvelles cohérences collectives : comment vivre ensemble dans et par le territoire ? Dans l'une des manières françaises de concevoir la Nation, vue par Ernest Renan, l'idée de passé y tient une place centrale : « *Une nation est une âme, un principe spirituel (...) L'une est dans le passé, l'autre dans le présent. L'une est la possession en commun d'un riche legs de souvenirs ; l'autre est le consentement actuel, le désir de vivre ensemble, la volonté de continuer faire valoir l'héritage qu'on a reçu en indivis*<sup>29</sup>. »

Le passé est donc l'un des piliers, fondamental et fondateur, de la vie nationale. La construction du monument relève ainsi d'un processus opiniâtre et continu, politiquement engagé dans une vision d'ensemble de soi et du Monde.

D'après Françoise Choay, le monument est ce qui « *interpelle la mémoire (...) Sa spécificité tient à son mode d'action sur la mémoire* ». Il aurait une dimension affective et contribuerait à maintenir l'identité d'une communauté « *en luttant contre l'angoisse de la mort et de l'anéantissement* », en assurant la continuité. Il aurait ainsi une « *fonction anthropologique* ». Mais son rôle contemporain aurait changé et serait désormais surtout d'ordre esthétique, sans épaisseur. En analysant les évolutions sémantiques du patrimoine. Françoise Choay en fait un problème de société, une clé d'entrée pour analyser la société moderne et son devenir. « *La valeur d'ancienneté tend à investir l'espace social qui était traditionnellement occupé par la religion* ». Il semble qu'une révolution silencieuse s'opère. On passe « *de l'univers des savoirs humanistes à celui de la communication touristique et de la gestion des visites de masse* ».

---

<sup>29</sup> Ernest RENAN, *Qu'est-ce qu'une nation ? Conférence faite en Sorbonne, le 11 mars 1882, in Qu'est-ce qu'une nation ? et autres essais politiques*, Paris, Editions Press Pocket, coll. « Agora » 316 p. 54.

Le monument historique est alors le signe très visible de la façon dont l'Europe traite son Histoire. Le phénomène de reconstruction illustre parfaitement cette évolution.

## 2- La mémoire collective des lieux royaux

Selon Pierre Nora, « *un lieu de mémoire dans tous les sens du mot va de l'objet le plus matériel et concret, éventuellement géographiquement situé, à l'objet le plus abstrait et intellectuellement construit*<sup>30</sup>. » Il peut donc s'agir d'un monument, d'un personnage important, d'un musée, des archives, tout autant que d'un symbole, d'une devise, d'un événement ou d'une institution.

En créant le Service des Monuments historiques en octobre 1830, François Guizot, ministre de l'Instruction publique puis principal ministre de Louis-Philippe a eu pour ambitieuse mission de réconcilier tous les Français avec leur Histoire nationale, fracturée par la Révolution française<sup>31</sup>.

Existe-il une mémoire collective ? La réponse serait négative car la mémoire, n'est que l'appropriation individuelle de représentations liées au passé. Elle met en œuvre tout un ensemble de processus psychologiques par lesquels le sujet, individuellement, se projette dans le temps en inscrivant dans une continuité unifiée tous les événements, toutes les situations, dans lesquels il est impliqué. Ainsi, la mémoire est une « *expérience individuelle*<sup>32</sup>. »

Cependant, la mémoire comporte aussi une dimension collective. D'une part, parce que l'expérience a souvent lieu au sein d'une communauté. D'autre part, la mémoire se compose d'éléments, de représentations, d'images que nous partageons avec d'autres.

---

<sup>30</sup> Pierre NORA, *Les lieux de mémoire, vol. 1*, Paris, Quarto-Gallimard, 1997

<sup>31</sup> Selon Pierre ROSANVALLON, *Le Monument Guizot*, Paris, Gallimard, 1985

<sup>32</sup> Denis BENOIT, *Introduction aux sciences de l'Information et de la Communication*, Paris, Les Editions d'organisation, 1995, p. 140.

En effet, le terme de « *mémoire collective* » a été inventé par Maurice Halbwachs par opposition à la notion de mémoire individuelle. Elle fait référence au « *souvenir ou (à) l'ensemble de souvenirs, conscients ou non, d'une expérience vécue et/ou mythifiée par une collectivité vivante de l'identité de laquelle le sentiment du passé fait partie intégrante*<sup>33</sup>. »

Enfin, la « *mémoire représente la continuité*<sup>34</sup> » dans le temps et dans l'Histoire, des formes de la culture. Elle nous projette comme héritiers, comme derniers maillons, d'une continuité dont nous sommes les porteurs et bientôt les transmetteurs.

La mémoire serait ainsi, le premier élément constitutif de la conscience morale et de la conscience politique. En effet, il n'y a pas de morale sans histoire et sans mémoire, pas de conscience de l'autre sans qu'elle s'inscrive dans la mémoire. Elle constitue donc le repère par rapport auquel l'identification sociale devient possible.

Il existe en France une mémoire collective des lieux royaux, cela est perceptible par la présence d'un grand nombre de musées sur le territoire français mettant en lumière des lieux royaux et les objets royaux. Versailles en est la parfaite illustration, ainsi que les châteaux de la Loire. D'autre part, la cathédrale de Reims est indéniablement associée aux sacres des rois de France dans la mémoire collective des Français. L'année 2011 fut d'ailleurs l'occasion de célébrer son huit centième anniversaire, avec un spectacle de « son et lumière » comparable à la Nuit aux Invalides. Par ailleurs, la basilique de Saint-Denis, nécropole des rois de France en Seine-Saint-Denis avec cent quarante mille visiteurs annuels est un lieu de mémoire royal.

---

<sup>33</sup> D'après Pierre NORA, *Mémoire collective*, dans Jacques Le Goff (éd). *La nouvelle histoire*, Paris, Retz, 1978, p. 398.

<sup>34</sup> *Op. cit.* (note 32), *Introduction aux sciences de l'Information et de la Communication*, p. 141.

### **3- Regards croisés de Laurent Bouvet, Pierre-André Lablaude et Alain Aubert**

Il s'agit de faire la différence entre le discours des promoteurs du projet et la réalité et nous verrons que le discours des promoteurs n'est pas unique. S'il est vrai que le château de Saint-Cloud était un haut lieu chargé d'histoire, il est difficile de croire que sa reconstruction rétablira le lien identitaire rompu entre 1870 et 2012.

En comparant ce projet à diverses reconstructions de monument en Europe, les quêtes identitaires sont très souvent présentes lorsque l'écart temporel et fonctionnel est moins important. Ainsi les villes telles que Saint-Malo en France, Varsovie en Pologne, Nuremberg, Dresde et Münster en Allemagne, détruites après la seconde guerre mondiale furent reconstruites immédiatement après et ce pour deux raisons principales et une raison subsidiaire. Celles-ci sont respectivement identitaire, fonctionnelle et esthétique. Identitaire, puisqu'elles ont participé à remédier aux traumatismes des bombardements. Fonctionnelle car pour certaines, les bâtiments reconstruits ont conservé leur vocation initiale tel que l'Hôtel de Ville de Paris incendié lors de la Commune de Paris en 1870. Esthétique, lorsque la reconstruction à l'identique a été préférée à la construction d'un bâtiment moderne en lieu et place du celui détruit, tel que la vieille ville de Varsovie.

Dans le cas du château de Saint-Cloud, sa fonction changera radicalement. Il ne pourrait être le lieu de résidence des chefs d'Etat. Avec plus de cent ans entre sa destruction et sa probable reconstruction, il serait difficile d'en faire le symbole ni de la Monarchie, ni de l'Empire mais un musée, un parc d'attraction voir un complexe de luxe (hôtel et boutiques). Néanmoins, Versailles a réussi à combiner sa vocation originelle et celle que l'on a souhaité lui donner par la suite : symbole de la Monarchie et musée.

L'écart temporel et fonctionnel paraît donc être trop important pour espérer que cette reconstruction rétablisse réellement un lien identitaire entre les Français.

Trois positions seront présentées, celle de Laurent Bouvet, président de l'association « Reconstruisons Saint-Cloud ! », initiateur du projet, celle de Pierre-

André Lablaude, architecte en chef des Monuments historiques en charge du Domaine national de Saint-Cloud et André Aubert, directeur du Comité Départemental du Tourisme des Hauts-de-Seine, soutien passif du projet depuis juillet 2011 et soutien actif depuis avril 2012.

Laurent Bouvet, président de l'association « Reconstruisons Saint-Cloud ! »

Laurent Bouvet en tant que président de l'association « Reconstruisons Saint-Cloud ! » rejette la conception identitaire de ce projet. L'origine du projet illustre ce rejet. En effet, lors d'un entretien avec ce dernier, il disait : *« C'est suite à la vision d'un certain nombre de reportages à la télévision sur Guédelon que je me suis dit, il serait tout à fait possible de transposer ce modèle économique, non pas à la construction d'un monument qui n'a jamais existé, comme c'est le cas du château de Guédelon mais à la reconstruction d'un monument historique disparu. J'avais été fasciné par ce modèle économique de Guédelon qui permettait de reconstruire ou de construire un château fort sans « un sou en poche » ce qui est le cas de Michel Guyot puisqu'il est parti sans le moindre argent, c'est là où je me suis dit dans la mesure où le principal obstacle à la construction d'un monument historique disparu est l'obstacle financier, cela permet de contourner cet obstacle et qui plus est le chantier de construction devient particulièrement intéressant puisqu'il est interactif, les gens viennent voir les ouvriers travailler selon les techniques en vigueur à l'époque et ça pourrait présenter un réel intérêt si l'on transposait ça à un monument du XVII<sup>ème</sup> ou XVIII<sup>ème</sup> siècle dans la mesure où les corps de métiers sont plus sophistiqués qu'ils ne l'étaient au Moyen Âge. J'ai toujours vécu dans la région Ile-de-France, j'ai regardé un petit peu autour de moi quel monument historique on pourrait reconstruire et puis très rapidement je me suis dit, bah ! Tiens, il y a le château de Saint-Cloud dont l'entier parc demeure et qui est aux portes de Paris. »*

Par ailleurs, il considère l'écart temporel entre la destruction et la probable reconstruction non pas comme un obstacle mais comme une chance, puisqu'il ne voit pas dans ce projet un enjeu identitaire. Ainsi, privilégiant la démarche touristique il dit de cette reconstruction qu'elle serait *« encore plus intéressant. Aujourd'hui tout*

*le monde a oublié le château de Saint-Cloud et ça permettrait à l'ensemble de la population française et mondiale de faire soudainement réapparaître un château que tout le monde a oublié. Cela permettrait de faire ressurgir des splendeurs oubliées. C'est le même phénomène lorsque l'on a redécouvert Pompéi. »*

Lorsque l'on cherche à connaître sa position quant au lien qu'il pourrait y avoir entre les Français et la royauté et son importance auprès d'eux, ce dernier répond « *C'est un débat dans lequel je ne souhaite pas rentrer, pour la raison que notre projet est apolitique, si je vous dis oui, cela apparaîtrait comme un projet monarchiste, ce que ça n'est pas. Oui il existe un lien étroit entre la Monarchie française et l'Histoire de la France, même si les Français ont tourné la page. Dans notre projet il n'y a pas d'arrière pensée politique. (...) On cherche à montrer qu'il (le projet) n'est pas que culturel mais aussi économique, mais en aucun cas politique, il ne s'agit pas de réhabiliter un régime politique passé*<sup>35</sup>. »

Le fait que Laurent Bouvet ne voit pas en ce projet une démarche identitaire explique sans doute ses propositions quant aux différentes vocations qu'il souhaite attribuer au château une fois construit tel que des logements pour des fonctionnaires, un hôtel de luxe.

**Pierre-André Lablaude, architecte en chef des Monuments historiques en charge du Domaine national de Saint-Cloud**

Pierre-André Lablaude est l'architecte en chef des Monuments Historiques en charge du Domaine de Saint-Cloud et du château de Versailles, c'est l'un des meilleurs spécialistes mondiaux de la reconstruction architecturale. Concernant la quête identitaire de cette reconstruction, il prend le contre pied de Laurent Bouvet. En effet, dans un article du magazine Marianne, il disait : « *Ce qui diffère ces projets (les Tuileries et Saint-Cloud) des cas d'Arras ou d'Ypres, c'est qu'on ne reconstruit plus aujourd'hui pour réparer des dommages de guerre, mais pour des raisons*

---

<sup>35</sup> *Op. cit.* (note 2), *Entretien Laurent Bouvet*

*identitaires : pour renouer le fil avec un passé qui s'était trouvé le plus souvent pour des raisons politiques, rompu<sup>36</sup>. »*

**Alain Aubert, directeur général du Comité Départemental du Tourisme des Hauts-de-Seine**

Alain Aubert, actuel directeur du Comité Départemental du Tourisme des Hauts-de-Seine et ancien vice-président du Conseil Général des Hauts-de-Seine a une toute autre opinion sur cette reconstruction.

Le Comité Départemental du Tourisme est une institution sous la tutelle du vice-président du Conseil Général en charge de la culture et du tourisme et c'est Christian Dupuy qui détient cette responsabilité dans le département des Hauts-de-Seine, ce dernier soutient d'ailleurs le projet.

Lors d'un entretien, Alain Aubert a fait part de son avis sur la reconstruction du château de Saint-Cloud. Après un temps d'échange, il a soulevé une idée qui certes n'expose pas clairement la quête d'identité, elle souligne néanmoins l'importance de la place que doit prendre le citoyen dans ce projet. Pour lui, la reconstruction doit être un projet participatif, sinon, il n'a pas lieu d'être. Ce qui concrétisera cette reconstruction c'est l'implication du citoyen dans le projet, ainsi il dit « *c'est une idée qui rassemble, tout le monde est pour, c'est un beau projet participatif, il faut que les habitants soient partie prenante d'un tel projet.* »

Par ailleurs, il précise que cette reconstruction n'est pas celle de n'importe quel bâtiment, ce qui implique donc un certain lien identitaire ou territorial : « *Il faut que ce soit un projet qui rassemble une population un territoire, qu'il y ait une ambition. Il ne s'agit pas de reconstruire une tour, un immeuble, il s'agit de reconstruire un patrimoine qui appartient à l'Histoire de France, patrimoine national donc ça rassemble, surtout dans les conditions où le château a été détruit.* »

Ainsi lorsque que les différentes propositions de Laurent Bouvet quant aux différentes vocations à attribuer à ce monument une fois construit sont évoquées, Alain Aubert exprime son désaccord le plus total, ce qui confirme le lien qu'il peut y

---

<sup>36</sup> Patrice BOLLON, *Reconstruire les monuments disparus ? Chiche*, Marianne, 17 mai 2008

avoir entre le château reconstruit et les citoyens qui pourraient le visiter. Il dit : « *Je ne suis pas du tout d'accord avec lui concernant le fait qu'il en fasse un hôtel de luxe, si l'on présente ça comme ça on est sur qu'on ne sera pas suivi. A ce moment-là vous demandez à Bouygues de construire un hôtel de luxe sur les bases du château. Ça n'a pas de sens. Et surtout pas un lieu d'habitation pour les fonctionnaires (...) Il faut quelque chose qui soit redonnée au public. Il faut que les gens puissent prendre possession de ce lieu, en le visitant (...) Il ne faut pas que ce soit pas simplement par l'agent que l'on puisse visiter ou aller voir ce château. C'est un château historique accessible à tout le monde, aux visiteurs français et étrangers. La privatisation ne doit pas empêcher le fait qu'il appartient à tout le monde et que ça doit être visitable.* »<sup>37</sup>

Ainsi, parmi ces trois acteurs incontournables du projet, chacun à son interprétation quant à la raison de cette reconstruction. Laurent Bouvet, initiateur du projet se refuse d'avouer que cela pourrait être une quête identitaire, de peur de se faire taxer de réactionnaire. Pierre-André Lablaude, qui se positionne via le prisme de son statut, architecte en chef des Monuments Historiques, voit dans cette reconstruction au contraire, le fait de retrouver un monument historique perdu, il y voit donc un moyen de renouer physiquement avec la mémoire, et pourrait par ailleurs contribuer à la transmission de l'héritage culturel. Enfin Alain Aubert, ancien élu, voit dans ce projet, deux ambitions territoriales et patrimoniales. Il estime que cette reconstruction ne pourrait se faire sans la participation citoyenne. Ainsi, à l'image du Puy du Fou, ce projet peut permettre de reconstruire ensemble un patrimoine national, que les citoyens s'approprient leur Histoire.

Les Français sont incontestablement attachés à leur Histoire et leur patrimoine, ils en sont même fiers. Rejetés par certains idéologues français, la Monarchie et l'Empire ne sont pourtant pas dénigrés par la nation française. Faisant rêver, ils sont même plébiscités dans le domaine culturel. Concernant la démarche identitaire dans le fait de vouloir reconstruire un château déchu il y a plus de cent

---

<sup>37</sup> Annexe 2 – Entretien Alain Aubert, p. 87.

ans, deux conceptions s'opposent, soit deux positionnements. L'initiateur de ce projet Laurent Bouvet, n'y voit qu'une ambition touristique et économique à travers le culturel alors que deux de ses soutiens de poids, Pierre-André Lablaude et Alain Aubert, y voient une démarche identitaire. Cette opposition quant à la démarche du projet est peut être un obstacle à sa concrétisation.

## II- LA RECONSTRUCTION DU CHÂTEAU DE SAINT-CLOUD, UN PROJET DE POLITIQUE CULTURELLE À L'ÉGARD DES TOURISTES FRANÇAIS ET ÉTRANGERS

« *Elus et personnalités, ont été convaincus du double intérêt de l'entreprise : faire renaître des pages majeures de notre mémoire collective, tout en offrant des retombées touristiques importantes*<sup>38</sup>. »

Dans le cadre du projet de « Reconstituons Saint-Cloud ! », une autorisation de la part de l'Etat est indispensable puisque le Domaine national de Saint-Cloud est une propriété de l'Etat, même si Patrick Devedjian, président du Conseil général des Hauts-de-Seine, souhaitait que ce domaine soit cédé au département<sup>39</sup>. Cette reconstruction doit donc s'inscrire dans un projet culturel, au service de la cité pour que les élus puissent s'en emparer. Quelle politique, quels acteurs ce projet doit-il contenir afin d'obtenir cette autorisation ? Par ailleurs, Saint-Cloud se trouvant sur l'axe le plus touristique de la planète : Paris – Versailles, la notoriété du projet pourrait dépasser les frontières, une étude sur la vision des étrangers concernant le patrimoine français paraît être incontournable.

### A- LE RAYONNEMENT NATIONAL D'UN PROJET CULTUREL

Aujourd'hui, l'association « Reconstruction Saint-Cloud ! » qui soutient ce projet n'attend qu'une seule chose, que l'Etat reprenne le flambeau, notamment pour des raisons d'autorisations. Néanmoins, pour que ceci se réalise, plusieurs conditions doivent être remplies. Il s'agit donc d'une part, de comprendre la politique culturelle française notamment à l'égard du patrimoine, et d'envisager d'autre part, les leviers indispensables à la transformation du projet soutenu par une association en un véritable projet de politique culturelle.

---

<sup>38</sup> Stéphanie POUPARD, *Reconstituer les Tuileries et Saint-Cloud ?*, Famille Chrétienne, 27 septembre 2008

<sup>39</sup> *Op. cit.* (note 37), *Entretien Alain Aubert*

## 1- La politique culturelle française

« *Les Britanniques sont libres de toute culture : c'est là l'une de leurs plus précieuses libertés*<sup>40</sup> », proposition ironique, elle met cependant en avant le réalisme de la vision de la culture outre Manche et outre Atlantique. Chez les anglo-saxons, l'art et la culture relèvent de la vie privée, il s'agit d'un droit individuel, une liberté qui, comme toutes les autres, a droit à la garantie de la puissance publique, sans plus. Contrairement à la France qui dès la deuxième moitié du XIX<sup>ème</sup> siècle proclamait le « *messianisme culturel de l'Etat français*<sup>41</sup>. » Ernest Renan théorisa la conception française de ce qu'on n'appelait pas encore la « culture » : « *Il faut rappeler l'idée tenant à ce qu'il y a de profond dans l'esprit français, que les sciences, les lettres, et les arts sont une chose d'Etat, une chose que chaque nation produit en corps, que la patrie est chargée de provoquer, d'encourager, et de récompenser*<sup>42</sup>. » En effet, depuis des siècles, la culture est pour les Français et leurs gouvernants plus qu'une liberté, plus qu'une politique publique, c'est un réel devoir national, « *la mission particulière que le monde a confié à la France (...) mère des Arts*<sup>43</sup>. » Cette mission a donc été conférée à l'Etat, entité représentant la nation. Sous l'Ancien Régime, seuls les mécènes travaillaient à la vocation messianique culturelle de la France, cependant ces derniers n'étaient d'autres que les seigneurs ou les rois, tel que François 1<sup>er</sup>. La Révolution française et sa manie de faire table rase du passé exclut les mécènes de la culture, la nation seule suffisait. Sous la République et l'Empire de grands progrès furent établis, peuplant Paris et la province de musées et bibliothèques. La figure d'« *instituteur social* » de l'Etat est dû à la loi le Chapelier de 1791 qui interdit les corporations, qui organisa le monopole de l'Etat sur les tâches de production de lien social et d'unité, ayant supprimé les corps intermédiaires. Ainsi

---

<sup>40</sup> Lord GOODMAN, président de l'Arts Council, cité par Stefan COLLINI, *Du financement public de la culture en Grande-Bretagne. Sage pluralisme ou tradition de négligence ?*, Le Débat, n°70, mai-août 1992, p.6.

<sup>41</sup> Maryvonne DE SAINT PULGENT, *Le gouvernement de la culture*, Gallimard, 1999, p.10.

<sup>42</sup> Ernest RENAN, *La Réforme intellectuelle et morale*, Paris, 1872

<sup>43</sup> *Op. cit.* (note 41), *Le gouvernement de la culture*, p.10.

l'Etat « *se conçoit fondamentalement comme un acteur du social et non pas comme un juge et un arbitre*<sup>44</sup>. »

Suite aux deux guerres mondiales, la culture entre dans le champ de l'Etat-providence et de la planification à la française. La V<sup>ème</sup> République procède alors à l'équipement culturel du pays à grande échelle et devient « *l'un des acteurs qui participent au monde de l'art*<sup>45</sup>. » N'étant plus une force économique, la France se positionne aux yeux du monde comme la puissance culturelle face aux Etats-Unis.

Depuis le Moyen-Âge, en matière d'art, agir c'est être généreux. Ainsi en matière culturelle, agir pour les élus, c'est dépenser. C'est pourquoi le budget accordé au ministère de la Culture est le premier critère d'efficacité du ministre, toutefois, il ne dépasse généralement pas les 1% du budget total de l'Etat.

Le comportement du « subventionneur » et du subventionné vis à vis de la subvention : le politique achète de la notoriété et de la popularité, de son côté, l'artiste reçoit la reconnaissance de son utilité publique. Cette notoriété s'acquiert plus par l'innovation que par la satisfaction des goûts du public, toujours plus candides que ceux des professionnels et difficile à contenter dans sa globalité.

Les élus locaux partagent le goût effréné de l'Etat pour la bâtisse culturelle et sa nette préférence pour la construction de nouvelles scènes plutôt que l'augmentation des places en bibliothèques. Ils sont sur ce point en sympathie avec les Français, qui, de tout temps, ont préféré investir dans la pierre plutôt qu'à la Bourse, et badauder plutôt que lire. A tous les stades d'étude et de réalisation, le projet offre à l'élu un sujet concret et positif de discussion avec ses administrés et un support de communication facile à visualiser : les premières esquisses peuvent être affichées sur les lieux publics et publiées dans la presse, la maquette plaît à tous les âges et à tous les milieux et fait patienter l'opinion pendant le chantier. En général cette phase est délicate durant l'opération néanmoins, dans le cas de la

---

<sup>44</sup> Pierre ROSANVALLON, *L'Etat en France de 1789 à nos jours*, Paris, Editions du Seuil, 1990

<sup>45</sup> Dominique SCHNAPPER, *De l'Etat-providence à la démocratie culturelle*, Commentaire, n°68, vol.XVII, hiver 1994-1995, pp. 889-895.

reconstruction du château de Saint-Cloud cette phase sera la plus intéressante. L'élu est ainsi fier d'inaugurer le lieu en présence des électeurs et d'avoir laissé une trace visible de son mandat et de se sentir, à l'instar de François Mitterrand « empereur et architecte » de sa ville<sup>46</sup>.

L'action éducatrice du patrimoine en France doit tout à l'action obstinée des conservateurs et ne doit rien au pouvoir politique, tout entier absorbé dans son passionnant dialogue avec les « créateurs ».

De tous les domaines de la politique culturelle, le patrimoine est l'un des seuls qui échappe à la « bulle culturelle », l'appétit du public y est manifeste, et parfois même dépasse les ressources disponibles. Les pouvoirs publics doivent donc faire des choix entre ce qui relève à leurs yeux du divertissement marchand et l'art subventionnable.

## **2- Les leviers indispensables à la transformation en un projet de politique culturelle**

Pour « transformer l'essai » et faire de ce projet flou un véritable projet de politique culturelle, l'association totalement apolitique se doit de mobiliser trois leviers indispensables : les élus, la société civile et l'opinion publique locale.

### **Les élus du territoire**

D'après Alain Aubert, Directeur du Comité Départemental du Tourisme des Hauts-de-Seine, ancien vice-président du Conseil Général de ce même département, pour décoller, un projet de politique culturelle doit être « *une ambition territoriale* » ainsi qu'une « *ambition portée par un homme politique* ». Il donne par la suite trois

---

<sup>46</sup> « *Dans toute ma ville je me sens empereur ou architecte* » : François MITTERRAND, *la Paille et le Grain*, Paris, Albin Michel, 1975

exemples significatifs : le Puy du Fou en Vendée, Vulcania dans le Puy de Dôme et le Futuroscope dans le Poitou.

Ainsi, puisque ce projet peut être une ambition territoriale, les élus des trois échelons de la décentralisation doivent être impliqués dans ce projet pour lui donner son impulsion : les Conseils Municipaux, le Conseil Général et le Conseil Régional. Aujourd'hui, Laurent Bouvet a déjà recueilli le soutien d'un certain nombre de ces élus et notamment celui du vice-président du Conseil Général des Hauts-de-Seine qui a en charge la culture et le tourisme, Christian Dupuy, ainsi que celui du vice-président du Conseil Régional d'Ile-de-France chargé du tourisme, Jean-Paul Planchou. Ces derniers ont tous deux des bras armés en matière de tourisme, le Comité Départemental du Tourisme, dont Alain Aubert est le Directeur Général et le Comité Régional.

Quant aux Conseil Municipaux, certains maires des villes avoisinantes ont donné leur soutien à Laurent Bouvet, tel que le maire de Sèvres, François Kosciusko-Morizet, d'Issy-les-Moulineaux, André Santini, de Boulogne-Billancourt, Pierre-Christophe Baguet, de Surène, Christian Dupuy, précédemment cité.

Néanmoins, le maire de Saint-Cloud, sans doute le premier intéressé n'a pas clairement donné son soutien à l'association « Reconstruisons Saint-Cloud ! ». Dans un article du magazine *Entreprendre* datant du mois de juin 2011, Lauréa Ugartemendia, chef de cabinet du maire de Saint-Cloud Eric Berdoati, fut interviewée sur le projet de l'association. Elle explique : « *Laurent Bouvet a beaucoup démarché. Sa volonté de reconstruire est indéniable. Mais son projet met en avant un bâtiment tout neuf avec des activités commerciales qui nous semblent peu cohérentes avec la dimension historique du château. Son projet est, pour nous encore trop flou* ». Pour la ville de Saint-Cloud, le domaine dépend des Monuments historiques et toute reconstruction ou rénovation concerne donc leur plan d'investissement pluriannuel. Ainsi, elle insiste sur le fait que « *Le maire n'a aucune prérogative sur le domaine.* » Certes « *le parc est attenant à notre commune, cependant ni le parc, ni le château (...) ne concerne le budget de la ville.* » Cependant la municipalité ne formule pas de rejet total et s'il s'avère que le projet trouvait des finances, elle ne formulerait aucune objection. Enfin, Lauréa Ugartemendia précise : « *Présentez-moi un projet validé par le ministère de la Culture et de la Communication et cela deviendra concret. En*

*attendant, il ne s'agit que de vœux pieux et d'un collectionneur de soutiens, sans suite*<sup>47</sup>. »

## La société civile

D'après l'UNESCO, la société civile se définit comme étant « *l'auto-organisation de la société en dehors du cadre étatique ou du cadre commercial, c'est-à-dire un ensemble d'organisations ou de groupes constitués de façon plus ou moins formelle et qui n'appartiennent ni à la sphère gouvernementale ni à la sphère commerciale.* »

Ainsi, dans le cadre du projet de reconstruction du château de Saint-Cloud, la société civile se compose principalement d'associations, de fondations, de fédérations qui ont un intérêt en jeu dans ce projet. Celles qui pourraient être favorables au projet et celles qui y seraient défavorables.

Parmi la première catégorie, Laurent Bouvet a déjà recueilli un certain nombre de soutiens, notamment tous ces instituts, associations, académies et comités qui se retrouvent pour défendre l'héritage royal et impérial. Nous pouvons y retrouver Académie Napoléon, Association Marie-Antoinette. D'autre part, toujours dans cette même catégorie, nous pouvons retrouver un ensemble d'associations ou fédérations qui pourraient prendre part physiquement à la reconstruction du château, tel que la fédération de cristallerie et verreries, ou encore la société d'encouragement aux métiers d'art.

Parmi la catégorie des « défavorables au projet », nous pourrions retrouver des associations environnementales ; néanmoins la présence de l'association « Boulogne-Environnement » dans les soutiens du projet, indique que ces membres de la société civile ne sont pas si coriaces.

Enfin, dans cette catégorie subsistent encore deux associations qui sont totalement concernées par l'idée de Laurent Bouvet : l'association des Amis du Parc de Saint-Cloud et l'association des Amis du musée de Saint-Cloud, dans lequel se trouvent quelques meubles et objets de décoration qui ornaient le château et qui ont

---

<sup>47</sup> Virginie LEGOURD, *Saint-Cloud veut reconstruire son château*, Entreprendre, Juin 2011

été mis de côté par l'impératrice Eugénie. D'après Lauréa Ugartemendia, chef de cabinet du Maire de Saint-Cloud Eric Berdoati, ces associations n'évoquent guère le projet et ne se sentent pas concernées, « *car il n'y a là rien d'historique*<sup>48</sup>. »

### L'opinion publique locale

C'est la recherche de la mobilisation de ce levier qui est la raison pour laquelle Laurent Bouvet a fait appel à Artea Communication. L'objectif de communication décelé était celui-ci : développer la notoriété du projet de « Reconstruisons Saint-Cloud ! » au près du grand public. Derrière cette dénomination, nous entendons les habitants de Saint-Cloud, des Hauts-de-Seine et de l'Île-de-France.

Pour reprendre les propos de Pierre-André Lablaude, « *c'est une sorte de mayonnaise qui prend progressivement quand c'est dans l'air du temps, quand c'est dans l'opinion publique ça marche* », il ne peut y avoir réalisation sans l'adhésion de l'opinion publique au projet.

Alain Aubert est aussi extrêmement clair à ce sujet. Il explique : « *la participation des habitants au projet est indispensable, comme au Puy du Fou, cela s'est créé avec les habitants de la région, cela doit être un projet participatif qu'il ne faut pas mettre de côté.* »

Enfin, suite aux deux entretiens réalisés avec le président de l'association « Reconstruisons Saint-Cloud ! » et le Directeur du Comité Départemental du Tourisme des Hauts-de-Seine, d'après ces derniers, l'Administrateur, en l'occurrence l'Administratrice du Domaine National de Saint-Cloud, Sylvie Glaser, n'a pas son mot à dire dans ce projet puisqu'elle n'est que fonctionnaire « *sans pouvoir de décision*<sup>49</sup>. »

Si ces trois entités sont acquises à la cause et si des études de faisabilités ont été réalisées au préalable, l'Etat, propriétaire du Domaine national de Saint-Cloud

---

<sup>48</sup> *Op. cit.* (note 47), *Saint-Cloud veut reconstruire son château*

<sup>49</sup> *Op. cit.* (note 2), *Entretien Laurent Bouvet*

pourrait, par l'intermédiaire du ministre de Culture, donner son accord et un politique ou une institution pourra s'emparer du projet.

## **B- LE RAYONNEMENT INTERNATIONAL : PARIS-VERSAILLES, L'AXE LE PLUS TOURISTIQUE AU MONDE**

Le tiers des visiteurs du patrimoine et vingt-trois des trente premiers sites culturels français (en nombre de visiteurs) se situent en Ile-de-France. Versailles et le Trianon comptabilisent cinq millions six cents mille visiteurs en 2008<sup>50</sup>.

### **1- Vision de l'étranger du patrimoine français**

Les étrangers sont certainement tous d'accord sur un point : les Français sont chauvins. Ils pensent que le patrimoine de leur pays est unique au monde : architectural, artistique et gastronomique. Certaines ambiguïtés persistent quant à l'attrait touristique français.

D'après l'inspecteur général des Finances qui a contrôlé en 1997 le Service des Monuments historiques, la France est la première destination touristique mondiale, avec plus de soixante-quatorze millions de visiteurs annuels<sup>51</sup>. Les touristes étrangers représentent 60 % du public du Louvre et la moitié de celui d'Orsay et du château de Versailles.

L'attrait de son patrimoine explique 10 % de ce surcroît de richesse nationale, essentiellement fournie par des touristes étrangers qui, sans ce « produit d'appel », iraient dépenser leur argent dans un autre pays. La culture est un élément essentiel de l'attractivité de la destination France : pour les touristes étrangers la France est avant tout une destination culturelle, appréciée pour son Histoire, ses monuments et

---

<sup>50</sup> Olivier LAZZAROTTI, *Patrimoine et tourisme, Histoires, lieux, acteurs, enjeux*, Paris, Belin, 2011

<sup>51</sup> Baromètre OMT du tourisme mondial, vol. 8, n°2, juin 2010

son art de vivre, hérité d'un long passé d'excellence. C'est donc le côté historique qui prédominerait. En effet, avec ses quatorze mille bâtiments et sites classés, vingt six mille inscrits à l'inventaire supplémentaire des Monuments historiques, quatre mille musées et deux mille festivals, la France possède un patrimoine culturel d'une qualité et d'une diversité exceptionnelles qui contribue à en faire une des destinations touristiques les plus attrayantes dans le monde.

Cependant, d'après la Atout France<sup>52</sup> « *l'attractivité culturelle de la France reste associée à une image élitiste voire passéiste* » et trop liée à une « *culture patrimoniale qui n'est qu'un à coté pour les Européens venus à la recherche d'un art de vivre global.* » Une des stratégies marketing du GIE Atout France entre 2005 et 2010 a donc été de renouveler l'image culturelle de la France en valorisant le patrimoine vivant (événements et festivités).

Ces propos refroidiraient donc l'attrait des étrangers vis à vis du patrimoine culturel français ? Cette atténuation dont parle Atout France ne paraît pas dans les chiffres du Baromètre de l'OMT. Par ailleurs, si le patrimoine se « vend » bien auprès des étrangers sur le territoire français à travers le tourisme, il se vend très bien à l'extérieur. Les maisons d'enchères ne cessent de battre des records dans la vente de patrimoine français à l'étranger au grand dam des Français. Nous pouvons citer la vente du patrimoine familial mais aussi français de la famille du Comte de Paris chez Christie's en octobre 2008 dans laquelle se trouvaient des objets ayant appartenu à Louis XVI, Louis XVII, Marie-Antoinette, Louis-Philippe, morceaux d'Histoire de France. La plupart des objets part pour un montant trois fois plus élevé que leur valeur estimée. Le sceau royal en or et ivoire que le Prince Jean, Duc de Vendôme, fils du Comte de Paris s'était promis de récupérer, a été acquis par un Belge fortuné passionné de royauté pour la somme dix-sept mille euros, dix-sept fois l'estimation

---

<sup>52</sup> Atout France est un organisme privé ayant le statut de groupement d'intérêt économique (GIE), créé initialement en 1986 sous le nom de *Maison de France*. Le groupement, dont Renaud Donnedieu de Vabres est le président, est chargé de la promotion de la destination France sur le territoire national et à l'étranger.

de départ<sup>53</sup>. Dernièrement, c'est un hameau du Limousin, Courbefy, qui a été vendu à un photographe d'origine sud-coréenne pour un montant de cinq cent vingt mille euros<sup>54</sup>.

Tous ces chiffres, que ce soit ceux du tourisme étranger en France ou des records des maisons d'enchères confirment l'attrait du patrimoine français pour les étrangers. Il est donc essentiel de le conserver et de le développer afin qu'il reste une richesse historique et économique française.

Par ailleurs, d'après Alain Aubert, sur certains points, les étrangers dépassent les Français quant à leur connaissance sur une part du patrimoine national. Il cite ainsi un tableau familial des américains, *Un dimanche après-midi à l'île de la Grande Jatte* de Georges Seurat, exposé à l'Art Institut de Chicago. Outre la connaissance de ce tableau, les américains en voyage à Paris font le détour jusqu'à l'île de la Jatte pour découvrir en vrai les lieux qui ont inspiré ce tableau.

## **2- Levier d'influence international : le mécénat**

Le mécénat a été défini dans un arrêté du 6 janvier 1989 comme étant « le soutien matériel apporté, sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire, à une œuvre ou une personne pour l'exercice d'activités d'intérêt général<sup>55</sup>. »

Autrefois il désignait uniquement toutes actions délibérées de la part d'une personne privée en faveur d'artistes, qu'ils soient interprètes ou créateurs. Le mot mécène vient d'un conseiller de l'empereur Auguste, Caius Maecenas, protecteur des belles lettres.

Plus récemment le mécénat s'est diversifié, il peut être au service de la recherche, l'innovation, l'éducation, la solidarité, le sport, la culture, le patrimoine,

---

<sup>53</sup> *Patrimoine : Des enchères royales chez Christie's*, Sept à huit, TF1, octobre 2008

<sup>54</sup> *Ce village fantôme vendu aux enchères pour un demi-million d'euros*, Latribune.fr, 21 mai 2012

<sup>55</sup> François DEBIESSE, *Le mécénat*, Paris, Que sais-je ?, PUF, 2007 p. 9.

l'environnement, la santé...Cependant dans ces différents domaines, l'intérêt général y est présent. Il peut être par ailleurs à l'origine d'une personne physique comme d'une personne morale.

Il est important de noter que le mécénat n'est pas « *un luxe pour les temps d'abondance*<sup>56</sup> », il peut donc être présent même en temps de crise. Enfin ce n'est pas « *dans l'entreprise, un caprice du président*<sup>57</sup> » mais bien un moyen de communication pour cette dernière.

Contrairement au sponsoring ou parrainage, le mécénat est un moyen de rechercher une satisfaction intellectuelle et morale.

Deux conceptions s'opposent quant au regard porté sur le mécène, la conception latine et la conception anglo-saxonne. En réalité, ce n'est qu'une des parties émergées de l'iceberg de la relation à l'argent de ces deux types de sociétés. D'après François Debiesse, « *Jalousé depuis toujours du fait de sa magnificence, de sa richesse ou de son appartenance à une élite, le mécène individuel latin (...) se voit reprocher le lien de subordination, de domination qu'il est supposé entretenir avec celui qui bénéficie de ses « largesses », avec « le faible qu'il protège ». Alors que le mécène américain ou britannique est d'emblée reconnu comme participant d'un effort de progrès social, et donc comme solidaire, le mécène latin, et notamment français, est souvent soupçonné de vouloir assouvir par son acte de mécénat une certaine volonté de puissance ou, du moins, un acte plus personnel que social*<sup>58</sup>. » Voilà pourquoi Laurent Bouvet s'est tourné vers les Américains pour sa stratégie de mécénat.

Aux Etats-Unis, il est dans leur tradition de développer divers domaines et actions de mécénats, et de soutenir de nombreuses œuvres caritatives. Derrière la philanthropie trois concepts sont à distinguer : le *Charitable Giving* (les dons aux organismes à but non lucratif), la *Consumption Philanthropy* (dons dont le donateur bénéficie indirectement) et le mécénat qui comprend uniquement les dons faits à la culture et à l'art.

---

<sup>56</sup> *Op. cit.* (note 55) *Le mécénat*, p. 10.

<sup>57</sup> *Op. cit.* (note 55) *Le mécénat*, p. 10.

<sup>58</sup> *Op. cit.* (note 55) *Le mécénat*, p. 26.

Cependant, il ne représente que 3 % du total des flux financiers artistiques, l'essentiel de ces flux étant d'origine marchande<sup>59</sup>. Le mécénat français est évidemment plus discret encore, avec une part de moins de 0,35 % qui démontre cependant que la philanthropie culturelle n'est pas chez nous une cause désespérée, cependant il stagne voire régresse au profit de l'écologie et de l'humanitaire. Par ailleurs, le mécénat étant un bon moyen de communication institutionnelle, il concerne essentiellement les entreprises, contrairement au mécénat anglo-saxon qui est largement l'affaire des individus.

Depuis le 4 février 2011, Maître Mitchell Cantor est un soutien actif de l'association « Reconstituons Saint-Cloud ! » En effet, il a fondé les *American Friends of the château de Saint-Cloud*. Il pense que les Américains pourraient être séduits par ce projet. « *Citoyens d'un pays neuf, ils acceptent sans réserve l'idée d'une reconstruction à l'identique. Ils aiment ce qui est hors du commun, réservé aux élites. (...) Les Américains ont été chefs de file pour la peinture impressionniste, ils pourraient l'être de nouveau pour la reconstruction du château de Saint-Cloud*<sup>60</sup>. » En effet, lors de l'entretien avec Alain Aubert, celui-ci disait : « *ce sont les Américains qui ont payé la rénovation du parc de Giverny, quand ils viennent en France ils veulent tous aller à Giverny ou à Versailles, parce qu'à Versailles aussi ils ont apporté des fonds. Et là encore, plus parce que c'est attaché à Napoléon, et dès qu'on parle de Napoléon, les mécènes américains sont en transe*<sup>61</sup>. »

Enfin, le 4 mai 2012, Laurent Bouvet a rencontré Todd Fisher, un Américain de Chicago, directeur de la *Napoleonic Alliance*, l'une des plus prestigieuses associations américaines amies de Napoléon et de son héritage, membre fondateur de l'*International Napoleonic Society* et directeur de l'*Emperor's press* et du *Napoleon Journal*. Il est l'auteur de trois ouvrages sur les guerres napoléoniennes. Cet homme avait il y a dix quinze ans, réuni des fonds pour faire reconstruire le

---

<sup>59</sup> Alain GOBIN, in *Le Mécénat, Histoire – Droit – Fiscalité*, Paris, Entreprise moderne d'éditions, 1987, p. 78.

<sup>60</sup> Hervé GUENOT, *Ils veulent reconstruire Saint-Cloud*, Journal du Dimanche, 30 avril 2011

<sup>61</sup> *Op. cit.* (note 37), *Entretien Alain Aubert*

château de Saint-Cloud. Ils étaient aller trouver les pouvoirs publics français à l'époque qui leur avaient dit, « *nous on ne veut pas de ça chez nous, on n'a pas besoin de ça* » et ces « *pauvres Américains, étaient retournés chez eux tous dépités, en se disant mais comment se fait-il que cela n'intéresse pas les Français* ».

Dans le même sens qu'Alain Aubert, Laurent Bouvet précise qu' « *aux Etats-Unis, il y a de grands admirateurs de Napoléon 1<sup>er</sup>. Or Napoléon 1<sup>er</sup> est intimement lié au château de Saint-Cloud et les Américains avaient projeté de faire reconstruire le château de Saint-Cloud. Il paraît qu'ils avaient réunis des fonds colossaux, je ne sais pas ce qu'ils sont devenus aujourd'hui, mais il y a des gens qui étaient prêts à mettre à l'époque des sommes très importantes afin de reconstruire le château de Saint-Cloud.* » Le président de l'association « *Reconstruisons Saint-Cloud !* » souhaite donc réactiver cette filière américaine, qui en plus d'avoir la fibre philanthropique, a la fibre napoléonienne !

Ces études ont permis d'asseoir les dimensions nationales et internationales du projet de reconstruire le château de Saint-Cloud. Par ailleurs, elles ont permis de distinguer les différents interlocuteurs indispensables à sa réalisation dans le cadre d'une politique culturelle, les autorités politiques et financières.

### III- DEUX EXEMPLES CONVOQUÉS PAR L'ASSOCIATION, UN POSITIONNEMENT CLAIR POUR UNE COMMUNICATION EFFICACE

Sur le site internet de l'association « Reconstruisons Saint-Cloud ! », Laurent Bouvet a créé un onglet uniquement consacré aux exemples de reconstructions de monuments. Il dresse ainsi une liste de plus de soixante-dix reconstructions ou constructions qui ont déjà été réalisées ou sont en train de l'être.

Cet onglet vient légitimé sa démarche. En effet, par cette liste, il s'appuie sur l'existant démontrant ainsi que son projet s'inscrit dans un courant instauré en France il y a près de cent cinquante ans puis repris dans l'Europe de l'Est après la deuxième guerre mondiale et la chute du mur de Berlin et qui a toujours lieu actuellement.

Parmi ces soixante-dix reconstructions et constructions deux ont été choisies afin d'en étudier leur genèse, leurs objectifs, leur positionnement et la façon dont cela a été communiqué.

#### A- UN CHANTIER CULTUREL ET PÉDAGOGIQUE AUTOFINANCÉ : LE CHÂTEAU FORT DE GUÉDELON

Lorsque l'on interroge Laurent Bouvet sur la genèse du projet de reconstruction du château de Saint-Cloud, celui-ci répond : *« Suite à la vision d'un certain nombre de reportages à la télévision sur Guédelon, je me suis dit, il serait tout à fait possible de transposer ce modèle économique non pas à la construction d'un monument qui n'a jamais existé comme c'est le cas du château de Guédelon, mais à la reconstruction d'un monument historique disparu. J'avais été fasciné par ce modèle économique de Guédelon qui permettait de reconstruire ou de construire un château fort sans « un sou en poche » (...), c'est là où je me suis dit dans la mesure où le principal obstacle à la construction d'un monument historique disparu est l'obstacle financier, cela permet de contourner cet obstacle et, qui plus est, le chantier de construction devient particulièrement intéressant puisqu'il est interactif,*

*les gens viennent voir les ouvrier travailler selon les techniques en vigueur à l'époque et ça pourrait présenter un réel intérêt si l'on transposait ça à un monument du XVII<sup>ème</sup> ou XVIII<sup>ème</sup> siècle dans la mesure où les corps de métiers sont plus sophistiqués qu'ils ne l'étaient au Moyen Âge (...) j'ai regardé un petit peu autour de moi quel monument historique on pourrait reconstruire et puis très rapidement je me suis dit, il y a le château de Saint-Cloud dont l'entier parc demeure et qui est aux portes de Paris<sup>62</sup>. »*

C'est donc uniquement le modèle économique qui a inspiré Laurent Bouvet. Néanmoins, c'est loin d'être le seul critère qui participe au succès du château de Guédelon.

### **1- D'une idée farfelue d'un féru d'histoire médiévale à un véritable projet au service de la cité**

Michel Guyot, un passionné de patrimoine et de vieilles pierres depuis l'enfance, achète avec son frère le château de Saint-Fargeau dans l'Yonne en 1979 pour quelques milliers de francs. *«Ce château était un véritable abcès pour les élus, qui nous ont facilité la tâche en simplifiant au maximum les procédures<sup>63</sup>. »* Il n'en est pas moins un abcès pour les deux frères : deux hectares de toitures à refaire, les charpentes à revoir, et les murs se fissurent...Pour financer les travaux de restauration, ils prennent la même voie que Philippe de Villiers et son Puy du Fou. Ils font appel à la population locale pour mettre en scène un grand spectacle historique désormais réputé dans la France entière. En vingt ans les fonds récoltés permettent de restaurer le château. Une fois restauré, Michel Guyot ne s'en séparera jamais, *« c'est mon navire amiral »* dit-il. Cette restauration a confirmé son appétence pour les châteaux médiévaux. Il commande une étude archéologique intitulée *« Révélation d'un château englouti »* à une équipe de médiévistes, architectes et archéologues qui

---

<sup>62</sup> *Op. cit.* (note 2), *Entretien Laurent Bouvet*

<sup>63</sup> Philippe MINARD, François FOLCHER, *Guédelon, des hommes fous, un château fort*, Aubanel, Baumes-les-Dames, 2008, p. 10.

permet de mettre en évidence le château du XIII<sup>ème</sup> siècle de Saint-Fargeau pris sous la construction de briques roses.

Rêveur invétéré, c'est une question récurrente qui le mènera vers le chantier de Guédelon : « *Je me suis toujours demandé comment les hommes avaient fait pour hisser les blocs de pierre des piliers de cathédrales. Mon rêve était donc de créer un chantier expérimental. J'avais observé des compagnons<sup>64</sup> pendant la restauration des charpentes du château de Saint-Fargeau. Du grand art réalisé avec du temps et du talent ! A cette idée de reconstituer le travail d'une époque, je m'excitais tout seul, en pensant que le jour où j'aurais un peu d'argent j'engagerais ce projet<sup>65</sup>. »*

L'étude archéologique et la question récurrente ont ainsi forgé l'idée de Michel Guyot : « *Et si on bâtissait un château fort avec les techniques du Moyen Âge ! On comprendrait ainsi comment travaillent les bâtisseurs du XIII<sup>ème</sup> siècle. »*

Comme Laurent Bouvet, c'est un autre chantier qui inspira à Michel Guyot le modèle économique pour réaliser son rêve, celui qui ralentit tout projet d'une telle envergure ! Ainsi, c'est le chantier de l'Hermione à Rochefort qui permit à Michel Guyot d'avoir un déclic quant au financement de la construction de son château.

L'association « Hermione – La Fayette », avec le soutien d'Olivier de Kersauzon et Eric Tabarly, s'est lancée en 1997 dans la reconstruction de la frégate Hermione, navire, qui, en 1780, permit au Marquis de La Fayette de rejoindre les insurgés américains en lutte pour leur indépendance. Pour cette association, reconstruire l'Hermione, c'est reconstituer un élément du patrimoine maritime

---

<sup>64</sup> Les Compagnons du Devoir est le nom générique de plusieurs associations françaises, héritières des mouvements du compagnonnage né à l'époque des grands chantiers du Moyen-Âge, lorsque s'édifiaient les cathédrales. En ce temps où le servage était en vigueur, leur savoir faisait d'eux des hommes libres, et ils se déplaçaient de chantier en chantier. Ces associations assurent à des jeunes (à partir de quinze ans), une formation à des métiers traditionnels, basée sur l'apprentissage, la vie en communauté et le voyage appelé tour de France. La participation des Compagnons à un chantier de restauration est gage d'excellence.

<sup>65</sup> *Op. cit* (note 63), *Guédelon, des hommes fous, un château fort*

français. Mais c'est aussi un grand chantier engagé au service de l'économie et de la culture de toute la région Poitou Charente. La spécificité de ce chantier réside dans le fait qu'il soit ouvert au public. En effet, dès la conception du projet il était clair qu'il s'agissait non pas uniquement de reconstruire au cœur de l'ancien arsenal de Colbert un navire du XVIII<sup>ème</sup> siècle, mais avant tout de faire partager au public cette aventure afin qu'il puisse découvrir les grandes étapes de cette reconstruction. Une fois achevée, cette frégate devrait traverser l'Atlantique depuis Rochefort jusque à Boston sur les traces de La Fayette au XVIII<sup>ème</sup> siècle. A son retour au port de sa construction, elle resterait à quai ouvert au public. Cette reconstruction est également présente sur le site internet de l'association « Reconstruction Saint-Cloud ! »

Aidé de sa « personne-ressource » Maryline Martin, Michel Guyot se lance en 1995 dans son projet à triple vocation : une démarche scientifique, pédagogique et humaine. Ce chantier dont la première pierre fut posée le 20 juin 1997 est ouvert au public depuis le 1<sup>er</sup> mai 1998. D'après Michel Guyot « *c'est un lieu de mémoire contemporaine, un lieu de divertissement populaire, au sens noble du terme, où tout le monde, je dis bien tout le monde, du touriste au chercheur, trouve son bonheur* ».

Maryline Martin est d'ailleurs fière de pouvoir dire que « *ce site est lieu scientifique d'archéologie expérimentale non réservé à une élite*<sup>66</sup>. »

### Un projet scientifique

C'est d'un questionnement concernant l'édification des châteaux médiévaux que vient l'origine de ce projet. Ainsi Michel Guyot a contacté deux castellologues<sup>67</sup>, à qui il avait déjà fait appel lors de la restauration du château de Saint-Fargeau, Nicolas Fauchère et Christian Corvisier. « *Sans soutien, le projet n'était pas jouable. J'ai expliqué à ces spécialistes que la création d'un chantier médiéval allait être excitante pour la communauté scientifique*<sup>68</sup> », disait-il.

---

<sup>66</sup> *Op. cit.* (note 63), Guédelon, *des hommes fous, un château fort*, p. 15.

<sup>67</sup> Un castellologue est spécialiste de l'étude de l'architecture fortifiée des châteaux et citadelles du Moyen Âge

<sup>68</sup> *Op. cit.* (note 63), Guédelon, *des hommes fous, un château fort*, p. 10.

En effet, le but de cette construction est donc de la réaliser avec les procédés en vigueur à l'époque sur les chantiers médiévaux. Elle permet ainsi aux spécialistes de valider ou non leurs thèses. Guédelon est donc un chantier expérimental, donnant aux spécialistes l'opportunité de se poser de vraies questions scientifiques sur un sujet précis.

Un comité scientifique a été formé. L'architecte en chef des Monuments historiques, Jacques Moulin y prend part. C'est d'ailleurs lui qui a dessiné les plans de ce château qui est une création de toute pièce et non pas une reconstruction. Sont aussi membres de ce comité deux archéologues Anne Baud, maître de conférence à l'université de Lyon 2 et Frédéric Epaud, un historien de l'art, Nicolas Reveyron, professeur à l'université Lyon 2 et deux castologues Christian Corvisier et un Philippe Durand, maître de conférence à l'université de Bordeaux 3.

Nicolas Reveyron septique et réticent dans un premier temps voit désormais dans ce chantier expérimental une chance inouïe de voir exactement les corrélations. D'après lui « *l'Histoire, c'est la documentation écrite et la relation de l'événement ; le monument, c'est l'événement en question que l'on a sous les yeux. A Guédelon, l'historien a la chance de découvrir un événement très frais, avec sa concrétisation immédiate par le monument*<sup>69</sup>. »

Ce comité permet au maître d'ouvrage de rester en phase avec les réalités historiques de l'époque médiévale. L'histoire du donjon illustre ces propos. Au départ, il était prévu que le donjon dépasse les trente mètres de haut. Au delà du fait qu'un donjon de cette taille était un donjon royal, ce qui était incongru, aucun seigneur de la région n'aurait eu les moyens de payer une telle construction. Le donjon a donc été ramené à des proportions normales, sur les conseils de Nicolas Reveyron.

---

<sup>69</sup> *Op. cit.* (note 63), *Guédelon, des hommes fous, un château fort*, p. 134.

## Un projet pédagogique

Ce qui a plu aux scientifiques impliqués dans ce chantier, c'est qu'il soit ouvert au public et qu'il offre ainsi une dimension pédagogique. D'après Nicolas Reveyron, « *chaque visiteur quel que soit son niveau de connaissance, en a scientifiquement pour son argent. Pour les étudiants, il est évident qu'une visite à Guédelon équivaut à vingt quatre heures de cours*<sup>70</sup>. »

L'idée de faire de cette construction un chantier ouvert au public est la traduction du modèle économique de la reconstruction de l'Hermione à Rochefort. Elle permet en effet, d'autofinancer les coûts de construction de cette édification. Les entrées payantes des visiteurs sont désormais la source de financement de ce chantier.

Cependant, comme dit Nicolas Reveyron, le « *visiteur (...) en a pour son argent* ». Le public est accueilli par un guide qui les emmène dans un voyage à travers le temps car l'une des vocations premières du chantier est de montrer et expliquer à un public le plus large possible des savoir-faire ancestraux. Accompagnés d'un guide ou bien seuls, ils peuvent ainsi découvrir les différentes étapes de construction du château ainsi que les différentes techniques utilisées au Moyen Âge : l'extraction et la taille de la pierre, l'assemblage d'un mur, le travail du bois, les transports avec l'aide des chevaux... Cette découverte se fait par le biais de l'observation, mais aussi par les échanges avec les ouvriers du chantier qui facilitent la compréhension. La pédagogie est axée sur la communication des données de l'expérience et non sur l'animation, les artisans, en costume d'époque, travaillent sur place devant le public et expliquent leurs gestes et projets. Les ouvriers constituent la seule animation du chantier et l'accueil sur le site est assuré par les équipes du chantier. Le concept invite le public à revisiter régulièrement le chantier, qui évolue en permanence. « *Guédelon se pose comme un outil de vulgarisation scientifique à*

---

<sup>70</sup> *Op. cit.* (note 63), *Guédelon, des hommes fous, un château fort*, p. 134.

*la portée de tous*<sup>71</sup>. »

Le Moyen Âge faisant encore parti des programmes étudiés à l'école<sup>72</sup>, un tiers des visiteurs du chantier viennent dans le cadre scolaire. C'est un véritable outil de compréhension. En effet, lors de la visite, différentes matières scolaires sont abordées de façon vivante et concrète tel que l'Histoire, l'architecture, la géométrie, les sciences.

Grâce au public, la logique de construction actuelle colle à la réalité du XIII<sup>ème</sup> siècle. D'après Christian Corvisier, castellologue : « *La construction du château se fait par tranches verticales, ce qui ne pose pas de problèmes techniques, mais correspond logiquement aux besoins qu'ont les visiteurs de voir le château pousser. Au XIII<sup>ème</sup> siècle, on procédait de la même façon, mais pas pour les mêmes raisons : de nombreuses constructions de château ont débuté, mais n'ont jamais été achevées, faute d'argent ou pour cause de décès. Raison pour laquelle il y avait toujours une partie du chantier immédiatement visible et impressionnante. C'était une logique ostentatoire*<sup>73</sup>. »

Par ailleurs, autour du chantier, des animations sont proposées au public afin qu'il découvre outre les techniques de construction du Moyen Âge, l'art de vivre de l'époque tel que la cuisine, la peinture murale, l'apusanterie...

### Un projet humain

Enfin, la dernière vocation de ce chantier est d'en faire un projet collectif et humain et cela est du à la fibre sociale de Maryline Martin, « *la dame du château*<sup>74</sup>. » En 1992, après une expérience professionnelle d'une douzaine d'années dans une société internationale d'import-export, elle concilie sa passion pour l'environnement

---

<sup>71</sup> [www.guedelon.fr](http://www.guedelon.fr)

<sup>72</sup> Cf. la gronderie des historiens p. 19.

<sup>73</sup> *Op. cit.* (note 63), *Guédelon, des hommes fous, un château fort*, p. 138.

<sup>74</sup> D'après Jacques MOULIN, *op. cit.* (note 63), *Guédelon, des hommes fous, un château fort*, p.127.

et sa fibre sociale en créant « Emeraude », une entreprise spécialisée dans l'entretien des rivières qui permet aux chômeurs de sa région de retrouver du travail. N'ayant pas une passion ni des connaissances particulières pour les châteaux, lorsque Michel Guyot lui demande d'être sa « personne ressource » ce n'est donc pas le côté médiéval qui a séduit Maryline Martin mais le fait « *d'engager une longue histoire avec des gens. Cela signifiait leur offrir une formation et un horizon à long terme*<sup>75</sup>. » Ainsi, comme au Moyen Âge, c'est la dame du château qui est chargée de constituer l'équipe d'ouvriers.

Sur une cinquantaine de salariés, trente deux venant d'horizons différents se répartissent sur un peu plus de onze corps de métier. Cette équipe est renforcée durant la saison ouverte au public et elle est encadrée par Florian Renucci, le maître d'œuvre. Passionné par le patrimoine il choisit de devenir ouvrier du bâtiment spécialisé dans la restauration de monuments historiques après une maîtrise de philosophie et une licence d'histoire de l'art. C'est en 1998 qu'il propose ses services au chantier de Guédelon, il commence en tant que tailleur de pierre, puis deux ans plus tard, il en devient le chef de chantier. La construction du château de Guédelon présentait pour lui un double intérêt, technique et social. Comme Maryline Martin, il fut attiré par l'aspect collectif du projet au service d'une cause.

La plupart des salariés ouvriers présents sur le chantier toute l'année ont souvent fait l'objet d'une reconversion professionnelle. Pour certains, à travers l'organisation Emeraude créée par Maryline Martin. Pour d'autres, c'est le château de Guédelon qui leur a permis de sortir de l'impasse et tous apprécient le fait de travailler en public.

Hormis ces salariés, des bénévoles et des stagiaires viennent porter leur pierre à l'édifice durant de courtes périodes. Le chantier de Guédelon est agréé Centre de Formation concernant la taille de pierre, la maçonnerie, la charpente et le bûcheronnage. Ce sont les salariés qui les forment, le maître charpentier est ainsi

---

<sup>75</sup> *Op. cit.* (note 63), *Guédelon, des hommes fous, un château fort*, p. 13.

« *fier de former des jeunes, pour maintenir la tradition des métiers et la mémoire des anciens*<sup>76</sup>. »

Dans un esprit de provocation Maryline Martin aime dire qu'elle est « *ravie qu'une bande de gars en difficulté permettent à des scientifiques de valider ou non les thèses de leur réflexion*<sup>77</sup>. »

## **2- Un projet positionné en amont facilitant sa communication**

Les trois vocations attachées à cette construction en amont de la réalisation ont clairement facilité sa communication. En effet, le positionnement était limpide : un projet collectif au service de la cité.

Dans le cadre de la communication d'influence, trois cibles correspondant aux trois vocations ont donc été déterminées, ainsi que celle des décideurs financiers et politiques.

### **Les incontournables acteurs du projet**

Propriétaire d'un château médiéval, Michel Guyot avait déjà dans ses contacts des scientifiques à qui il avait fait appel lors de la restauration du château de Saint-Fargeau. La relation de confiance voire amicale était déjà établie, ce qui facilite l'adhésion à un tel projet.

Par ailleurs, afin de renforcer cette adhésion, Michel Guyot leur a demandé de participer à la préparation technique du projet. Première étape du projet collectif. Cette étape n'est pas négligeable car, lorsqu'il s'agit de communiquer auprès des élus, il est indispensable de leur présenter un dossier technique prêt à l'emploi<sup>78</sup>.

---

<sup>76</sup> *Op. cit.* (note 63), Guédelon, *des hommes fous, un château fort*, p. 34.

<sup>77</sup> *Op. cit.* (note 63), Guédelon, *des hommes fous, un château fort*, p. 15.

<sup>78</sup> Michel CLAMEN, *Manuel de lobbying*, Paris, Dunod, 2005, p.231

Ainsi, un comité scientifique s'est constitué de castellologues, de l'architecte en chef des Monuments historiques Jacques Moulin et de Michel Guyot.

C'est la proximité géographique, et sans doute l'appartenance à la même identité locale qui ont rapproché Michel Guyot de sa personne ressource, Maryline Martin. Ce n'est pas la dimension scientifique qui a passionné l'actuelle directrice du chantier, mais l'aventure humaine forte qui était la clé du projet. Fondatrice de l'association Emeraude, dont la double vocation est de réinsérer des chômeurs et de défendre l'environnement, elle a vu dans ce chantier d'expérimentation scientifique un moyen de « *remettre les gens en selle sur la base d'un projet digne, intelligent, et utile pour les autres*<sup>79</sup>. » Puisque Maryline Martin avait déjà créé une structure de réinsertion sous forme d'association, les contacts et les démarches administratives, l'ensemble du travail était en somme mâché et donc facile à reproduire sur le chantier de Guédelon. D'autant plus facile qu'elle était à l'origine d'Emeraude. Aujourd'hui, des salariés côtoient quotidiennement les bénévoles et stagiaires sur le chantier, leur offrant ainsi une formation.

Enfin la vocation pédagogique du projet permit l'adhésion de la société civile à cette idée farfelue. Le corps professoral a vu dans ce projet un support inouï pour son enseignement, une façon originale de faire découvrir aux futurs citoyens une part de leur Histoire.

### Les indispensables décideurs financiers et politiques

Ces trois vocations conjuguées dans un positionnement clair ont facilité l'adhésion des mécènes et des élus locaux à ce projet inédit.

Il est toujours plus facile de défendre et de communiquer un projet afin de recueillir fonds et autorisations lorsque celui est bien conçu et prêt à l'emploi. C'est le cas du chantier expérimental de Guédelon. Son positionnement clair au service de la communauté scientifique, de l'insertion et de la culture ne pouvait que recueillir des

---

<sup>79</sup> *Op. cit.* (note 63), *Guédelon, des hommes fous, un château fort*, p. 13.

soutiens. Ainsi, en cinq mois, Maryline Martin a su récolter fonds et autorisations nécessaires pour le lancement du chantier.

Ces financements sont aussi bien privés que publics. L'Etat y a notamment pris part par le biais de subventions en matière d'emploi, ainsi que l'Union Européenne. Le Conseil général de l'Yonne et le Conseil régional de Bourgogne ont également pris part en pariant sur ce projet comme une attraction touristique locale, très bon retour sur investissement puisqu'en près de quinze ans, il est devenu le deuxième site touristique de la Bourgogne après les hospices de Beaune (Côte d'Or) avec trois cents mille visiteurs annuels. Ces deux entités ont d'ailleurs facilité les démarches administratives.

Les fondations d'entreprise y trouvent aussi leur compte tel que EDF, la Fondation Odéon, la Fondation Canal + ce fut d'ailleurs la première subvention accordée par cette fondation<sup>80</sup>.

Par ailleurs, dès le début un partenariat de confiance s'est établi entre l'association et la Caisse d'Epargne de Bourgogne Franche Comté. Ce partenariat est basé « *sur une rencontre humaine et de territoire*<sup>81</sup>. »

Le lieu de construction n'a pas été choisi pour faciliter l'accès des touristes, loin s'en faut. Il s'agissait de repérer un site naturel sur lequel il y aura à porter de main tous les matériaux nécessaires à la construction du château et en quantité suffisante ; carrière de pierre, forêt de chênes, de l'eau...D'après la dame du château, se fut l'élément le plus difficile à négocier.

---

<sup>80</sup> *Op. cit.* (note 63), *Guédelon, des hommes fous, un château fort*, p.14.

<sup>81</sup> Interview de Maryline Martin, *Guédelon, une belle aventure médiévale*, [www.decideursenregion.fr](http://www.decideursenregion.fr)

## Le positionnement face au financement, le lobbying direct

Dans le cas de cette construction, le soutien des cibles décisionnaires ayant été acquis en un temps record, les initiateurs de ce projet n'ont pas eu le besoin de mobiliser l'opinion publique. Michel Guyot et Maryline Martin ont donc procédé par la méthode du lobbying direct. Ce procédé est défini par Michel Clamen comme la « *forme la plus simple, le lobbying consiste à aller voir une personne avec un dossier. Par analogie, on appelle aussi lobbying direct toute démarche qui repose sur la communication individuelle : présentation personnelle, réunions en petit comité, lettres ou conversations téléphoniques (...) Il s'agit, sans intermédiaire, de communiquer sa position argumentée aux décideurs, à toutes fins utiles*<sup>82</sup>. »

Cette démarche est applicable uniquement lorsque le projet est clairement positionné, prêt à être mis en place. Ainsi, concernant le château de Guédelon, l'autofinancement de la construction n'était pas le positionnement, celui-ci était et l'est toujours : un chantier collectif (scientifique, pédagogique et humain) au service de la cité. L'autofinancement n'est qu'un élément économique, le projet ne peut donc pas se baser uniquement sur cet élément.

Association loi 1901 au départ, le chantier de Guédelon s'est mué en une société d'exploitation commerciale en 2006 dont Michel Guyot et Maryline Martin sont actionnaires majoritaires, et ce, afin de faciliter la gestion salariale. Aujourd'hui, après quinze ans d'existence, le chantier compte cinquante cinq salariés dont une trentaine en CDI et quatre cents bénévoles. Il se finance en totalité grâce aux entrées, à la boutique et au restaurant sur place. Le positionnement a donc facilité les levées de fonds nécessaires pour le commencement néanmoins il n'a pas changé depuis que le chantier s'autofinance.

Commencée en 1997, la construction du château devrait encore durer une dizaine d'années. Quant à son utilité une fois terminée, Maryline Martin envisage de

---

<sup>82</sup> *Op. cit.* (note 78), *Manuel de lobbying*, p. 233.

le transformer en poumon culturel afin d'y accueillir des concerts, des conférences, du théâtre, « sortir un peu du Moyen-âge. »

## **B- LE CHÂTEAU DE BERLIN, UNE RECONSTRUCTION IDENTITAIRE AU SERVICE DE LA CULTURE**

Lorsque l'on interroge Laurent Bouvet sur le fait que reconstruire un château datant du XVI<sup>ème</sup> siècle soit dans l'air du temps aujourd'hui au XXI<sup>ème</sup> siècle, il répond là aussi en citant un exemple. « *Ca va le devenir, l'année prochaine les Allemands vont poser la première pierre du château de Berlin. Normalement, ils auraient du le faire en 2010, malheureusement à cause de la crise, Angela Merkel a différé le projet. Je pense que les médias français vont bien s'en faire l'écho, ensuite ce château va rester en place, ce n'est pas quelque chose de temporaire. Mon espoir c'est que le château de Berlin reconstruit devienne le monument emblématique de la ville, au même titre que Paris a la Tour Eiffel, Rome a le Colisée, mais à Berlin ils n'ont pas grand chose à part la porte de Brandebourg. Si le château reconstruit devenait le symbole de la ville de Berlin, les Français pourraient se dire, finalement ce n'est pas si fou que ça de reconstruire un château, les Allemands l'ont bien fait, et nous qu'est-ce qu'on a comme château à reconstruire et ils penseront immédiatement d'une part aux Tuileries, d'autre part à Saint-Cloud<sup>83</sup>. »*

### **1- Financements publics et privés d'une reconstruction biaisée**

Plusieurs polémiques se sont agitées autour de la reconstruction du château de Berlin et ce, dès la réunification de l'Allemagne. Construit à partir de 1699, le château de Berlin fut détruit en 1950 après les bombardements, par décision du gouvernement de la RDA. Les dommages subis pendant la guerre étaient pourtant réparables mais ce symbole de l'autorité prussienne gênait l'Etat socialiste qui

---

<sup>83</sup> *Op. cit.* (note 2), *Entretien Laurent Bouvet*

préféra le raser totalement. Ce procédé peut faire écho au château de Saint-Cloud qui fut rasé vingt ans après l'incendie, par le nouveau gouvernement de la III<sup>ème</sup> République, qui voyait en lui, un symbole de la Monarchie et de l'Empire. Il fut alors remplacé par le Palais de la République (ouvert en 1976), nouveau palais du gouvernement de la RDA. Fermé en 1990 à cause de la présence d'amiante, le palais sera détruit, malgré la protestation de certains grands architectes qui préconisaient de sauver au moins la structure de ce bâtiment. C'est au début des années 2000 que l'idée de « reconstruire » l'ancien palais des Hohenzollern va prendre véritablement forme. Ainsi le projet du « Humboldt – Forum » est voté en 2002 par le Bundestag, l'assemblée parlementaire représentant la nation allemande. Le Palais de la République fut ainsi détruit entre 2006 et 2008. Les premiers travaux devaient débiter début 2011, mais avec la crise, le gouvernement a taillé dans le budget social et dans le budget culturel. De ce fait, la première pierre de cette reconstruction ne sera pas posée avant 2014.

A l'image de l'association « Reconstruisons Saint-Cloud ! », une association s'est constituée à l'initiative d'un homme d'affaire hambourgeois, Wilhelm von Boddien pour reconstruire le château de Berlin. Elle se nomme « Förderverein Berliner Schloss e.V. », ce qui signifie les *amis du château de Berlin*. Pour atteindre son but, elle met en place des expositions pour informer le public sur son travail. La plus importante des ces expositions fut celle appelée « La signification du Palais de Berlin pour le centre de Berlin » qui eut lieu du 30 juin 1993 au 30 septembre 1994. C'est après un voyage à Paris que Wilhelm von Boddien en eu l'idée, en admirant les bâches en trompe l'œil cachant la restauration de l'église Sainte Madeleine. Cette exposition représentait le château grandeur nature en lieu et place du Palais de la République non encore détruit. L'installation réalisée par la Française Catherine Feff, est un ensemble de bâches peintes en trompe l'œil posé sur des échafaudages. Le financement provint exclusivement de dons privés sous forme de dons ou de sponsors. Ainsi, la pose des échafaudages fut effectuée par une société spécialisée en la matière en guise de partenariat.

Cette première étape fut un succès, l'exposition fut inaugurée par le maire de Berlin ainsi que par d'autres personnalités. L'installation fut reconnue par le livre du

Guinness des Records comme la plus grande en son genre et des millions de visiteurs ont pu admirer la simulation de la façade et comprendre ainsi l'importance de sa présence.

### Une reconstruction biaisée

Après une quinzaine d'années d'exposition sur le château, de relations publiques et de lobbying auprès des politiques, une commission internationale composée de dix-sept experts, nommée « Le centre historique de Berlin » a été constituée à la demande du gouvernement fédérale et du Sénat de Berlin. Ces experts internationaux se sont retrouvés de novembre 2000 à avril 2002 afin d'établir un pré-projet. Parmi ceux-ci se trouvaient un promoteur immobilier, un historien de l'architecture, un ancien directeur du musée de l'architecture allemande, le président de la fondation pour les fonds culturels prussiens, un architecte, un ancien secrétaire d'Etat au ministère fédéral des finances, un théoricien de l'architecture, un chef d'entreprise et promoteur immobilier, un porte-parole en matière de politique des travaux publics, un ancien conservateur régional, un historien, le président de la chambre des architectes allemands et conseiller d'entreprises. Leur travail fut suivi par le président du Bundestag et par le sénat berlinois comme par les ministres et sénateurs régionaux et fédéraux compétents en la matière. Le 17 avril 2002, ils sont parvenus à un compromis et ont recommandé la reconstruction de trois des quatre façades baroques qui habilleront un bâtiment moderne. Le 4 juillet 2002 le Bundestag adopte le pré-projet à trois cent quatre-vingt-quatre voix contre cent trente-trois. Cette construction est un véritable compromis entre les fervents défenseurs de l'œuvre de Schlüter et les partisans du modernisme. Le retour aux façades baroques n'est pas un hommage au « *militarisme prussien* », ni un projet de « *restauration politique* », mais une preuve de « *notre très grand respect pour les chefs-d'œuvre de nos ancêtres* », assurait une députée Vert.

Ce n'est donc pas une reconstruction à l'identique, mais adaptée au XXI<sup>ème</sup> siècle qui aura lieu à Berlin, contrairement à ce que souhaite Laurent Bouvet pour Saint-Cloud.

## Multiplicité d'acteurs, multiplicité de financements

Ce projet est donc parti de l'association de Wilhelm von Boddien qui, après une quinzaine d'années de lobbying acharné, a réussi à convaincre l'Etat fédéral de prendre part au projet, en sensibilisant la population grâce à son exposition de 1993/1994. Un autre champ de son activité consiste en un travail de publicité pour obtenir le soutien du monde politique et médiatique. Depuis vingt ans maintenant s'est développée autour d'un petit cercle de passionnés une organisation active étalée sur toute l'Allemagne, avec des soutiens locaux. De nombreuses personnes, institutions et entreprises soutiennent déjà financièrement le travail de l'association. Ainsi l'idée « folle » a convaincu en peu de temps une majorité des Berlinoises.

Après la décision du Bundestag, un concours d'architecture fut lancé à l'international 2008 et c'est l'architecte italien Professeur Franco Stella qui fut élu lauréat du premier prix. Sa proposition tient minutieusement compte des exigences du Bundestag. Le 30 décembre 2009, Stella reçut donc le contrat de commande architecturale.

En 2009, le gouvernement allemand créa la fondation Berliner Schloss – Humboldt Forum (Château de Berlin – Forum Humboldt). D'utilité publique à but non lucratif, elle devient ainsi le maître d'œuvre.

Le financement de la construction a été divisé en fonction des trois entités participant au projet :

- l'Etat finance à hauteur de quatre cent millions d'euros pour la construction du cœur du château
- Les musées qui seront transférés dans ce château à hauteur de soixante-douze millions d'euros pour l'aménagement de l'intérieur
- Les dons privés levés par l'association à hauteur de quatre-vingts millions d'euros pour les façades du château.

## Vocation au service du citoyen

Le pré-projet élaboré par la commission internationale « Le centre historique de Berlin » proposa de donner à ce château une fois reconstruit une vocation culturelle au service des citoyens. Il servira les arts et les sciences en devenant le « Humboldt-Forum », lieu exceptionnel de la culture et des sciences internationales au côté du complexe muséologique de l'île aux musées, de l'université Humboldt et la bibliothèque nationale. Il offrira ainsi à la capitale allemande une cohérence muséale qui lui manque. Pour l'heure, encore dispersés autour du futur palais, se trouvent le Bode Museum (collections de sculptures), le Pergamon (antiquités classiques), le Nouveau Musée (collections égyptiennes), le Musée ancien (collections grecques), la Galerie nationale (peintures du XIX<sup>ème</sup> siècle). Le futur palais ajoutera à cet ensemble les espaces de forums qui lui manquent, des cinémas et des salles de concert.

Espaces musées, espaces conférences, espaces restaurations se conjugueront, servant ainsi le dialogue politique, culturel et social. Ouvert à chacun, il deviendra un lieu de rencontres de tous les habitants et des invités de la ville de Berlin. Cette capitale européenne met donc à disposition pour le dialogue entre les peuples des endroits de qualité. A l'époque de la mondialisation, c'est un geste qui comprend et prouve l'investissement de l'Allemagne pour participer à la culture mondiale.

## **2- Une association socle du projet et de sa communication**

### Les partenariats, lobbying direct transformé en communication d'influence

L'association s'est engagée au près de l'Etat fédéral à recueillir le financement nécessaire à la réalisation des façades baroques. Par la personne de Wilhelm von Boddien elle agit par le biais de deux types de lobbying : le lobbying direct et la communication d'influence à travers la publicité.

Le lobbying direct s'est fait auprès d'entreprises qui sont désormais partenaires. Celles ci travaillent en partenariat avec l'association dans le cadre de la communication d'influence. La société WALL AG, mondialement connue dans le secteur de l'ameublement urbain (arrêts de bus et de tramway) s'est engagée dans la campagne de levée de fonds en mettant à disposition de l'association dix mille affiches à placarder dans les espaces de publicité au niveau de toute l'Allemagne. De plus, la boulangerie Berlinoise Schnell s'est aussi engagée dans l'aventure en concevant des produits spécifiques vendus dans ses quarante filiales. Quelques centimes de chaque création reviennent au château sans que les prix proposés ne soient augmentés. Ces partenariats participent donc à développer la notoriété du projet ainsi qu'à recueillir des dons, indispensables à sa réalisation au niveau de toute l'Allemagne. Il s'agit ici d'une communication d'influence, communication par ricochet<sup>84</sup>.

Un autre type de partenariat a été instauré depuis 2006 avec le centre de formation des tailleurs et sculpteurs de pierre de Königslutter en Basse-Saxe. Les jeunes apprentis se sont engagés à réaliser avec leurs enseignants quinze balustres en pierre pour le château de Berlin sur leur lieu de formation. Ces éléments serviront de modèles d'exposition avant d'être intégrés à la façade du château. Le financement des matériaux de travail et les coûts de transports sont pris en charge par l'association et les apprentis s'engagent sans rémunération dans leur travail. Par ailleurs, ils voient dans le chantier du château la création d'emploi et de places en apprentissage dans l'artisanat traditionnel.

### Le petit mécénat

Enfin, à travers son site internet ainsi qu'un journal gratuit tiré à deux millions d'exemplaires, l'association informe régulièrement des avancées de ce projet.

---

<sup>84</sup> Michel CLAMEN, *Le Lobbying et ses secrets, Guide des techniques d'influence*, 3<sup>e</sup> édition, Paris, Dunod, 2000, p. 268.

Outre la récolte de dons classique, cette entité propose du petit mécénat aux particuliers comme aux entreprises. Chacun peut ainsi « construire l'Histoire » en achetant un élément de la façade allant du cinquième d'une pierre à cinquante euros à l'ensemble d'une ornementation à partir de mille deux cent cinquante euros. Chaque pierre est gravée du nom de son acquéreur. Ce procédé permet aux citoyens allemands de se sentir comme propriétaire de ce monument. Ceci est donc un moyen de communication ainsi que de récolte des fonds.

Aujourd'hui, l'association « Berliner Schloss e.V. » a récolté un peu plus de 23% de la totalité, soit près de vingt millions d'euros en huit ans.

En défendant ce projet, Wilhelm von Boddien a été l'interlocuteur principal de l'opinion publique et des autorités. Il a inscrit cette reconstruction dans une démarche principalement identitaire dans le but de panser les blessures du communisme fraîchement tombé mais également esthétique. En effet, il a su conquérir l'opinion publique, lassée de l'urbanisme « à la Shanghai » que l'Allemagne a cru devoir être celui de la renaissance « après-mur ». Cette démarche était donc dans l'air du temps. Par ailleurs, il a su s'adapter à la volonté du politique en acceptant le consensus voté par le Bundestag quant à la reconstruction et à la vocation de ce bâtiment une fois achevé se mettant à son service par la recherche de fonds. Le projet se positionne donc comme l'alliance du passé et de l'avenir au service du citoyen.

Ces deux exemples sont régulièrement cités par Laurent Bouvet afin de légitimer son projet. Néanmoins, concernant le château de Guédelon, il ne s'inspire que de la façon dont ce chantier est financé actuellement. Quant au château de Berlin, il est perçu par le président de l'association « Reconstituons Saint-Cloud ! », comme un moyen de mettre en lumière son propre projet.

Or, ces deux reconstructions sont bien plus qu'un modèle de financement ou une retombée médiatique. Elles prouvent toutes deux que lorsqu'un projet d'une telle envergure offre un positionnement clair, il est plus facile de le communiquer et d'obtenir ainsi l'adhésion des acteurs indispensables.

## CONCLUSION

Dans toute stratégie de communication, qui plus est de communication d'influence, le positionnement constitue la deuxième étape de cette stratégie après l'analyse des problèmes et des objectifs de communication. Par ailleurs, c'est le premier choix qui doit être réalisé.

Après une demi douzaine d'années de communication sans réelle stratégie de la part de Laurent Bouvet, l'analyse des problèmes et objectifs de communication a été réalisée par l'agence Artea communication.

L'étape du positionnement est un choix stratégique qui cherche à donner une offre crédible, différente et attractive au sein d'un secteur et dans l'esprit de la cible. C'est donc une politique et non un résultat ou un état de fait. Le positionnement est la politique qui cherche à influencer la perception que la cible a de l'offre. C'est une finalité de perception et non de fait.

Dans le cadre de la communication d'influence il s'agit de positionner l'offre, afin que les décideurs la considèrent crédible, novatrice et utile, pour qu'ils puissent se l'approprier.

Concernant la reconstruction du château de Saint-Cloud, les trois cibles à atteindre sont les décideurs politiques, le grand public et les investisseurs financiers principalement étrangers. Il s'agit donc de chercher à positionner l'action de l'association « Reconstruisons Saint-Cloud ! » afin d'influencer la perception que peuvent avoir ces cibles de ce projet. En partant de la problématique suivante : « comment positionner le projet de l'association « Reconstruisons Saint-Cloud ! » comme un véritable projet de politique culturelle au service de la cité », il s'agissait donc dans un premier temps, d'évaluer la portée grand public de cette reconstruction. Ainsi, ce projet ayant une forte dimension historique, une étude sur la relation des Français avec leur Histoire, leur patrimoine et leur quête d'identité a permis de confirmer que l'Histoire est aujourd'hui dans l'air du temps et n'est pas un domaine réservé aux initiés. Le projet de Laurent Bouvet peut donc s'inscrire dans

les esprits comme un moyen de faire découvrir l'Histoire aux Français de façon ludique.

Par ailleurs, les décideurs politiques doivent être aussi convaincus par le projet. L'inscription de ce dernier dans la politique culturelle doit donc être prise en compte. Une étude quant à cette politique et ses acteurs a été menée ainsi qu'une étude quant à l'impact de cette reconstruction à l'international. Celles-ci ont vérifié la possible adéquation du projet de l'association « Reconstruisons Saint-Cloud ! » à la politique culturelle française. Par ailleurs, cette étude a relevé que cette reconstruction serait convoitée par un mécénat davantage étranger (voire même américain) que français.

Enfin, Laurent Bouvet s'inspirant lui même de deux reconstructions, celle du château de Guédelon et celle du château de Berlin, une étude en profondeur quant à ces deux exemples et leur communication a été réalisée. Celle-ci a mis en lumière le fait que tous deux proposaient une offre claire, attractive, novatrice et crédible dans l'esprit des décideurs politiques et financiers ainsi que dans celui de l'opinion publique. Ceci s'explique par deux raisons. Chacune des deux reconstructions/constructions à l'initiative d'associations, s'appuie sur une dimension collective, celle-ci est d'ailleurs plébiscitée par Alain Aubert, directeur du Comité Départemental du Tourisme des Hauts-de-Seine. Par ailleurs, elles ont toutes deux fait l'objet d'un pré-projet, les rendant crédibles aux yeux des décideurs.

Cette étape va probablement avoir lieu bientôt pour le projet de l'association « Reconstruisons Saint-Cloud ! ». En effet, Alain Aubert a l'intention de proposer cette reconstruction dans le cadre d'un appel à projets émis par le Conseil Régional d'Ile-de-France qui a mis en place un Fond Régional de Développement Touristique des Territoires ayant pour objet *« de financer l'investissement de divers projets qui seraient présentés soit par les collectivités publiques, soit par les associations, soit par le privé sous la forme d'appel à projets sur ce qui pourrait développer l'offre*

*touristique*<sup>85</sup>. » Parmi les projets éligibles, il peut s'agir de la « *création d'une offre nouvelle ou amélioration d'une offre touristique culturelle, récréative et de loisir* ». <sup>86</sup>

Deux étapes sont concernées par ce fond d'investissement, l'étape d'investissement en tant que telle et l'étape du pré-projet englobant les études pré-opérationnels directement liées à l'investissement, étude de faisabilité technique, étude de programmation, expertises techniques. Ce pré-projet participerait donc à consolider le positionnement de la reconstruction du château de Saint-Cloud, le rendant plus crédible. Cela permettrait à l'association « Reconstruisons Saint-Cloud ! » d'être plus audible.

---

<sup>85</sup> *Op. cit.* (note 37), *Entretien Alain Aubert*

<sup>86</sup> *Op. cit.* (note 37), *Entretien Alain Aubert*

## BIBLIOGRAPHIE

### Ouvrages

- BENOIT. D, *Introduction aux sciences de l'Information et de la Communication*, Paris, Les Editions d'organisation, 1995
- CHOAY. F, *l'Allégorie du patrimoine*, Paris, Editions du Seuil, 1992
- CLAMEN. M, *Guide des techniques d'influence*, Paris, Dunod, 2000
- CLAMEN. M, *Manuel de lobbying*, Paris, Dunod, 2005
- CLEMENT. J-M, SUAUD Charles, *Le Puy du Fou, en Vendée, l'Histoire mise en scène*, Clamecy, l'Harmattan, 1996
- CRIVELLO. M, *Comment on revit l'histoire, sur les reconstitutions historiques 1976-2000*, Les presses de midi
- DE SAINT PULGENT. M, *Le gouvernement de la culture*, Paris, Gallimard, 1999
- DEBIESSE. F, *Le mécénat*, Paris, Que sais-je ?, PUF, 2007
- DUVERGER. M, *La Monarchie Républicaine, ou comment les démocraties se donnent des rois*, Paris, Laffont, 1974
- GOBIN. A, in *Le Mécénat, Histoire – Droit – Fiscalité*, Paris, Entreprise moderne d'éditions, 1987
- LAZZAROTTI. O, *Patrimoine et tourisme, Histoires, lieux, acteurs, enjeux*, Paris, Belin, 2011
- MINARD. P, FLOCHER François, *Guédelon des hommes fous, un château fort, Baumes-les-Dames*, Aubanel, 2008
- NORA. P, *Les lieux de mémoire, vol. 1*, Paris, Quarto-Gallimard, 1997
- NORA. P, *Mémoire collective*, dans LE GOFF Jacques, *La nouvelle histoire*, Paris, Retz, 1978
- POMIAN. K, *Conclusion de la journée du 6 janvier », in Patrimoine et passions identitaires, Actes des Entretiens du Patrimoine 1997, sous la présidence de Jacques Le Goff*, Paris, Fayard/Edition du Patrimoine, 1998
- RENAN. E, *La Réforme intellectuelle et morale*, Paris, 1872

RENAN. E, *Qu'est-ce qu'une nation ? Conférence faite en Sorbonne, le 11 mars 1882, in Qu'est-ce qu'une nation ? et autres essais politiques*, Paris, Editions Press Pocket, coll. « Agora » 316

ROSANVALLON. P, *L'Etat en France de 1789 à nos jours*, Paris, Editions du Seuil, 1990

ROSANVALLON. P, *Le Monument Guizot*, Paris, Gallimard, 1985

SCHNAPPER. D, *De l'Etat-providence à la démocratie culturelle*, Commentaire, n°68, vol. XVII, hiver 1994-1995

### Articles de presse

BOLLON. P, *Reconstruire les monuments disparus ? Chiche*, Marianne, 17 mai 2008

DU GUERNY. S, *Spectaculaires illumine les bâtiments historiques*, Les Echos, 11 avril 2012

GUENOT. H, *Ils veulent reconstruire Saint-Cloud*, Le Journal du Dimanche, 30 avril 2011

JOUANNEAU. J, *Trois raisons de passer La Nuit aux Invalides*, Lexpress.fr, 13 avril 2012

LE FOL. S, *Les Français fascinés par l'Histoire*, Europe 1, 29 octobre 2011

LEGOURD. V, *Saint-Cloud veut reconstruire son château*, Entreprendre, Juin 2011

PERRAULT. G, *Les Français veulent un monarque républicain*, Lefigaro.fr, 15 novembre 2011

POUPARD. S, *Reconstruire les Tuileries et Saint-Cloud ?*, Famille Chrétienne, 27 septembre 2008

TAILLARDAS. J-P, *Les Français aiment leur Histoire de France*, Sud Ouest, 13 novembre 2011

*Ce village fantôme vendu aux enchères pour un demi-million d'euros*, Latribune.fr, 21 mai 2012

*Ils veulent reconstruire le château de Saint-Cloud*, Leparisien.fr, 20 septembre 2008

*L'histoire, une passion française*, Leparisien.fr, 23 août 2011

*La Bourgogne inaugure un « MuséoParc » sur Alésia sans éteindre la polémique*, Lexpress.fr, 17 mars 2012

*Le Puy du Fou sacré meilleur parc de loisirs du monde*, France Soir, 18 mars 2012

*Un passé si présent*, Historia, janvier 2009

### Reportages TV

*Patrimoine : Des enchères royales chez Christie's*, Sept à huit, TF1, octobre 2008

*Reconstruire le Château de Saint-Cloud : un projet autofinancé*, France 3 Ile-de-France, 6 décembre 2011

### Annexes

Entretien Laurent BOUVET, Paris, 4 mai 2012

Entretien Alain AUBERT, Paris, 14 mai 2012

### Site internet

<http://www.reconstruisonsaintcloud.fr> consulté le 9 janvier 2012

<http://www.guedelon.fr> consulté le 16 avril 2012

<http://berliner-schloss.de> consulté le 25 avril 2012

<http://www.lanuitauxinvalides.fr/> consulté le 30 avril 2012

### Autres documents

DE VRIEZE. A, BENOIT J-M, *Cours de conception de projets en communication publique et sociale*, M2 Communication politique et publique, UPEC, 2011-2012

Baromètre OMT du tourisme mondial, vol. 8, n°2, juin 2010

*Comment vit l'Ile-de-France ?* SCP Communication, La Croix, 3 mars 1993

## ANNEXES

### ANNEXE 1 – ENTRETIEN LAURENT BOUVET, PRESIDENT DE L'ASSOCIATION « RECONSTRUISONS SAINT-CLOUD ! », 4 MAI 2012

**Marie-Laetitia Bodet :** Quelle orientation donner à votre projet ?

**Laurent Bouvet :** Compte tenu de l'ampleur du monument, environ dix mille m<sup>2</sup>, créer différents axes, dans la mesure où m'a dit l'architecte en chef des Monuments historiques en charge du parc de Saint-Cloud, dans ce type de grands châteaux royaux à côté de pièces somptueusement décorées il y en avait également beaucoup qui ne l'étaient pas et si on reconstruisait le château, elles ne pourraient pas être affectées à un usage touristique et culturel il



faudrait bien leur trouver une autre affectation. C'est lui même qui partant de là a dit, on peut tout à fait imaginer des bureaux, que ce soit pour des entreprises privées ou pour l'administration, on pourrait imaginer des logements, c'est lui qui m'a dit que l'Etat et les pouvoirs publics de façon générale avaient beaucoup de mal à loger leurs fonctionnaires catégories C et B, pour information ce sont ceux qui sont en bas de l'échelle, surtout compte tenu du prix élevé du m<sup>2</sup> dans les Hauts-de-Seine, notamment à cet endroit là et que pour l'Etat, ça présentait des inconvénients que d'avoir des agents qui logeaient à plusieurs dizaines de kilomètres et donc ce serait bien pour lui que d'avoir des agents qui soient sur place : infirmières, professeurs... C'est la raison d'être de ces différentes pistes que nous mentionnons, et qui plus est cela donnerait une vocation utile à ce château reconstruit qui pour reprendre une expression qui figure sur notre site, ce ne serait pas de ce fait un simple gadget culturel destiné à embellir le paysage.

**MLB** : Quand et pourquoi est née cette idée ?

**LB** : Association créée en mars 2010, c'est à partir de cette date là que j'ai commencé à travailler sur ce projet. Suite à la vision d'un certain nombre de reportages à la TV sur Guédelon que je me suis dit, il serait tout à fait possible de transposer ce modèle économique non pas à la construction d'un monument qui n'a jamais existé comme c'est le cas du château de Guédelon, mais à la reconstruction d'un monument historique disparu. J'avais été fasciné par ce modèle économique de Guédelon qui permettait de reconstruire ou de construire un château fort sans « un sou en poche » ce qui est le cas de Michel Guyot puisqu'il est parti sans le moindre argent, c'est là où je me suis dit dans la mesure où le principal obstacle à la construction d'un monument historique disparu est l'obstacle financier, cela permet de contourner cet obstacle et ,qui plus est, le chantier de construction devient particulièrement intéressant puisqu'il est interactif, les gens viennent voir les ouvriers travailler selon les techniques en vigueur à l'époque et ça pourrait présenter un réel intérêt si l'on transposait ça à un monument du XVII<sup>ème</sup> ou XVIII<sup>ème</sup> siècle dans la mesure où les corps de métiers sont plus sophistiqués qu'ils ne l'étaient au Moyen Âge. J'ai toujours vécu dans la région Ile-de-France, j'ai regardé un petit peu autour de moi quel monument historique on pourrait reconstruire et puis très rapidement je me suis dit, bah tient il y a le château de Saint-Cloud dont l'entier parc demeure et qui est aux portes de Paris. Sur un plan commercial, si Guédelon marche alors même d'ailleurs qu'il est en proie à des handicaps certains, il est à deux cents kilomètres de Paris, dans un trou, il n'y a pas de grande ville à côté, pas d'autoroute, pas de transport en commun malgré cela, chaque année ils arrivent à accueillir plus de trois cent mille visiteurs annuels. Il est évident que si Guédelon était dans le bois de Boulogne, ils en accueilleraient probablement trois millions. Pour appliquer ce modèle économique il valait mieux que ce soit proche de Paris, desservi par des transports en commun, une autoroute,...

**MLB** : Quelles sont vos relations avec l'Administrateur du Domaine national de Saint-Cloud ?

**LB** : Depuis le début de ce projet, on en est au 2<sup>ème</sup> administrateur, le premier est resté jusqu'en 2010, au début les relations ont été cordiales mais sans plus, et puis

après elles se sont dégradées. Je ne dirais pas qu'il était contre notre projet, lui il est soumis à une hiérarchie, le ministère de la Culture n'ayant pas pris la décision de reconstruire le château de Saint-Cloud, de ce fait, il est un peu la voix de son maître. Après, il nous a mis des bâtons dans les roues de façon pas très correcte, et je me suis énervé je lui ai dit ses quatre vérités, cela ne lui a pas plu, et on a cessé toutes relations et l'on s'ignorait mutuellement. Après il a été remplacé par une femme qui s'appelle Sylvie Glaser mais la encore, je garde un très mauvais souvenir de son prédécesseur, qui plus est, elle n'est pas décisionnaire, puisque ça ne peut résulter que d'une décision politique et non pas administrative surtout à niveau assez bas de la hiérarchie. Je considérai que ça ne servait pas à grand chose de la rencontrer, au mieux elle aurait répondu peut être bien que oui peut être bien que non, au pire plus que m'encourager elle m'aurait découragée. Dans ces conditions je n'ai pas jugé utile de la rencontrer, j'ai peut être eu tort je ne sais pas.

**MLB** : Relations avec la municipalité de Saint-Cloud ?

**LB** : Je n'ai pas de soutien officiel mais il semblerait que la municipalité soit assez favorable à notre projet, je le tiens du Directeur Général du Comité Départemental du Tourisme (CDT) des Hauts-de-Seine. On a déjà reçu le soutiens de maire de trois villes autour de Saint-Cloud : maire de Boulogne Billancourt, deuxième ville d'Ile-de-France et première ville des Hauts-de-Seine, maire de Sèvres, maire de Suresnes Christian Dupuy, vice président du Conseil Général (CG) des Hauts-de-Seine en charge de la culture et du tourisme.

**MLB** : Qu'attendez-vous de vos soutiens ?

**LB** : J'ai cherché à déminer le terrain et montrer aux pouvoirs publics que ce projet n'avait aucune opposition mais au contraire que des partisans. Tous sont concernés par le projet. Si le château de Saint-Cloud doit un jour être reconstruit, il est évident que tous ces gens la seront d'une façon ou d'une autre consultés. J'ai préféré prendre les devants et aller moi même les trouver pour créer une espèce de mouvement destiné précisément à montrer aux pouvoirs publics que tous les gens directement ou indirectement concernés par ce projet y étaient favorable.

**MLB** : Que pensez-vous du mécénat pour votre projet ?

**LB** : Le problème du mécénat au début d'un projet comme ça, c'est que la première question que vous posent les mécènes est : est-ce que vous avez l'autorisation de reconstruction et évidemment au début non et même aujourd'hui, donc pour eux il n'y aurait pas de retour. En revanche si le projet commence à avoir un début de reconnaissance officiel comme c'est le cas avec la CDT, s'il y a des études de faites, à ce moment là je pense que des mécènes pourraient s'y intéresser et pourrait être contacter par d'autres personnes que moi qui crédibiliserait le projet comme le CDT. Bras touristique du CG des Hauts-de-Seine, dépend directement du CG. L'actuel directeur général du CDT est un ancien conseiller général en charge de la culture et du tourisme, membre de l'UMP, très politique, sous l'autorité directe de Patrick Devedjian et Christian Dupuy. C'est un peu un cercle vicieux, le but de mon action c'est de créer un mouvement, faire que ce mouvement soit récupéré d'une façon ou d'une autre par les pouvoirs publics pour qu'il y ait un début de commencement de réalisation au travers d'études etc, pour qu'en suite des mécènes viennent se greffer au projet.

**MLB** : Qui fait les relations presse ?

**LB** : Dans cette affaire je suis un peu l'homme à tout faire de ce projet, mais il y a gens qui m'aident : Daniel Eon, pour les photographies du site. C'est un peu décourageant car j'ai l'impression que mon action consiste à vider l'océan avec une petite cuillère. C'est un peu décevant

**MLB** : Est-ce que la reconstruction d'un château est dans l'air du temps ?

**LB** : Ca va le devenir, l'année prochaine les Allemands vont poser la première pierre du château de Berlin. Normalement, ils auraient du le faire en 2010, malheureusement à cause de la crise, Angela Merkel a différé le projet. Je pense que les médias français vont bien s'en faire l'écho, ensuite ce château va rester en place, ce n'est pas quelque chose de temporaire. Mon espoir c'est que le château de Berlin reconstruit devienne le monument emblématique de la ville, au même titre que Paris a la Tour Eiffel, Rome a le Colisée, mais à Berlin ils n'ont pas grand chose à part la porte de Brandebourg. Si le château reconstruit devenait le symbole de la ville

de Berlin, les Français pourraient se dire, finalement ce n'est pas si fou que ça de reconstruire un château, les Allemands l'ont bien fait, et nous qu'est-ce qu'on a comme château à reconstruire et immédiatement ils penseraient d'une part aux Tuileries, d'autre part à Saint-Cloud.

**MLB** : D'ailleurs, en parlant des Tuileries, vous même vous l'appellez le projet mort né, est-ce que ce n'est pas un handicap ?

**LB** : Alain Boumier, président du Comité national pour la reconstruction des Tuileries a commencé à travailler à partir de 1988. A l'époque il n'était que président de l'académie du Second Empire. Dans son esprit cela lui donnait une véritable légitimité pour reconstruire les Tuileries. Or, le Second Empire est juste après le régime de Vichy, le régime le plus haït de France. De 1988 à 2005 il s'y employait en tant que président de l'académie du Second Empire, et voyant qu'il ne parvenait à rien il a décidé de créer une structure *ad hoc* qui s'est appelée assez pompeusement le Comité national pour la reconstruction des Tuileries mais parallèlement il a conservé la présidence de l'académie du Second Empire. A cause de cela ses adversaires lui ont collé une étiquette de bonapartiste. On a dit que c'était un projet réactionnaire, ce qui n'était pas complètement faux. Il n'a pas tellement travaillé son projet. Il avait une vision très binaire des choses, d'un côté les bons de droite, de l'autre les méchants, de gauche. Il a très mal agit, le maire de Paris est socialiste, la région Ile-de-France aussi. Au lieu d'essayer de créer un consensus gauche droite, il s'est toujours adressé aux gens de droite. La gauche l'a méprisé, la droite le considérait comme un hurluberlu. Cela ne s'est donc jamais fait et il est mort en 2009. Il attendait que ça vienne, n'avait jamais vu l'importance que prenait la presse dans ce projet, il n'a pas compris l'intérêt des corps intermédiaire et du rôle qu'ils pouvaient jouer.

**MLB** : Quels financements ? Fonds privés ? Fonds publics ?

**LB** : L'Etat étant propriétaire du domaine, il fera ce que bon lui semble, s'il veut mettre des fonds publics on n'a pas la possibilité de s'y opposer. Nous on cherche à proposer un modèle alternatif, pas onéreux pour les finances publics, si le Conseil

Général, si le Conseil régional, si le ministère de la culture veut absolument injecter de l'argent de projet on ne va pas s'y opposer.

**MLB** : Le mécénat vous intéresserait ?

**LB** : Oui mais nous ne sommes pas décisionnaire, dans ces conditions on ne peut pas dire oui ou non, c'est le propriétaire du terrain qui *in fine* prendra les décisions. Je souhaiterai que les pouvoirs publics s'emparent du projet et le formate à leur idée.

**MLB** : A quelle reconstruction déjà réalisée vous pourriez comparer votre projet ?

**LB** : On pourrait citer le château de Petrograd à Saint Petersburg.

**MLB** : Le fait qu'il y ait un si grand écart temporel entre sa destruction et sa possible reconstruction ne freine pas le projet ?

**LB** : Je dirai que ça le rendrait encore plus intéressant. Aujourd'hui tout le monde a oublié le château de Saint-Cloud et ça permettrait à l'ensemble de la population française et mondiale de faire soudainement réapparaître un château que tout le monde a oublié. Cela permettrait de faire ressurgir des splendeurs oubliées. C'est le même phénomène lorsque l'on a redécouvert Pompéi.

**MLB** : La proximité avec le château de Versailles : avantage ou inconvénient ?

**LB** : Nous nous considérons que c'est un grand avantage, les visiteurs pourraient faire un pierre deux coups, visiter Saint-Cloud le matin et Versailles l'après-midi ou inversement. Il existe dans l'est de l'Ile-de-France un château du XVIII<sup>ème</sup> siècle, dans un endroit très peu touristique, les gens ne vont pas le visiter. Pour ce qui est du tourisme en Ile-de-France ça se passe essentiellement à l'ouest et au sud de Paris. Pour nous le fait que Saint-Cloud soit sur l'axe Paris-Versailles c'est bénéfique surtout que c'est deux châteaux seraient complémentaires dans la mesure où l'un serait un château fini et l'autre en construction et donc on monterait aux gens comment a été construit Versailles.

Ça serait deux châteaux complémentaires. Et Saint-Cloud serait une nouveauté culturelle en Ile-de-France. C'est une redécouverte historique comme Pompéi.

**MLB** : Pensez-vous qu'il y a un lien entre les Français et leur Histoire ? La Royauté est-elle importante dans la constitution identitaire des Français ?

**LB** : C'est un débat dans lequel je ne souhaite pas rentrer, pour la raison que notre projet est apolitique, si je vous dis oui, cela apparaîtrait comme un projet monarchiste, ce que ça n'est pas. Oui il existe un lien étroit entre la Monarchie française et l'Histoire de la France, même si les Français ont tourné la page. Dans notre projet il n'y a pas d'arrière pensée politique.

**MLB** : Est-ce que l'Histoire vous paraît être important pour les Français ?

**LB** : Eu égard au succès remporté par le Puy du Fou, on peut considérer que oui, à certains égards c'est un passé qui fait rêver et qui intéresse les Français. D'ailleurs il y a beaucoup de spectacles historiques en France, notamment des son et lumière qui attirent beaucoup de visiteurs dont des gens qui ne sont pas spécialement cultivés et férus d'Histoire et c'est la raison pour laquelle je réponds oui à votre question. On souhaite en faire un projet populaire dans le bon sens du terme. Encore une fois c'est un projet purement culturel, purement patrimonial et ça n'est pas un projet politique.

On cherche à montrer qu'il n'est pas que culturel mais aussi économique, mais en aucun cas politique, il ne s'agit pas de réhabiliter un régime politique passé.

**MLB** : Ce n'est pas lui donner trop de vocation ?

**LB** : Non je ne pense pas que ce soit se disperser au contraire je pense que c'est montrer les multiples facettes du projet, de nombreux intérêts différents qui s'additionnent et en fait un projet extrêmement intéressant à tout point de vue.

**MLB** : Cela ne va pas être compliqué de conjuguer tous ces intérêts ?

**LB** : Il y aura sûrement un moment où a un autre des arbitrages qui vont être faits mais je pense qu'ils ne seront pas si compliqués que ça, mis à part l'aspect extérieur du château de Saint-Cloud, pour ce qui est de l'intérieur il n'y avait que les grands appartements qui présentaient un intérêt artistique, le reste pourrait avoir des affections autres sans que les gens en soient bouleversés.

Par exemple là j'ai un diner important. Dans un gala j'ai rencontré quelqu'un qui s'appelle Xavier Robin, lui même n'est pas très important mais qui connaît des Américains, qui, il y a dix quinze ans avaient réuni des fonds pour faire reconstruire le château de Saint-Cloud, et ils étaient aller trouver les pouvoirs publics français à l'époque qui leur avaient dit, nous on ne veut pas de ça chez nous, on n'a pas besoin de ça, et ces pauvres Américains, étaient retournés chez eux tous dépités, en se disant mais comment se fait-il que cela n'intéresse pas les Français. Donc Xavier Robin, lorsque je lui ai dit que je travaillais sur le projet de reconstruction du château de Saint-Cloud, cela a fait tilt et donc je dois à 20h diner avec un certain Todd Fisher qui est un membre de la Napoleonic Alliance. Aux Etats-Unis, il y a de grands admirateurs de Napoléon 1<sup>er</sup> et Napoléon 1<sup>er</sup> est intimement lié au château de Saint-Cloud et les Américains avaient projeté de faire reconstruire le château de Saint-Cloud. Il paraît qu'ils avaient réunis des fonds colossaux, je ne sais pas ce qu'ils sont devenus aujourd'hui, mais il y a des gens qui étaient prêts à mettre à l'époque des sommes très importantes afin de reconstruire le château de Saint-Cloud. Justement je cherche à réactiver cette filière américaine, si il y avait des dizaines voir des centaines de milliers d'euros qui venaient d'outre atlantique pour faire reconstruire ce château il est évident que ce serait une bénédiction pour nous.

**ANNEXE 2 – ENTRETIEN ALAIN AUBERT, DIRECTEUR GENERAL DU  
COMITE DEPARTEMENTAL DU TOURISME DES HAUTS-DE-SEINE,**

**14 MAI 2012**

**Alain Aubert :** Il (Laurent Bouvet) nous avait évidemment contacté il y a un an environ, on lui avait donné évidemment notre accord, qu'il pouvait compter sur notre aide. Et puis, comme j'ai été convoqué par la Région dernièrement pour la mise en place d'un Fond Régional de Développement Touristique des Territoires (FRD2TT) qui a pour objet de financer l'investissement de diverses projets qui seraient présentés par soit les collectivités publiques, soit les associations, soit par le privé sous la forme d'appel à projets sur ce qui pourrait développer l'offre touristique. J'ai pensé à différents projets et puis après concertation avec mes collaborateurs, pourquoi ne pas proposer le projet de reconstruction du château de Saint-Cloud. Nous avons repris contact avec Laurent Bouvet, nous nous sommes dit que cela méritait de passer à la réalisation de ce projet. Nous avons des atouts, un exemple économique, un large panel de soutiens politico médiatiques qui est nécessaire, parce que personne ne peut dire qu'il n'a pas donné son accord, il y a même la dedans, l'élu en charge du tourisme de la Région Monsieur Planchou, l'élu en charge du tourisme dans le département Dupuy. Il y a des personnes qui sont au cœur du dispositif, donc on s'est dit il faut profiter de ce FRD2TT qui est doté de vingt-deux millions d'euros et qui va rentrer en application rapidement, pour lancer ce projet dans le concret. Ce n'est pas un coup, tous les ans il y aura deux sortes d'appels à projets. Dans les bénéficiaires de ce FRD2TT, il y a les collectivités locales, les associations, les entreprises privées, les bailleurs sociaux. Les projets éligibles sont : les hébergements, amélioration de la desserte des sites et accessibilités pour les personnes à mobilité réduite, mais surtout création d'une offre nouvelle ou amélioration d'une offre touristique culturelle, récréative et de loisir. Ceci est pour l'étape d'investissement mais il y a aussi pour l'étape du pré-projet englobant les études pré-opérationnels directement liées à l'investissement, étude de faisabilité technique, étude de programmation, expertises techniques, c'est ce qui nous intéresse.

Laurent Bouvet, c'est lui qui a l'idée et les soutiens mais après pour l'opérationnel et la faisabilité il ne sait pas très bien, il se repose un peu sur nous.

Pour le *business plan* il se base sur le modèle du château fort de Guédelon, l'autofinancement et l'Hermione de Rochefort. Ce qui est favorable pour le château de Saint-Cloud, parce que ces deux projets autofinancés sont dans des endroits peu touristiques et pourtant ça marche. Mais je ne sais comment ils ont commencé. Moi je pense qu'au départ l'argent public pourrait être attribué à des cabinets sur lesquels on ferait une petite appel d'offre pour faire une étude de faisabilité technique et un *business plan*, il faut l'accord des propriétaires qui est l'Etat. Ce cabinet doit déterminer les trois sources de financements qu'il y a lieu d'avoir c'est : l'autofinancement, qui a mon avis, ne peut pas être le seul, le mécénat évidemment, comme à Versailles et l'argent public. La participation des habitants au projet est indispensable, comme le Puy du Fou, cela s'est créé avec les habitants de la région, un projet participatif qu'il ne faut pas mettre de côté. Si l'on met mécénat et argent public, on perd l'essentiel, il ne faut pas oublié la partie participative sinon on met ça dans les mains d'un architecte, c'est le mécénat et l'argent public qui construisent le château, ils n'ont besoin de personne et ça ne pourra pas se faire comme ça à mon avis. Il faut combiner les trois : argent public, autofinancement et mécénat mais pour le départ il faut à mon avis, l'argent public et notamment au niveau de l'étude. On peut demander à l'argent public de financer le pré-projet, les mécènes ne vont pas financer les études du pré-projet, et on ne peut pas y couper. Il faut une étude technique et budgétaire pour savoir comment on va pouvoir être financé, qui repose sur un chantier qui peut permettre un apport de financement et qui est un rassemblement d'artisans et d'arts qui interviennent sur le chantier un peu comme l'association Rempart. Une association qui rassemble des étudiants qui viennent sur des sites à rénover, ils viennent bénévolement. Qu'il y ait une participation, que ce soit la prise en compte d'une région, des personnes qui se rassemblent et qui veulent participer tel le Puy du Fou. Il faut bien évidemment des artisans d'art, des architectes.

Le projet a besoin de l'accord des pouvoirs publics d'accord mais il part bien d'un modèle participatif. Les trois aspects me paraissent nécessaires.

Nous allons déposer un dossier au FRD2TT pour réaliser l'étude pré-opérationnelle.

Nous, nous sommes en charge de la promotion touristique et pas de toute la partie antérieure de faisabilité du projet nous voulons donc la déléguer à un cabinet. Ce que ne fait pas Laurent Bouvet. Nous nous serions l'intermédiaire.

On veut simplement l'aider parce que l'on trouve le projet superbe et que l'on voudrait faire le lien avec ce FRD2TT. Lui il a l'idée et les contacts avec les décideurs politiques et les probables mécènes qui pourraient intervenir mais il faut bien un lien mais sur le modèle économique, nous avons que très peu d'éléments. Il faut lier tous ces éléments. Nous allons donc faire la demande de crédit qui est de l'ordre de deux cent cinquante mille euros pour faire l'étape du pré-projet directement lié à l'investissement, qui permettrait de passer de l'idée à la faisabilité. Je pense que c'est un projet qui pourrait intéresser la Région, d'abord parce que c'est original, que ça crée une offre touristique nouvelle, ne pas rajouter des sous à quelque chose qui est déjà en route. Ils peuvent être partenaire privilégié de quelque chose présentée par une association qui plus est soutenu par un CDT.

**MLB** : Ce projet peut il s'inscrire dans la politique culturelle et touristique ?

**AA** : Le Conseil Général voulait racheter le Domaine national de Saint-Cloud. Cela crée une offre culturelle et touristique supplémentaire, c'est une idée qui rassemble, tout le monde est pour, c'est un beau projet participatif, il faut que les habitants soient partie prenante d'un tel projet. Il faut que ce soit un projet qui rassemble une population un territoire, qu'il y ait une ambition. Il ne s'agit pas de reconstruire une tour, un immeuble, il s'agit de reconstruire un patrimoine qui appartient à l'Histoire de France, patrimoine national donc ça rassemble, surtout dans les conditions où le château a été détruit. A partir du moment où il y en a d'autres qui donnent l'exemple. C'est une ambition avec un exemple qui rassemble, même les communistes sont pour, c'est patrimoine national.

**MLB** : Quel regard ont les Français sur leur patrimoine ?

**AA** : Ils sont attachés au patrimoine en général. Mais aussi actif, que l'on vienne visiter, qu'il y ait des ateliers, que l'on puisse construire ensemble, qu'ils puissent voir l'évolution.

Je pense que les Français sont attachés à leur patrimoine de toute sorte, physique et immatériel, les grands hommes comme la maison de Chateaubriand, c'est un patrimoine fort de notre département.

**MLB** : Les Français vont-ils être intéressés par le fait que l'on ressuscite un patrimoine ?

**AA** : Je crois, c'est un peu l'histoire du Puy du Fou quand même, ils ont recréé des images historiques de la Vendée, c'est leur patrimoine historique. Les châteaux ont toujours un peu fasciné les Français, ils visitent les châteaux. Evidemment là ça sera un château reconstruit. En plus ça s'attache à Napoléon, Monsieur, le frère du roi. Il y a eu des événements dans ce château qui font partis de l'Histoire de France d'une manière extraordinaire, aussi bien qu'à Versailles. En plus ça va bien avec ce parc, il manque le château.

**MLB** : Quel regard avez-vous sur le mécénat ?

**AA** : Moi je pense qu'il peut être très important, aussi bien des entreprises françaises que le mécénat américain. Ce sont les Américains qui ont payé la rénovation du parc de Giverny, quand ils viennent en France ils veulent tous aller à Giverny ou à Versailles, parce qu'à Versailles aussi ils ont apporté des fonds. Et là encore plus, parce que c'est attaché à Napoléon, et dès qu'on parle de Napoléon, les mécènes américains sont en transe. Le tout est de mettre tout ça dans les textes accords et conventions. La première chose à faire pour les pré-projets, il faudrait que son association se fortifie un peu. C'est quand même au nom de son association de faire ces démarches.

**MLB** : Quelle vision les étrangers ont du patrimoine français ?

**AA** : Je crois qu'ils ont une vision extraordinaire, il suffit d'aller voir les grands musées à NYC pour voir les impressionnistes. Les américains connaissent mieux l'île de la Jatte à Neuilly que les franciliens, à cause des impressionnistes et du tableau de Serra.

De toute façon ils l'ont montré à Versailles.

**MLB** : Est-ce que Versailles est un handicap ou un avantage pour ce projet ?

**AA** : Ce n'est pas un handicap, c'est complémentaire. Nous, outre Saint-Cloud, on vend un circuit Bonaparte, nous avons le château de Rueil Malmaison qui est la maison de Joséphine de Beauharnais, le premier site touristique des Hauts-de-Seine. Vient de se créer un label Bonaparte qui regroupe les villes impériales : à la fois les villes de Rueil Malmaison, Saint-Cloud, Compiègne, Fontainebleau, Eglise Saint-Pierre Saint-Paul,... De Bonaparte à Napoléon.

**MLB** : Versailles serait le côté royal, Saint-Cloud le côté impérial ?

**AA** : Oui, et Saint-Cloud regroupe les deux.

**MLB** : L'appel à projet doit être fait sans l'accord de l'Etat propriétaire du domaine ?

**AA** : Il faudrait que la faisabilité implique ça. Ils veulent savoir qui et comment ça sera fait ? Le pré-projet permettrait d'expliquer au propriétaire comment cela serait fait.

**MLB** : Que pensez-vous de l'attitude de l'Administrateur du Domaine de Saint-Cloud ?

**AA** : Je n'en sais rien, je ne la connais même pas, mais à la limite ils font ce que leur dit l'Etat, ce sont des fonctionnaires. Je comprends, c'est leur truc, ils considèrent que ce sont des hurluberlus qui veulent reconstruire un château. Est-ce qu'ils sont vraiment contre ? Ils ne savent pas exactement comment ce sera fait. De toute façon ils sont fonctionnaires, ils écoutent, ils n'ont pas de pouvoir de décision.

**MLB** : Quelle période historique est dans l'air du temps, est-ce que reconstruire un château est dans l'air du temps ?

**AA** : Est-ce qu'il y a vraiment un air du temps ? Je trouve que ce qui est dans l'air du temps c'est l'ambition territoriale et patrimoniale. C'est un peu un parc d'attraction que l'on veut faire ? Ce qui on fait le Futuroscope c'est le CG de la Vienne, un politique. Vulcania c'est Giscard dans le Puy de Dôme, c'est territorial aussi c'est l'ambition portée par un homme politique, la Vendée, n'en parlons pas. Disney ce n'est pas tout à fait pareil mais c'est parce que l'Etat et la Région ont voulu avoir un parc d'attraction qui amènerait tant de touristes, c'est une ambition territoriale.

C'est une ambition, une image de marque il faut laisser quelque chose à la postérité pour un politique.

**MLB** : Il faudrait qu'un politique s'empare du projet pour donner l'impulsion ?

**AA** : Politique ou une institution. Et celui qui s'empare de ça est celui qui donne les moyens.

**MLB** : Votre place dans le projet c'est médiateur entre l'association et les fonds ?

**AA** : Oui, on ne sait pas trop comment encore.

**MLB** : Que pensez-vous des différentes vocations que souhaite instaurer Laurent Bouvet au château ?

**AA** : Je ne suis pas du tout d'accord avec lui concernant le fait qu'il en fasse un hôtel de luxe, si l'on présente ça comme ça on est sûr qu'on ne sera pas suivi. A ce moment la vous demandez à Bouygues de construire un hôtel de luxe sur les bases du château. Ça n'a pas de sens. Et surtout pas un lieu d'habitation pour les fonctionnaires. Ça c'est son mauvais côté. Vous vous rendez compte construire un hôtel sur des fonds publics et du mécénats ?

Comment peuvent se retrouver et les fonds publics et le mécénat et le chantier populaire pour en faire un hôtel de luxe, ça n'a pas de sens, il faut quelque chose qui soit redonné au public. Il faut que les gens puissent prendre possession de ce lieu, en le visitant. A Disney ou au Puy du Fou, les hôtels sont en dehors du lieu, ça leur permet de venir voir le lieu, mais pas dans le château. Qu'on loue le château aux entreprises, qu'on le privatise, ok mais ça n'a rien à voir. Que l'on privatise parfois il le faut, notamment pour le tourisme d'affaire ou le tournage de film.

**MLB** : Le luxe et commercial n'ont pas lieu d'être au château de Saint-Cloud ?

**AA** : C'est forcément le luxe puisque c'est un château, mais il ne faut pas que ce soit pas simplement par l'agent que l'on puisse visiter ou aller voir ce château. C'est un château historique accessible à tout le monde, aux visiteurs Français et étrangers. La privatisation ne doit pas empêcher le fait qu'il appartient à tout le monde et que ça doit être visitable. Hôtel de luxe on se fait tuer si l'on dit à la population. Pourquoi sur

un lieu public on en ferait un hôtel de luxe et encore moins des fonctionnaires. Lorsque le Louvre était encore le ministère des finances ils ont du mal à le quitter pour aller à Bercy, et ils ont réhabilité la partie du Louvre qui était encore.

Je dirai que ce qui est dans l'air du temps c'est réhabiliter les monuments où il y a des fonctionnaires.

**MLB** : Que pensez-vous de la méthode de Laurent Bouvet ?

**AA** : C'est bien mais maintenant il faut passer à la réalisation.

**MLB** : Votre stratégie désormais ?

**AA** : Le présenter au FRD2TT

### ANNEXE 3 – LE CHATEAU DE SAINT-CLOUD



*Photomontage réalisé par M. Daniel EON*

<http://www.reconstruisonsaintcloud.fr/Photographiesduchateau.html>

ANNEXE 4 – LE CHATEAU DE GUEDELON ETE 2011



Vue juin 2011 © Guédelon



Vue sud-ouest 2011 - © Guédelon

[http://www.guedelon.fr/fr/presse\\_05.html](http://www.guedelon.fr/fr/presse_05.html)

## ANNEXE 5 – LE CHATEAU DE BERLIN



© Förderverein Berliner Schloss / eldaco, Berlin

Berlin en 2018

<http://berliner-schloss.de/fr/humboldt-forum-dans-le-nouveau-chateau/le-nouveau-berlin-en-2018/>