



Catherine Pégard, reine de Versailles au Japon

La présidente de Versailles, venue présenter le domaine à des mécènes et organiser une exposition sur Marie-Antoinette, a été reçue au Japon avec les égards dus à son château. Près de 260 000 Japonais se rendent à Versailles chaque année mais l'établissement public espère faire mieux.



Claire Bommelaer
cbommelaer@lefigaro.fr

Envoyée spéciale à Tokyo

On prétend que les Japonais ne disent jamais non, par respect pour leur interlocuteur. Tout au long de sa visite au Japon, fin novembre, on a vu Catherine Pégard, présidente du château de Versailles, plisser des yeux et lever les sourcils au fil des traductions. Ce « oui-non » était-il une forme polie de refus ? Ou, au contraire, un encouragement à poursuivre les discussions ? L'avenir le dira. Après quatre jours passés à Tokyo, Catherine Pégard est tout de même repartie avec le sourire d'un VRP ayant signé un bon accord commercial. Versailles, sa puissance, son histoire, sa beauté et ses jardins font un tabac au Japon et une série de projets franco-japonais a été lancée. « *Je reviendrai l'année prochaine* », a-t-elle d'ailleurs promis à tous ses interlocuteurs. Ces derniers se sont immanquablement courbés, tandis que la Française tendait, en vain, sa main. « *Le Japon est le dernier pays civilisé du monde* », juge Richard Collasse, patron de Chanel Japon et qui a joué les cicérones pour l'équipe de Versailles. Le moins que l'on puisse dire, c'est que cette civilisation, à la fois raffinée et extrêmement codifiée, est

terriblement éloignée de la nôtre.

Le périple de Catherine Pégard avait été organisé dans la foulée du déplacement officiel de François Hollande, et à l'aube du 90^e anniversaire des relations culturelles franco-japonaises. À l'instar du Louvre, le château de Versailles est un maillon de la diplomatie française, ce qui constitue à la fois une servitude et une chance. Un emploi du temps royal, avec réception à l'ambassade de France et entretien avec le ministre japonais de l'Environnement, avait été concocté, afin que la présidente puisse présenter les nouveautés versaillaises, proposer des expositions et rencontrer des mécènes. En ces temps de vaches maigres, il faut aller chercher l'argent où il se trouve, au Japon, mais aussi au Brésil ou au Moyen-Orient. « *On doit vendre Versailles à nos futurs visiteurs* », a expliqué Catherine Pégard, qui sait que 75 % d'entre eux seront étrangers.

Marie-Antoinette très populaire

Devant un parterre de responsables d'agences de voyages, cette dernière a d'ailleurs joué les bateleurs pendant deux heures, petit film promotionnel à l'appui. « *Versailles, avec ses trois châteaux, un musée en plein air unique en Europe, est une fabrique de rêves* », a-t-elle lancé, droite comme un « I » derrière son micro. Inutile de chercher, dans son discours, un plaidoyer pour l'art contemporain dans le château, comme elle le fait régulièrement en France. Jeff Koons et son homard géant ne font pas partie des arguments à mettre en avant là-bas. « *Lorsqu'on vient de loin, on n'a aucune envie de voir une œuvre de Murakami dans la galerie des Glaces* », tranche un voyageur. Tous, dans la salle, réclamaient en revanche la réouverture du hameau de la Reine, pour l'instant fermé. Car la vraie vedette, à Tokyo, c'est Marie-Antoinette. Alors que les Français associent le domaine à Louis XIV, les Japonais se concentrent presque exclusivement sur cette figure tragique de l'histoire de France. Dans les années 1970, *La Rose de Versailles* (*Berusaiyu no bara*), une bande dessinée de Riyoko Ikeda, la rendit populaire et en fit une héroïne romantique. Depuis, l'engouement n'a jamais cessé, *La Rose de Versailles* ayant joué à guichets fermés au Théâtre Takarazuka. En 2007, le film *Marie-Antoinette*, de Sofia Coppola, avait totalisé près de 16 millions de dollars de recettes, le meilleur box-office après les États-Unis.

Les Français, surfant sur la vague, ont donc vendu une exposition clés en main sur Marie-Antoinette, qui sera organisée en 2016, au Mori Art Museum de Tokyo. Catherine Pégard s'est engagée à prêter 150 œuvres, dont des portraits et des meubles royaux, le tout pendant quatre mois. Les précieuses commodes du XVIII^e siècle pourront quitter la France sans trop de dommages puisque les appartements de la Reine seront alors en tra-





vaux, et donc fermés à la visite.

Pressentant le succès public, le mécène de l'exposition japonaise, Nippon Television, a d'ores et déjà réclamé qu'elle soit montrée un mois de plus, de manière à la faire coïncider avec la Saint-Valentin. L'exposition ne devrait pas rivaliser avec celle montrée au Grand Palais, à Paris, en 2008. Mais elle aura d'autres vertus : elle rapportera de l'argent à l'établissement public et maintiendra « le désir de Versailles ». Car c'est bien de cela qu'il s'agit.

La France accueille chaque année 600 000 Japonais, et 260 000 d'entre eux se rendent sur les lieux du Roi-Soleil. « Ils ont été parmi les premiers étrangers à venir, ce sont des visiteurs fidèles », rappelle Olivier Josse, le directeur des relations extérieures de Versailles. En 2008 et 2009, les flux de touristes nippons ont légèrement faibli, la crise atteignant le monde entier. Mais, depuis deux ans, on voit à nouveau des groupes compacts, menés par un conférencier portant un parapluie au bout du bras. Ils enchaînent Paris, Versailles, Giverny, Le Mont-Saint-Michel, les quatre « spots » favoris du touriste japonais. « Tout faire une fois sur place n'est pas facile, car peu de salariés prennent la totalité de leurs quinze jours de congés légaux », fait remarquer Jungo Kikuma, patron de l'Association japonaise des agences de voyages. Il y a bien la « golden week » en avril, qui permet de prendre une semaine, grâce à une série de jours fériés. Mais presque aucun des séjours en France ne dépasse huit jours.

Pragmatique, le président de l'Association des agences de voyages fait l'assaut du gouvernement pour qu'une campagne sur les bienfaits du repos soit organisée - ce qui n'a pas manqué d'étonner encore un peu plus la délégation française. En attendant que le lobby de M. Kikuma paie, « en dehors des jeunes mariés, ce sont, pour l'instant, plutôt les seniors qui partent en France », remarque Hidenori Matsumiya, responsable chez Hankyu Travel, une importante agence spécialisée dans les voyages haut de gamme.

La France, un pays fantasmé

Et ces touristes âgés recherchent les traces d'un art de vivre et d'un patrimoine français qu'ils espèrent immuables. Vue de Tokyo, la France est un pays fantasmé, dans lequel abondent les marques

de luxe, les grands vins, les châteaux prestigieux et les monuments royaux. Ce n'est pas faux, mais c'est bien sûr parcellaire. Les plaintes déposées par les touristes chinois, lassés de se voir dépouiller en arrivant à Paris, semblent un brin exagérées aux Tokyoïtes. On raconte d'ailleurs que certains Japonais souffrent du « syndrome Amélie Poulain ». Débarqués à Orly avec une image d'Épinal de la France, ils ne mettent pas une journée à remarquer la saleté dans les transports en commun ou dans les toilettes, les mendiants dans la ville et les serveurs maussades. Certains finiraient leur séjour enfermés dans leur hôtel, voire chez un médecin... « J'ai beaucoup d'amis français et je sais que nos deux cultures rendent parfois les relations difficiles », résume M. Nobumoto, patron de Akebono (entreprise de freins), qui possède aussi une usine à Arras.

Pendant quatre jours, cette différence créera un mélange d'intérêts et de surprises. Jusqu'à ce cadeau diplomatique fait au plus haut niveau à la France et qui résuma à lui seul toute la distance entre l'Orient et l'Occident. Les responsables du parc Shinjuku Gyoen, à Tokyo, se sont dits prêts à envoyer deux immenses plants de chrysanthèmes blancs à Versailles. Fleur du deuil en France, le chrysanthème est symbole impérial au Japon : elle revêt mille visages, du plus simple ou plus luxuriant. Chaque année, une grande exposition, inaugurée par l'Empereur lui-même, a lieu dans le Shinjuku Gyoen. L'événement, qui se déroule en novembre, attire une foule considérable. Aucune fleur présentée à cette occasion n'a 16 pétales, le chiffre étant considéré comme impérial, donc inégalable. Les jardiniers s'attachent donc à retirer des pétales, n'en laissant que 15 ou 17, ont-ils expliqué à une Catherine Pégard interloquée. Imagine-t-on Alain Baraton, le jardinier en chef de Versailles, comptant les pétales de roses ? Tout cet art floral, ancestral et précis, arrivera donc à Versailles, en septembre prochain.

En repartant, la fine équipe de Versailles se posait des questions : comment expliquer cet art aux millions de touristes pressés, qui n'ont d'autre but que la galerie des Glaces ? Et qui viendra inaugurer ces chrysanthèmes ? ■

En dehors des jeunes mariés,
ce sont, pour l'instant,
plutôt les seniors qui partent
faire du tourisme en France

HIDENORI MATSUMIYA, RESPONSABLE D'UNE AGENCE DE VOYAGE JAPONAISE

