

ÉCOLE DU LOUVRE

Anita SPADONI

Existe-t-il un mode universel d'exposer la mode ?

Réflexions à partir de l'analyse des musées de couturiers en
France et en Italie

Volume d'Annexes

Mémoire de recherche
(2^{de} année de 2^e cycle)
en muséologie
présenté sous la direction
de M^{me} Cécilia HURLEY-GRIENER

Membre du jury : M. Laurent COTTA

Septembre 2019

Le contenu de ce mémoire est publié sous la licence *Creative Commons*

CC BY NC ND



SOMMAIRE

LE MUSEE CHRISTIAN DIOR	4
LE MUSEE PIERRE CARDIN	5
L'ASSOCIATION AZZEDINE ALAIA	6
LE MUSEE YVES SAINT LAURENT.....	7
LE MUSEE SALVATORE FERRAGAMO	9
GUCCI GARDEN GALLERIA	10
ARMANI/SILOS.....	13
LA FONDATION GIANFRANCO FERRE.....	16
LE MUSEE VIRTUEL VALENTINO GARAVANI	18
DOSSIER DOCUMENTAIRES	20

Le Musée Christian Dior, Granville



Fig. 1,2,3,4 Le Musée Christian Dior, Granville : la villa, les dispositifs de présentation et le dispositif olfactif. © Photographies personnelles.



Le Musée Pierre Cardin



Fig. 5,6,7,8 Le Musée Pierre Cardin, Paris : les dispositifs de présentation, les mannequins et la présentation des sous-sols . © Photographies personnelles.



L'Association Azzedine Alaïa



Fig. 9,10,11,12 La Galerie Azzedine Alaïa, Paris : les dispositifs de présentation, les mannequins invisibles et l'espace consacré à la chronologie du couturier. © Photographies personnelles.



Le Musée Yves Saint Laurent



Fig. 13,14,15 Le Musée Yves Saint Laurent, Paris : la reconstitution du studio du couturier, les dispositifs de présentation et le display, projetant les sources d'inspiration à côté des vidéos des défilés. © Photographies personnelles.





Fig. 16,17 Le Musée Yves Saint Laurent, Paris : la reconstitution du studio du couturier, les dispositifs de présentation et le display, projetant les sources d'inspiration à côté des vidéos des défilés. © Photographies personnelles.



Le Musée Salvatore Ferragamo



Fig. 18,19 Le Musée Salvatore Ferragamo, Florence : les embauchoirs en bois, © Photographies personnelles.





Fig. 20 Le Musée Gucci, Florence : la muséographie de 2011

© Photographies personnelles.



Fig. 21, 22 La Galerie Gucci Garden, Florence, la nouvelle muséographie de 2017 : les meubles noirs, les vitrines des accessoires,
© Photographies personnelles.





Fig. 23 La Galerie Gucci Garden, Florence, la nouvelle muséographie d’Alessandro Michele
© Photographies personnelles.

Armani/Silos



Fig. 24, 25 Armani/Silos : la vue de l'extérieur et la muséographie des salles

© Photographies personnelles.



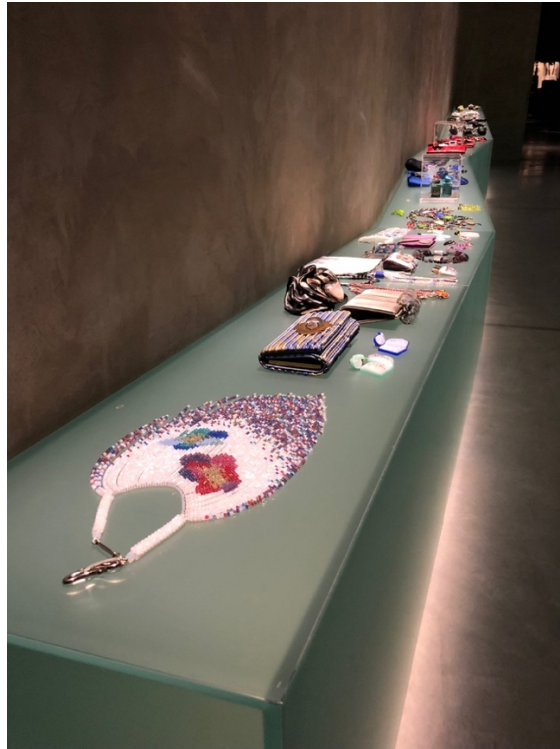


Fig. 26, 27 Armani/Silos : les dispositifs de présentation des accessoires

© Photographies personnelles.





Fig. 28, 29 Armani/Silos : les mannequins transparents
© Photographies personnelles.



La Fondation Gianfranco Ferré



Fig. 30, 31 La Fondation Gianfranco Ferré, l'*open space* et l'espace d'exposition
© Photographies personnelles.





Fig. 32 La Fondation Gianfranco Ferré, les archives documentaires © Photographie personnelle.

Le Musée virtuel Valentino Garavani



Fig. 33, 34 Le Musée Virtuel Valentino Garavani, les salles d'exposition

© Archives Valentino Garavani Rome.





Fig. 35 Le Musée Virtuel Valentino Garavani, les salles d'exposition
© Archives Valentino Garavani Rome

Dossier documentaire

Archives de la Fondation Gianfranco Ferré

LA DONATION A LA GALERIE DU COSTUME DE PALAZZO PITTI

Particulièrement riche et articulée pour caractère, composition et consistance, la donation inclut soixante-six tenues et accessoires, pour un total d'à peu près trois cents pièces – provenant des collections *Gianfranco Ferré Couture* et *Prêt-à-porter Femme* dessinées entre 1986 et 1999 – qui offrent une vision complète et cohérente d'un style inimitable. [...] Une symphonie de formes, matériaux et couleurs qui non seulement repropose toutes les suggestions de l'imaginaire Ferré mais révèle aussi dans la logique d'identification des thématiques, la volonté précise de souligner le lien entre les projets futurs et la fondamentale tradition de l'élégance de Florence, exprimée surtout dans tous ses « métiers d'art ».

L'initiative s'inscrit dans un projet global de donations à des musées, galerie et organismes analogues qui, à travers des expositions temporaires ou suivant d'autres formules, rendent accessible cette singulière documentation de style non seulement aux spécialistes mais aussi au grand public.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'intention de transposer une partie des archives historiques de Gianfranco Ferré – regorgeant de milliers de vêtements et accessoires – dans une série de donations à des musées, des galeries et des institutions similaires est devenue réalité. Ces établissements doivent rendre accessible tant au public qu'aux experts, cette extraordinaire documentation de créativité et de style, à travers des expositions permanentes ou d'autres activités.

Un premier noyau de vêtements constitue la donation en faveur du *Fashion Institute of Technology* de New York : dix « corsets » provenant des collections *Prêt-à-porter Femme* de Gianfranco Ferré entre de 1980 à 1999, proposent une interprétation du thème intéressante et variée, grâce à l'utilisation novatrice des matériaux et à la singulière conception des formes. [Les corsets ont été] choisis en collaboration avec la commissaire d'exposition du FIT, Dr. Valerie Steele, certains desquels seront inclus dans l'exposition « The Corset : Fashioning the Body », du 25 janvier au 22 avril 2000.

En tant qu'université publique de New York consacrée à l'étude de l'art et du design, de la technologie et du business appliqués à la mode, le FIT dispose d'une des collections de vêtements, de tissus et d'accessoires les plus riches au monde, principalement focalisée sur le XXème siècle. Dans ce sens, le FIT se configure comme interlocuteur idéale dans la réalisation d'un projet fondé sur la valeur primaire de la recherche, de la documentation et de la conservation, auquel Gianfranco Ferré s'intéresse depuis toujours avec la plus grande attention.

En même temps, pour la semaine entière, les vitrines de Saks offriront une vue d'ensemble du style de Gianfranco Ferré. En particulier, [...] une intéressante rétrospective des collections Femmes, avec quinze tenues d'archives des dix dernières années, qui seront ensuite l'objet d'une donation au *Costume Institute* du *Metropolitan Museum of Art*.

Rencontre avec Cecilia Matteucci Lavarini, 01/05/2019

Quand on entre dans le salon de Cecilia Matteucci Lavarini, la première impression est de se retrouver dans une maison-musée, une véritable *wunderkammer*. Madame Matteucci parle en effet de sa demeure comme d'une maison-entrepôt : dans chaque pièce -à l'exception de la cuisine- sont exposés des vêtements emblématiques de sa collection dont certains sont présentés sur des mannequins Chanel offerts par la boutique Ratti au terme de son contrat avec la célèbre maison de couture française, d'autres sont posés sur des canapés jouxtant des portraits de la maîtresse de maison immortalisée par de grands photographes tels que Manuela Pavesi et Umberto Pizzi¹. Dans les différentes pièces de la maison, vêtements de haute-couture italienne et française et vêtements orientaux dialoguent avec des œuvres de De Chirico, Morandi, Max Ernst, Manzoni et Romiti accrochés aux murs. Au pied des canapés et des meubles, sont entreposés des livres d'art et de mode ainsi que des catalogues d'expositions et de salles des ventes. Les murs de la salle à manger ont été tapissés par la propriétaire de tissus des princes Corsini ; sur la table et sur les chaises de style 18^{ème} vénitien, sont exposés des gants et des vêtements ainsi qu'une collection de verres et vases de Murano, eux aussi 18^{ème}.

Dans certaines pièces, Madame Matteucci laisse le chauffage éteint afin de garantir un meilleur état de conservation de ses vêtements.

Si notre hôte a connu sa première approche avec le monde de la mode dans le magasin que ses parents possédaient à Montecatini Terme, les célèbres Grandi Magazzini F.lli Lavarini la passion pour le collectionnisme lui a en revanche été transmise par sa belle-famille. Son beau-père collectionnait des tableaux du 19^{ème} académique italien et son mari des timbres et des livres. C'est ainsi qu'en compagnie de ce dernier, elle commença à collectionner des œuvres d'art « d'abord pour décorer les murs de la maison, puis par passion »², qu'ils dans les galeries de Bologne puis en salle des ventes.

À partir de la fin des années '80, Cecilia Matteucci commença à collectionner des vêtements achetés dans les salles des ventes européennes mais aussi sur les marchés de la Versilia : à Forte dei Marmi elle a ainsi fait l'acquisition de son premier vêtement de collection, une robe du soir en dentelle dorée de la fin du 19^{ème}. Elle s'intéresse tout particulièrement à la provenance de chaque pièce : elle possède en effet des vêtements ayant appartenu à

¹ Que Cecilia Matteucci a photographié plusieurs fois aux premières de l'opéra de Rome. Certaines photographies ont aussi été exposées lors de l'exposition "*C'era una volta il volto*" («*Il était une fois le visage*») en 2010.

² Collectionnisme éclectique, œuvres de la collection de Giampiero et Cecilia Matteucci, p. 7 cit. de Cecilia.

d'importantes personnalités parmi lesquelles son Altesse Royale Liliana de Rethy, la cantatrice la plus célèbre au monde Maria Callas, Shirley Bassey et même le costume Dior porté par Lesley Caron à l'occasion de sa nomination aux Oscars aux côtés de Steve McQueen.

Sa collection compte aujourd'hui plus de trois mille pièces : ce sont des vêtements de haute-couture italienne et française, des accessoires, des bijoux et des costumes orientaux du 19^{ème} parmi lesquels des kimonos japonais, des robes en satin chinoises et des ensembles ottomans. Ce sont tous des vêtements « scénographiques », choisis non seulement pour être portés, mais surtout pour pouvoir durer dans le temps et pour la valeur qu'ils peuvent présenter en les exposant dans un musée.

Parmi les maisons de mode de sa collection, on trouve en premier lieu Chanel -pour laquelle elle nourrit depuis toujours une grande passion- Dior sous tous ses directeurs créatifs, Gucci, Yves Saint Laurent, Balenciaga, Versace, Krizia, mais aussi des vêtements de couturiers locaux moins célèbres comme par exemple la maison Oriana Neri de Bologne. Mariuccia Casadio, conseiller artistique chez Vogue Italie, décrit en ces mots la collection de Cecilia Matteucci, selon lui *"devenue progressivement et absolument un autoportrait, une précieuse expression et représentation de soi. Il ne s'agit en effet pas seulement d'un extraordinaire recueil aux multiples facettes de documents culturels et témoignages esthétiques, de pièces d'époques et essais de style divers et prestigieux, mais cela synthétise plutôt l'identité même, la personnalité de son auteur [...]"*³. Ses vêtements "ne [sont] plus de simples reliques d'art moderne appliqué, ils sont amenés à mettre en évidence leur très étroite parenté avec l'art"⁴.

LA DONATION AU PALAIS PITTI

Cecilia Matteucci, du début des années 2000 jusqu'à 2017, a décidé de donner l'intégralité de sa collection à la Galleria del Costume du Palais Pitti, la seule réalité muséale consacrée à la mode en Italie à l'époque, située à Florence, chef-lieu de la Toscane à laquelle elle est très liée par ses origines. Pendant ces années, trois-cent-neuf vêtements, parmi lesquels figurent des créations d'Yves Saint Laurent, Prada, Chanel, Comme des Garçons, ont ainsi rejoint la collection publique. A l'occasion de différentes expositions, notre collectionneuse

³"Il culto dell'irriproducibile" M Casadio p.13-4

⁴"Il culto dell'irriproducibile" M Casadio p.13-4

a participé activement aux initiatives de la Galleria del Costume, en s'occupant personnellement de l'installation de certaines salles où étaient exposés ses vêtements. A l'occasion de la célébration du trentième anniversaire de la galerie, Cecilia Matteucci avait donné une extraordinaire robe Dior signée Gianfranco Ferré⁵, qui fut même exposé dans la Sala Bianca. La collectionneuse avait décidé de la présenter sur un mannequin assis sur un canapé afin d'en mettre en évidence les trois jupons.

La donation est pour le moment interrompue.

LES EXPOSITIONS

Depuis le début des années 2000, Cecilia Matteucci a souvent prêté ses vêtements pour des expositions nationales et internationales. La première fois en 2004, à l'occasion d'une exposition dans la salle octogonale du Palais d'Accursio à Bologne, où elle présenta quatorze peintures de sa collection d'œuvres XVIII^{ème} -parmi lesquels plusieurs Morandi, Depero, de Chirico, Romiti et des portraits de Cecilia Matteucci réalisés par Giosetta Fioroni—avec quatorze de ses robes, exposées sur un portant au centre de la pièce. La collectionneuse s'occupa du catalogue, où étaient rassemblées des photos de ses robes prises chez elle. Pour le format du catalogue, elle choisit le même que celui des ventes de mode de chez Sotheby's. En 2005, au certains de ses vêtements ont été prêtés au musée municipal de Rimini pour l'exposition "*Asian chic: abiti orientali e orientalisti dalla collezione di Cecilia Matteucci*". En 2006, elle participa à l'exposition de la Galleria del Costume du Palais Pitti, intitulée "*Interpretazioni personali nella storia dell'abbigliamento*". En 2007, une de ses robes signée Pucci fut présentée sur une chaise Kartell lors de l'exposition temporaire "*Camera con vista*" au Palazzo Reale de Milan, organisée par Vittorio Sgarbi. En 2010, à l'occasion de l'exposition "*Tracce della cultura cinese in Sicilia*" présentée à la Casina alla Cinese dans le parc de la Favorita à Palerme, elle prêta quatorze robes et châles. Deux ans plus tard au Palais Fortuny de Venise, lors de l'exposition "*Diana Vreeland after Diana Vreeland*" organisée par Judith Clark e Maria Luisa Frisa, sur les les trente vêtements exposés onze provenaient de sa collection. Des mannequins La Rosa avaient été choisis, dont certains couleur or afin de mettre en évidence ses vêtements orientaux, comme par exemple une robe de Chine XIX^{ème}. Pour chaque mannequin, des perruques particulières assorties aux vêtements avaient été créées. En 2013, pour l'exposition "*Donne protagoniste del '900*" à la Galleria del Costume du palais Pitti, on lui confia l'aménagement

⁵ Récemment exposée au musée Dior de Granville.

de deux salles pour la présentation de ses pièces. L'année suivante, deux de ses vêtements -un bikini de la garde-robe de Maria Callas⁶ et un Valentino- furent exposés au Victoria & Albert Museum de Londres lors de l'exposition *"The glamour of italian fashion"*. En 2017 Cecilia Matteucci a prêté à l'Art Science Museum de Singapour une "robe vipère" de Romeo Gigli datant de 1991 et, pour l'exposition *"Serpentiform"* de Bulgari, un chapeau orné d'une vipère en paillettes et d'une grande plume centrale de Paulette des années '70.

Quel avenir pour la collection de Cecilia Matteucci? *"C'est dommage parce que je tiens beaucoup à mes collections, je voudrais toutes les donner mais en Italie il est difficile de faire une donation"*, confia avec regret notre collectionneuse qui voudrait en effet transférer toute sa collection dans un palais d'époque dans une grande ville italienne. Bien qu'elle soit consciente du fait que ses collections devraient être hébergées dans un musée à cause des complications bureaucratiques italiennes, elle pourrait bien décider de tout donner à un musée étranger, comme par exemple le Victoria & Albert Museum.

Cecilia Matteucci participe à de très nombreuses initiatives: bientôt, sera ainsi organisée au Castel Sant'Angelo de Rome l'exposition *"Bulgari, la storia, il sogno"* où avec ses bijoux de la collection Heritage de Bulgari seront exposées plus de quatre-vingts pièces de sa collection. Elle a de plus depuis longtemps comme projet de publier un livre présentant les vêtements de sa collection, dont beaucoup ont été portés par des personnalités importantes photographiées dans différents théâtres italiens, parmi lesquels l'actrice Rossella Falk au Théâtre municipal de Bologne portant un Tom Ford pour Gucci, la directrice Cristina Acidini avec un Balenciaga et un Prada au théâtre La Pergola de Florence, ou encore Sibilla della Gherardesca, Pier Luigi Pizzi et Massimo Gasparon au Théâtre Lauro Rossi de Macerata. Pour toutes ces raisons, les collections de Cecilia Matteucci devront trouver un espace d'exposition dans un palais ou un musée italien: la variété des vêtements, leur richesse et leur histoire témoignent de quarante ans d'une activité née comme une passion qui s'est ensuite transformée tout naturellement en un travail. Ces vêtements ne racontent pas seulement l'histoire de Cecilia Matteucci, mais surtout celle de la mode vue à travers les yeux d'une collectionneuse contemporaine. Si cette collection devait quitter de manière définitive le territoire italien pour être conservée à l'étranger il s'agirait d'une perte inestimable, non seulement pour la mode italienne mais surtout pour les musées italiens, car chaque vêtement de Cecilia Matteucci doit désormais être considéré comme un bien culturel. C'est là que réside toute la difficulté pour les institutions italiennes à reconnaître qu'un bien culturel puisse être autre chose qu'un tableau de la Renaissance, comme c'est

⁶ Acheté à une vente aux enchères chez Sotheby's.

le cas d'un vêtement, ce qui empêche la création d'un véritable musée de la mode italienne ou encore l'exposition de collections publiques dans les musées nationaux. Les musées italiens devraient suivre l'exemple des musées anglais ou américains dans lesquels les collections de mode sont présentes depuis le XIX^{ème} et le XX^{ème} siècle.

Rencontre avec Cristina Carr, Restauratrice de textiles au Département de Textiles du Metropolitan Museum, New York, 17/07/2019

A.S. : Pendant combien de temps les vêtements peuvent-ils être exposés ?

C.C. : Quelque chose a changé dans la philosophie et la façon de concevoir cet aspect. Maintenant, la tendance plutôt en vogue consiste à mettre les vêtements sur des présentoirs pour une période plus courte, cela sans tenir compte de l'un des problèmes les plus importants pour l'entretien des vêtements, à savoir l'installation et la désinstallation du présentoir. Les dommages que ces passages peuvent causer sont différents de ceux que peut causer la lumière. Ces derniers sont en effet cumulatifs, ce qui signifie qu'exposer une robe pendant 3 mois, puis l'enlever pendant un certain temps et ensuite l'exposer de nouveau pendant 3 autres mois ne change rien par rapport à son exposition pendant 6 mois d'affilée. Mais en adoptant la première méthode, la brièveté des périodes génère davantage de changements, ce qui revient à provoquer davantage de dommages. On s'éloigne désormais de ce système, préférant aujourd'hui la réalisation d'expositions d'1 an ou même un peu plus longues. Tout dépend du niveau de lumière, de l'humidité : si tout est bien contrôlé, l'exposition peut même durer plus longtemps.

A.S. : Mais il doit y avoir des vitrines de protection par exemple.

C.C. : Oui, absolument. C'est une chose qui devient plutôt critique, parce qu'il y a tellement de personnes à entrer et, par exemple par temps de pluie, l'humidité est introduite par ces personnes elles-mêmes qui entrent mouillées et en augmentent le taux. Cela implique que même le ménage doit être fait plus souvent.

A.S. : A quelle fréquence est fait le ménage ?

C.C. : Cela dépend, dans certaines galeries toutes les semaines, dans l'une d'entre elles où j'ai travaillé et où étaient exposées des tapisseries très spéciales, nous devons nettoyer pratiquement tous les jours, en particulier dans une zone exposée à une sorte de courant d'air où passaient de nombreuses personnes et où se trouvaient des ventilateurs, générant une sorte de microclimat, comme un effet tornade. En tout cas en général, pour une exposition où circulent de nombreuses personnes, je dirais une fois par semaine. Pour une

installation normale, je commencerais par une fois par mois, puis je verrais comment vont les choses, si passer à une fois tous les 2 mois, etc. Un autre problème auquel tout le monde est confronté en ce moment concerne les mites, dans le monde entier pas seulement chez nous. Il s'agit d'un problème nouveau, parce que dans les années '70 personne n'en savait rien. Cela parce que certains pesticides ne s'utilisent plus car nocifs pour l'environnement. Mais également parce que les insectes ont mué et se sont immunisés.

A.S. : En quoi consiste le ménage ?

C.C. : Nous utilisons des aspirateurs avec des filtres HEPA à aspiration réglable, de façon à pouvoir choisir une très faible aspiration pour les choses très délicates. Semblables à ceux que l'on utilise pour le nettoyage d'un ordinateur, mais en plus grand. Il ne s'agit que d'un nettoyage de surface en tout cas, mais suffisant pour enlever la poussière et tout ce qui se dépose sur les vêtements afin de les maintenir dans de bonnes conditions. Parce qu'ensuite s'il n'y a pas de mouvement, si le vêtement n'est pas « dérangé », le milieu devient propice à sa conservation.

A.S. : Le musée Dior est sur la mer et de nombreuses vitrines sont ouvertes, comment cela se fait-il selon vous ?

C.C. : Probablement parce que le designer l'a voulu comme cela, ou cela pourrait même être juste une erreur, ou un ensemble de choses. Il existe cependant plusieurs choses que l'on peut faire en parallèle pour équilibrer ces choix. On peut par exemple appliquer du silicone un choix très commun, qui absorbe et rejette l'humidité.

A.S. : Mais en général, il vaudrait mieux que tout soit enfermé, n'est-ce pas ?

C.C. : Oui, il vaut mieux que ce soit enfermé, mais cela ne doit pas être complètement scellé, un peu d'air extérieur doit pouvoir circuler, autrement il peut se former un microclimat qui pourrait endommager les vêtements. Les présentoirs des vêtements doivent toujours être perméables à l'air.

A.S. : Et en ce qui concerne la température et l'humidité ?

C.C : La bonne température est de 18°C avec 55% d'humidité.

A.S. : Et qu'en est-il des lumières ?

C.C. : Pour les tissus, il ne faut jamais plus de 150 lux, soit l'équivalent de 15 bougies, mais le mieux pour les choses très délicates est cependant d'utiliser l'équivalent en lumière de 3 à 5 bougies, ce qui devrait correspondre à une intensité de 32 à 50 lux.

A.S. : Beaucoup de ces musées n'ont pas de catalogue, pourquoi selon vous ?

C.C : Et bien, le catalogue est une chose qui coûte cher, pas seulement du point de vue de l'impression mais aussi parce que cela nécessite le travail fixe de 2 personnes à temps plein afin d'obtenir un bon résultat. De plus, beaucoup de ces endroits réalisent des catalogues numériques, sur internet, ce qui a plus ou moins rendu mais revient à moins cher.

A.S. : Pendant combien de temps les tissus peuvent-ils être exposés sans vitrine ?

C.C. : En réalité, le fait de pas avoir de vitrine ne leur cause pas nécessairement plus de dommages ou une détérioration plus rapide, mais vu qu'il n'y en a pas, elle ne peut pas protéger les vêtements. L'absence ou la présence d'une vitrine n'a pas d'implication dans la durée d'exposition des vêtements. Même les expositions permanentes peuvent être faites sans vitrine. L'utilisation des vitrines est une chose récente. De nombreux conservateurs de musée s'y sont même opposés ou n'ont pas voulu les utiliser parce qu'une vitrine donne quand même une idée de bocal à poissons, en plus d'être toujours difficile à gérer. Il existe aussi un facteur psychologique, car dès lors que l'on met quelque chose derrière une vitrine, les personnes l'abordent tout de suite plus sérieusement, et s'y concentrent davantage.

A.S. : Dans les vitrines la lumière doit-elle être à l'intérieur ou à l'extérieur ?

C.C : Elle devrait normalement être mise à l'extérieur, même s'il existe désormais de très belles lumières led pouvant même être placées dedans. Elles devraient quand même généralement être installées à l'extérieur car il est plus facile de les orienter, en faisant en sorte qu'elles ne créent pas d'ombres et ne nuisent pas à l'ensemble.

A.S. : (A propos d'Alaïa) c'est un *display* curieux, peut-être un peu excessif.

C.C. : En effet, les vêtements sont trop rapprochés, la Galerie ne respecte pas la règle du bras de distance entre les pièces exposées et les visiteurs. Il est également difficile de conserver certains vêtements délicats à cause des différents *displays* qui deviennent de plus en plus créatifs.

A.S. : Suite à des expositions d'une durée de 4 à 6 mois, combien de temps les tissus doivent-ils rester aux archives ?

C.C. : Idéalement 1, 2 voire même 3 ans s'il s'agit d'une pièce très populaire ou d'une collection avec un nombre limité de catégories. Un autre problème à changer d'exposition trop souvent est que cela mobilise beaucoup de temps, ne permettant pas de se consacrer à autre chose en même temps. Je crois qu'il vaut mieux faire une exposition un peu plus longue et mieux l'organiser.

Entretien avec Dr. Valerie Steele, Directrice du Musée at Fashion Institute of Technology, New York, 22/07/2019

A.S. : Que pensez-vous des dispositifs de présentation de la galerie Azzedine Alaïa?

V. S. : La Galerie présente une technique d'exposition moderne et très belle même si nous constatons une forte luminosité due au display qui dégage bien plus de 50 lux. En outre, il n'y a aucune protection devant les pièces exposées.

A.S. : Avez-vous visité le Musée Ferragamo ? Qu'en pensez-vous ?

V.S. ; Stefania Ricci, la conservatrice, conçoit des expositions fort créatives relatives à plusieurs thèmes, comme les chaussures et les rêves ou les chaussures et les films. Toutefois, le fait qu'il n'y ait pas de salle permanente consacrée uniquement aux chaussures ne lui donne pas l'allure d'un véritable musée de mode

A.S. : La Fondation Gianfranco Ferré est un open space où sont conservées les archives documentaires : comme vous pouvez le voir dans cette image, la lumière du jour arrive directement sur les boîtes des archives...

V.S : Dans ce cas, des rideaux suffisent pour créer des ombres et éviter que la lumière ne touche directement les œuvres mais en général, le contrôle climatique (qui est absent dans ce musée) nécessite beaucoup d'argent. En fonction de la dimension et de la forme de la pièce, cela peut coûter plusieurs millions, c'est la raison pour laquelle les musées cherchent à supprimer ce genre de dépenses.

A.S. : Que pensez-vous de la *Gucci Garden Galleria*?

V.S. : C'est un lieu intéressant parce qu'avant Frida Giannini le couturier était Tom Ford et lorsqu'elle l'a remplacé et que le nouveau musée a été réalisé, Tom Ford a été complètement éliminé de tout ce qui concernait Gucci. Il s'est passé exactement la même chose avec Giannini quand Alessandro Michele lui a succédé. Seul le nom du nouveau couturier Alessandro Michele apparaît même s'il travaille avec Maria Luisa Frisa. Il expose ses collections avec des pièces d'archives qu'il choisit lui-même alors que c'est Maria Luisa qui est la commissaire d'exposition. C'est une collaboration particulière car la commissaire d'exposition passe en deuxième plan et c'est le designer de la marque qui en est vraiment le responsable.

Les nouvelles collections sont les seules à être exposées mais aussi certaines archives. C'est une très bonne idée, très appréciée du public parce que cela montre d'où vient l'inspiration. De plus, les nouvelles collections sont en vente dans la boutique de la galerie. L'histoire de la maison de mode n'y est pas racontée mais si cela avait été le cas, elle aurait manqué d'objectivité.

A.S. : Que pensez-vous des display de Gucci Garden Galleria?

V.S. : Les vitrines et la présentation des accessoires sont très modernes et très coûteuses. Ce type de display ressemble toutefois à celui qui se trouve dans les boutiques.

A.S. : Que pensez-vous des ceux d'Armani/Silos ?

V.S. : Armani a fait réaliser un mannequin pour chaque vêtement, ce qui a été un choix très coûteux. Par contre, la lumière qui éclaire les vêtements est excessive puisqu'il s'agit d'une exposition permanente.

A.S. : Selon vous, pourquoi ces musées existent-ils seulement en Italie et en France ?

V.S. : Je pense que cela est dû en partie à la structure de l'industrie de la mode en Italie et en France. Ce sont deux cultures qui considèrent depuis longtemps la mode comme un art et c'est pourquoi elles méritent qu'on leur consacre des musées.

En outre, ces maisons de mode de luxe sont très renommées et possèdent suffisamment d'argent pour créer leurs musées.

En France, on a connu des cas de faillite comme avec le musée Galliera, le musée des Arts Décoratifs, le musée de la mode de Marseille et de Lyon. A Paris, certains musées ont survécu. En revanche, d'importantes maisons de mode très prospères contrôlent et préparent à leur guise, des expositions avec leur commissaire d'exposition du fait qu'elles détiennent de nombreuses archives. N'ayant aucune obligation de prêter leurs vêtements pour des expositions, elles le font uniquement quand elles peuvent en tirer profit et qu'elles sont sûres que les commentaires relatifs à leurs tenues seront positifs.

J'estime que depuis les années 2000 cette prolifération de musées d'importantes maison de mode, est comparable à celle des musées d'art privés. En effet, des collectionneurs privés comme Peter Brans ont ouvert leur musée au lieu de faire une donation de leurs propres œuvres au musée d'art. De cette façon, les collectionneurs contrôlent totalement leur collection et peuvent ainsi exposer tout ce qu'ils désirent. Beaucoup d'entre eux n'apprécient guère qu'une partie de leur collection soit archivée dans un entrepôt et ne soit exposée qu'occasionnellement. C'est le cas notamment d'Armani qui veut que tout soit exposé en permanence. Et c'est cela, la grande différence avec les marques comme Chanel et Dior. Ces dernières utilisent d'autres musées afin d'éviter de payer l'entretien du musée,

le personnel qui y travaille tout en se servant intelligemment de leurs archives, considérées à la fois comme l'ADN de leur marque et une source d'inspiration pour les collections futures mais aussi pour transmettre leur propre identité. En effet, elles ont compris qu'il est impossible de tout exposer de façon permanente parce que cela risque d'abîmer les vêtements et de les détruire progressivement. Par conséquent, elles préfèrent réaliser des expositions temporaires car elles sont moins dangereuses. Personnellement, même si j'estime que ces expositions durent trop longtemps, une fois terminées, le vêtement "rentre à la maison" pour être contrôlé et réparé si besoin est. Selon moi, l'idéal serait d'avoir des archives et ses propres restaurateurs, enfin, il suffirait de faire appel à un commissaire d'exposition dans le cadre d'une exposition.

A.S. : En lisant certains articles, des journalistes s'interrogeaient déjà dans les années 70 sur le fait qu'il n'y ait pas de musée de mode en Italie...

V.S. : Je suis allée récemment à des conférences intitulées "musée ou non musée" à Milan où nous sommes arrivés à la conclusion qu'en Italie, il est difficile de créer un musée national de la mode parce que l'histoire nationale italienne n'est pas comparable à celle de la France qui est centrée sur Paris ou à celle de l'Angleterre qui est centrée sur Londres. C'est la raison pour laquelle au début, les designers ne travaillaient pas ensemble et développaient ainsi leur propre style et leur propre musée. Il a fallu du temps afin que Milan s'impose comme capitale de la mode italienne. En effet, avant Milan, il y a eu Turin, puis Rome, Florence et même Capri. En Italie, ce qui empêche d'avoir un musée national de la mode, c'est le manque d'une force de centralisation. Même si le Palazzo Pitti se présente comme le musée de la mode italienne, il ne peut pas être considéré comme tel.

Aux États-Unis, il n'y a pas non plus de musée national de la mode mais nous pouvons constater la présence de personnes privées, en l'occurrence surtout des femmes, qui ont ouvert le "Costume Museum" qui par la suite est devenu le "Costume Institute". Il y a surtout de très importantes collections vestimentaires, telles que celles du musée FIT et des musées de Boston et de Los Angeles qui font partie des musées des Beaux-Arts ou d'universités, mais pas de collections nationales.

A.S. : Selon vous, comment peut-on expliquer qu'aux États Unis dans les musées de Fine Arts, il existe des départements de mode et de textile alors que ce n'est pas le cas en Italie ?

V.S. : C'est probablement parce que les curateurs des collections d'art ne veulent pas que la mode en fasse partie. En Angleterre et aux États-Unis, les expositions de mode existent depuis longtemps, en France depuis 1860, à Boston depuis 1880, le V&A depuis 1890. Toutefois, en Italie on conçoit bien la mode et les vêtements comme une forme d'art, ce qui nous amène à penser que les musées devraient s'intéresser aux collections d'objets de mode. Je crois qu'il s'agit d'une question de budget : si l'on accepte la donation d'une grande collection de mode d'une marque célèbre, il faut ensuite dépenser beaucoup d'argent pour l'exposer et pour la conserver au mieux.

Un cas intéressant est la donation du couturier Helmut Lang. Il est le seul designer à avoir laissé une partie de ses créations à différents musées, en partageant ses collections entre plusieurs musées, parmi lesquels le Met, Fit, Galliera, Deckart, V&A. Il a ainsi permis de partager des créations ; c'est plus intéressant que d'avoir son propre musée sans être capable de l'exploiter correctement.

A.S. : Je crois que le problème est aussi qu'en France et en Italie, il est difficile d'avoir des collections de mode dans des musées des beaux-arts.

V.S. : Bien sûr, et puis il n'y a pas beaucoup de musées en Italie et en France parce que contrairement aux musées des beaux-arts, les musées de design peuvent inclure aussi la mode. Pour donner un exemple, le musée de Lisbonne contient aujourd'hui une collection privée de mode beaucoup plus importante par rapport aux autres musées de mode de la ville.

Le mieux serait d'avoir quelqu'un comme Stefano Tonchi en tant que directeur et curateur d'un musée de mode en Italie, mais bien sûr cela coûte cher. De plus, je ne sais pas comment cela fonctionne exactement, mais j'ai l'impression que les directeurs des musées en France et en Italie peuvent être déplacés géographiquement par le gouvernement. Du coup, étant donné que l'organisation d'un musée requiert du temps, si son directeur est déplacé, il sera dans l'impossibilité de mener son travail à terme et avec l'arrivée d'un autre directeur, la situation changera ...

Quand on réalise un musée, il faut avoir les idées bien claires. Par exemple, un musée de mode italienne devrait dire « ok, nous collectionnons uniquement des vêtements du 20^e et du 21^e siècle, en se focalisant sur la mode italienne mais en proposant tout de même quelques éléments de mode étrangère pour pouvoir comparer avec les autres ».

A.S.: Il y a encore des professionnels des musées qui souhaiteraient ouvrir un musée de mode, telles que la directrice de la Fondation Ferré et la commissaire de l'exposition Gucci Garden Maria Luisa Frisa. Cependant, la situation politique italienne actuelle ne le permet pas. C'est pourquoi les couturiers italiens ouvrent leurs propres musées.

V.S. : Bien sûr. Si le gouvernement et l'administration ne font rien pour t'aider, tu peux faire confiance uniquement à toi-même. De plus, avec le niveau de méfiance entre les différentes marques, personne ne dira « nous allons faire un musée national qui réunira Armani, Versace, Gucci et Prada ». Prada est un discours à part car la marque est tellement riche qu'elle pourrait ouvrir un musée de mode très rapidement.

A.S. : Je pense que d'autres musées de couturiers ouvriront en Italie, mais si chaque marque continue à ouvrir ses propres musées, il n'y aura jamais de musée national.

V.S. : Étant donné la situation catastrophique dans laquelle se trouve l'Italie à l'heure actuelle, peut-être ont-ils raison, c'est le meilleur choix et le plus sûr. Tant que des marques telles que Fendi marchent bien, gagnent de l'argent et peuvent soutenir un musée, elles ne doivent pas dépendre de l'État car il ne leur donnerait aucun financement.

A.S. : Est-ce que, selon vous, les musées des couturiers font des expositions contemplatives et non pas éducatives ?

V.S. : Malheureusement oui. Je crois que seulement l'Université de Bologne a réalisé une exposition sur les animaux et la mode, dans laquelle a d'ailleurs travaillé Simona Segre et qui a eu lieu à Rimini. C'est sur ce lien qu'il faut travailler : une université qui travaille avec des conservateurs ou avec des designers directement pour créer des expositions éducatives. Ici aux États-Unis, il y a des musées de l'Université, qui en Europe n'existent pas, mais qui permettent de faire travailler ensemble des groupes de curateurs et des professeurs universitaires, ce qui fait que les expositions qui sont réalisées sont plus sophistiquées. Cela peut être une autre solution à condition que quelqu'un soit intéressé à le faire.

Peut-être que Gucci pourrait l'être parce que Maria Luisa Frisa, directrice des cours de design de la mode, a déjà fait des projets similaires avec ses étudiants.

A.S. : Une autre question : est-ce que ces musées ont quelque chose en commun de point de vue de l'exposition des objets ?

V.S. : Oui, mais uniquement du point de vue des problèmes que ces musées doivent affronter : le fait qu'il y ait une lumière excessive, que les standards ICOM pour le maintien des vêtements et des tissus ne soient pas souvent respectés faute d'une protection suffisante, la possibilité pour le visiteur de toucher les vêtements, voire de les voler. Bien évidemment, il y a des exceptions : le musée Ferragamo, par exemple, respecte les normes, en exposant les vêtements derrière des vitres. Dans la galerie Gucci Garden également, les vêtements sont exposés ainsi même si le problème de la lumière excessive est présent.

A.S. : Le fait est qu'il s'agit le plus souvent de musées ICOM qui ne respectent pas toujours les standards.

V.S. : Oui, plusieurs personnes du Met se plaignent que la galerie du FIT est trop sombre, sans savoir quelle en est la véritable raison, c'est-à-dire que la lumière est nuisible aux vêtements ! Mais malheureusement ce message n'est pas clair au public, ce serait au curateur d'informer le public.

A.S. : Ces musées exposent aussi dans un but de *merchandising*, est-ce exact ?

V.S. : Oui, et je peux bien comprendre la raison. Il s'agit toujours d'un business, le musée montre l'image de la marque ; si le public a une mauvaise impression du musée, il en ira de même pour la marque. Par exemple, la Gucci Garden a dû changer de présentation après la parution d'un article de presse critiquant le fait que les créations de Tom Ford ne soient pas exposées. Je me rappelle que quand j'ai réalisé mon exposition sur la mode italienne dans la grande galerie du FIT j'étais libre de faire ce que je voulais. Cependant, les maisons de mode ont été très agressives sur le choix et la quantité des objets à exposer : elles voulaient insérer de nombreux accessoires tels que les lunettes de soleil. Aussi ai-je essayé de trouver un compromis en insérant plus de produits comme elles me l'avaient demandé puisque ce sont elles aussi les sponsors. Un journaliste m'a fait remarquer que le mur où étaient exposés ces accessoires avait plutôt l'air d'une boutique que d'un musée. Je lui ai

répondu : c'est exact ! C'est parce que les marques ne s'intéressent pas aux modes de présentation muséaux.

A.S. : Les displays de la galerie et des boutiques Gucci se ressemblent...

V.S. : Oui, parce que dans leur conception, le musée se transforme en un *retail plus*, un magasin de luxe, avec très peu d'éducation et plus de divertissements pour le client. Les musées vont de plus en plus dans cette direction, du moins en ce qui concerne le domaine de la mode, où on laisse les marques célèbres créer leurs coins de *retail*. L'aspect éducatif, malheureusement, n'intéresse pas grand monde.

Dans la Gucci Garden, par exemple, il y a la galerie d'art, la boutique et le restaurant, qui contribuent tous à la marque : la boutique et le restaurant font gagner le plus d'argent, et la galerie fournit des informations sur la marque. Cela devient aussi un lieu de tourisme, car il offre aux visiteurs shopping et nourriture en un seul endroit.

A.S. : C'est aussi le cas dans plusieurs autres musées où les displays sont similaires à ceux des boutiques...

V.S. Oui, c'est souvent le même design, ce qui est bien parce que la marque veut garder sa propre identité, aussi bien dans les boutiques qu'à l'extérieur. Mais le musée doit être considéré de manière plus scolaire et plus éducative même si la situation a beaucoup évolué : dans le passé, il était mal vu le que le musée ressemble à un point de vente, désormais le public s'habitue de plus en plus à cette nouvelle conception. Dans l'exposition « Paris capital of fashion » je voudrais insérer des pièces contemporaines, parce qu'il s'agit d'une exposition qui raconte l'histoire de la mode jusqu'à aujourd'hui, mais je n'ai absolument pas l'intention de créer des plateformes contenant que des collections récentes, comme c'était le cas pour l'exposition d'Armani au Guggenheim, où la dernière salle n'exposait que les pièces qui étaient encore en vente dans les boutiques !

A.S. : En France et en Italie, nous n'avons pas de mannequins de différentes couleurs de peau comme ici aux États-Unis.

V.S. : Oui. C'est drôle, j'en discutais avec une étudiante qui étudie la phénoménologie dans le cadre de son doctorat de recherche. La première fois que j'ai proposé à mes curateurs d'utiliser des mannequins de différentes couleurs de peau, ils m'ont répondu que les mannequins sont blancs comme des réfrigérateurs. Mais lorsque des enfants de l'école primaire, noirs ou blancs entrent ici et voient les mannequins, ils pensent que les vêtements sont faits uniquement pour des personnes blanches alors que moi, je voudrais que la mode soit pour tous. Malheureusement, nous ne pouvons que constater pour le moment l'indifférence et l'insensibilité du monde de la mode à ce sujet.

A.S. : j'ai une autre question à vous poser : ces musées sont tous très récents, selon vous, comment évolueront-ils ? Y-aura-t-il toujours des expositions temporaires dans les années à venir ?

V.S. : Maintenir un musée a un coût en termes d'argent et de travail, il est donc probable que certains musées deviendront des archives. Même si conserver des archives est onéreux, elles sont l'ADN de la maison de mode et sont indispensables pour l'inspiration des futurs designers. Je crois que ce serait bien d'avoir plus de collaboration entre les musées. Pour les collectionneurs d'art les plus riches aussi, il est compliqué d'ouvrir leur propre galerie, on s'interroge parfois si cela vaut vraiment le coup de dépenser autant d'argent chaque année. De plus, aux États-Unis, les musées privés sont obligés de rester ouverts au public au moins un certain temps : par exemple, la galerie Louis Vuitton n'est ouverte que deux mois dans l'année et elle peut le faire parce que ce n'est pas un musée. Mais un musée, pour être appelé ainsi, doit rester ouvert beaucoup plus longtemps.

A.S. : J'ai participé à un colloque de l'Université de Neuchâtel et de l'École du Louvre, sur les musées thématiques d'artistes et leurs programmations culturelles. Les directeurs des musées se demandaient comment fidéliser le public pour l'inciter à revenir au musée et comment renouveler les musées ?

V.S. : Les musées de couturiers pourraient raisonner comme les musées thématiques ; ces derniers savent qu'ils doivent attirer constamment d'autres artistes de sorte à créer un dialogue avec la collection. C'est ce qu'a fait le musée Giacometti : il a réalisé un grand nombre d'expositions sur les amis de l'artiste et sur d'autres artistes qui s'étaient inspirés des œuvres de Giacometti... C'est la façon la plus simple de se renouveler : par exemple,

le musée Armani pourraient enlever la moitié de ses vêtements et exposer les créations de nouveaux designers milanais contemporains. Cela augmenterait l'audience et mettrait en lumière de nouveaux personnages de la mode car leurs créations pourraient être exposées pendant six mois et ce serait une occasion pour eux de se faire connaître... On pourrait raisonner par thème comme par exemple, le style androgyne dans la mode ; une exposition permanente et des expositions externes temporaires seraient organisées. Par exemple, dans l'exposition de Thierry Mugler présentée cette année à Montréal, le curateur a ajouté des expositions des jeunes designers de Montréal. Et cela a été vraiment très intéressant parce que dix jeunes designers de Montréal ont pu y participer ; chacun avait à sa disposition trois mannequins. Un espace était réservé aux étudiants qui avaient réalisé des vêtements en s'inspirant des modèles du couturier. Ainsi, les visiteurs ont pu découvrir ce qui était en train de se passer dans le monde de la mode de Montréal en ayant un regard complet sur la mode du passé, du présent et du futur.

A.S. : J'aimerais aussi comprendre quel est l'objectif du musée : s'agit-il de raconter l'histoire de la marque ou plutôt de présenter le travail d'un seul couturier ?

V.S. : Cela dépend de la personne qui gère le musée et de ce qu'elle considère être l'objectif du musée. On peut citer le cas des expositions de Dior organisées à Londres et à Paris où sont présentées les créations de tous les directeurs artistiques qui se sont succédé : ces expositions sont de véritables expositions qui racontent la marque et pas seulement le travail du couturier.

A.S. : Un autre aspect important abordé dans mon mémoire est le lieu où se trouvent ces musées. Le musée Dior est dans sa maison de son enfance, celui de Ferragamo est dans le palais qu'il a acheté en 1938, auquel il était intimement lié ; quant à celui d'Armani, c'est lui qu'il a fait construire. Je trouve cela très intéressant car le choix du lieu est intimement lié à la mémoire du couturier et de la maison de mode.

V.S. : A ce propos, il serait intéressant de voir si Chanel réalisera des expositions temporaires à La Pausa, la maison de Gabrielle Chanel sur la Côte d'Azur, que le groupe Chanel vient de racheter.

Ces lieux sont importants pour l'histoire de la marque parce qu'ils peuvent être utilisés comme moyen de publicité mais il faut le faire d'une certaine manière.

A : Je pense qu'il sera intéressant de voir comment les choses changeront dans un avenir proche...

V.S. : Les musées Ferragamo et Gucci continueront probablement d'exister. Par contre, j'ai des doutes sur le musée Pierre Cardin ; je ne suis pas sûre que le musée continuera d'exister après sa mort, cela dépendra de son testament.

Entretien avec la conservatrice Brigitte Richard et la responsable des collections et commissaire d'exposition, Gwenola Fouilleul du Musée Christian Dior, Granville, 21/05/2019

A.S. Comment est né le Musée Christian Dior ?

B.R. C'est une histoire assez particulière : le conservateur des musées de la Ville de Granville était un parent éloigné de Christian Dior avec qui il avait un lien affectif et familial. Au départ, c'est lui qui a souhaité que cette maison, qui appartient à la ville depuis les années 1930, devienne un musée. Ensuite, il a réussi à convaincre la ville de Granville, les maisons Dior et le groupe LVMH, les partenaires publics et privés de l'intérêt de créer ce musée dans cette maison.

A.S. Les Maisons Dior et LVMH sont impliqués depuis le début dans ce projet ?

B.R. Oui, ils sont sans doute plus présents maintenant. Depuis 12 ans, la présidence est assurée par un conseiller de Bernard Arnault, en ce moment c'est Jean Paul Claverie. Ce musée fonctionne de manière assez atypique dans l'histoire des musées en France puisqu'il s'agit d'un musée associatif. Il y a plusieurs musées associatifs, souvent publics, rattachés à une collectivité, à une ville, à un département ou à une région : c'est le cas du Musée Galliera, qui est un musée de la Ville de Paris, mais la particularité de ce musée associatif est qu'il est rattaché et qu'il reçoit des financements, un soutien de la part de la Maison de couture qui porte aussi le nom de ce musée. On peut donc dire qu'il est un peu atypique à tout point de vue.

La Maison Dior est ainsi très impliquée, par exemple au fond du jardin, il y a un buste de Christian Dior réalisé par un artiste de l'Europe de l'Est qui s'appelle Félix Schifo, offert par la Maison de couture Dior au début de cette aventure. Avant l'ouverture du musée, il y a eu un temps de gestation assez long pendant laquelle l'Association « Présence de Christian Dior » s'est mise en place. Généralement, notre principal prêteur est la Maison Dior elle-même – quoique ce ne soit pas le cas pour nos deux dernières expositions. La maison Dior a sa propre instance patrimoniale avec Dior Héritage, où les archives sont conservées. En effet, un des premiers collaborateurs du musée, qui s'appelle Vincent Le Rey, a travaillé pendant une dizaine d'années au Musée et après il s'est beaucoup intéressé à la question des parfums liés à la maison ; maintenant, il travaille dans le secteur des parfums de

Christiane Dior en tant que chargée du patrimoine. Nos liens sont donc très étroits. Toutefois, le musée, contrairement à ce que les gens pensent, n'appartient ni à la Maison Dior ni au groupe LVMH, bien que ces derniers le subventionnent, le soutiennent et en fassent en partie un outil de communication. En effet, le service de presse de la Maison Dior est derrière toutes les campagnes de communication que vous voyez, d'où l'ambiguïté. Mais c'est aussi pour eux un vecteur d'images qui est valorisant. C'est assez logique : ils contrôlent le musée parce que le musée porte le nom d'une marque, ils veillent ainsi à leur image.

A.S. : Je trouve très intéressant le fait qu'il s'agisse d'une maison-musée et en même temps d'un musée qui fait attention à la marque. Nous pouvons le constater dans votre dernière exposition, au dernier étage, où des créations des couturiers ont relayé celles de Christian Dior qui étaient exposées.

B.R. L'exposition qui est en cours, « Grace de Monaco, princesse en Dior », dont la commissaire est Gwenola Fouilleul, est un prêt du Palais Princier à 95%, et donc c'est Marc Bohan qui est mis à l'honneur : comme vous pouvez le voir, on ne s'arrête pas à Christian Dior, en 1957. De manière générale, dans toutes les expositions, la plupart des créateurs qui ont succédé à Dior sont représentés. Et c'est aussi le cas pour la dernière exposition, qui était centrée sur notre collection ; il y a des modèles qui ne font pas partie de nos collections et que donc nous empruntons. Nous ne nous arrêtons pas : nous partons du principe que c'est aussi l'idée de montrer une certaine continuité d'inspiration des lignes fondatrices qui sont respectées par les successeurs de Christian Dior.

A.S. Dès le début, la collection s'est formée avec des dons et des achats. Vous la conservez ici dans la Villa Les Rhumbs ou bien ailleurs ?

G.F. Contrairement à Dior Héritage, qui a une collection privée, les collections ici sont publiques. Nous avons des lignes directrices à suivre pour les acquisitions, qui sont plutôt basées sur les années 1947 et 1957. Une fois que les pièces sont acquises par le musée elles deviennent inaliénables, comme toutes les pièces des musées de France.

B.R. : Elles sont conservées en partie ici, mais avec l'accroissement des collections au fil du temps, on a dû recourir à des espaces de conservation extérieurs. Ce qui est important est que c'est l'Association qui achète les collections et la Ville de Granville qui en devient,

par contrat, la propriétaire. C'est à la Ville de Granville, normalement, qu'appartient la conservation. Puisque moi, j'assure la direction des trois musées de Granville, nous sommes en train de mettre en place un espace de réserves mutualisées pour les trois musées de Granville, en raisonnant non pas par musée mais par typologie de collections. L'un des trois, le Musée d'Art et d'Histoire, qui est malheureusement fermé aujourd'hui pour des raisons liées à son bâtiment, dispose d'une importante collection de textiles qui n'a rien à voir avec Dior mais l'idée est de créer une réserve mutualisée. La collection Dior Héritage s'est énormément accrue, parce qu'elle est très présente sur le marché de l'art : désormais, elle a une politique d'acquisition systématique avec des moyens considérables que nous n'avons pas. Voilà pourquoi elle a une collection bien plus importante et qui circule souvent : elle fait beaucoup de prêts et organise ses propres expositions ou en partenariat avec des grands musées. Leur commissaire d'exposition est souvent Florence Muller, qui assure fréquemment le commissariat de nos expositions.

G.F. : Par contre, il y a des donateurs qui veulent seulement faire des donations au Musée, parce que pour eux c'est la maison de Christian Dior.

A.S. : Combien de pièces y a-t-il dans votre collection ?

G.F. : Autour de 1700 pièces, sans compter certains objets qui sont en train d'être inventoriés.

B.R. : Le fondateur de ce musée était tout sauf un gestionnaire rigoureux. Il était plein d'idées, un visionnaire, très imaginatif, mais pas du tout rigoureux. Il a fallu reconstituer un peu la collection.

Avant d'accepter les dons, nous décidons s'il s'agit de modèles importants pour la période 1947 et 1957 et nous évaluons l'état dans lequel ils se trouvent.

G.F. : Si les modèles ont été trop transformés, il faut qu'on ait des documents qui attestent qu'ils sont bien des modèles Dior. Il ne suffit pas qu'il y ait la griffe dessus. On recherche les croquis d'origine, qui sont scannés chez Dior Héritage.

A.S. : En ce qui concerne la conservation, je voulais aussi vous poser une autre question : est-ce que les vitrines sont bien climatisées ?

B.R. : Nous possédons un dispositif de climatisation dans cette maison, mis en place en 2005, à l'occasion d'une importante exposition « Christian Dior... homme du siècle », réalisée avec des prêts internationaux et des participations importantes. Il était ainsi nécessaire d'avoir une climatisation dans les salles. Il a fallu adapter ce système à une maison, ayant dans les espaces de vitrine une température et une hygrométrie stable. Il y a 4 ans, nous avons renouvelé cette climatisation et nous essayons d'être vigilants sur ces questions-là et aussi sur la rotation, même si c'est difficile de refuser certains prêts et de faire en sorte que les collections ne soient pas trop sollicitées par les permanences.

A.S. : Est-ce que Christian Dior avait une collection de vêtements anciens ?

B.R. : à ma connaissance non, sachant qu'il était plus amateur d'art (il a un passé de collectionneur). La mode était son travail, il a collectionné plutôt des objets d'arts, à ma connaissance pas des collections textiles.

A.S. : Le programme culturel, le suivez-vous en collaboration avec la Maison Dior, ou est-ce vous qui proposez tous les thèmes et les sujets ?

B.R. : Ça dépend. Par exemple, l'exposition de cette année remonte à une idée de 2015, quand le prince Albert de Monaco a visité le musée. L'exposition de l'année précédente a été voulue afin de valoriser la propre collection du musée. Il y a trois ans, il y a eu le festival de la Normandie impressionniste et donc nous avons conçu l'exposition « Dior et l'impressionnisme » ; l'année prochaine, nous organisons une exposition sur les chapeaux. Donc, cela dépend vraiment des expositions, il y a la tendance à ne pas travailler comme la maison Dior car ils travaillent de manière très rapide, c'est leur façon de travailler. Il n'y a pas de méthodologie prédéfinie. Nous cherchons à organiser des réunions de travail, il y a un comité scientifique qui se réunit périodiquement pour programmer les expositions, ainsi que d'autres moyens de communication (téléphone, mail etc) et il y a le travail de recherche qui peut se faire largement à distance. Le mercredi, nous proposons un atelier d'initiation au niveau des parfums en alternance avec un atelier pour les enfants, « l'atelier du petit styliste », mais les espaces sont très contraignants. En dehors de la maison nous n'avons que le jardin, mais qui est un espace extérieur, où il n'y a pas tout ce qui nous permettrait de développer les choses (auditorium, salle de pédagogie, etc). Du point de vue des moyens humains, l'équipe du musée Dior est formée de trois personnes, Gwenola et moi plus notre

collaboratrice à Paris qui s'occupe d'acquisitions et de recherches complémentaires, plus le personnel saisonnier ; du coup, il s'agit d'une équipe très réduite.

A.S. : Et vous faites une exposition par an ?

B.R. : Pendant longtemps, c'était une par an ; à partir de 2010, nous avons mis en place une exposition automne-hiver où l'on présentait la collection personnelle du musée mais il était difficile de garder ce rythme car cela se faisait au détriment du travail de fond sur la collection, l'inventaire. Nous avons étendu l'exposition estivale et les deux dernières années nous n'avons pas réalisé de collection automne-hiver. Je suis persuadée du fait que le temps est venu de dissocier l'aspect mémoire et d'avoir un espace dédié pour les expositions de mode dans un espace séparé de la maison : l'occasion à la fois d'élargir, d'accroître, de diluer sur deux espaces les expos pour les visiteurs. Cela permettrait d'avoir une collection avec un espace plus important, alors que souvent le sujet de l'exposition prend le pas sur l'espace lieu-mémoire et le public n'apprend pas grand-chose sur la vie de Christian Dior car on n'a pas la place de la développer. Il en va de même pour l'histoire de Dior à Granville.

Nous n'avions pas les moyens à l'époque, mais aujourd'hui avec les moyens modernes dont nous disposons (scénographie etc...) plus les photographies, on a des témoignages, photographiques sur la vie familiale de Dior, et on peut inscrire l'histoire de Christian Dior dans une continuité, il y a un contenu et sur l'aspect de la mode on pourrait montrer en quoi Granville a été une source d'inspiration pour Dior. L'exposition de décembre pourrait être l'exemple d'une exposition à caractère un peu plus permanent.

G.F. : En plus, il y a le problème qu'on ne peut accueillir que 50 visiteurs à la fois et à cause de cela on a souvent la queue, c'est normal, il s'agit d'une maison bourgeoise.

B.R. : L'année dernière, il y a eu plus de 57.000 visiteurs et là nous allons dépasser ce nombre.

G.F. : Le thème a tellement plu aux gens qu'on était obligé de fermer la porte le matin car on avait déjà dépassé le nombre.

B.R. : On a des limites

A : Et il n'y a pas d'ascenseur, alors ce n'est pas pour tout public.

B.R, G.F : Non, malheureusement

A : Par contre, le jardin est très intéressant du point de vue de la mémoire, par exemple pour les dispositifs olfactifs

B.R : Il y a plein de choses à dire sur le jardin, l'histoire de la famille, les sources d'inspiration ; Christian Dior a aussi dessiné certaines choses comme le poisson, ce qui permet d'expliquer sa vocation d'architecte dans sa vie de jeune homme, le panorama, l'inspiration du paysage, les couleurs et ce qui révèle beaucoup d'éléments sur la vie de Dior. Et il y a énormément de commentaires sur le jardin sur les réseaux sociaux par le public. Il reste un jardin public, plus ouvert par rapport aux espaces de la maison. Il y a aussi un salon de thé, géré d'une manière artisanale jusqu'à il y a deux ans et que la ville a désormais délégué à un prestataire extérieur le salon de thé.

A : Quant au public, il est surtout francilien ?

B.R : Oui, le personnel à l'accueil note systématiquement les codes postaux : il y a des Franciliens, suivis des Normands et des Bretons.

A : Vos expositions sont-elles parfois itinérantes ?

B.R : Non, je pense qu'il y a la tentation pour l'expo déco, mais le problème c'est la disponibilité des modèles, on dérange les règles de conservation et il y a des particuliers, galeries ou musées, qui ne veulent ou ne peuvent pas, pour des raisons de conservation ou de disponibilité de leur collection, la mettre à disposition pour longtemps (le temps du transport, etc). Du coup, il n'y a pas d'itinérance de nos expositions.

A : Par exemple, le musée Armani, avant d'ouvrir, a fait une exposition itinérante qui a duré 7 ans puis, il a ouvert le musée de manière permanente.

B.R : Il y va de l'état des collections et aussi du propriétaire. Nous, nous devons respecter les normes.

A : Il y a le musée de chaussures Rossimoda, où la personne qui s'occupe du musée a seulement une formation en économie et il n'y a aucun contrôle, les chaussures changent donc de couleur car elles ne sont pas bien conservées.

A : Le fait que ces musées soient gérés par la marque et non pas par des conservateurs, est intéressant, parce qu'il y a une volonté de partager avec le public sans se poser le problème de la conservation.

B.R : Ce qui est compliqué à la maison Dior, c'est que ce n'est pas un patrimoine, ils organisent des défilés car la Haute couture, c'est quelque chose qui passe et nous, on est dans un raisonnement inverse : sur le long terme, sur la conservation, et ils ne comprennent pas trop ce côté. Sachant que maintenant cela a beaucoup évolué quand même, et ils font appel à des services de conservation spécialisés : les conditions de conservation sont parfaites aujourd'hui.

A : Et vous, est-ce que vous mettez en ligne une partie des collections, sur le site *muséobase* ?

B.R : Oui, en fait on utilise une base de données mutualisées pour les musées normands, ils ont développé un logiciel accessible sur internet auquel on accède, et les données y sont stockées par un documentaliste qui peut répondre à nos questions. Et on peut mettre nos collections sur cette base de données qui est consultable par tout le monde. Nous avons un code d'accès qui nous donne des infos supplémentaires qui sont plus « confidentielles » (l'état de conservation etc.) mais qui ne sont pas nécessairement publiques. Donc oui.

A : En Italie, les musées utilisent un réseau qui s'appelle Europeana. Par exemple, Armani a un réseau avec toutes les collections mais qui n'est consultable que sur place, alors c'est dommage car il faut se déplacer.

B.R : C'est la même chose, la collection est consultable sur place, tout est accessible mais que de l'intérieur, il faut aller dans les locaux pour consulter la documentation.

A : Et par rapport aux dispositifs de présentation, s'agit-il toujours des mêmes vitrines ?

B.R : Pendant plusieurs années, nous avons la coutume de renouveler complètement les vitrines mais il s'agissait de structures fixes, on perdait l'idée d'être dans une maison, c'était un espace fermé dans le noir. Maintenant, j'ai insisté pour avoir des ouvertures qui permettent de voir le jardin et d'avoir de la lumière. Avant, on ne voyait rien de l'extérieur. Nous avons fait en sorte que les circulations dans l'espace soient le plus fluide possible. Dans la chambre de Christian Dior, il y a une entrée avec une vitre, ce qui permet de rentrer dans la pièce tout en obstruant le passage. On essaye d'aller vers quelque chose qui ne bouge plus. Pour moi, cela ne doit plus bouger car sinon cela représenterait un retour en arrière. Nous avons trouvé sur le thème de la circulation un bon compromis, un découpage des volumes et c'est bien comme ça, il ne faudrait pas le revoir. Les interventions de scénographie se font sur des éléments de décor, dont nous nous servons pour évoquer le contexte, sur la mise en scène, sur le soclage selon la nature des objets. Nous nous servons de la scénographie pour plonger les visiteurs dans une atmosphère mais la muséographie devrait être stabilisée. On voudrait avoir au deuxième étage le même principe de vitrines qu'il y a au premier : c'est-à-dire une vitrine octogonale transparente qui permette de ne pas casser le volume tout en protégeant le modèle. C'est le dernier élément qu'on voudrait modifier car on ne voudrait plus modifier la structure interne architecturale.

B.R : C'est vrai que maintenant la mode devient de plus en plus un sujet d'intérêt même dans les universités, il y a des experts d'histoire de la mode alors qu'avant cela n'intéressait personne. Avant ce n'était pas un sujet, ça l'est devenu avec les études et la création de ces musées.

A : Les dispositifs que vous avez dans le jardin pour sentir les parfums sont très utiles. Dans la dernière exposition du musée Yves Saint Laurent, il y avait toute une partie sur le parfum Opium mais on ne pouvait pas le sentir, et c'était un peu frustrant.

G.F : Alors que nous, on parfume toujours l'entrée du musée !

B.R : Dans l'expo automne-hiver, il y avait un tableau tactile qui permettait aux visiteurs de toucher les tissus des modèles qui se trouvaient dans les vitrines, c'était vraiment bien.

A : Faites-vous aussi beaucoup de visites guidées ?

B.R : Déjà le musée est plein, on a lancé les visiteurs du soir et on a déjà beaucoup de réservations, avec un tarif un peu plus élevé, mais c'est un tout petit pourcentage, très bas car nous sommes contraints par l'espace.

A : Et des groupes scolaires aussi ?

B.R : Pour les élèves aussi, il y a les mêmes problèmes, on n'a pas de responsable pédagogique qui pourrait développer des activités avec les classes et donc il y a un problème de manque de personnel et d'espace.

A : Est-ce que vous faites des catalogues à chaque exposition ?

B.R : Normalement oui, on n'a pas sorti un catalogue des collections, c'était trop court pour faire quelque chose de sérieux, donc il faut qu'on finalise l'inventaire etc. On a fait un partenariat avec Connaissance des arts. Depuis quelques années, c'est la maison Dior qui fait les catalogues supervisés par France Muller. Il y a des contributeurs qui peuvent participer, moi aussi j'y ai participé.

A.S. : En effet, une autre particularité est que ces maisons de couturier n'ont presque jamais des catalogues de l'exposition ou du musée.

B.R : Finalement, c'est bien que vous veniez vers nous car nous avons appris beaucoup de choses !

Nous avons été élus l'un des plus beaux musées de mode dans le magasin *Vlog* même si l'on fait les choses de manière naturelle, sans en avoir forcément conscience.

B.R : On a aussi un parcours numérique dans le jardin ! Il faut télécharger l'application, c'est très intéressant. Il a été lancé l'année dernière, son contenu évolue, et il s'adresse notamment aux personnes qui ne pouvaient pas rentrer dans la maison même s'il est très peu visuel et très peu interactif et qu'il n'y a pas beaucoup de wifi.

Les visiteurs du Musée Christian Dior Granville en 2018.

TOTAL VISITEURS France	42993	75,62%
Île de France	11847	27,56%
Basse-Normandie	11028	25,65%
Bretagne	4822	11,22%
Pays de la Loire	2886	6,71%
Haute-Normandie	2597	6,04%
Centre	1542	3,59%
Rhones-Alpes	1214	2,82%
Nord Pas-De-Calais	1198	2,79%
Picardie	722	1,68%
Provence-Alpes-Cote d'Azur	627	1,46%
Lorraine	581	1,35%
Aquitaine	572	1,33%
Bourgogne	487	1,13%
Champagne-Ardenne	470	1,09%
Midi-pyrénées	447	1,04%
Poitou-Charentes	435	1,01%
Alsace	390	0,91%
Auvergne	311	0,72%
Languedoc-Roussillon	289	0,67%
Franche-Comté	243	0,57%
Limousin	96	0,22%
Corse	21	0,05%

TOTAL VISITEURS ETRANGERS	11667	20,52%
Ne souhaite pas répondre	2218	19,01%
G-B	2109	18,08%
Allemagne	1813	15,54%
Autres Pays	1705	14,61%
Belgique	1303	11,17%
Pays-Bas	873	7,48%
PAYS NON DEFINIS	2197	3,86%
Suisse	362	3,10%
Italie	357	3,06%
U.S.A.	302	2,59%
Espagne	214	1,83%
Luxbrg	98	0,84%
Irlande	97	0,83%
DK	55	0,47%
Finlande	33	0,28%
Portugal	31	0,27%
Israël	26	0,22%
Afrique du Sud	26	0,22%