



Chambre de l'appartement «Normandie» du France. PHOTO CHEVOJON

DESIGN Le musée de la Marine expose le mobilier dépareillé du mythique navire, «ambassadeur du bon goût à la française».

Le «France», pas que beau

PAQUEBOT FRANCE
au musée de la Marine, 75016.
Jusqu'au 23 octobre.

Ah, le France... Un service irréprochable, une publicité efficace, des passagers mondialement connus : le troisième paquebot du nom (il y eut un France en 1864, un autre en 1912) avait dignement succédé au Normandie pour perpétuer la tradition française d'un luxe maritime entre l'Hexagone et les Etats-Unis. Eugène Ionesco, Audrey Hepburn ou encore Louis de Funès ont voyagé sur le navire, et contribué à son image de marque.

L'aventure de sa disgrâce est tristement connue : inauguré en 1960, mis en service en 1962, et actif pendant près de douze ans. Puis en 1976, «Ne m'appellez plus jamais France», comme le pleurait Sardou. En effet, après être passé entre les mains d'un homme d'affaires saoudien puis d'un armateur norvégien, rebaptisé Norway puis Blue Lady, le paquebot fut démantelé en Inde, en 2007.

Caprice. Non sans jouer sur une certaine nostalgie, les 1000 m² de l'exposition reviennent sur les petits morceaux de luxe (air conditionné dans toutes les cabines, chapelle design décorée par le ferronnier Raymond Subes) qui ont fait de ce navire l'«ambassadeur du bon goût à la française» – ou presque.

«La querelle du France», titrait le journal *Candida* du 8 mars 1962, au moment de la mise en service du bateau. Un an auparavant, l'hebdomadaire *Arts* remarquait que «de grands artistes» avaient «été appelés» mais que «le mauvais goût et le désordre des organisa-

teurs» n'avaient «pas permis de créer un style d'ensemble». C'est une époque de transition, aussi bien économique, politique que technique. La France, en août 1958, au moment où le Conseil artistique est censé débattre de la ligne à suivre pour la décoration du paquebot, baigne encore dans les Trente Glorieuses. Le pays commence à peine à faire l'expérience de la consommation de masse et des loisirs.

Hésitation conjoncturelle ou caprice frénétique de la Compagnie générale transatlantique, quarante-huit artistes au total travaillent sur l'intérieur du France; chacun mêlant tradition et nou-

Tapisseries cosmiques et panneaux d'aluminium antiquisants côtoient natures mortes et meubles modernes.

veauté à sa façon. Le résultat, intégralement «made in France», offre un ensemble décoratif non seulement incertain, mais hybride. Chaque artiste est délibérément engagé dans un style, «chacun ignorant ce que faisait le voisin», comme le déplore *Arts*. La décoration était censée offrir un compromis entre rupture et continuité. Surtout, il fallait conjuguer luxe, confort et sécurité. L'éclectisme revendiqué par la mouvance des Arts - Déco, dont se réclamait le projet, devait trouver, par un plan commun à tous les artistes, un équivalent moderne qui permette de ramener ce pot-pourri à une harmonie structurale.

Mais le résultat final fut controversé, et l'exposition de pièces du mobilier du navire en donne un aperçu : tapisseries cosmiques côtoyant des natures mortes, panneaux d'aluminium antiquisants

associés à un mobilier moderne. Le bateau n'était pas une «synthèse» du «génie national», comme le souhaitait son directeur technique, Antoine Barthélemy, mais un répertoire.

Incendie. Il faut dire qu'à la tête de ces quarante-huit créateurs, trois experts défendaient trois projets différents : le peintre Roger Chapelain-Midy (partisan d'une tradition classique), l'architecte Guillaume Gillet (défenseur de la modernité), et le critique d'art Pierre Mazars (adepte de l'éclectisme). Ainsi, pour s'occuper des intérieurs, sont aussi bien convoqués Jacques Dumond, décorateur amateur d'un mobilier aux lignes épurées, que Lucien Coutaud, dont les tapisseries se rapprochent du surréalisme. A ces entreprises divergentes, se sont ajoutées les contraintes d'une décoration visant à protéger le navire de l'incendie, à l'origine de la destruction du Paris de 1927 et du Normandie de 1935 (bois prohibé, plafonds plus bas). Peu de place, donc, pour la créativité. Pour la critique, le France est «le bateau de grand-papa».

A l'horizon 2015, un nouveau France devrait mettre les voiles. Imaginé par Didier Spade, propriétaire d'une compagnie de bateaux de luxe à Paris, il sera, comme ses ancêtres, une «vitrine des arts décoratifs français contemporains». Pas plus de 600 passagers (le France en accueillait 1400), 5000 euros la semaine. A l'entrée de l'exposition, un petit espace est consacré à ce bateau design «moins consommateur d'énergie» et «très économique en navigation». Pour environ 300 millions d'euros, il devrait être construit aux chantiers de Saint-Nazaire, ceux-là même qui avaient vu naître le France de 1962.

CLAIRE DIGIACOMI