

Versailles entre dans le XXI^e siècle

TOURISME. Des animations en 3D, la commercialisation de produits dérivés... Le château de Versailles se veut plus moderne.

C'est reparti. Après trois années à la tête du domaine de Versailles, Jean-Jacques Allagot vient d'être reconduit par le gouvernement dans ses fonctions pour au moins un an et demi. Plus question pour lui de se reposer sur ses lauriers.

En 2007, il s'était promis de réveiller Versailles. En 2010, il n'a pas l'intention de baisser les bras. « Cette maison n'est pas une maison de retraite », a-t-il déclaré en mai dernier. Ainsi, plusieurs grands projets, gardés pour le moment secrets, devraient voir le jour très prochainement... Histoire que Jean-Jacques Allagot grave à jamais son nom dans la mémoire du domaine de Louis XIV.

Il faut savoir mieux exploiter la marque Château de Versailles et donc la commercialiser
JEAN-JACQUES ALLAGOT, DIRECTEUR DE L'ÉTABLISSEMENT PUBLIC DU CHÂTEAU

Google, le futur mécène. « Nous sommes en train de signer avec Google pour installer une galerie au niveau du rez-de-chaussée de l'aile nord du château », révèle Jean-Jacques Allagot. La société américaine financerait « la totalité des travaux », d'un montant de près de 3 M€, assure une source proche du dossier. Il s'agirait en fait d'évoquer l'histoire de la construction du château », poursuit Jean-Jacques Allagot.

Au programme, la cotation de onze salles qui retraceraient de façon

classique — maquettes, plans... — la construction du château de Versailles. Plus novateur encore, un volet multimédia serait associé à ce nouvel espace dédié à l'histoire du château, avec notamment des maquettes tactiles pour les malvoyants, des animations 3D, des vues satellitaires, des géocalculations ainsi que des applications pour mobiles.

La marque Château de Versailles vendue aux pays du Golfe. Y aura-t-il bientôt des boissons ou saucisses estampillées Château de Versailles et vendus à Dubaï, voire une mini-république du palais de Louis XIV en plein désert ? « Il faut savoir mieux exploiter la marque Château de Versailles et donc la commercialiser », assure le patron de l'établissement. Un contrat avec les pays du Golfe est ainsi en cours de signature. A la clé, des dizaines de millions d'euros qui permettraient le financement de nombreuses rénovations.

Cette politique des marques qui permettent la commercialisation de produits dérivés (parfums, eaux minérales...) serait-elle un nouveau filon ? En février 2006, l'établissement public qui gère le château avait déjà déposé la marque Marie-Antoinette. Breguet, qui a versé 5 M€ pour la restauration du Petit Trianon, a ainsi créé une montre Marie-Antoinette.

Des hôtels de haut standing. Autre moyen de trouver de nouveaux financements, Jean-Jacques Allagot ambitionne de reconstruire plusieurs biens immobiliers qui possèdent le château, mais situés en



VERSAILLES. De nombreux projets ont été annoncés pour l'année à venir afin d'améliorer l'accueil du public au château, notamment la construction d'hôtels de charme, ou bien la mise en place de bornes interactives.

dehors du domaine, en véritables « hôtels de charme ». Deux lieux seraient actuellement envisagés : l'hôtel du Grand-Contrôle et les Petites Écuries. De quoi faire d'une pierre deux coups : c'est-à-dire réhabiliter ces bâtiments et combler en même temps le déficit de chambres d'hôtels à Versailles.

MARK POUILLER

CLÉS

787 ha. C'est la superficie du domaine de Versailles.
5,4 millions de visiteurs s'y sont rendus en 2009, soit une légère baisse d'environ 3 % par rapport à l'année passée, qui avait été exceptionnelle.
Près d'un million de spectateurs

ont assisté aux grands rendez-vous artistiques, tels que « Les Grandes Fêtes musicales » en 2009.
94,90 M€. Il s'agit des recettes de l'établissement public en 2009, dont 8,6 M€ viennent du mécénat et 4,2 M€ des concessions commerciales.

La Position 13 juin 2010