

Les folies douces de Sauvebœuf

Claude Douce, publicitaire de renom, est aussi un homme de passions multiples, en particulier celle de la préhistoire. Il a restauré le château de Sauvebœuf, à Aubas, où il partagera désormais avec le public les incomparables collections qu'il a rassemblées sa vie durant.

« Il était à vendre depuis vingt ans, personne n'en voulait ! » Quand Claude Douce et son épouse Florence découvrent le château de Sauvebœuf, près de Montignac, un safari archéologique dans la jungle les attend. La terrasse qui domine délicieusement la sombre Vézère n'est même plus visible. Un tracteur prend ses aises sur ce qu'il reste d'un beau parquet à croisillons. La plupart des fenêtres sont murées comme si l'impôt du Directoire sur les ouvertures avait encore cours. Les toitures jouent les passoires, la dégradation intérieure du bâtiment est consommée. Mais subsistent le charme des pierres de calcaire blond, le potentiel des vastes pièces et des caves voûtées, que Claude identifie du premier coup d'œil comme réceptacle idéal d'un musée privé. Inestimable. Le délabrement ambiant l'arrange, somme toute, il lui permet de négocier l'achat pour un prix modique. Claude n'en est pas à son coup d'essai en matière de résurrection de maison noble. En Normandie, il a commencé son œuvre de bienfaiteur en réhabilitant une commanderie templière qui menaçait ruine. Seulement à Sauvebœuf, sur cette terre de préhistoire qu'il affectionne tant, c'est en une heure qu'il a conclu le marché ! Comme un raccourci de sa carrière et de sa vie. Pourquoi lambiner quand les appels de la passion surgissent au détour d'une route fléchée ? Trop tard risque d'être jamais, alors mieux vaut se saisir du présent à bras-le-corps. *Carpe diem*, c'est aussi le nom d'une grotte qu'il a rachetée près des Eyzies. Probablement pas une simple coïncidence.

Des slogans comme des refrains populaires

« Seule la prise de risque est intéressante, la remise en cause. J'ai vécu dans une aventure permanente. » Claude Douce a dirigé des entreprises implantées dans 90 pays. Son intuition, sa lecture des marchés l'ont rarement conduit dans des impasses. Pour la partie émergée de son iceberg personnel, il a révolutionné les méthodes publicitaires. Il entre très jeune à l'agence Havas. Son esprit d'initiative lui fait gravir rapidement les échelons. Mais c'est en quittant Havas, dont son frère Jacques est pourtant devenu le patron, qu'il signe son plus gros coup d'éclat professionnel. En prenant la tête de l'agence Béliet – subtil contre-pied de son patronyme –, il entend bien enfoncer les portes du conformisme et venir chatouiller les pieds du colosse Havas, qui ne sont pas d'argile. Premières inspirations, première ondes de choc dans le chaudron bouillonnant de la pub. Son agence est portée sur les fonts baptismaux du succès par de retentissantes campagnes, souvent à rebrousse-poil des tendances qui prévalent. Claude Douce pressent le potentiel de la télévision pour son métier. Il relance la compagnie d'assurances UAP en détournant des sketches de Laurel et Hardy. Il redonne du croquant aux biscuits Lu et impose la Mini de British Leyland en coqueluche des voitures des années 70. Puis vient « Le choc des mots, le poids des photos », slogan encore indissociable de l'image de Paris-Match. Son grand plaisir professionnel consiste à inventer une marque de toutes pièces et à l'accompagner sur le chemin de la notoriété. Lotus explose sur le petit écran comme une bombe de modernité, avec ses bébés qui vantent la solidité d'un papier hygiénique. Candia et Yoplait scintillent du jour au lendemain au firmament des caddies de supermarchés.

Claude fait fleurir une autre idée sur les terres balisées des marchés publicitaires. Il crée une myriade de sous-agences, chacune située sur le créneau d'un produit précis, pour mieux cibler les besoins et diversifier la créativité. Ainsi le jeune Thierry Ardisson trouve-t-il un budget conséquent mis à sa disposition. Claude n'a que faire des préjugés pour jauger les personnalités. L'originalité constitue souvent un viatique dans la profession. Priorité au résultat. « Chacun peut réussir si on lui met le pied à l'étrier. Il suffit d'avoir une passion. J'aime suivre le parcours d'anciens jeunes collaborateurs. » Il sait parfaitement que son propre parcours a été jalonné de mains tendues, de témoignages de confiance. Il a l'élégance de ne pas l'oublier. « Il est important de poursuivre ses relations avec les gens, même si on n'a plus besoin d'eux. » Les murs de Sauvebœuf en témoignent, qui accueillent régulièrement des réceptions « enchantées par Florence », où se côtoient les noms, humbles ou célèbres, du carnet d'adresses insondable de Claude Douce.

S'il a su développer des liens solides d'amitié avec tant de stars de l'art ou du showbiz – ou des deux à la fois –, c'est aussi parce qu'il a compris, encore une fois avant les autres, l'impact qu'elles pouvaient avoir sur le public. La rencontre de Gainsbourg est décisive. Le trublion de la chanson accepte comme un défi de tourner un film pour Martini. Puis Carlos associe ses rondeurs et sa bonne humeur à Oasis. Salvador Dali pétille pour jurer que « Perrier, c'est fou ! ». « Le défilé n'a plus arrêté. Sans doute une affinité d'enfance. Je suis un enfant de la guerre. À la Kermesse aux Étoiles, qui saluait la victoire de la 2^e DB, j'allais à la chasse aux signatures des vedettes, comme Michèle Morgan ou Gary Cooper. »

Le portrait de Claude Douce s'étale vite en première page de magazines spécialisés qui saluent la fulgurante ascension de Béliet. Les connexions entre la pub d'élite et les hautes sphères de la société sont naturelles. Monde politique, *peoples* de tout poil, Claude côtoie des milieux huppés, sur tous les continents. En Chine, il défile même devant la dépouille du président Mao ! L'univers des médias et de l'édition ne lui est pas étranger non plus, il cofonde *VSD*, intervient dans les principaux hebdomadaires. Avec son fidèle ami Marcel Jullian, il a lancé le concept des romans d'espionnage mâtinés d'érotisme *SAS*, qui feront la fortune de Gérard de Villiers, l'heureux auteur qu'ils ont sollicité.

Plusieurs musées pour un château

Une des dernières success story en date est celle de Nespresso, portée par le charisme de George Clooney – *what else* ? Avec cette saga, Claude Douce introduit une autre innovation, celle de la constitution d'une base de données. Il recueille et étudie, avec une agence spécialement attachée à la marque aux capsules, toutes les remarques des clients du « Club Nespresso ». Claude avait pourtant abandonné toutes ses responsabilités en 1988, dont celle de la vice-présidence d'Eurocom, avec laquelle Béliet avait fusionné pour conquérir des marchés internationaux. Sa volonté d'un retrait sabbatique pour bichonner Sauvebœuf ne résistera pas aux sollicitations générées par son ascension. Le groupe de Manhattan McCann Erickson, une des quatre plus grandes agences mondiales, ramène dans ses filets ce poisson-pilote en or. Claude repart en campagne et renoue le fil du succès. Outre Nespresso, il gère les budgets de L'Oréal, La Française des Jeux, la MAAF ou autres MMA.

Tous ces faits d'armes publicitaires auraient pu suffire à remplir la vie d'un individu normalement constitué. C'est mal connaître Claude Douce, cet homme multiple. Ses passions ne souffrent pas le moindre temps mort et la brièveté de son sommeil quotidien l'aide à les

assouvir. À l'âge de douze ans, il commence à collectionner les minéraux, puis se lance dans la taxidermie. Plus jamais il ne cessera de compléter des collections en tout genre. Une véritable boulimie de curiosité, un besoin irréprouvable de savoir. Nature, archéologie, histoire, Claude n'est pas du genre à se contenter d'effleurer les sujets, dans chaque domaine il dénicher des objets uniques. Les amitiés qu'il a semées lors de ses voyages au long cours contribuent à enrichir ses collections, en jalons d'humanité. « Ce qui m'intéresse avant tout dans une belle pièce, c'est de connaître l'histoire de sa découverte. Je m'attache par exemple beaucoup à l'histoire de la préhistoire. » La préhistoire, voilà bien sa grande préoccupation, avec la publicité. L'émouvante affiche qu'il conçoit pour l'« Année de l'Archéologie », en 1989, lui permet de conjuguer les deux. Sa notoriété publicitaire a justement été le sésame qui lui a ouvert les portes de relations avec des scientifiques de renom. Yves Coppens, le grand paléontologue, ou Jean-Jacques Cleyet-Merle, le directeur du Musée national de Préhistoire des Eyzies, font ainsi partie de son cercle d'amitiés indéfectibles. Durant sa carrière, Claude a privilégié la qualité des contacts humains, son érudition s'en honore, elle n'est jamais pédante, toujours vivante et chaleureuse.

Depuis ses premiers émois spéléologiques, à l'adolescence, il a couru les musées, les abris-sous-roche et les ventes aux enchères pour accumuler un ensemble privé sans équivalent en France, qui brille de mille éclats d'os ou de silex dans les caves de Sauvebœuf. De bifaces en harpons, de polissoirs en propulseurs, cette inouïe collection d'outils ou d'armes propose un parcours pointu, mais toujours pédagogique, dans la progression – ou parfois la régression – de notre humanité. Alors qu'un immense squelette d'ours, vieux de 35 000 ans, semble encore vouloir « bouffer du Cro-Magnon », Claude agrément l'émerveillement ambiant de théories novatrices, alimentées par des décennies d'observation et de réflexion. Son ample savoir autodidacte, et la rareté du mobilier qu'il a rassemblé, l'ont fait reconnaître par les milieux scientifiques et les services publics culturels comme un véritable ambassadeur de la préhistoire. En 2008, il a reçu à Sauvebœuf d'éminents chercheurs chinois.

Avant l'ouverture du musée de Préhistoire, les visiteurs ont de quoi s'ébaubir tous azimuts en parcourant le reste du château, en un bel équilibre de visite guidée et de flânerie dans les jardins. Le bâtiment en lui-même mérite le déplacement. On trouve peu de châteaux classiques en Dordogne. De l'édifice Renaissance construit près d'un gué romain, ne subsistent que les caves. Il fut rasé par Richelieu à la suite de la participation de Charles-Antoine de Ferrières, son plus romanescque occupant, à la fronde contre Louis XIII. Grand conquérant militaire mais piètre politique, Charles-Antoine sera gracié et pourra reconstruire sa demeure, en la transformant en un agréable « château de résidence », qui bien plus tard saura aussi séduire le révolutionnaire Mirabeau.

Dans des pièces lumineuses, les passions de Claude Douce se déclinent par bribes hétéroclites, mais toujours mises en relation dans une vision globale de l'histoire. « Je refabrique l'histoire avec l'environnement, je fais parler les murs. » Mobilier Louis XIII, tableaux de maître, tapisseries, ce chineur d'absolu forge le concept de « château-musée ». Il est intarissable sur n'importe quelle pièce particulière exposée dans des vitrines qui parsèment la visite, que ce soit un exceptionnel couteau pharaonique gerzéen ou une statue de Chaource.

Les fabuleuses collections de Claude Douce donnent le vertige, et pourtant la plupart, comme celles des coléoptères ou des parchemins, ne sont pas encore visibles. Un livre entier suffirait à grand-peine à en énumérer les contenus, aussi foisonnants que la vie de celui qui les a rassemblés. Une vie que Claude relate d'ailleurs lui-même dans des mémoires hauts en couleurs. Plusieurs infarctus l'ont momentanément envoyé au tapis ? Qu'importe, Claude Douce n'est jamais K.O., ni rassasié à 75 ans, dont les trois derniers sans prendre de vacances.

Activités bénévoles, mécénat, mise en valeur de ses trésors, le rythme de sa retraite est trépidant. Mais probablement lui reste-t-il encore quelques vies disponibles pour dévorer ses envies, et les offrir en partage dans son château de Sauveboeuf.

Hervé Brunaux

Château de Sauveboeuf – 24290 Aubas – www.chateau-de-sauveboeuf.com

Ouvert toute l'année à partir du 1^{er} avril 2013, tous les jours sauf le samedi.

Visites guidées en français, anglais et espagnol.

Le musée de Préhistoire sera ouvert ultérieurement.

À lire :

Biface, de Claude Douce, éditions PC.