

## Bassang (Fabienne), Il était une fois... DMC

Rédition de modèles au point de croix, Éditions DMC, Mulhouse, 2011, 140 p. + Bassang (Fabienne), Mon agenda personnel. Broderies et Découvertes, Éditions DMC, Mulhouse, 2011, 164 p.

**Marianne Engel**

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/alsace/1727>

DOI : [10.4000/alsace.1727](https://doi.org/10.4000/alsace.1727)

ISSN : 2260-2941

### Éditeur

Fédération des Sociétés d'Histoire et d'Archéologie d'Alsace

### Édition imprimée

Date de publication : 1 septembre 2012

Pagination : 412-413

ISSN : 0181-0448

### Référence électronique

Marianne Engel, « Bassang (Fabienne), Il était une fois... DMC », *Revue d'Alsace* [En ligne], 138 | 2012, mis en ligne le 01 octobre 2012, consulté le 21 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/alsace/1727> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/alsace.1727>

---

elles aussi répertoriées en fin d'ouvrage. Enfin, l'auteur propose des circuits pédestres ou à vélo, une invitation à « se promener dans le temps ».

Le pari de M. T. Fischer est réussi. On recommandera aux Centres de Documentation des Collèges et des Lycées d'acquérir la collection. Elle constitue pour la jeune génération une heureuse initiation à l'histoire d'Alsace. Avant de piocher sur les autres rayons.

François Uberfill

BASSANG (Fabienne), *Les cœurs en Alsace*, La tour Blanche- Presses du Belvédère, 2010.

L'ouvrage évoque le cœur dans toutes les matières imaginables et dans toutes les circonstances. L'auteur rend également hommage à quelques artistes illustrant cette thématique, tous domiciliés dans le Bas-Rhin !

Le cœur est omniprésent dans la tradition populaire, sculpté au dos des chaises alsaciennes, formant des moules en terre cuite, gravé dans les *springerle*, tressé en *Gleckshaempfele*, brodé sur les supports les plus variés, peint sur les *Goettelbriefe* ou découpé en papier. Il orne les maisons anciennes, découpé dans les volets, dessiné sur le colombage, en graffiti sur les murs... On le retrouve jusque dans les arts de la cuisine en pains d'épices, en *Bredle*, en brioches ou dans le domaine religieux, entourant le *Leichentext* d'une croix, sur les feuillets de sainte Agathe, les images de dévotion du Sacré-Cœur de Jésus ou de la Vierge...

Georges Klein disait « les hommes s'expriment par des symboles qui véhiculent leur pensée et la rendent accessibles à tous ». Le plus parfait symbole n'est-il pas le cœur ?

Gabrielle Claerr Stamm

BASSANG (Fabienne), *Il était une fois... DMC. Réédition de modèles au point de croix*, Éditions DMC, Mulhouse, 2011, 140 p.

BASSANG (Fabienne), *Mon agenda personnel. Broderies et Découvertes*, Éditions DMC, Mulhouse, 2011, 164 p.

Au sein de l'entreprise DMC existait dès les années 1880 une maison d'édition. Il s'agissait alors d'inciter la brodeuse à utiliser les différents fils DMC tout en la guidant dans le choix de ses modèles. Les deux livres de Fabienne Bassang, les premiers d'une série témoignent de l'ambition de DMC de relancer cette activité d'édition, stoppée en 1980 lors de la fermeture des ateliers graphiques de l'entreprise.

Le titre du premier ouvrage, sans ambiguïtés laisse augurer un conte de fées et en cela il est d'une parfaite honnêteté. Le récit débute par la réédition intégrale d'un petit fascicule célébrant l'histoire de DMC, déjà magnifiée par l'entreprise elle-même à l'occasion de son pseudo-bicentenaire en 1946 : car c'est bien au passé mythique que l'on se réfère, celui des origines de l'industrie des toiles peintes à Mulhouse en 1746 et non à la véritable création de l'entreprise en 1800. À cette réédition s'ajoute la réédition d'un album de broderies au point de croix publié en 1885, devenu certes quasi introuvable.

Ces rééditions sont complétées par quelques faits contemporains marquants dans la chronologie de l'entreprise, par une synthèse des éléments biographiques connus sur Thérèse de Dillmont et par une présentation rapide des principaux produits que l'entreprise commercialise aujourd'hui. Les éclairages et les témoignages que livre Hubert Hoerth, en charge du musée DMC lorsque celui-ci se trouvait sur le site de l'entreprise ne sont dépourvus d'intérêt et émaillent une histoire déjà connue d'anecdotes originales. Les photographies, souvent inédites ponctuent agréablement un texte très personnel.

Thérèse de Dillmont en son temps avait pour mission de faire vendre les produits DMC par le biais d'éditions de modèles. La formule est reprise, mais le message publicitaire se fait aujourd'hui plus tapageur, moins élégant. Le souci du marketing n'est jamais loin : invitation aux stages de broderies, adresse de la boutique sur internet, éloge des produits, recommandation de ne jamais se trouver en manque de l'une des 465 couleurs de coton mouliné en font un ouvrage dans lequel le message publicitaire l'emporte sur l'analyse historique et dans lequel l'éloge panégyrique de l'entreprise le dispute à l'hagiographie de ses dirigeants. La notion de patrimoine y prend la forme que l'on souhaite lui faire prendre et l'histoire économique ou sociale se borne à quelques énoncés factuels, certes vérifiés mais utilisés pour exalter les vertus de l'entreprise.

Livres d'histoires plus que livres d'histoire, c'est à la mémoire des lecteurs et lectrices, acheteurs et acheteuses potentiels des fils DMC que l'auteur fait appel : à travers le charme désuet des broderies d'autrefois, replacées dans un contexte d'histoire anecdotique, c'est à sa propre histoire personnelle, familiale que la brodeuse – et non l'historien est renvoyé, non pour instruire mais pour continuer à vendre les produits DMC. Les nostalgiques d'un temps passé, marqué par le goût du travail bien fait y trouveront leur compte mais l'histoire de l'entreprise DMC reste à écrire.

Marianne Engel