

WEEK END

ART DE VIVRE & STYLE DE VIE



GALERIE VALÉRIE DANENBERG
EXPERT GEMMOLOGUE • BIJOUX ANCIENS

RETROUVEZ-NOUS EN DERNIÈRE DE COUVERTURE

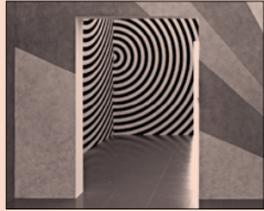
Le **nouvel** Economiste

CAHIER 3 - DU 31 MAI AU 6 JUIN 2012

L'ART D'AUJOURD'HUI

QUI A PEUR DE LA VIDÉO ?

Jean-Conrad et Isabelle Lemâitre défendent depuis quinze ans la vidéo



BONNES FEUILLES

LES GUERRES SECRÈTES DU MOSSAD

Petit à petit le Mossad livre malgré lui ses secrets. Extraits d'un livre qui révèle un étrange producteur hollywoodien

DOSSIERS

SOMMEIL

Les troubles du sommeil, un mal français

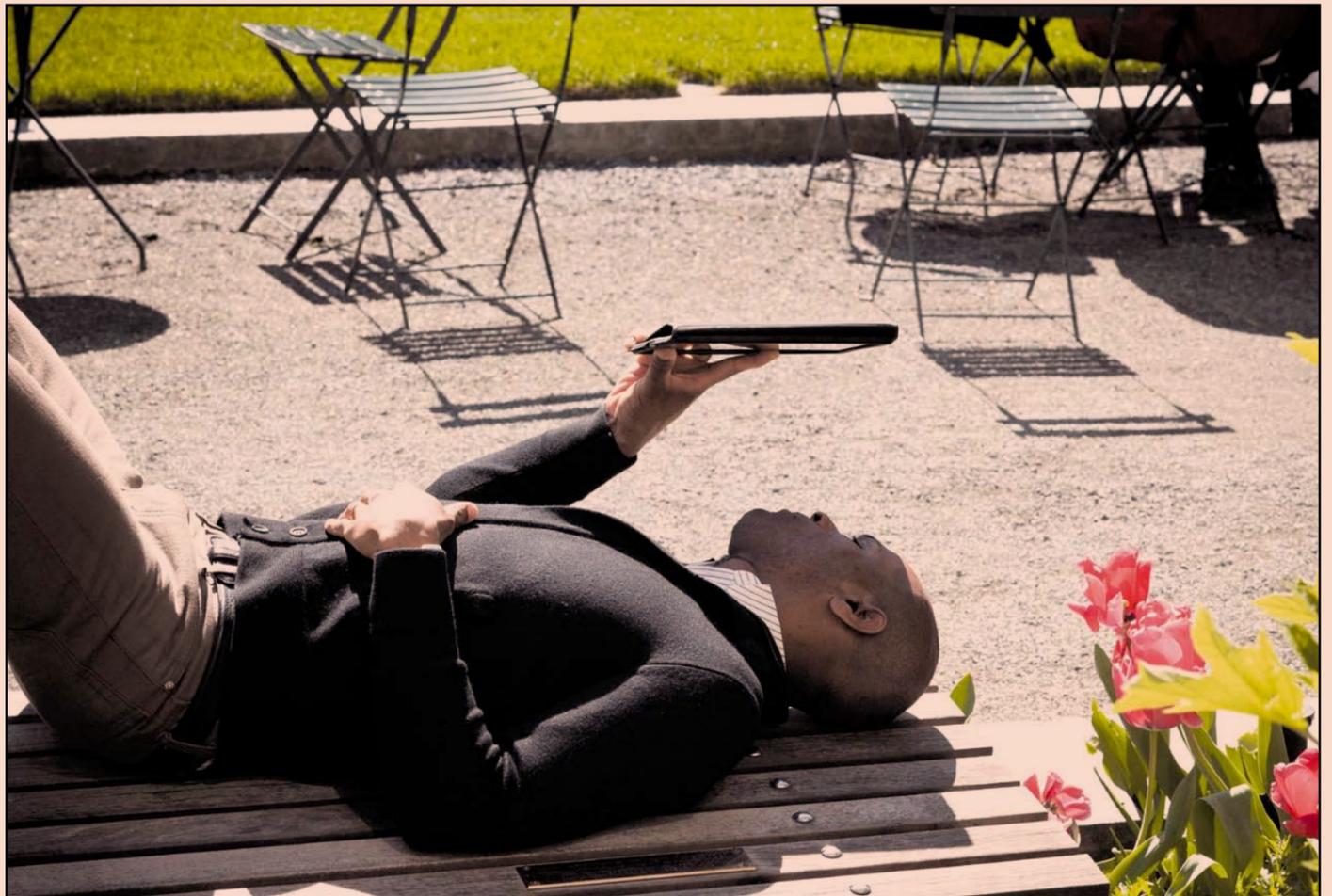
MAISONS DE VENTE

Le marché des livres rares et anciens

HORLOGERIE

Contrefaçon

FEUILLETON



Eteins ton livre, il est tard

Bientôt cette injonction entrera dans le dictionnaire de la vie quotidienne des parents. En attendant, voici quelques réponses à des banalités qu'on nous assigne comme des vérités sur l'avenir des livres, électroniques ou pas

PIERRE-LOUIS ROZYNÈS

Le livre va-t-il mourir ? Les librairies vont-elles disparaître ? Les larmes d'éléphant versées sur ces cadavres annoncés sont définitivement suspectes. Ne craignez rien, nous mourrons avant et les pleureuses aussi. Ces questions ne se posent pas en ces termes mais elles sont assez spectaculaires pour qu'elles circulent ainsi. Les librairies, moins on les fréquente plus on s'inquiète pour leur santé. Les livres, moins on en lit, plus on en parle avec inquiétude.

Non, le livre ne mourra pas, tant qu'il y aura encore, sur terre, une frange de population attirée par cet objet incongru : un texte long. Je dis un texte long, pas un texte intéressant, car si un paramètre reste immuable, c'est celui de la segmentation du marché en trois parts parfaitement inégales où le quanti couche souvent avec le quali. Les gros lecteurs (ils fondent), les non-lecteurs (ils grossissent) et les moyens lecteurs (ils stagnent).

1/ LES GROS LECTEURS SE REFUGIENT DANS LES LIVRES EN PAPIER ? FAUX

Première contre-vérité : les gros lecteurs sont l'avenir des librairies. Le gros lecteur, c'est, dans les études sur les pratiques culturelles, cette vingtaine de % de la population qui lirait plus de 20 livres par an. A leur sujet, trois remarques. La première c'est que cette famille hétéroclite est systématiquement gonflée de la même façon que

l'électorat du FN est sous-estimé dans les sondages. La seconde, c'est qu'on les trouve moins en librairie qu'en bibliothèque et la troisième c'est que ce sont ceux qui sont le moins sensibles au support. Normal, ce qu'ils veulent, c'est lire. Posséder une bibliothèque n'est pas leur obsession. Ce n'est plus un signe de quoi que ce soit pour qui que ce soit, d'ailleurs. Si un outil existe, plus léger qu'un livre papier qui leur permet de transporter la pile qui traîne sur leur

WEEK END

table de nuit, ils l'adopteront et ce sont eux qui, les premiers, se sont jetés sur les tablettes et les liseuses.

Les gros lecteurs, même sur-représentés, nous rappellent qu'un livre, c'est deux choses : un auteur qui écrit et un lecteur qui le lit. Peu leur importent le support et le canal de vente.

2/ LES VIEUX BOUDENT LES LIVRES ÉLECTRONIQUES ? FAUX

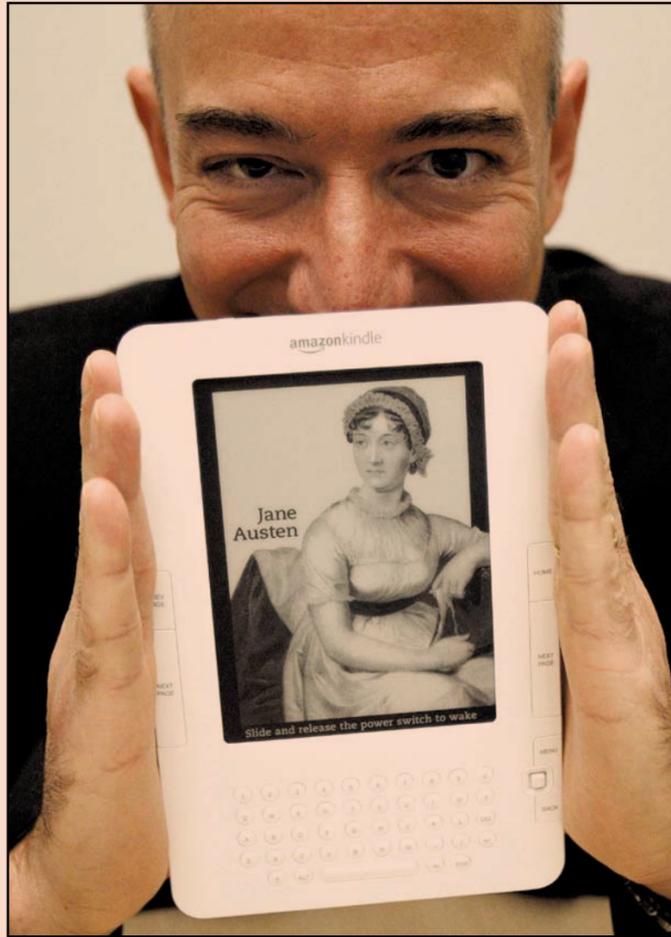
Encore une contre-vérité flagrante. On savait déjà que les baby-boomers n'étaient pas hermétiques aux nouvelles technologies, qu'ils s'y étaient mis avec la lenteur d'un diesel mais qu'une fois qu'ils acquièrent un outil, ils labourent le monde avec. Ils ont des blogs, s'inscrivent sur Facebook pour surveiller leurs petits-enfants, font des photos avec leurs téléphones et nous bourrent les nôtres en nous les envoyant, mais on pouvait penser qu'ils passeraient à côté des ebooks.

Minoritairement encore mais déjà significativement, ils ont commencé à acquérir des liseuses pour une raison simple : c'est enfin un produit qui pense à eux, qui permet de grossir les caractères ! Ce que résume le spécialiste des seniors Serge Guérin : "Cela montre que les seniors ne se situent pas hors de la modernité. Ils sont assez technophiles dès lors qu'ils en voient les avantages. Face aux technologies de communication, la fracture est - comme souvent - plus sociale et culturelle que générationnelle." Deux études, citées par l'excellent site actualitte.com, avancent même qu'il y aurait plus de possesseurs de liseuses chez les plus de 55 ans que chez les 18-24 ans. Logique : "La grande différence avec les générations plus jeunes tient au fait que les seniors privilégient les usages, se centrent sur des axes qui leur paraissent utiles directement. Ils se situent moins dans la recherche de nouveautés, dans le survol des applications au profit d'une utilisation assez rationnelle et directement inscrite dans des pratiques quotidiennes."

3/ TOUS LES EBOOKS SE RESSEMBLENT, AU FOND. FAUX

La presse adore les bancs d'essai mais ne comptez pas sur nous pour ça, il n'y a pas marqué la Fnac. Lorsqu'ils jouent aux catalogues, les journaux ne prennent pas de grands risques éditoriaux mais ils passent souvent à côté de l'essentiel. Passons sur les prix, les marques, les options (touch ou pas touch, couleur ou noir et blanc, Kindle ou Kobo, iPad ou concurrents) et concentrons-nous sur l'essentiel.

Il y a simplement deux types de supports de lecture d'ebooks : d'un côté les tablettes (iPad d'Apple et autres clones) et de l'autre les liseuses (Kindle d'Amazon et autres clones). Les tablettes ne servent pas qu'à lire, contrairement pour l'instant aux liseuses, mais une autre différence les éloigne. Les tablettes sont rétro-éclairées, comme les écrans d'ordinateurs, tandis que les liseuses fonctionnent avec de l'encre électronique, ce qui rapproche de la vision qu'on a



Plus concrètement, les liseuses permettent de lire au soleil mais pas dans le noir et les tablettes permettent de lire dans le noir mais pas au soleil. Un choix délicat, c'est vrai, mais moins que celui de choisir entre le dernier

Guillaume Musso et le prochain Marc Levy

d'une page sur papier. Plus concrètement : les liseuses permettent de lire au soleil mais pas dans le noir et les tablettes permettent de lire dans le noir mais pas au soleil. Un choix délicat, c'est vrai, mais moins que celui de choisir entre le dernier Guillaume Musso et le prochain Marc Levy.

4/ ON LIT MOINS QU'AVANT. VRAI MAIS FAUX

Vous rigolez ?! On ne lit pas moins, on lit plus, mais on lit atomisé, tout et n'importe quoi. On ne s'informe pas moins, on consomme plus de signes, de messages... Seule différence avec le passé, le commun des mortels est incapable de trier, de hiérarchiser, de choisir, d'éliminer, et les intermédiaires (les médias) ont été dépassés, plombés bien plus par le

panurgisme et la connivence que par le piratage. On paye toujours par où on a péché.

En fait, lire n'est juste plus synonyme de presse ni de livre.

On ne cherche plus à acquérir le savoir mais on cherche à savoir où trouver l'information.

L'humanité aurait d'ailleurs produit plus d'information au cours des deux dernières années qu'au cours de toute son histoire. Cette donnée laisse évidemment songeur et c'est dans ce contexte qu'il faut donc poser la question : le livre en papier va-t-il mourir ? Non, mais le livre n'a plus rien de sacré. Dans trente ans, on les manipulera peut-être comme de vieux vinyles.



En fait, lire n'est juste plus synonyme de presse ni de livre. On ne cherche plus à acquérir le savoir mais on cherche à savoir où trouver l'information.

L'humanité aurait d'ailleurs produit plus d'information au cours des deux dernières années qu'au cours de toute son histoire. Cette donnée laisse évidemment songeur

Le livre en papier va-t-il mourir ? Non, mais le livre n'a plus rien de sacré. Dans trente ans, on les manipulera peut-être comme de vieux vinyles

5/ LE LIVRE EN PAPIER VA DISPARAITRE ? FAUX

La réponse est non. Il deviendra au fil des décennies un produit de moins en moins usité, concurrencé par sa version numérique. On les trouvera dans les librairies qui auront survécu et dans les bibliothèques publiques. Survécu à quoi ? À la concurrence de la vente en ligne (10 % du marché en France, trois fois plus aux USA), à la hausse des loyers, à la baisse de la demande, à la hausse de l'offre et à l'uniformisation des best-sellers, souvent médiocres, souvent piratés, souvent interchangeables.

Lorsque les derniers survivants des générations "paper native" auront été enterrés, se posera la question de la survie non pas d'un support, mais d'une culture, une certaine idée du choix, des références, du mode de consommation autour desquels ils - nous - se sont construits. Nous sommes nés avec deux ou trois chaînes en noir et blanc qui n'émettaient que lorsque nous étions de retour de l'école et nos parents du travail. Pour le reste, il y avait les journaux, les magazines, la radio et les livres. Ils étaient là pour nous instruire et nous informer. La distraction, c'était la fonction de la télévision, l'information, celle de la radio et de la presse.

Or, ces fonctions sont désormais communes à tous ces médias. Plus encore, ces médias ont un support commun, Internet. Sur écran fixe, mobile ou tablette.

Le cinéma, la télévision sont consommés à la demande, la musique a été dématérialisée, le livre était le dernier à résister. Sa chaîne restait protégée. Auteur, éditeur, libraire, lecteur. Jusqu'à quand ?

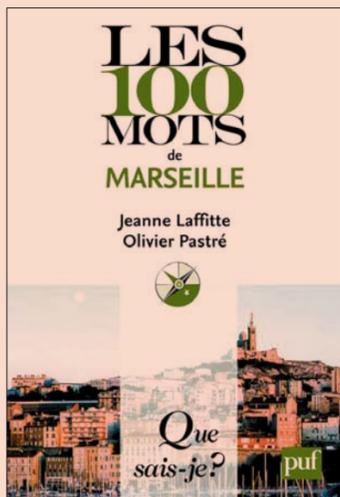
6/ LE LIVRE EST PEU PIRATÉ ? VRAI MAIS FAUX

Les livres sont moins piratés que les films et la musique mais cette bonne nouvelle en cache une mauvaise : c'est parce qu'on cherche moins avidement à lire sans les acheter les dernières parutions que les derniers navets cinématographiques. Les dernières études françaises montrent grosso modo que pour un téléchargement légal d'un livre, il y a un téléchargement pirate, mais que 1 % seulement de l'offre légale est accessible aux pirates, soit 3 à 4 000 titres. Best-sellers : les livres informatiques et la BD. Qu'on trouve souvent Gilles Deleuze parmi les auteurs piratés ne doit pas cacher la réalité : les pirates sont surtout des geeks et des adolescents boutonneux.

Contre le piratage, aucune frontière technologique n'est sérieusement imaginable. Par contre, une adaptation du prix du livre numérique serait plus efficace. Si les ebooks coûtaient environ 50 % du prix du livre papier, le chiffre d'affaires du secteur serait protégé.

Minoritairement encore mais déjà significativement, ils ont commencé à acquérir des liseuses pour une raison simple : c'est enfin un produit qui pense à eux, qui permet de grossir les caractères !

Vient de paraître



Les 100 mots de marseille
Jeanne Laffitte & Olivier Pastré,
Edition puf

WEEK END

Logique, se dit-on : un livre électronique ne coûte rien à imprimer (10 % de son prix de vente), rien à distribuer (55 % de son prix de vente). Mais demander à un éditeur d'envisager une telle baisse est psychologiquement inimaginable pour l'heure. Les éditeurs ont toujours eu un rapport, comment dire, compliqué, à l'argent.

7/ LES LIBRAIRIES VONT MOURIR ?

PRESQUE VRAI

Oui, la majorité d'entre elles auront disparu d'ici une quinzaine d'années, transformées en enseignes de fringues, de téléphonie mobile ou en guichets bancaires. Les librairies n'ont jamais été très rentables, mais elles sont clairement passées dans le rouge, à l'exception des meilleures d'entre elles, c'est-à-dire celles dont la taille et les livres proposés sont en adéquation avec leur zone de chalandise. C'est le B-A-BA du commerce, direz-vous. Mais ça n'est pas celui du commerce du livre. La loi sur le prix unique (loi Lang, 1981) a longtemps protégé les plus petites face aux Fnac mais c'est désormais insuffisant. Ce qu'on appelle "l'office" leur ôte toute marge de manoeuvre. L'office, c'est cette quasi-obligation qu'elles ont de mettre en vente ce que leur proposent les éditeurs. Leur seule possibilité est de renvoyer ce stock au bout de trois mois. Entretemps, ils ont assuré la trésorerie des éditeurs. Les librairies qui refusent l'office s'en sortent mieux dès lors qu'elles savent adapter leurs commandes (tant en termes quanti que quali) à leur clientèle, mais il faut du doigté.

Ces dernières années, les librairies ont encaissé le choc de la vente en ligne qui représente déjà 10 % du marché en France (trois à quatre fois plus aux USA), celui de la hausse des loyers et enfin celui de la baisse du nombre de lecteurs (-2 % par an) et vient désormais la concurrence des livres électroniques (moins de 2 % du marché français, 10 % du marché US) pour le commerce desquels elles n'ont aucun rôle à jouer.

8/ LES EDITEURS VONT DISPARAITRE ? NON

Non, mais leur métier va muter. L'auto-édition, qui permet sur le papier, si j'ose dire, à l'auteur de se passer d'intermédiaire pour publier son livre à l'avenir. D'abord parce qu'Internet permet de contourner les médias en tant que prescripteurs, les libraires en tant que distributeurs et les éditeurs en tant que sélectionneurs. L'auteur peut ainsi envisager de toucher non plus 10 mais 50 % ou plus du CA de son livre. Un doux rêve. Dans les années à venir, on entendra souvent parler d'auteurs qui auront transformé leur prose en best-sellers électroniques mais si ces success stories seront très médiatisées, elles resteront rares. L'auto-édition est dans une large mesure le futur miroir aux alouettes des détenteurs de manuscrits impubliables.

9/ AND THE WINNER IS...

Amazon. Incontestablement. C'est devenu le premier libraire du monde. Son fonds est exhaustif, sa livraison rapi-

de est garantie et pour contourner la loi sur le prix fixe, l'enseigne offre désormais simultanément aux clients les nouveautés au prix établi ou les mêmes titres présentés comme d'occasion à un prix plus faible. Qui dit mieux ?

10/ A QUOI RESSEMBLERA LE

LIVRE DE DEMAIN ?

A un fichier numérique, comme tout ce qu'on consomme désormais. Avec une possibilité très forte, qui existe déjà en test ici ou là : la possibilité de commenter les livres qu'on lit. On n'aurait pas imaginé il y a dix ans que les articles seraient passés à peine mis

en ligne à la moulinette de leurs lecteurs. On n'aurait pas imaginé que les commentaires prendraient presque le dessus sur l'objet commenté. Alors, comment imaginer aujourd'hui qu'il n'en sera pas de même pour les livres ? On passera de la chaîne du livre (auteur, éditeur, libraire, lecteur) au réseau du livre (textes, auteurs, lecteurs) pour le meilleur et pour le pire, comme toujours.

HÔTEL DES VENTES DE VILLEFRANCHE

ENCHÈRES RHÔNE ALPES

- ERA -
SVV 2002/106

ENCHÈRES RHÔNE ALPES

Pierre-Yves GUILLAUMOT - Michel REBOUILLON - Pierre-François BREUILH - Anne-Catherine MUNSCH
Commissaires-Priseurs habilités

PY GUILLAUMOT, Commissaire-Priseur Judiciaire - Siège social : 90 Rue Vendôme 69006 LYON



SAMEDI 9 JUIN à 14 h 30

DESIGN - LUXE VINTAGE - ART

Mobilier luminaires design, art moderne et contemporain, céramique, maroquinerie

DESIGN XX^e

ROYERE, PROUVE, PERRIAND, MOUILLE, CAPRON, EAMES, BORSALI, PAULIN
MATEGOT, MOURGUE, ADNET...

ART

JEFF KOONS, CHAMIZO, PASQUA...

LUXE, VINTAGE :

HERMES, CHANEL, VUITTON, GOYARD, COURREGES...



Jean ROYÈRE,
tabouret curule - 1937



Jean PROUVÉ
deux importants bancs d'amphithéâtre
circa 1950



CHAMIZO
Acrylique sur toile
« Hermès est devenu fou »



Oswaldo BORSANI, rare salon complet, modèle P 32 - 1956



Jean ROYÈRE (1902-1981) salon Ambassador, circa 1950



interencheres-live.com

Les ventes des commissaires-priseurs, en direct sur internet

CONSULTANTS : Anne Ginot : 06 09 81 50 79 - Chérif Aïssou : 06 86 85 11 16

EXPOSITION PUBLIQUE : Vendredi 8 juin de 9 h à 12 h et de 14 h à 18 h et samedi 9 juin de 9 h à 12 h

CONTACT À L'ÉTUDE : C. Guillaumot : 06 32 13 72 66

Photos et détails de la vente en ligne sur www.interencheres.com/69009

Frais de vente : 20 % arrondis à l'euro supérieur

ERA | 1725, route de Riottier, 69400 VILLEFRANCHE-SUR-SAONE | Tél : +33 (4) 74 09 44 10 | Fax : +33 (4) 74 09 44 19 | Email : etude.era@gmail.com

Accrochages, décrochages

ROXANA AZIMI,
Le Quotidien de l'Art

Qui a peur de la vidéo ?

Jean-Conrad et Isabelle Lemaître défendent depuis quinze ans la vidéo

Qui a peur de la vidéo ? Certainement pas Jean-Conrad Lemaître, ancien cadre à la retraite du Crédit Agricole, et sa femme Isabelle. Depuis plus de quinze ans, ce couple prosélyte et sincère milite pour la reconnaissance de ce médium qui suscite encore quelques réticences de la part des collectionneurs. Expatriés pendant trente ans avant de retrouver leur nid parisien, les Lemaître ont découvert l'art international au cours de leurs pérégrinations en Europe. Comme la plupart des amateurs, ils débutent de manière classique, avec des gravures et des livres illustrés, découvrent l'art abstrait espagnol lors de leur séjour ibérique, puis les artistes britanniques comme Richard Deacon lors de leur installation londonienne. Durant leur intermède bruxellois de 1989 à 1994, leur ensemble s'enrichit d'artistes belges, de Marcel Broodthaers à Patrick Van Caeckenbergh. De retour à Londres en 1994, leur collection prend une autre tournure et s'oriente plus particulièrement vers la vidéo, avec l'achat en 1996 d'une pièce de Gillian Wearing. Ils figurent ainsi parmi les premiers acheteurs d'artistes tels que Steve Mc Queen qui a représenté la Grande-Bretagne à la Biennale de Venise en 2009. Depuis, ils sont devenus des défenseurs zélés, aidant activement la foire dédiée à ce médium, Loop, qui fête ses dix ans à Barcelone. En 2006, ils quittent leur discrétion toute protestante pour montrer leur collection à la Maison Rouge. *"Il y a un aspect convivial dans la vidéo. On montre à nos amis dans un dîner, comme d'autres se réunissent pour parler de foot. C'est le même geste que tirer une gravure d'un portfolio pour la montrer à des proches. Ce sont des moments de communion"*



portfolio pour la montrer à des proches. Ce sont des moments de communion", remarque Jean-Conrad Lemaître.

Balayer les réticences

En bons militants rôdés, ils savent balayer les réticences. Les réfractaires arguent que la vidéo, jouant sur la durée, exige une trop grande concentration. Il en faut pourtant autant pour regarder n'importe quelle œuvre d'art. Mais à l'ère du zapping généralisé, l'effort semble difficile... Les questions de conser-

vation taraudent aussi les amateurs plus classiques. Certains craignent que leurs œuvres deviennent obsolètes avec les changements technologiques. *"Si on a un bon laboratoire pour le transfert des supports, il n'y a pas de soucis. Le tout est d'être bien conseillé",* souligne Jean-Conrad Lemaître. Les prix du matériel se sont d'ailleurs fortement démocratisés. L'authenticité d'une vidéo est pour sa part assurée par la facture délivrée par les galeries, à laquelle s'ajoute un certificat de l'artiste. Mais surtout, les craintes tiennent à la dématérialisation de l'œuvre, à son faible potentiel de fétichisation – on ne montre pas une vidéo comme un trophée au-dessus du canapé – et surtout à l'incertitude quant à sa valeur patrimoniale. Car

à ce jour, il n'y a pas à proprement parler de second marché pour les vidéos qui apparaissent très rarement en vente publique. Là encore, pour les Lemaître, ce médium devrait suivre la voie de la photographie, pour laquelle il n'existait pas de marché de revente voilà encore vingt ans. D'ailleurs, l'investissement n'est pas plus prohibitif que pour d'autres supports, et la vidéo d'un jeune artiste peut valoir autour de 3 000 euros. En revanche, celle du Britannique Douglas Gordon, déjà très établi, peut atteindre le million d'euros. L'an dernier, le Centre Pompidou, la Tate et le Musée d'Israël se sont groupés pour acheter une copie de *Clock* de Christian Marclay, pour une valeur de 400 000 dollars. Autre point de confusion, les éditions illimitées. Le Bureau des vidéos (BDV) en propose ainsi pour 37 euros. Mais l'acquéreur ne disposera pas du droit de diffusion de l'œuvre. *"La photo et la vidéo sont entrées dans la grande consommation. C'est embêtant pour un collectionneur lorsqu'il voit des vidéos à la Fnac pour 25 euros. Il se dit pourquoi mettre 5 000 euros ?, le côté produit de grande consommation les dérange. Mais c'est pareil dans le design. Une chaise en édition illimitée chez Habitat peut valoir 200 euros et une pièce en édition limitée 20 000 euros ailleurs",* souligne Jean-Conrad Lemaître.

Loop, du 31 mai au 2 juin, Hotel Catalonia Ramblas, Pelai 28, Barcelone, www.screenbarcelona.com
"The eyes of the soul, collection Lemaître", jusqu'au 17 juin, Fondation Francisco Godia, Diputació, 250, Barcelone, www.fundacionfgodia.org

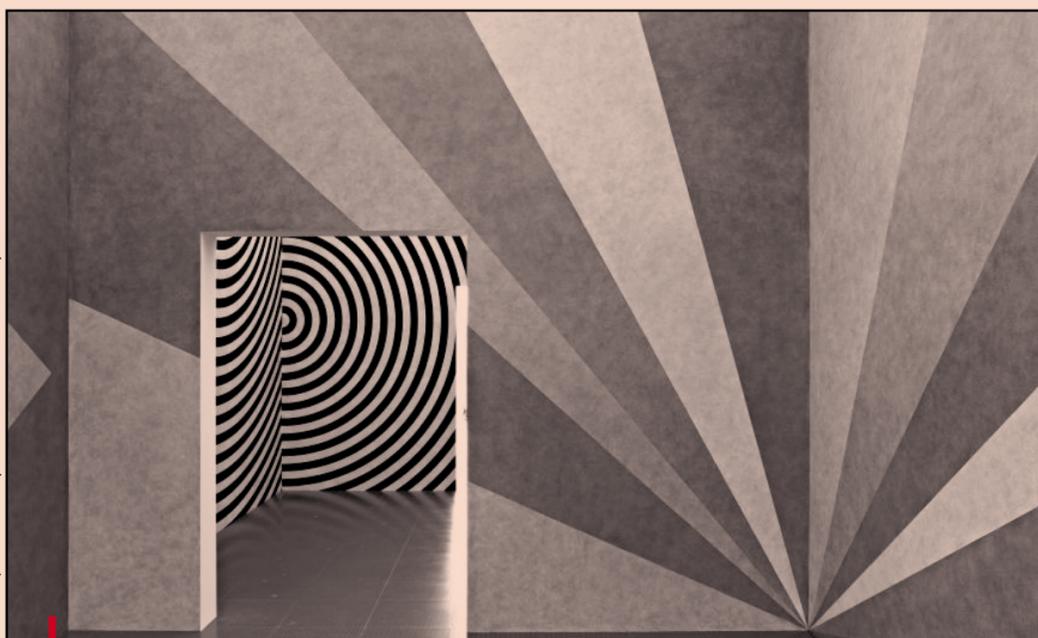
LES VIBRATIONS DE SOL LEWITT

Une sélection de 33 dessins muraux de l'artiste minimaliste américain Sol LeWitt a été réunie pour la première fois en Europe dans le cadre d'une magnifique rétrospective au Centre Pompidou Metz. Père de l'art conceptuel, cet artiste avait défini les préceptes de son œuvre, à savoir la disjonction entre l'idée et la forme, dont la réalisation est déléguée à d'autres mains. Sur le papier, le visiteur s'attend à une démonstration rigoureuse de cette théorie. Or, l'œil se promène dans un camaïeu de noir, blanc et gris, un territoire éminemment sensoriel. Derrière les protocoles rationnels mis en place par le créateur, c'est bien du plaisir rétinien qu'on ressent face aux zébrures noires et blanches, aux spirales vrillant en jeux d'optique, devant le tremblement du graphite sur le granulé du mur. Les lignes vibrent en résilles minutieusement tracées, précises et en même temps soumises au nécessaire chevrottement de la main. Les aplats jouent entre

le mat et le brillant, tandis que les formes géométriques apparaissent en épiphanie, sous une lumière rasante. La rigueur devient peut-être un peu hypnotique, les damiers semblent se mettre en mouvement, les lignes blanches sur l'appât noir deviennent irisées ou argentées, les brisures font danser les angles. Sol LeWitt ou comment être conceptuel et sensible à la fois.

"Sol LeWitt, Dessins muraux de 1968 à 2007", jusqu'au 29 juillet 2013, Centre Pompidou-Metz, 1, parvis des Droits-de-l'Homme, 57000 Metz, www.centrepompidou-metz.fr

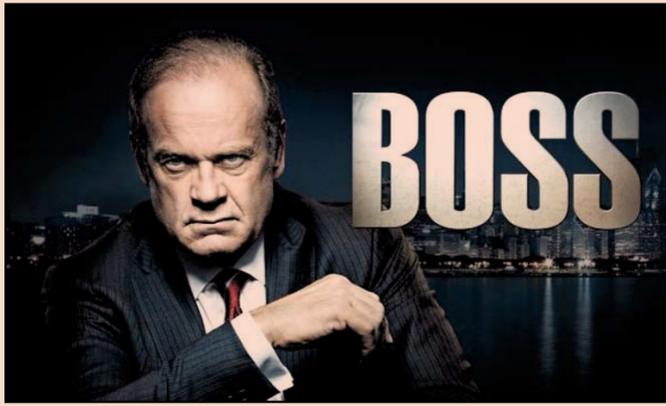
33 dessins muraux de l'artiste minimaliste américain réunie pour la première fois en Europe au Centre Pompidou Metz



Wall Drawing #542 et Wall Drawing #462 au premier plan, Wall Drawing #542
Sur deux murs, des lignes partant du coin inférieur jusqu'au milieu du haut et des côtés des murs. Les espaces entre les lignes sont remplis au lavis d'encre de Chine. Lavis d'encre. Première réalisation : David Higginbotham, Catherine Pasteur. Première installation : Musée Saint-Pierre, Lyon, Septembre 1987. Musée d'art contemporain de Lyon. Au second plan, Wall Drawing #462. Sur quatre murs, une pièce, des arcs de 4 pouces (10 cm) de large, partant des milieux des quatre côtés, tracés en alternant les bandes grises et noires au lavis d'encre (Détail). Lavis d'encre. Première réalisation : Sergio Cavazzini, Mauro Pitaccolo, Anthony Sansotta, Sergio Sarra. Première installation : Galleria Studio G7, Bologne, janvier 1986, LeWitt Collection, Chester, Connecticut.

“Boss”

Faim de série



Vous avez aimé *West Wing* ? Vous risquez d'adorer *Boss*, à condition de faire taire le démocrate qui est en vous.

PIERRE GABRIEL

Boss monte d'un cran sur l'échelle du feuilleton politique. Il n'est question que du contrôle du pouvoir, par l'argent, le sexe, la magouille, la trahison, le mensonge ; tout est justifié par le bien de la communauté.

LE PITCH : Tom Kane ne craint personne, ne respecte personne, ne fait confiance à personne. Son épouse le méprise, sa fille ne lui adresse plus la parole, la plupart ont peur de lui. Chicago est son terrain de jeu. Tom Kane est le maire de Chicago, le maître de Chicago. Il est atteint d'une maladie incurable, une dégénérescence du cerveau qui le laissera baveux, immobile, impuissant. Personne ne doit le savoir, il continue à tout diriger, contrôler, dominer. Ses deux brillants conseillers lui procurent les moyens de continuer, sans poser de question. Mais n'est-il pas temps de regarder derrière, à côté, sa femme, sa fille ? Pourquoi pas. Elles peuvent lui être utiles pour gagner du temps, garder le pouvoir, son pouvoir...

LE CADRE : Produit par Lionsgate, une mini-major entrée dans la cour des grands avec *Mad Men*, *Boss* a été diffusée sur Starz, chaîne payante créée en 1994, dont la réputation n'est pas à la hauteur de ses concurrentes HBO, Showtime ou même AMC. Après des tentatives sulfureuses (*Spartacus*), avortées (*Camelot*) ou carrément ratées (*Crash*), Starz a enfin réussi son coup avec *Boss*. Une seconde saison de 10 épisodes est actuellement en tournage, et Kelsey Grammer, qui a remporté en janvier le Golden Globes du meilleur comédien, est le grand favori pour les Emmy Awards décernés en septembre 2012.

LE COMMENTAIRE : Vous avez aimé *West Wing* ? Vous risquez d'adorer *Boss*, à condition de faire taire le démocrate qui est en vous. Ici, pas de demi-mesure ou de faux-semblant. Tout est cru, violent, dramatique, à la dé-

mesure de Chicago, qui joue avec l'ombre d'Al Capone, quasi réincarné dans le corps débilitant de Kane. Emporté par un Kelsey Grammer exceptionnel, relayé par un cast impeccable à commencer par la lumineuse Connie Nielsen, *Boss* monte d'un cran sur l'échelle du feuilleton politique : les coups les plus vils sont donnés, sans respect aucun de l'humain. Il n'est question que du contrôle du pouvoir, par l'argent,

le sexe, la magouille, la trahison, le mensonge ; tout est justifié par le bien de la communauté. Un pilote hypertendu réalisé par Gus Van Sant (deux Oscars, une Palme d'or) donne le ton, strident, et la qualité ne baisse jamais.

FICHE TECHNIQUE

“Boss”

Série de 8 épisodes de 52 minutes, créée par Farhad Safinia. Pilote réalisé par Gus Van Sant, également producteur exécutif. Une saison diffusée, une à venir en août 2012, sur Starz. Pas de diffusion en France, pas de DVD, apprenez cette fiche par cœur et faites croire que vous l'avez vue. Si vous voulez absolument la regarder, je ne veux pas savoir comment.

Un comédien : Kelsey Grammer. Révélé par la série culte *Cheers*, célébré dans *Frasier*, spin-off de la précédente, Grammer fut pendant les années 90 le comédien de télé le mieux payé au monde, interprétant un seul personnage pendant 20 ans, le Dr Frasier Crane.

Une phrase : “People want to be led. Those who lead them to what they want, they get power.”

Pourquoi il faut regarder :

- 1/ Quand on aime la politique, on doit avoir vu *Boss*
- 2/ C'est bien plus pertinent et perturbant que n'importe quel documentaire racoleur de Michael Moore
- 3/ Pour Ben Zajac, fringant politicien, obsédé sexuel et marié à une femme qui a plus d'ambition que d'amour-propre.

Spoiler pour ceux qui veulent faire croire qu'ils l'ont vue :

Le Boss sacrifie sa fille, humilie sa femme, son bras droit se suicide et lui-même git lamentablement sur le sol de sa salle de bains, tremblant et impuissant. Mais il a toujours le pouvoir dans sa ville.

Partenaires Officiels

Rhône-Alpes

GRAND LYON
communauté urbaine

CCIR
Rhône-Alpes
les Chambres de Commerce
et d'Industrie Rhône-Alpes

13 & 14
JUN
2012
Centre de Congrès
LYON

Cette année, je crée mon entreprise !

Rendez-vous au

Salon des Entrepreneurs

Lyon Rhône-Alpes

L'événement N°1 des créateurs et dirigeants d'entreprises

Partenaires Associés

FINANCES PUBLIQUES

INVITATIONS

salondesentrepreneurs.com

Médias Officiels

Avec

code invitation

1nec

Les Echos de la franchise.com

n° du commerce associé

DOCUMENT



ARNON MILCHAN, QUI FREQUENTE AUSSI BIEN BRAD PITT ET ANGELINA JOLIE QUE SHIMON PERES ET BENYAMIN NETANYAHOU, EST DE CEUX QUI ONT PERMIS A ISRAEL DE MENER A BIEN SON PROGRAMME DE RECHERCHE NUCLEAIRE.

L'espion qui produisait des films

Le 18 septembre 2008, le Tout-Hollywood était réuni dans la grande salle de cérémonie du studio Paramount, pour l'une de ces soirées à robes longues et nœuds papillons dont il a le secret : il s'agissait ce soir-là de remettre un prix "pour l'ensemble de son œuvre" au producteur de nombreux films à succès comme "Fight Club", "La Guerre des Rose", ou "Mr & Ms Smith". Parmi les stars qui défilaient sur scène pour célébrer l'homme du jour, on remarquait Robert de Niro, Brad Pitt, Nicole Kidman, Martin Scorsese et d'autres encore. Au milieu des commentaires forcément élogieux, beaucoup s'accordèrent à célébrer sa force de caractère, son aspect visionnaire, sa capacité à concilier les extrêmes. Aucun ne mentionna ce qui pourtant le définirait le mieux : l'homme que Hollywood célébrait était un des plus grands maîtres espions d'Israël, et il avait procuré à son pays, au cours des dernières décennies, une quantité impressionnante de technologies américaines, par des moyens pas toujours légaux. **Extraits.**

Arnon Milchan est né en 1944 au sein d'une famille nombreuse dans la ville de Rehovot, alors une des plus dynamiques de la Palestine sous mandat britannique, sur une terre de vignobles et d'orangers autrefois cultivée par son grand-père. Quatre ans plus tard, grâce à un vote des Nations unies, Rehovot se trouvait faire partie d'un petit pays de pionniers et de survivants des camps, bientôt assiégé par ses voisins arabes. Après la guerre, la région entama sa transformation en centre technologique et scientifique. La famille Milchan se lança dans l'industrie des fertilisants et la distribution de carburants. Après ses premiers succès, elle installa ses bureaux à Tel-Aviv. Arnon fut donc élevé au milieu de l'élite ashkénaze (issue de l'émigration européenne) et se distingua rapidement par sa vivacité d'esprit et son hyperactivité. L'adolescent fut envoyé dans une école chic anglaise, afin de lui donner un vernis cosmopolite. Il s'y distingua par ses talents au football et y fit aussi sa première expérience de l'antisémitisme. Après son service militaire, le jeune homme fut envoyé en Suisse pour y suivre des études de chimie et se préparer à travailler dans l'entreprise familiale de fertilisants. Mais en 1965, il dut interrompre brutalement ses études pour rentrer au chevet de son père, mourant. A 21 ans, il lui fallut reprendre les rênes de l'entreprise familiale. A cette époque, la société était au bord de la faillite et ses partenaires ne donnaient pas cher du nouveau P-DG. En inventoriant les dossiers de son père, Arnon fit une découverte qui allait changer le cours des évé-

nements. La société n'était pas seulement, comme il le croyait, engagée dans le domaine agricole. Dans le plus grand secret, elle avait aussi développé une petite mais prometteuse activité d'import-export en armement ! Capitalisant sur cette première expérience, Arnon réussit à maintenir la société à flot et à la développer au-delà de tout ce que l'on aurait cru possible. Totalement ignorant en matière d'armes, le jeune homme s'abonna à toutes les revues spécialisées de la planète, apprit par cœur les noms de tous les fabricants et les contacta tous en leur proposant de devenir leur représentant exclusif en Israël.

On le forma donc à toutes techniques qu'il aurait besoin de maîtriser au cours de ses missions : comment créer des sociétés écrans, jongler avec les comptes bancaires offshore, la technique des faux documents de destination pour le commerce d'armes, etc. Des compétences qui lui seraient également d'une grande utilité pour développer ses affaires

Il obtint plusieurs rendez-vous et quelques contrats. Il fit à cette époque la connaissance de deux personnages capitaux pour son travail mais aussi pour le tour qu'allait prendre sa vie. L'un d'eux était le célèbre Moshe Dayan, vétéran de Tsahal et ministre de la Défense ; l'autre, moins célèbre à l'époque, se nommait Shimon Peres : il était alors sous-ministre de la Défense après avoir été directeur général du ministère, en charge d'achats d'armes. Ce fut le début d'une relation qui allait faire basculer Arnon dans le monde obscur du renseignement. Après quelques mois de

fréquentation amicale, Peres informa Milchan du "grand secret" d'Israël : son programme nucléaire clandestin, développé avec l'aide des Français. Il lui présenta l'homme à qui il avait confié la sécurité du programme : Benjamin Blumberg, ancien responsable du contre-espionnage et de la sécurité au ministère de la Défense. Ce dernier était en train de monter une agence secrète, chargée de se procurer l'équipement et les matériels indispensables au programme israélien, mais en principe impossibles à acquérir sur le marché légal. Cette agence, installée dans un bâtiment du ministère de la Défense, serait si secrète

que même le Mossad ne serait pas informé de son activité. Au début des années 1970, elle serait baptisée "Bureau de liaison scientifique" ou Lakam, et surnommée par certains initiés le "Mossad II". Elle devait acquérir les équipements nécessaires au programme nucléaire par tous les moyens, y compris la tromperie, le vol et la force. En effet, à cette époque la relation avec la France était en train de se refroidir et il était urgent de trouver d'autres canaux d'approvisionnement. Système de guidage de missiles, centrifugeuses, carburant pour fusées, équipement de vision nocturne, la-

la liste des demandes allait bientôt ressembler à un inventaire à la Prévert et excéder largement les besoins du programme nucléaire pour couvrir tous les secteurs de la défense israélienne au fur et à mesure que les succès s'accumuleraient et que la notoriété du Lakam déborderait certains cercles étroits. Une commission secrète de scientifiques fut formée pour définir les besoins prioritaires. Elle se réunissait chaque semaine pour établir les listes d'objectifs, précisant où on pouvait se les procurer. Qui s'en chargeait ensuite et par quels moyens ? Les membres n'avaient pas besoin de le savoir. Pendant les années 1970, le Lakam fut si discret qu'aucune des agences de renseignement occidentales ne soupçonna son existence, alors même qu'il agissait sur la plupart de leurs territoires. Dans son étude sur le système du renseignement israélien saisie par les Iraniens lors de la prise d'otages de l'ambassade des Etats-Unis à Téhéran en 1979, la CIA identifie correctement la recherche technologique dans les pays amis comme une des priorités israéliennes. Mais elle ne soupçonne pas l'existence d'une agence distincte chargée de cette mission. De ce fait, les soupçons et la surveillance du contre-espionnage restèrent longtemps focalisés sur les équipes du Mossad, laissant le champ libre aux francs-tireurs du Lakam. D'autant plus francs-tireurs que certains, à l'image d'Arnon Milchan, avaient sur le territoire américain une véritable et légitime activité économique. Après avoir révélé à son ami Arnon les dessous de la politique de défense israélienne,

WEEK END

Il serait raisonnable de penser que pendant toute cette affaire, ou du moins la période la plus chaude, entre 1983 et 1985, Arnon Milchan fit profil bas dans le monde des affaires et évita de visiter les Etats-Unis. Il n'en est rien. Dans les années 1980, le toujours hyperactif et insatiable Arnon Milchan ajouta une corde à son arc : après quelques investissements ponctuels dans le cinéma, il aspirait à devenir un producteur à part entière

et constaté avec satisfaction que sa motivation à servir Israël dans un environnement dangereux était inchangée, Shimon Peres le mit entre les mains de Benjamin Blumberg, dont le jeune entrepreneur allait devenir un des plus importants agents. En apparence, le quinquagénaire Blumberg tenait plus du bureaucrate que du maître espion, avec son physique quelconque, sa voix douce et son air sinistre. Mais les deux hommes développèrent rapidement une amitié durable, au point que Milchan fut vite considéré au sein du service comme le chouchou du patron.

Aux yeux de Blumberg, l'audacieux et créatif Arnon Milchan correspondait parfaitement au profil d'agents qu'il souhaitait recruter pour compléter son réseau d'attachés militaires : des hommes d'affaires légitimes, avec de véritables activités, et suffisamment patriotes pour prendre des risques au service du Lakam. On le forma donc à toutes techniques qu'il aurait besoin de maîtriser au cours de ses missions : comment créer des sociétés écrans, jongler avec les comptes bancaires offshore, la technique des faux documents de destination pour le commerce d'armes, etc. Des compétences qui lui seraient également d'une grande utilité pour développer ses affaires. Arnon reçut aussi une formation sur le recrutement et la manipulation de sources. Et il se fit la main avec quelques petites "coursées" pour le Lakam. Besoin de 1000 tonnes de perchlorate d'ammonium ? De radars de précision ? A chaque fois, Arnon trouvait la solution. Pas de doute, il était prêt pour des missions à risque...

Après quelques mois d'immersion dans le monde du renseignement, Milchan put prendre l'initiative et surprendre ses recruteurs. Il fit à ses amis Shimon Peres et

Moshe Dayan une proposition qu'ils ne pouvaient pas refuser. D'ores et déjà, sa société était le représentant non exclusif en Israël de plusieurs industriels de l'armement et de l'aviation. Si le ministère de la Défense expliquait de façon officieuse à ces industriels que Milchan était dorénavant le point de passage obligé, ce dernier s'engageait à reverser ses commissions sur les contrats aux fonds secrets du ministère, et donc du Lakam ! Les commissions seraient versées par les industriels sur des comptes secrets à l'étranger, ce qui permettrait ensuite de financer des missions qui ne devaient laisser aucune trace. De facto, Milchan devenait le banquier occulte des grosses opérations secrètes du renseignement israélien à l'étranger : non seulement celles du Lakam, mais aussi parfois celles du Mossad. Lui seul connaissait l'ensemble des comptes ouverts un peu partout dans le monde et les avoirs

en cours entre Israël et l'Afrique du Sud. Ce pays africain allait devenir le premier marché israélien pour l'armement. Cette fois encore, Milchan allait servir d'agent commercial à cette part de l'industrie israélienne, alors en plein essor. On demanda aussi à Milchan de seconder l'effort de réhabilitation médiatique tenté par le gouvernement sud-africain, qui consistait à racheter les journaux et magazines susceptibles de faire évoluer l'opinion publique internationale. Après quelques séjours en Afrique du Sud, Milchan, de plus en plus mal à l'aise avec les réalités du régime, laissa vite tomber cette activité. Pendant cette époque, il développa aussi des relations commerciales avec Taïwan, qui souffrait alors du rapprochement diplomatique entre la Chine continentale et les Etats-Unis. L'oncle Sam ne pouvait plus décemment vendre d'armes au frère ennemi taïwanais de ses nouveaux amis chi-

Après quelques mois d'immersion dans le monde du renseignement, Milchan put prendre l'initiative et surprendre ses recruteurs. Il fit à ses amis Shimon Peres et Moshe Dayan une proposition qu'ils ne pouvaient pas refuser

disponibles dans chacun d'eux. En fonction des besoins, il faisait mettre à disposition de tel agent dans tel pays une somme en liquide dont la provenance serait impossible à établir. Il pourrait aussi s'en servir pour régler des achats de matériels... ou pour payer une rançon ou un pot-de-vin. Ce qui ne signifie pas que Milchan soit informé de chaque mission en détail : il devait en savoir le moins possible, uniquement ce qui était nécessaire pour mettre à disposition une certaine somme à l'usage d'une certaine personne... Ce seul rôle donnait au jeune homme un pouvoir considérable, mais ses ambitions ne s'arrêtaient pas là.

L'entrepreneur fit à ses amis une deuxième suggestion : il offrit d'établir notamment aux Etats-Unis des filiales de son groupe, qui serviraient de couverture aux activités du service. Il devenait ainsi un rouage essentiel du dispositif. Ce qui ne pouvait avoir que des effets positifs sur son business avec le ministère de la Défense. Comment en effet refuser à un allié si précieux un petit coup de pouce de temps à autre, surtout s'il ne laisse pas de trace ? (...)

Après la guerre de Kippour de 1973, qui avait montré pour la première fois l'armée d'Israël en difficulté, la priorité du ministère de la Défense fut à la modernisation de ses troupes. Il devenait crucial qu'elles disposent toujours des technologies les plus en pointe pour ne pas se retrouver acculées lors de la prochaine guerre. De leur côté, les Etats-Unis accordaient désormais à Israël des aides toujours plus considérables... à dépenser auprès de l'industrie américaine. Ce fut une période faste pour les entreprises d'Arnon Milchan et pour ses clients, en particulier Raytheon.

C'est lors d'une visite privée dans les installations nucléaires de Dimona que Milchan entendit pour la première fois parler du krytron. Les krytrons sont utilisés dans les photocopieuses et nombre d'appareils médicaux. Ils ont aussi un usage comme détonateur de bombe nucléaire, ce qui est moins connu. Une seule société les fabriquait aux Etats-Unis à l'époque et leur exportation était sérieusement réglementée. En 1975, on demanda à Smyth d'en acheter quatre cents et, comme c'était la règle, il remplit la licence d'exportation de munitions requise pour ce type de matériel, qui fut cette fois refusée. En 1976, un nouvel essai fut à nouveau infructueux. Cette fois, la CIA commença à se poser des questions sur les activités de Milco.

Pendant ce temps, celles de Milchan continuaient à se développer un peu partout dans le monde. L'homme d'affaires fut informé par son mentor Peres du rapproche-

ment, mais rien n'empêchait qu'Israël se substituât à lui comme partenaire commercial. C'est ainsi que jusqu'à 20 % du chiffre d'affaires de Milco fut réalisé à la fin des années 1970 avec Taïwan. Dans les années 1980, le rapprochement entre la Chine et Israël conduirait l'Etat hébreu à réduire à son tour ses exportations vers Taïwan, mais entretemps le groupe Milchan aurait bénéficié de plusieurs beaux marchés.

(...)

En 1981, le Lakam changea de tête pour la première fois, sur décision du nouveau ministre de la Défense, Ariel Sharon, qui trouvait Blumberg trop proche de Peres à son goût pour un poste aussi sensible. Il le remplaça par Rafi Eitan, un ami et ancien du Mossad alors âgé de 55 ans. Eitan était déjà à l'époque une légende du renseignement israélien. Ancien du Shin Bet et du Mossad, il avait commandé l'équipe qui captura Eichmann à Buenos Aires en 1960. A la fin des années 1960, il faisait partie de l'équipe qui travailla sur l'affaire NUMEC, permettant le rapatriement d'une grosse quantité d'uranium enrichi. Ce qui montre au passage que le Lakam n'était pas sans contact avec le Mossad, comme on l'a dit par la suite. Dans les années 1970, Eitan devint directeur adjoint des opérations du Mossad. C'était un petit homme myope et presque sourd d'une oreille, mais il ne fallait pas se fier à son allure. John Le Carré prit Eitan comme modèle pour son personnage de Marty Kurtz dans *La Petite Fille au tambour*, qui traque sans relâche les terroristes palestiniens. En 1976, Eitan quitta le Mossad pour travailler auprès de son ami Ariel Sharon, devenu conseiller de Rabin pour les affaires de sécurité. Puis il partit dans le privé, où il s'ennuya ferme. C'est pourquoi il accepta bien volontiers en 1978 de devenir conseiller antiterrorisme du Premier ministre Begin, à l'instigation de son mentor Sharon. Et il sauta en 1981 sur l'opportunité de diriger le Lakam. Il avait conservé avec lui un fichier de sources et de sayanim du Mossad en territoire américain, pensant que certains noms pourraient lui être utiles. Parmi eux, un certain Jonathan Pollard, analyste du renseignement naval, affecté au centre antiterroriste de Suitland dans le Maryland. Pollard était un Juif militant, choqué de voir que le renseignement américain ne partageait pas toutes ses informations sur le Moyen-Orient avec le Mossad. Il avait commencé à fournir des copies de rapports d'une grande valeur. Après plusieurs mois de production, le Mossad avait décidé de laisser cette source "en jachère" pour ne pas l'exposer inutilement. Eitan saisit l'occasion de la réactiver, dans un premier temps




Jeudi 14 juin 2012
Soirée du Wine & Business Club
Salons du Shangri-La Hotel
10 avenue Iéna - 75116 Paris
Parking : 65 avenue Kléber - 75016 Paris

18 h 00 : Conférence en partenariat avec la Maison Hardy Cognac
« Quels sont les facteurs clefs de succès pour réveiller une marque ? »

19 h 00 : Dégustations
Champagne Devaux
Henry Marionnet, Première Vendange, 2011, Touraine
Henry Marionnet, Domaine de la Charmoise, 2011, Sauvignon, Touraine
Domaine de la Biscarelle, 2011, Côtes du Rhône rosé

19 h 45 : Débats
En présence de :
Philippe Salle, Président-Directeur Général de Altran
Gilbert Ganivenq, Président du groupe Proméo

20 h 30 : Dîner-dégustation
réalisé par Philippe Labbé
(2 étoiles au Guide Michelin)

Pour tout renseignement :
01 42 89 25 54 ou
colombearnaud@winebusinessclub.com
Retrouvez le programme des prochaines soirées du club à Paris, Reims, Lyon, Marseille, Toulouse, Bordeaux, Tours, Strasbourg, Rennes, Angers, Perpignan, Lille, Monte-Carlo et Genève

www.winebusinessclub.com

WEEK END

L'histoire d'Hollywood est d'une certaine manière celle d'un gouffre financier qui a vu défiler nombre de gogos richissimes, éblouis par ce monde de stars et d'illusion. Dans les seules années 1980, Sony (acquéreur de Columbia) et le Crédit lyonnais (dans l'affaire MGM) ont payé pour apprendre qu'un investissement dans un studio hollywoodien est rarement rentable et qu'on s'y fait plumer plus souvent qu'à son tour, avec le sourire. C'est dire si l'arrivée d'Arnon Milchan dans la Mecque du cinéma provoqua des ricanements, du moins chez ceux qui prirent la peine de l'écouter. Néanmoins, avec la même détermination qu'il avait mis à apprendre le business des armes, l'entrepreneur décida de se réinventer une nouvelle fois comme producteur

pour sa plus grande satisfaction, sans savoir que Pollard allait le mener à perdre son poste quelques années plus tard. (...)

Quelques jours plus tard, au Nouvel An 1983, un ou des cambrioleurs pénétraient dans les entrepôts et les bureaux de Milco et saisissaient les ordinateurs. Smyth ne put que déclarer l'effraction et répondre aux questions du FBI. Très effrayé par ce qui était en train de se passer, il mentionna les krytrons et le fait qu'il avait peut-être commis une erreur involontaire en les expédiant. Il tenta ensuite de joindre Mil-

Cette agence, installée dans un bâtiment du ministère de la Défense, serait si secrète que même le Mossad ne serait pas informé de son activité

chan, qui ne répondit pas. Le Lakam était déjà passé en mode "contrôle des dommages" et Milchan avait instruction de ne plus parler à Smyth. Le FBI ne tarda pas à mettre la main sur l'auteur du cambriolage, un adolescent qui avait stocké le produit de son larcin dans le garage de ses parents. Mais cela ne mettait pas un point final à l'affaire. Désormais le FBI s'intéressait de très près aux produits commercialisés par Milco, et resserrait son étreinte sur Smyth et son épouse, également salariée de la société. Pendant ce temps, Milchan avait cessé toute commande, et la société n'enregistrait plus aucune entrée de fonds. Début 1985, Smyth était dans le collimateur de la justice américaine, qui avait obtenu la preuve des précédentes demandes de licence d'exportation de Milco pour des krytrons. Smyth ne pouvait donc plus prétendre avoir agi par ignorance des règles. Milco était la première victime d'un programme d'action des douanes, ironiquement baptisé opération "Exodus", pour mettre fin à l'exportation de technologies duales. Sur le point d'être inculpé, Smyth s'envola avec sa famille. Ils arrivèrent en Israël comme touristes, alors que la presse américaine annonçait son inculpation. Sa présence sur le sol israélien devenait embarrassante. Il était temps de passer au niveau politique pour mettre fin à l'affaire. Des représentants du gouvernement israélien expliquèrent à l'administration Reagan que les krytrons acquis par Israël avaient servi pour des applications militaires classiques, autrement dit non nucléaires. En toute bonne foi, Israël proposait de restituer ceux qui n'avaient pas été utilisés, ce qui fut fait.

Presque au même moment, Shimon Peres recevait la visite officieuse d'un conseiller de Ronald Reagan, qui sollicitait son aide pour obtenir de l'Iran la libération d'otages américains retenus au Liban. C'était le début de l'affaire "Iran-Contra", dans laquelle Israël vendit des armes à l'Iran dans l'espoir d'obtenir des libérations d'otages. Milchan n'y prit aucune part, son adversaire Nimrod ayant préempté le marché afin de rétablir sa position en Iran. Ce que l'on peut en revanche observer, c'est qu'à partir de ce moment où l'administration Reagan sollicitait les Israéliens pour une mission clandestine des plus délicates, il ne fut plus question d'Arnon Milchan et des activités occultes du Lakam. De retour en Californie, Smyth dut en revanche affronter la perspective d'un procès des plus sévères : il encourait jusqu'à cent cinq ans de prison ! Entretemps, en novembre 1985, le public américain avait appris l'arrestation par le FBI d'un espion au service d'Israël : Jonathan Pollard, une affaire qui allait grossir jusqu'à devenir l'une des plus grandes crises entre Israël et les Etats-Unis. On commençait alors dans les médias à parler du Lakam.

Le couple Smyth décida à cette époque de s'enfuir pour de bon, et partit s'installer en Suisse, avant d'emménager en 1986 dans la station balnéaire espagnole de Malaga. C'est là qu'il devait être retrouvé par la jus-

tice américaine en juin 2001, pour une raison des plus banales : ayant atteint l'âge de 65 ans, et presque à bout de ressources, Smyth s'était risqué à faire valoir ses droits à la retraite auprès de la sécurité sociale américaine, calculant que l'énorme machine administrative ne ferait pas le lien avec un fugitif. Il avait tort.

Vingt ans après les faits qui lui étaient reprochés, Smyth fut donc arrêté et extradé vers les Etats-Unis. La justice le condamna à une peine de quarante mois de prison. Il fut libéré et mis en probation en 2005, et totalement libre en 2006.

Il serait raisonnable de penser que pendant toute cette affaire, ou du moins la période la plus chaude, entre 1983 et 1985, Arnon Milchan fit profil bas dans le monde des affaires et évita de visiter les Etats-Unis. Il n'en est rien. Dans les années 1980, le toujours hyperactif et insatiable Arnon Milchan ajouta une corde à son arc : après quelques investissements ponctuels dans le cinéma, il aspirait à devenir un producteur à part entière. Bien entendu, il ne pouvait pour cela faire valoir aucune expérience sérieuse du métier.

L'histoire d'Hollywood est d'une certaine manière celle d'un gouffre financier qui a vu défiler nombre de gogos richissimes, éblouis par ce monde de stars et d'illusion. Dans les seules années 1980, Sony (acquéreur de Columbia) et le Crédit lyonnais (dans l'affaire MGM) ont payé pour apprendre qu'un investissement dans un studio hollywoodien est rarement rentable et qu'on s'y fait plumer plus souvent qu'à son tour, avec le sourire. C'est dire si l'arrivée d'Arnon Milchan dans la Mecque du cinéma provoqua des ricanements, du moins chez ceux qui prirent la peine de l'écouter. Néanmoins, avec la même détermination qu'il avait mis à apprendre le business des armes, l'entrepreneur décida de se réinventer une nouvelle fois comme producteur. Il n'est pas possible de livrer ici le détail de cette odyssée, que l'on trouvera dans sa biographie officielle. Le démarrage fut chaotique, mais témoigna d'une certaine qualité de jugement cinéphilique : Martin Scorsese (*The King of Comedy*, 1983), Sergio Leone (*Il était une fois en Amérique*, 1984) et Terry Gilliam (*Brazil*, 1985). Trois fortes personnalités, trois tournages catastrophiques (dont le dernier se solda par un conflit ouvert avec le studio chargé de distribuer le film), mais à l'arrivée au moins deux films cultes. A l'issue de cette première séquence qui aurait pu tuer la plupart des producteurs expérimentés, Arnon Milchan reconnut qu'il fallait peut-être devenir un peu plus grand public. Après quelques essais moyennement convaincants, il acheta pour une bouchée de pain un scénario qui avait été rejeté par presque tout Hollywood. Et qui devint *Pretty Woman*, le "carton" de l'année 1990. Depuis lors, plus personne ne ricane à Hollywood sur le passage d'Arnon Milchan, dont les productions naviguent entre le familial (les séries *Sauvez Willy*, *Alvin et les Chipmunks*, *Fantastic Mr Fox*), le film d'action (*Under Siege*, *Mr & Ms Smith*), le film de vampires et le polar haut de gamme (*Heat*, *LA confidential*). Devenu une figure du Tout-Hollywood, Arnon arrive même à être en affaires simultanément avec des ennemis jurés comme Summer Redstone, le patron de Viacom, et Rupert Murdoch, le propriétaire de la Fox. En 1991, surfant sur la vague de *Pretty Woman*, il a créé son propre mini-studio, New Regency, en association avec Warner et Canal +, et une participation de Silvio Berlusconi. Le premier gros projet du studio a été *JFK* d'Oliver Stone. En 2011, New Regency a signé un nouveau partenariat avec le studio Fox,

qui doit courir jusque 2022.

Arnon aurait-il entretemps abandonné ses autres activités ? Pas davantage. Tout occupé qu'il était à monter New Regency en 1991, il a aussi trouvé le temps au début de la guerre du Golfe de négocier pour le ministère israélien de la Défense l'achat express de missiles Patriot pour faire pièce aux Scud que Saddam Hussein menaçait de lancer sur l'Etat hébreu. Et, depuis lors, il reste un intermédiaire privilégié pour l'industrie d'armement du monde entier. Officiellement, le Lakam a été dissous après le scandale de l'affaire Pollard en 1985. Officieusement, il n'en continue pas moins ses activités sous un autre nom, partout dans le monde. Sauf aux Etats-Unis, affirme-t-on à Tel-Aviv. De son côté la famille Smyth essaie d'oublier toute cette affaire et vit avec de maigres ressources dans un camping-car en Californie. Arnon Milchan, qui fréquente aussi bien Brad Pitt et Angelina Jolie que Shimon Peres et Benjamin Netanyahu, est de ceux qui ont permis à Israël de mener à bien son programme de recherche nucléaire. Mais il serait étonnant qu'il s'arrête là, à seulement 68 ans.

(...)

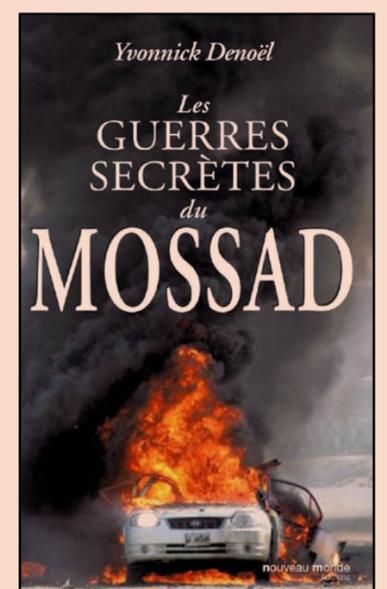
L'AUTEUR

YVONNICK DENOEL

Historien et spécialiste du renseignement, il a publié *Le Livre noir de la CIA* (avec Gordon Thomas), *Histoire secrète du XX^e siècle*, *Guerres secrètes au Moyen-Orient* et *Sexus Economicus*

LE LIVRE

LES GUERRES SECRÈTES DU MOSSAD



Editeur : Nouveau Monde
sortie : 25 mai 2012
24 euros, 400 pages

Le Secours Islamique France, votre partenaire humanitaire depuis 1991



© SIF/Vali Faucheux



2 ANS D'ACTION SOLIDAIRES

Secours Islamique France
www.secours-islamique.org
☎: +33 (0) 1 60 14 14 14

Le Secours Islamique France (SIF) est une Organisation Non Gouvernementale de solidarité internationale à vocation sociale et humanitaire agissant dans les domaines de l'assistance humanitaire et de l'aide au développement, en France et dans le monde.



Le Lit National

PARIS

ARTISAN FABRICANT DEPUIS PLUS DE CENT ANS
LE LIT NATIONAL RÉALISE DES LITS D'EXCEPTION CONÇUS POUR DURER
TOUT EN RESPECTANT LA NATURE ET LE CONSOMMATEUR



2 Place du Trocadéro / 89 Avenue Kleber / 75116 Paris / 01 56 90 14 10 / litnational.com



SIPA

LES TROUBLES DU SOMMEIL, UN MAL FRANÇAIS

Bien dormir s'apprend

L'insomnie, mal du siècle ?

En France en tout cas, la question mérite d'être posée, car les troubles du sommeil touchent près d'un Français sur deux et peuvent avoir des conséquences graves sur la santé. La faute à des rythmes de vie toujours plus exigeants, à une société surconnectée, et à la méconnaissance par le grand public des mécanismes du sommeil. Et pourtant, bien dormir s'apprend. C'est d'ailleurs l'un des principaux axes de traitement des mauvais dormeurs. Car la solution passe bien plus par des solutions à long terme que des traitements ponctuels à base de somnifères, qui peuvent s'avérer contre-productifs.

d'un véritable sommeil réparateur, autant sur sa vie quotidienne que sur le long terme.

Les Français mauvais dormeurs

Dormir est un besoin primaire pourtant encore peu connu dans son fonctionnement. Alain Nicolas, psychiatre des troubles du sommeil le souligne: *"le sommeil, c'est comme la nutrition ou la sexualité: personne ne sait exactement comment ça marche. Et pourtant, c'est à partir d'une connaissance précise de ses propres besoins physiologiques que le dormeur mettra en œuvre les meilleures conditions pour une nuit de qualité. Chacun doit savoir précisément ce qu'il peut attendre de son sommeil"*. Si la majeure partie de la population a besoin de 7 à 8 heures de sommeil pour se sentir reposée, les rythmes varient nettement d'un individu à l'autre. On distingue les courts dormeurs, qui n'ont besoin que de 6 heures de repos par nuit, des gros dormeurs pour qui 9 heures ne sont qu'un strict minimum. Nous ne sommes donc pas tous égaux devant le sommeil. Ces besoins varient aussi en fonction des tranches d'âge: par exemple, chez la personne âgée, la répartition du sommeil sur 24 heures est bouleversée. La nuit moins longue qu'à l'âge adulte sera alors compensée par des phases de sommeil diurne. Chacun son horloge biologique, et il est donc indispensable de la connaître. Si un "couche-tard" décide de se mettre au lit à 22 heures, il aura probablement des difficultés à s'endormir: il est souvent contre-productif de contrarier son rythme. Malgré ces besoins variables d'un

sujet à l'autre, le sommeil s'organise pour tous en plusieurs cycles durant la nuit, chacun composé de phases de "sommeil lent profond" – phases dites de récupération –, entrecoupées de "sommeil paradoxal", appelé le temps des rêves, et dont la durée s'accroît lorsque le moment du réveil approche. Chacune de ces phases est nécessaire à un sommeil de qualité. Et si nous dormons 1/3 de notre vie, c'est que cette activité est indispensable au bon fonctionnement du corps humain, du système immunitaire, et des fonctions cognitives d'apprentissage et de mémorisation. C'est également au cours du sommeil lent profond que l'hormone de croissance est sécrétée. Enfin, le développement cérébral et les fonctions métaboliques semblent également profiter de ce temps de repos. L'étude de l'INSV, menée sur 1 000 personnes âgées de 18 à 65 ans, a démontré les liens directs entre sommeil et performance physique, intellectuelle et cognitive.

Mais le sommeil est parfois altéré et même mal mené. Pour Joëlle Adrien, directrice de recherche à l'Inserm (Institut national de la santé et de la recherche médicale) et à la faculté de médecine Pierre et Marie Curie, *"le sommeil est devenu une préoccupation de santé publique depuis que nous avons pris conscience que la majeure partie de la population est en restriction de sommeil. Nous dormons 1h30 de moins que nos grands-parents! Je pense que nous sommes tous concernés. Autrefois, on pensait que cela n'avait pas d'importance, mais la recherche médicale se penche aujourd'hui de plus en plus sur ces questions."*

Le sommeil, enjeu médical de premier ordre

L'insomnie est le symptôme le plus répandu dans notre société puisque 1 Français sur 5 en souffre. Caractérisée par des difficultés d'endormissement, des réveils multipliés au cours de la nuit, ou un réveil trop précoce le matin, elle est considérée comme sévère dans 9% des cas. Pour Alain Nicolas, elle est en fait *"un excès d'éveil, qui se traduit par un état de contraction physique du sujet"*. Il ajoute: *"Je ne connais pas d'insomnieques zen! Mais on peut distinguer nettement les insomnies primaires, présentant des symptômes anxieux ou dépressifs, des insomnies chroniques liées à de mauvaises habitudes de vie"*. Vient ensuite l'apnée du sommeil, maladie qui touche environ 8% de la population et se traduit par des arrêts répétés de la respiration au cours du sommeil. Enfin, le syndrome des



"Nous dormons 1h30 de moins que nos grands-parents: nous sommes aujourd'hui en restriction de sommeil." Joëlle Adrien, Inserm, faculté de médecine Pierre et Marie Curie.

Mal dormir n'est pas une fatalité et quelques éléments peuvent faciliter la venue du sommeil, mais il faut pour cela qu'ils soient connus de tous

Par Agathe Le Taillandier de Gabory

Si nous passons le tiers de notre vie endormis, tomber dans les bras de Morphée semble être bien difficile pour de nombreux Français. En effet, selon une étude de l'Institut national du sommeil et de la vigilance (INSV) menée au début de l'année 2012, 4 personnes sur 10 souffrent de troubles du sommeil et seulement 16% de ces mauvais dormeurs sont traités. Une question devenue une véritable priorité de santé publique. Pourtant, les conséquences d'une "dette de sommeil" et les moyens d'y remédier sont toujours peu connus des principaux concernés. Dormir bien et suffisamment est un besoin vital qui, non satisfait, peut avoir des conséquences multiples et graves. Aujourd'hui, les centres du sommeil se développent, les réflexions sur la sieste au travail ne sont plus taboues et les médecines parallèles font leur entrée sur la scène des remèdes au manque de sommeil. Au dormeur maintenant de prendre conscience des bienfaits



“L’insomnie, c’est un excès d’éveil qui se traduit par un état de contraction du sujet.” Alain Nicolas, Hôpital Le Vinatier de Lyon.

“Dormir, ça s’apprend!. C’est de la culture générale, il faut savoir comment ça marche pour mieux l’adopter”

jambes sans repos (trouble neurologique qui oblige le dormeur à bouger ses jambes régulièrement pendant la nuit) ou la narcolepsie (hypersomnie) sont considérés comme des maladies plus rares.

Tous ces symptômes ont des conséquences sur la vie de l’individu qui peuvent être dangereuses. Pour Joëlle Adrien, la dette de sommeil est à l’origine des “troubles d’humeur: irritabilité et/ou déprime, et de la somnolence: baisse de la performance au travail, perte de concentration, problèmes de mémorisation. C’est au volant que les effets peuvent être mortels. La somnolence diurne est la première conséquence des apnées du sommeil, et peut entraîner l’endormissement du conducteur”. Elle souligne également que “le manque de sommeil entraîne un mauvais métabolisme, et donc augmente les cas d’obésité et de diabète, les défenses immunitaires sont affaiblies et le sujet résiste ainsi moins aux attaques microbiennes. Enfin, cela peut entraîner des troubles cardio-vasculaires chez les individus les plus vulnérables”. C’est pourquoi le sommeil est aujourd’hui une question médicale centrale, et c’est depuis peu qu’il a réellement fait son entrée sur la scène publique. En 2007, la première étude intégralement consacrée au sommeil, réalisée par les pouvoirs publics (enquête sur les représentations, les attitudes, les connaissances et les pratiques du sommeil des jeunes adultes en France) dans le cadre du Programme d’actions

sur le sommeil, fut initiée par le ministère de la Santé. S’en suivit une série d’actions de sensibilisation menées par l’INPES (Institut national de prévention et d’éducation pour la santé). L’organisation d’une journée du sommeil le 16 mars 2012 s’inscrit dans cette même perspective d’information

“Le somnifère ne fait que bloquer l’éveil, il ne crée pas de sommeil”

et de prévention. Car mal dormir n’est pas une fatalité, et quelques éléments peuvent faciliter la venue du sommeil, mais il faut pour cela qu’ils soient connus de tous.

Joëlle Adrien rappelle par exemple que “le sport en journée va aider à avoir un sommeil de qualité, mais après 19 heures, il risque de reculer l’endormissement”. Elle souligne également que le corps doit avoir pris la lumière au moins 1 heure dans la journée et elle déconseille la consommation d’excitants à partir de 15 heures. Si notre état au moment de nous coucher n’est que le prolongement direct de notre activité diurne, certaines conditions sont également nécessaires: l’obscurité, une literie de qualité (un matelas se change en moyenne tous les 10 ans pour éviter les micros réveils), le silence, une température entre 18° et 20° dans la chambre. Enfin, elle insiste sur le

rapport aux écrans dont la luminosité retarde notre horloge biologique et maintient le cerveau en éveil: “Les journaux télévisés sont plus tard en France que dans d’autres pays. La première partie de soirée commence à 21 heures, ce qui est tard pour l’heure du coucher ensuite.” Citons les propos de l’INSV à

“sommeil” explique Christine Pejaudier, directrice générale de Lit National. Et la même de conclure: “Si le design est important, le confort est au centre de nos préoccupations.” Autre direction vers la quelle se tourner: la médecine.

Eric Mullens, médecin somnologue, a créé son propre site Internet pour informer sur le sommeil et proposer des formations. “Oui, dormir, ça s’apprend!” déclare-t-il. C’est de la culture générale, il faut savoir comment ça marche pour mieux l’adopter.” C’est ce qu’il cherche à transmettre à ses patients, notamment ceux dont les horaires de travail sont atypiques. La solution ne réside pas dans les somnifères: “ils ont un intérêt à court terme qui ne dépasse pas les 3 semaines” explique-t-il. En effet, “c’est très bien pour guérir une insomnie aiguë. Mais ce type de médicament ne doit pas se prendre sur la durée.” Alain Nicolas ajoute: “Il faut souvent sevrer les patients de leurs somnifères car ils sont persuadés que ça les aide à dormir. Mais le somnifère ne fait que bloquer l’éveil, il ne crée pas de sommeil. Au fond, c’est plus néfaste pour eux qu’une autre chose. Ils restent dans le corps jusqu’à 15-20 heures et les mettent dans un état comateux. Ils altèrent la mémoire et l’efficacité du sujet”. Si le somnifère peut être une réponse rapide à des cas d’insomnie, les solutions se construisent aujourd’hui sur le long terme, avec notamment les thérapies cognitives et comportementales. Apprendre à dormir serait donc la solution... C’est le rôle des thérapies que propose par exemple Alain Nicolas en tant que psychiatre. Les premières séances sont consacrées à une explication du fonctionnement du sommeil, puis un agenda du sommeil est proposé au patient: il doit alors mettre en adéquation

ce sujet: l’omniprésence des écrans, ordinateurs, consoles de jeux, téléphones portables et télévision jusque dans la chambre à coucher, conduit la population à passer de plus en plus de temps sur ces médias (4 heures par jour en moyenne en France chez les 15-24 ans selon l’Insee), au détriment du sommeil. Joëlle Adrien le rappelle: “notre mode de vie est lié au média Internet et à des communications incessantes. Avec l’idée qu’il faut être toujours actif, le temps de sommeil ne cesse de reculer. Les gens sont dans un état d’hyper-éveil et accumulent une dette de sommeil”.

Apprendre à dormir

Premier élément pour bien dormir, une literie de qualité. Aujourd’hui, les fabricants rivalisent d’inventivité. “Nous n’utilisons que des produits naturels et contrôlés dans la literie: coton bio, corde de chanvre, crin de boeuf, laine ou latex 100% naturel. Ainsi notre literie est plus respirante: c’est un gain de confort évident, cela évite la transpiration et permet une bonne régulation de la température. Et puis, le dormeur ne respire aucun produit chimique dans son

Caroline Rome

sophrologue, spécialisée en vigilance et sommeil

“Apprendre des rythmes éveil-sommeil cohérents”

La sophrologie, un complément aux médecines traditionnelles?

Je suis rattachée au centre du sommeil de l’Hôtel-dieu à Paris: je travaille donc souvent avec des médecins du sommeil. Quand il s’agit de patients dont la principale cause d’insomnie est le stress, on peut penser que la sophrologie est adaptée au traitement. On me conseille aussi à des personnes qui ne parviennent pas à se sevrer de leurs somnifères, ou à certaines atteintes d’apnées du sommeil et qui doivent apprendre à gérer leur appareillage. Parfois, la sophrologie est un complément aux médecines plus traditionnelles, parfois elle peut suffire à traiter une insomnie. Mais lorsque j’analyse avec le patient l’historique de son trouble et que j’aperçois une véritable pathologie, je sais qu’un médecin du sommeil lui est indispensable.

Quel est le symptôme du sommeil le plus représenté?

Les insomnies réactionnelles, celles liées au stress, aux mauvaises habitudes du quotidien sont les plus répandues. Ce sont souvent des insomnies qui s’auto-alimentent, c’est-à-dire que le patient a pris l’habitude de mal dormir et rentre donc dans un cercle vicieux. Je cherche à ce que le patient casse ce mécanisme en instaurant une mémoire positive du sommeil.

Peut-on apprendre à bien dormir grâce à la pratique de la sophrologie?

J’apprends avant tout à mes patients à avoir des rythmes éveil-sommeil cohérents. Plus la période d’éveil est détendue, plus le sommeil sera de qualité: le



“Le sommeil se prépare dans la journée.”

sommeil se prépare dans la journée. Je leur propose donc des exercices d’attention, de récupération de la vigilance, mais aussi des postures pour éviter une trop grande tension dans le corps et ainsi se préparer au sommeil nocturne. Ils peuvent pratiquer à leur travail ou dans leur voiture: ces exercices sont adaptés à leur quotidien. Chacun doit prendre conscience que le corps a besoin de se reposer en lâchant prise: pour le moment de l’endormissement, je leur enseigne des exercices de relaxation respiratoires. Ma méthode est très particulière: j’entraîne les insomniaques comme des sportifs. Le but est qu’ils atteignent l’autonomie grâce à des exercices à pratiquer, au fur et à mesure tous seuls, dans leur vie quotidienne, où qu’ils se trouvent.

A.L.-T.-D.-G.

“Chacun doit prendre conscience que le corps a besoin de se reposer en lâchant prise”

JLIP Services

Services d’assistance et de conseils
Etude - Création - Entretien
Jardins en kit



Parcs et Jardins



Terrains

38, rue Morvan
94150 Rungis Complexe Fax : 01 46 86 58 41

01 46 86 58 40

tion ses besoins naturels et son mode de vie. Par exemple, se lever lorsqu'il n'arrive pas à dormir, faire autre chose, ne se recoucher que lorsqu'il a sommeil ou encore se lever définitivement au réveil même si ce dernier est trop tôt. C'est une véritable rééducation au sommeil. "Les effets se remarquent dès la troisième semaine d'observation. Il faut être pour cela très motivé et accepter de changer ses habitudes de vie. Mais il faut être clair: un insomniaque ne guérit jamais complètement. Dans des périodes



"La sieste est un véritable gain de temps pour le salarié dans l'entreprise." Bruno Comby, auteur de "Eloge de la sieste".

de stress et d'angoisse, c'est son sommeil qui en subira le premier les conséquences". La sophrologie ou la méditation sont ensuite au cœur de la thérapie: "Pour que le sommeil nous trouve, il faut que le corps soit relâché. Il faut apprendre au patient des techniques de relaxation". Des associations de patients proposent aussi des thérapies de groupe: c'est le cas de l'association Sommeil et Santé. Pour des malades de l'apnée du sommeil, appareillés la nuit (afin d'éviter les arrêts de la respiration), il est important de se réunir et d'apprendre à utiliser la machine qui les accompagne. Aujourd'hui considéré comme une véritable pathologie, ce symptôme est de plus en plus traité et ces groupes d'éducation thérapeutique participent à la normalisation de la vie quotidienne de ceux qui en sont atteints.

Les bienfaits de la sieste

Consulter un médecin spécialiste du sommeil peut donc être une solution sur le long terme pour appréhender ses troubles. Mais quand la dette de sommeil est trop grande dans la journée, certains voient la sieste comme une réponse efficace et astucieuse. Auteur de l'ouvrage *Eloge de la sieste*, Bruno Comby note: "Le mot sieste vient du latin *sixta*, qui signifie la sixième heure du jour, et qui désigne en fait l'heure du midi chez les Romains. La sieste est donc le repos, accompagné ou non de sommeil, qui suit le repas de midi". Pour lui, elle est essentielle car le sommeil monophasique ne correspond pas à nos besoins physiologiques: "Après le repas, nous avons envie de dormir, c'est un rythme biologique inné". Au-delà d'un simple moyen pour équilibrer son sommeil nocturne, la sieste est selon lui en elle-même nécessaire pour "améliorer ses facultés physiques et intellectuelles, ses réflexes et sa vigilance mais aussi pour canaliser le stress, une émotion de l'éveil". Bruno Comby préconise des "siestes flashes", c'est-à-dire de 5 à 10 minutes plusieurs fois dans la journée. "La sieste est un véritable gain de temps pour le salarié dans l'entreprise. Elle correspond à un discours productiviste à long terme qui tient compte des besoins du corps humain. Je prends souvent l'exemple d'un âne: si on le fouette, il ira peut-être plus vite sur le coup, mais il s'éteindra rapidement. Notre fouet en entreprise, c'est la machine à café! Elle permet de faire oublier notre besoin de sommeil.

Il suffirait de la remplacer par la sieste au travail..."

La sieste en entreprise n'est aujourd'hui plus un sujet tabou: les entreprises Nike et Google ont été les pionnières aux Etats-Unis, et en France l'idée fait son chemin doucement avec des salles de repos, des initiations à la sieste par des médecins spécialisés. "Le corps n'est pas fait pour accumuler autant d'éveil à la suite dans une même journée. La sieste est nécessaire et j'essaie d'apprendre aux salariés comment faire une bonne sieste récupératrice. Elle doit avoir lieu après le déjeuner et ne pas dépasser une vingtaine de minutes" ajoute Eric Mullens. Et qui dit sieste ne dit pas perte de temps, comme le rappelle la National Sleep Foundation, ONG américaine, puisque le manque

de sommeil représenterait, selon ses chiffres, une perte de 18 milliards de dollars pour l'économie du pays. Bien gérer son sommeil pour être plus performant... Notre repos, un capital qu'il faut faire fructifier pour optimiser la performance? Certes, mais il est avant tout un besoin vital nécessaire à notre bien-être physique et psychique au quotidien. ■

Selon les chiffres de l'ONG américaine National Sleep Foundation, le manque de sommeil représenterait une perte de 18 milliards de dollars pour l'économie du pays

CHIFFRES REVELATEURS

1 Français sur 5 souffre d'insomnie

Nous dormons 1/3 de notre vie. En France, 4 personnes sur 10 souffrent de troubles du sommeil et 16 % de ces mauvais dormeurs ne sont pas traités. Par ailleurs, 1 Français sur 5 souffre d'insomnie et 8 % de la population souffre d'apnée du sommeil. L'économie américaine perdrait 18 milliards de dollars à cause de la fatigue de ses salariés.

A lire également

lenouveleconomiste.fr

Art de vivre & bien être > Le sommeil est d'or - N° 1600 - 16 février 2012

INSV (Institut national du sommeil et de la vigilance); INSERM (Institut national de la santé et de la recherche médicale); INPES (Institut national de prévention et d'éducation pour la santé).

TRECA PARIS

Ce dé est au firmament de sa carrière,
il vient d'être recruté par la Maison Tréca.

LE SOMMEIL COUSU MAIN
www.treca.fr

VINCENT WAPLER

Commissaire-Priseur

PARIS - HÔTEL DROUOT - VENTE AUX ENCHÈRES PUBLIQUES

LUNDI 25 JUIN 2012

ESTAMPES, TABLEAUX ANCIENS ET MODERNES,
BIJOUX, MOBILIER ET OBJETS D'ART



Gaspar NETSCHER (Heidelberg 1639 - La Haye 1682)

L'Enfant aux bulles de savon, 1679.

28,5 x 23 cm.

Vente le lundi 25 juin 2012 à 14h - Drouot salle 5 - 9, rue Drouot 75009 Paris
Exposition publique le samedi 23 juin 2012 de 11h à 18h et le lundi 25 juin de 11h à 12h.
Catalogue en ligne www.gazette-drouot.com

S.V.V MICA - Agrément n° 2002-344

16, Place des Vosges - 75004 Paris - Tél. : 33(0) 1.42.78.57.10 - Fax. 33 (0) 1.42.78.89.80 - E-mail : wapler@aol.com - www.interencheres.com



SIPA

LE MARCHÉ DES LIVRES RARES ET ANCIENS

Livre d'or

Une page se tourne, les prix s'envolent

Passion autant que placement, les livres rares et anciens ont connu une lente mais sûre augmentation de leur valeur au cours des siècles. Le mouvement s'est accéléré ces dernières décennies, notamment sur le marché des manuscrits, laissant même craindre par certains professionnels la formation d'une bulle. Les maisons de vente aux enchères y prêtent un intérêt croissant, multipliant les marques d'attention à l'égard des vendeurs. De leur côté, les libraires spécialisés, dont les sources d'approvisionnement s'assèchent, confirment leur expertise de conseillers auprès des acheteurs. Une question néanmoins à terme: avec les progrès du livre numérique, l'objet papier aura-t-il toujours autant d'adeptes lorsque les "digital natives" atteindront l'âge d'être bibliophiles? Ou n'intéressera-t-il plus que les musées?

de manuscrits et d'incunables, pour acquérir une précieuse part de l'histoire de la littérature. A rebours du marché du livre neuf, qui donne bien des soucis aux éditeurs et à leurs auteurs, celui du livre ancien ne cesse de battre les records. Nostalgie passagère ou mouvement durable? Patrick Sourget, libraire spécialisé dans les livres rares et anciens, est catégorique: "Le développement de la bibliophilie n'est pas une mode passagère, car les modes ne durent pas des siècles. C'est un fait profondément ancré dans notre civilisation et par là même appelé à durer encore très longtemps".

Les prix s'envolent

Le libraire s'est d'ailleurs livré, en 2008, à une étude originale. Celle de "l'évolution du prix des livres anciens, comparée à différents placements". Le bibliothécaire a ainsi mesuré, avec l'aide de la banque Lazard, qu'une édition originale du *Discours de la méthode* de Descartes relié en vélin de 1637, qui s'échangeait moins d'un napoléon en 1851, en valait 5000 en 2004. Et le prix d'une édition originale reliée en maroquin du XIX^e siècle du *Bourgeois gentilhomme* de Molière, "était multiplié par plus de 18 entre 1976 et juin 2001, tandis que l'indice Dow Jones était multiplié par moins de 10". La démonstration vaut aussi pour *Les Contes* de Charles Perrault ou *Les Fables* de La Fontaine, mesurés à l'aune d'un hectare de terre labourable ou de l'évolution des prix de l'immobilier. Les livres français littéraires ne sont pas les seules cibles des collectionneurs: "sciences, voyages, incunables illustrés, livres d'heures, érotiques, éditions étrangères, en particulier anglaises, américaines, russes et demain asiatiques, ont davantage progressé encore" assure Patrick Sourget. Ce potentiel n'a pas échappé aux investisseurs amateurs de beaux livres, si bien qu'en 2008, le marché de l'art

représentait, en Europe, 19,2 milliards d'euros. Et "le marché du livre rare, du manuscrit et de l'autographe représente un peu moins d'un milliard d'euros annuels" ajoute le libraire spécialisé. Le livre ancien est-il une passion ou un placement? "Les deux, tranche Patrick Sourget. C'est une passion qui se révèle être l'un des meilleurs investissements que l'on connaisse. Les grands collectionneurs sont aussi cultivés que fortunés. Plusieurs facteurs poussent la valeur vers le haut: l'offre se réduit mécaniquement, puisque sous l'effet des accidents de la vie, de beaux livres disparaissent régulièrement. Dans le même temps, la demande s'accroît, car elle s'internationalise et parce que de plus en plus de fondations, de musées, de grandes bibliothèques sont sur les rangs pour les acquérir." Mais Anne Lamort, vice-présidente du Syndicat national de la librairie ancienne et moderne (Slam), nuance le propos: "Il n'y a pas un seul marché du livre, mais une multitude. Tous ne connaissent pas la même évolution au même moment. Comme l'or, il s'agit d'un placement sûr, qui connaît une montée faible, mais dont on ne peut pas déterminer s'il est ou non réellement rentable".

Un marché d'autant plus sûr que les risques habituels du marché de l'art y sont moins prononcés. "Il est très difficile de copier un livre, car cela demanderait un travail considérable" note Olivier Dervers, expert auprès de la maison de vente Artcurial et libraire. Qui reconnaît néanmoins que "les tentatives sont plus fréquentes dans les manuscrits, où il suffit parfois d'imiter l'écriture de l'auteur. En outre, les vols sont plutôt rares, car le marché est si étroit que les ouvrages dérobés sont vite connus, et qu'il est difficile de les revendre". Mais gare aux bulles qui peuvent toujours éclater, en particulier sur l'étroite niche des manuscrits. Les prix y connaissent en effet une envolée dont le secteur est peu coutumier, du fait de l'intérêt de fonds

d'investissement spécialisés ou de sociétés de conseil en placement, comme Aristophil, qui propose à des particuliers d'acquérir, en indivision, une part de lettre de Victor Hugo par exemple, et stocker leurs acquisitions. Une démarche qui laisse sceptique les professionnels. Un libraire met en garde: "Il est dangereux de promettre une rentabilité de 5% chaque année sur un marché dont il est impossible d'anticiper l'évolution".

Mieux vaut donc être fin connaisseur pour différencier les bonnes des mauvaises affaires. D'autant plus qu'il n'existe pas d'argus des livres anciens. "La valeur dépend d'une batterie de critères, et chaque livre doit faire l'objet d'une étude au cas par cas" explique Anne Lamort, libraire spécialisée en littérature et histoire. Le premier critère est l'intérêt historique du livre. Marque-t-il par exemple l'écllosion d'un nouveau mouvement littéraire? De plus, une troisième édition aura moins de valeur qu'une première. La beauté et l'esthétique de l'objet ont aussi une influence. De même que la dimension sentimentale: à qui cet exemplaire a-t-il appartenu? Un proche de l'auteur, une personnalité célèbre... Curieusement, la rareté de l'ouvrage constitue un critère secondaire: "L'Encyclopédie de Diderot et d'Alembert a été tirée en de très nombreux exemplaires et se trouve aisément. Mais elle constitue une valeur sûre, car elle marque un tournant dans l'histoire de la pensée", illustre Anne Lamort. La libraire peint le profil des acheteurs, "presque exclusivement des hommes, en majorité issus de catégories socio-professionnelles supérieures: hommes d'affaires, grands patrons, avocats, journalistes, hommes politiques...".

Le regain d'intérêt des maisons de vente

Les bouleversements sur le marché ne

"Le marché du livre rare, du manuscrit et de l'autographe représente un peu moins d'un milliard d'euros annuels"

Par Aymeric Marolleau

Acquérir le livre le plus cher du monde vous en coûterait la bagatelle de 8,6 millions d'euros. *Birds of America*, vendu par Sotheby's Londres en décembre 2010, est l'œuvre de l'ornithologue et naturaliste John James Audubon, né français sous le nom de Jean-Jacques Audubon en 1785. Ses proportions peu communes (99 cm sur 65 cm) permettent pour la première fois de représenter des oiseaux en grandeur nature et dans leur élément naturel, et il ne compte plus qu'une centaine d'exemplaires sur les 175 produits au début du XIX^e siècle. Cet exemple, aussi exceptionnel soit-il, est le symbole de l'engouement des passionnés, des collectionneurs et des investisseurs pour les livres rares et anciens. A l'ère de l'écran et de l'immatériel, il semble anachronique que des bibliophiles enthousiastes continuent à user leurs semelles à parcourir les allées de bibliothèques spécialisées à la recherche de premières éditions, et les salles de vente aux enchères, en quête

À l'occasion de la sortie du film *Sur la route* le 23 mai 2012

mlm.
musée
des lettres et manuscrits

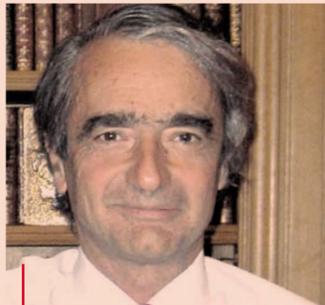
Exposition du 16 mai au 19 août 2012

SUR LA ROUTE

DE JACK KEROUAC

L'épopée, de l'écrit à l'écran

Musée des lettres et manuscrits - 222 boulevard Saint-Germain - 75007 Paris
Tél. : 01 42 22 48 48 - www.museedeslettres.fr



“Le développement de la bibliophilie n'est pas une mode passagère, car les modes ne durent pas des siècles.” Patrick Sourget, Librairie Sourget.

concernent pas seulement les niveaux de prix. Ses acteurs doivent aussi s'adapter à de nouvelles règles. En particulier les libraires spécialisés dans les livres rares et anciens, figures historiques du marché, et les maisons de vente aux enchères, traditionnellement plus en retrait. Parfois partenaires, souvent clientes, elles n'en restent pas moins concurrentes. “Autrefois, le livre était le parent pauvre des ventes publiques” note Jacques Benelli, libraire et expert auprès de la maison de vente Aguttes. D'abord, parce que les sommes atteintes n'avaient rien de comparable avec celles des meubles ou des tableaux. Ensuite parce que les estimations de livres sont plus difficiles et plus longues à mener. Du coup, les livres étaient vendus par mallettes et sans catalogue, lorsqu'il n'y avait pas de meilleures ventes prévues. Mais le regard des commissaires-priseurs sur les ouvrages rares et anciens a bien changé. Face à la raréfaction des vieux meubles, des vieux tableaux et de leurs amateurs, et compte tenu de la hausse lente mais certaine de la valeur des vieux bouquins, elles leur ont attribué une place toujours plus grande. Certaines, comme la maison parisienne Alde au début des années 2000, se sont même spécialisées dans ce domaine. Afin de percer, elles misent sur leur habileté à attirer les vendeurs, et font valoir leurs atouts auprès d'eux. Pour Artcurial, Olivier Dervers fait valoir la capacité de la maison à “faire du bruit autour de la vente, à trouver le plus possible de pièces aptes à faire rêver d'éventuels acheteurs, avec des prix raisonnables”. Le but final étant d'attirer le plus d'acheteurs intéressés possible, pour faire grimper les enchères, et donc le prix de vente. “Les maisons de vente font beaucoup de publicité, diffusent leurs catalogues, et entretiennent d'importants fichiers d'acheteurs nationaux et internationaux” note Patrick Sourget. Autre promesse pour le vendeur : la cession de son bien se fait dans une totale transparence. Il bénéficie aussi de l'estimation de l'expert. Parmi les inconvénients de ce canal de distribution, les spécialistes pointent les frais. Compter environ 20 % du prix d'adjudication pour l'acheteur, et 5 % pour le vendeur. Patrick Sourget ajoute que, “pour acheter lors d'une vente aux enchères, mieux vaut être professionnel, car les descriptions en catalogue sont souvent très courtes, et les enchères se font vite”.

La désintermédiation des petits libraires et des courtiers

Les efforts de séduction des maisons de vente auprès des vendeurs posent quelques problèmes aux libraires spécialisés, dont les sources d'approvisionnement tendent à s'assécher. Jusqu'à il y a une quinzaine d'années, une hiérarchie stricte s'imposait dans le livre ancien : les libraires de province faisaient l'acquisition d'ouvrages à l'échelle de leur département, dont ils vendaient les meilleures pièces à un échelon régional, à d'autres libraires ou des courtiers professionnels, auprès desquels les grands libraires parisiens se fournissaient, avant de vendre à leurs grands clients collectionneurs, français ou étrangers. Une

chaîne qui permettait de faire vivre de nombreux intermédiaires et où les transactions avaient une fâcheuse tendance à l'opacité. Aujourd'hui, Olivier Dervers remarque “qu'Internet permet aux libraires de vendre directement aux collectionneurs, sans passer par le moindre intermédiaire. Ou de s'adresser à une mai-

bri des mouvements spéculatifs, car les acteurs du marché sont animés d'une passion pleine de raison”.

La raréfaction de l'offre est une autre menace, puisque rares sont les livres nouveaux qui font l'objet d'une édition précieuse, susceptibles de nourrir demain les rayons des libraires spécialisés. La

Les maisons de vente font beaucoup de publicité, diffusent leurs catalogues, et entretiennent d'importants fichiers d'acheteurs nationaux et internationaux

son de vente aux enchères. Du coup, la situation est devenue très difficile pour les petits libraires”. Certaines niches sont particulièrement menacées. Comme les libraires spécialisés dans la recherche de livres épuisés et introuvables. Avant l'avènement d'Internet, ils communiquaient aux librairies de province la liste de livres recherchés par leurs clients. Leur rôle, autrefois indispensable, est devenu désuet, puisque des sites tels qu'Amazon, AbeBooks ou chaPitre.com permettent à chaque professionnel de proposer les livres présents sur ses étages, et de nouer un lien direct avec les acheteurs.

S'ils ont du mal à attirer les vendeurs, les librairies de livres anciens et rares conservent les faveurs des acheteurs. “Ils sont irremplaçables pour vendre aux particuliers” assure Patrick Sourget. Malgré un prix d'achat légèrement supérieur à ce qui peut être obtenu en maisons de vente, les professionnels font valoir la qualité de leurs conseils : “Alors qu'en maison de vente, l'acheteur est presque laissé à lui-même, en librairie, nous avons le temps de le connaître, de comprendre ses goûts, et de l'orienter vers l'exemplaire qui lui conviendra le mieux”, explique Anne Lamort. Comprendre le profil de chaque collectionneur se fait dans la durée. Nous savons ce qu'ils recherchent, ce qui nous permet de mettre de côté des livres pour eux à l'occasion de nos acquisitions”. Patrick Sourget acquiesce : “Nous vieillissons avec nos clients. La confiance est indispensable, car c'est l'un des seuls secteurs de l'art où le marchand s'engage sur la qualité du produit et son prix. Ce n'est pas un marché de coup, mais de long terme”. Alors que les libraires généralistes peinent à conserver leur rang, les librairies spécialisées dans des époques et des thématiques précises “s'en sortent très convenablement” note Olivier Dervers, lui-même spécialiste de la littérature et de la poésie du XX^e siècle. La librairie Chamonal est ainsi spécialisée dans les vieux livres de voyage et de gastronomie, et Thomas-Scheler, dans les voyages et les sciences. Là encore, Internet a bouleversé les usages : “Autrefois, les amateurs devaient avoir une confiance entière dans leur libraire, car il était le seul à avoir une connaissance complète du sujet. Aujourd'hui, ils peuvent consulter en ligne toutes les informations ayant trait à un livre ancien : le nombre d'exemplaires, l'année, les différentes éditions, le nombre de pages et d'illustrations...” explique Anne Lamort. En rendant l'information disponible à tous, Internet a sonné le glas des courtiers professionnels, dont le rôle était de faire circuler l'information d'un libraire à un autre, en se rémunérant sur les écarts de prix entre les acteurs.

Une page se tourne

Avènement d'Internet, irruption de fonds d'investissements et engagement croissant des maisons de vente, libraires en difficulté : une page se tourne dans l'histoire du marché du livre rare et ancien, dont l'avenir semble bien difficile à prédire. “Dès que la spéculation s'empare d'un marché, comme c'est le cas aujourd'hui pour les autographes, dont les prix ont fait un spectaculaire bond en avant, on prend le risque d'une chute brutale des cours” reconnaît Anne Lamort. Mais elle se veut optimiste : “la bibliophilie est à l'a-

menace guette aussi le marché des manuscrits, puisque les auteurs préfèrent désormais le numérique au stylo-plume, même pour leurs premiers jets. Du coup, les professionnels fondent leurs espoirs dans le tapuscrit, c'est-à-dire les feuillets imprimés et corrigés de la main de l'a-



“La valeur dépend d'une batterie de critères, et chaque livre doit faire l'objet d'une étude au cas par cas.” Anne Lamort, Librairie Anne Lamort.

teur. En outre, avec les progrès du livre numérique, l'objet papier aura-t-il toujours autant d'adeptes lorsque les “digital natives” atteindront l'âge d'être bibliophiles ? Ou n'intéressera-t-il plus que les musées ? Le dernier livre imprimé pourrait bien alors avoir autant de valeur que la Bible de Gutenberg. ■

En rendant l'information disponible à tous, Internet a sonné le glas des courtiers professionnels, dont le rôle était de faire circuler l'information d'un libraire à un autre, en se rémunérant sur les écarts de prix entre les acteurs.

CHIFFRES REVELATEURS

Vente du siècle

Entre 2005 et 2007, la maison de vente Pierre Bergé & Associés a organisé la vente de la collection du libraire Pierre Berès (1913-2008). 3542 lots, correspondant à 8000 titres, ont comptabilisé 35,3 M€. 97 % des lots ont trouvé preneur. En 2001 déjà, la vente du manuscrit de *Voyage au bout de la nuit*, de Louis-Ferdinand Céline, par Pierre Berès, avait atteint 2 M€.

A lire également

renouveauconomiste.fr
Gestion privée > Placement > Hors des sentiers battus - n° 1613 - 17 mai 2012

Slam (Syndicat national de la librairie ancienne et moderne) ; BNF (Bibliothèque nationale de France).

LOMBRAIL - TEUCQUAM
MAISON DE VENTES

VENTES AUX ENCHÈRES PARIS HÔTEL DROUOT
EXPERTISES & ESTIMATIONS SUR RENDEZ-VOUS
DANS TOUS LES DOMAINES ARTISTIQUES
Renseignements pour mise en vente par e-mail ou au 01 43 97 91 29

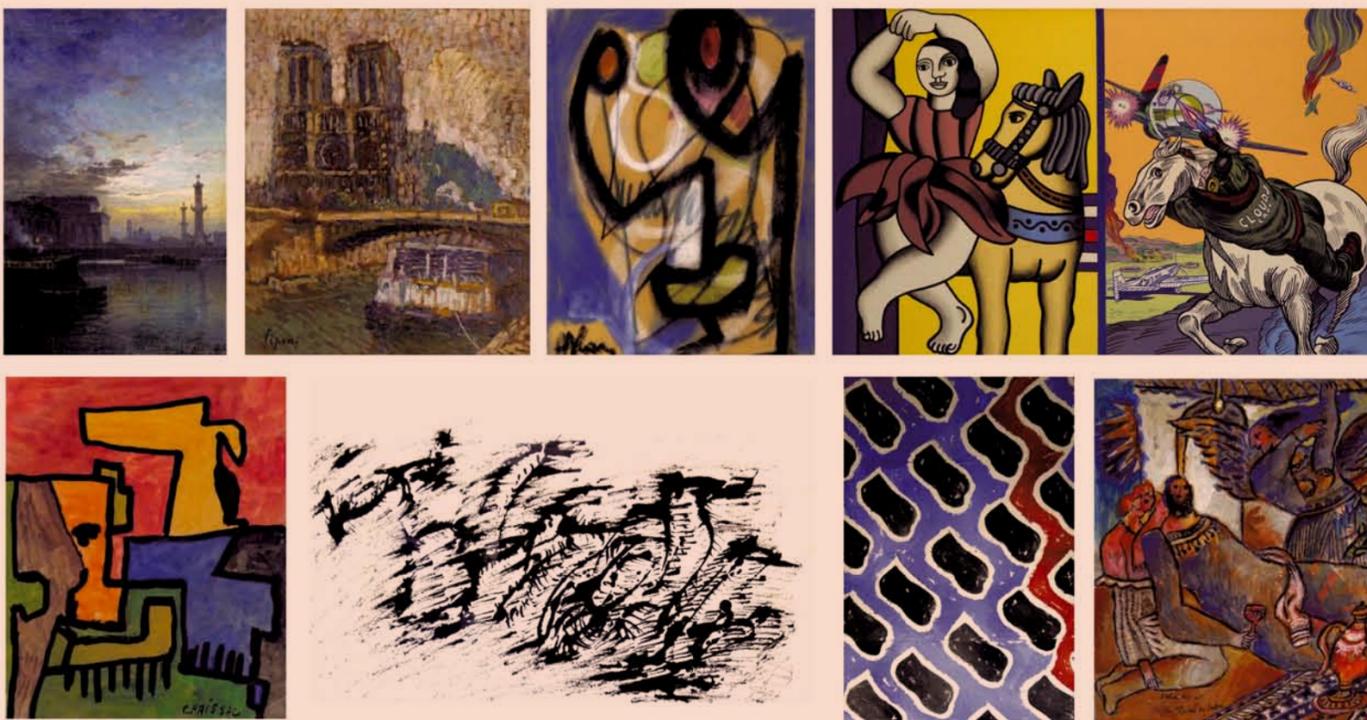
LOMBRAIL - TEUCQUAM 14 rue de Provence 75009 PARIS
Tél. : 01 43 97 91 29 Fax : 01 42 83 68 48 E-mail : LT-1@wanadoo.fr
www.lombrail-teuquam.com agrément : 2002-152

the
bru
sale

Rue Ravenstein 40
1000 Bruxelles
Tel. +32 2 267 62 31
Fax. +32 2 268 38 79
www.thebrusale.com

SAMEDI
9 JUIN 2012
14H00

ART MODERNE, D'APRÈS-GUERRE ET CONTEMPORAIN



KAREL APPEL / ROGER BISSIERE / FRANÇOIS BOISROND / JEAN CHARLES BLAIS / CAMILLE BRYEN / GASTON CHAISSAC / CHILIDA ET MIRO / CHRISTO / JEAN DEGOTTET / SONIA DELAUNAY / JEAN DUBUFFET / RAOUL DUFY / MAX ERNST / ERRO / MAURICE ESTEVE / LUCIO FONTANA / JEAN MICHEL FOLON / MICHEL GRANGER / DIETER HACKER / HANS HARTUNG / ALAIN JACQUET / PAUL JENKINS / YVES KLEIN / RENE LAUBIES / JEAN LEPIEN / RENÉ MAGRITTE / ANDRE MASSON / JACQUES MAHE DE LA VILLEGLE / JEAN MESSAGIER J. MIRO / JEAN MIOTTE / JACQUES MONORY / MAX PAPART / PABLO PICASSO / BERNARD RANCILLAC / ROBERT RAUSCHENBERG MAN RAY / PAUL REBEYROLLE / HANS RICHTER / MIMMO ROTELLA / NIKY DE SAINT-PHALLE / ANTONIO SEGUI / THEO TOBIASSE BRAM VAN VELDE / VASARELY VICTOR / ANDY WARHOL / LOUIS. J ANTHONISSEN / LÉON BAKST / RAFAEL BARRADAS / LUCIEN BOULIER / VICTOR BRAUNER / ARISTIDE CAILLAUD / OTHON COUBINE / LUCIEN COUTAUD / ALFRED COURMES DUTCH SCHOOL / ROLAND DUBUC / JEAN DUFY / AUDREY CHICO DUNCAN / ERNST FUCHS / NATALIA GONTCHAROVA / ALEXANDER GOUDE HENRI GOETZ / CHAIM GROS / BOGOLJUBOFF / ANDRÉ LANSKOY / JOY LAVILLE / JOSEPH LEPINE / DORA MAAR / ROBERT MARC / ELIE ANATOLE PAVIL / PAUL EMILE PISSARO / PIERRE AUGUSTE RENOIR / HENRI REN / NICOLAS TARKHOFF / CLAUDE VANNIER DIT ABRAMOVITCH / HENRI DE WAROQUIER / ARTHUR AESCHEBACHER / JEAN MICHEL ATLAN / BEN / HANAH BENDOV / HUGUETTE ARTHUR / BERTRAND / VERA BRAUN / BRAM BOGART / JORGE CASTILLO / CESAR / GASTON CHAISSAC / YOULA CHAPOVAL / ROBERT COMBAS / PIERRE CORNEILLE / DADO / PIERRE DMITRIENKO / HERVÉ DI ROSA / NATALIA DUMITRESCO / ERRO JEAN FAUTRIER / RAYMOND HAINS / JACQUES VILLEGLE / JEAN HELION / PAUL JENKINS / ROBERT LAPOUJADE / RENÉ LAUBIES / BENGT LINDSTRÖM / ALBERTO MAGNELLI / ROBERT MALAVAL / HENRI MICHAUX / JEAN MIOTTE / ZORAN ANTONIO MUSIC / GEORGES NOEL / EDGARD PILLET / JEAN PONS / MIMMO ROTELLA / YVON TAILLANDIER / PIERRE TAL-COAT / JEAN TINGUELY-RAYMOND QUENEAU / THÉO TOBIASSE / RAOUL UBAC / CLAUDE VIALLAT / YSBRANDT / LÉON ZACK / MARCEL VERDREN



www.thebrusale.com / www.auction.fr / www.artprice.com / Enchères en ligne sur : www.coretech.cc

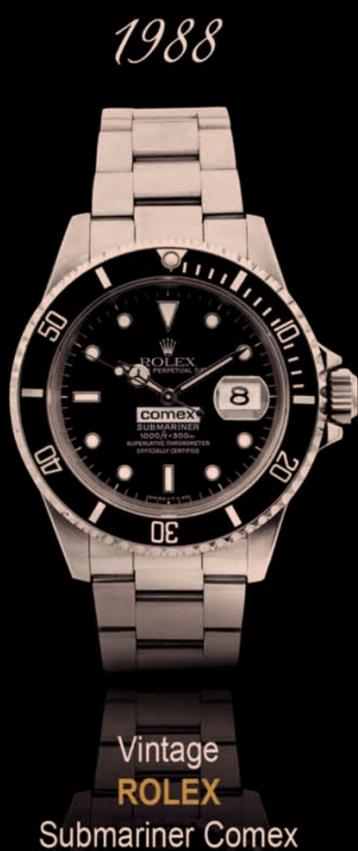
Les lots peuvent être vus du mercredi 6 Juin au vendredi 8 Juin ainsi que le matin de la vente à la Galerie (de 9:00 h à 12:00 h)
Vente aux enchères supervisée par LEROY & ASSOCIES, Huissiers de Justice / Frais de vente 19%

ROMAINRÉA

EXPERT HORLOGER *Paris*

www.romainrea.com

Remontez le Temps ...

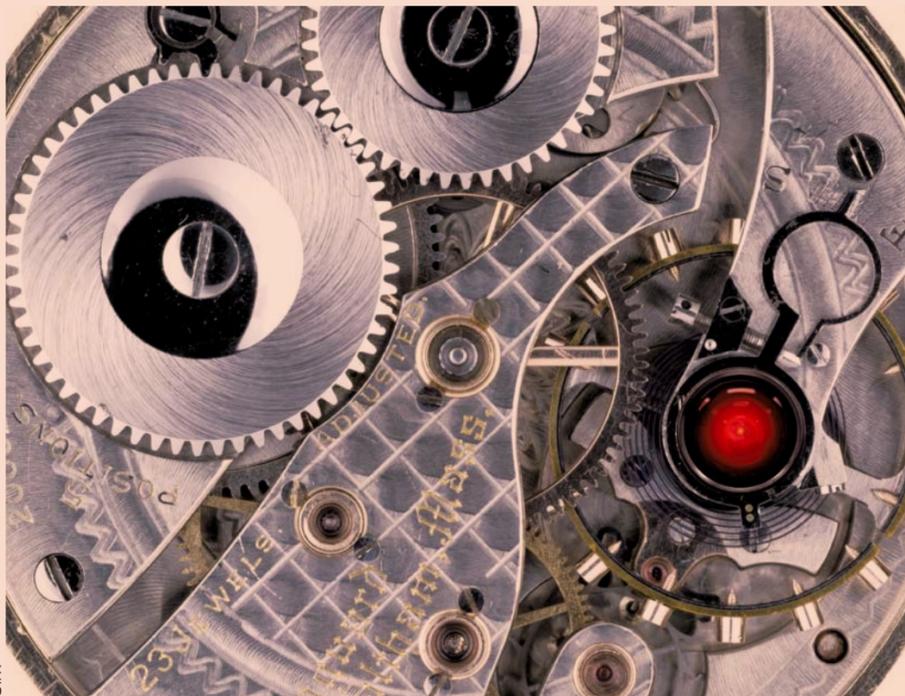


... Au coeur du Printemps

Espace Printemps Vintage (Étage 1)
64 boulevard Haussmann
75009 Paris
tél. : 06 18 12 27 91

... Au coeur de la Rive Gauche

ESPACE ROMAIN RÉA
26 rue du Bac
75007 Paris
Tél. 01 42 61 43 44



SIPA

CONTREFAÇON

Watch out

Dissuader les consommateurs, dialoguer avec les contrefacteurs

“Ta montre, c’est une vraie ?” La question heurte souvent les amateurs. Elle témoigne aussi de l’ampleur de la contrefaçon dans l’horlogerie de luxe. La qualité et le nombre des copies sont en progression constante, écorçant la stratégie d’exclusivité des grandes maisons. Alors que les réseaux de la contrefaçon se complexifient, les fabricants adoptent une nouvelle stratégie de riposte : systèmes d’authentification de pointe, mais vulnérables, traque acharnée sur Internet, développement de la médiation avec les copieurs, et dissuasion des consommateurs... Plus encore que leur chiffre d’affaires, ils doivent préserver l’image de marque qui fonde leur modèle économique.

Par Julien Lemaigen

C’est bien simple, “l’année 2011 a été celle de tous les records pour l’horlogerie suisse”. La formule est écrite noir sur blanc dans le dernier rapport d’activité de la Fédération de l’industrie horlogère suisse (FH), qui ajoute : “Hormis en 2010, qui faisait suite à un important recul, la croissance n’a jamais été aussi soutenue au cours des vingt dernières années.” En 2011, les exportations de montres suisses se sont établies à 16 milliards d’euros, soit une augmentation de plus de 19 % par rapport à l’année précédente. En volume, 30 millions de montres ont été exportées. Ce résultat est le meilleur de ces dix dernières années et dépasse de 14 % celui de 2010. Pourtant, les exportations de montres électroniques commencent seulement à retrouver leur ni-

veau d’avant-crise, et les pièces en matériaux conventionnels marquent le pas. Le grand moteur de la croissance, c’est le luxe. Avec un volume en hausse de 24,5 %, les montres mécaniques représentaient en 2011 un cinquième des produits exportés mais près des trois quarts de la valeur, à près de 11 milliards d’euros, plus 21 % par rapport à 2010. Depuis 2002, les exportations de montres mécaniques ont plus que doublé en valeur. On constate aussi la croissance des matériaux nobles : ainsi, le nombre de montres en or a augmenté de 24,5 %.

Ces chiffres donnent le sourire aux fabricants, mais un autre les renfrogne : celui des contrefaçons. On estime en effet que 40 millions de copies frauduleuses sont produites chaque année, pour un bénéfice net d’au moins un milliard de dollars. En surfant à moindres frais sur la demande entretenue par les marques, le marché des faux affiche lui aussi une santé florissante. Jusqu’à la fin des années 70, l’industrie horlogère faisait surtout la chasse aux fausses inscriptions “Swiss Made”. “Et puis les marques sont montées en puissance, explique Michel Arnoux, responsable de la cellule anticontrefaçon de la FH. Les contrefacteurs se sont mis à copier. Au départ, c’était des modèles fantaisistes, mais aujourd’hui les copies sont d’une finition similaire.” La plus grande partie des faux est produite dans le sud-est de la Chine

continentale, dans les villes de Guangzhou et Shenzhen. En Europe, c’est surtout l’Italie qui sert de point d’entrée. Outre l’origine suisse et la marque, les modèles, designs et mécanismes sont abondamment violés. Quant aux montres les plus copiées, “ce sont celles qui coûtent entre 5 000 et 10 000 euros”, selon Fabrice Guéroux, président de l’association anticontrefaçon Truetime.

Préjudice d’image

Comme la qualité et le tarif des copies augmentent, les fabricants sont aujourd’hui directement mis en concurrence avec les contrefacteurs. “Depuis deux ans, nous remarquons une scission entre deux mondes, explique le directeur juridique d’une grande marque. Il y a les copies de moyenne et mauvaise qualité, et la très haute qualité, dont l’émergence est nouvelle. L’aspect visuel devient très bon, et ces montres ne sont pas vendues à des prix qui permettent de se rendre compte tout de suite qu’il s’agit de faux.” Jean-Claude Biver, président du conseil d’administration de Hublot, confirme que son entreprise “lutte surtout contre les bonnes copies, vendues de 1 000 à 8 000 euros, alors que l’original est vendu en magasin à 30 000 euros”. L’acheteur peut donc se tromper de bonne foi, et la confusion entre le faux et le vrai, longtemps très marginale, est aujourd’hui plus répandue. Les co-

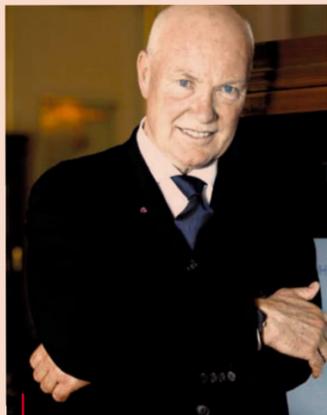
pies font aussi du tort aux marques qui travaillent un cran en dessous du luxe : “Si on achète une fausse montre de prestige à 200 euros, cela représente un manque à gagner pour les marques qui opèrent dans cette gamme de prix”, explique Michel Arnoux.

Si la contrefaçon fait donc perdre directement de l’argent aux enseignes, l’essentiel du préjudice est plus subtil. Il réside dans la dégradation de l’image des marques copiées. Le marketing du luxe, doublement fondé sur la qualité de fabrication et la rareté des produits, n’est plus efficace si des copies ressemblantes inondent le marché. “Si vous subissez une divulgation per-



“Depuis la fin des années 70, les contrefacteurs se sont mis à copier les marques plutôt que l’indication Swiss Made.” Michel Arnoux, FH.

La qualité des copies est en hausse, et la confusion avec l’original, longtemps très improbable, est aujourd’hui plus répandue



“La multiplication des copies est très dommageable pour notre stratégie d'exclusivité.”
Jean-Claude Biver, Hublot.

manente de votre création, elle n'a tout simplement plus de valeur”, pose Lucien-David Langman, président de la Compagnie nationale des experts MCTH et médiateur arbitre à l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (Ompi). Jean-Claude Biver confirme: “Le propriétaire d'une vraie montre de luxe, qu'il a achetée en pensant qu'elle était spéciale, s'agace alors de constater qu'on peut en fait la trouver facilement. C'est très dommageable pour la stratégie d'exclusivité.” Or, si l'image de marque diminue, comment justifier les tarifs élevés qui fondent le modèle économique du secteur?

L'authentification a ses limites

Alors, la riposte s'organise. Beaucoup d'enseignes rechignent pourtant à expliquer leurs stratégies. Rolex, la marque la plus copiée sur certains marchés, renvoie aux services de la FH. Sa grande concurrente, Omega, elle aussi très visée, appartient au groupe Swatch (Breguet, Blancpain, Tissot...) qui préfère ne pas communiquer, à l'instar de l'autre major du secteur, le groupe Richemont (IWC, Cartier, Vacheron Constantin...). Pourtant, toutes les griffes dépensent de fortes sommes pour lutter contre la contrefaçon. Hublot y consacre jusqu'à 1 % de son chiffre d'affaires. Avant même de combattre les copies, authentifier les originaux est une préoccupation majeure. Rolex a développé des systèmes d'hologrammes et de gravures au laser sur le

boîtier de ses montres pour en prouver l'origine. Mais ces solutions physiques peuvent elles aussi être copiées et ne convainquent pas tout le monde. “Les hologrammes ont été à la mode il y a six ou sept ans, mais on a tout de suite vu que ce n'était pas une

Les systèmes d'authentification permettent de repérer le vrai, mais n'entravent pas la propagation du faux

solution évidente, rappelle Lucien-David Langman. Plus c'est compliqué, plus c'est difficile à regarder, et certaines marques elles-mêmes se sont fait avoir au test d'authenticité.” Aujourd'hui, la tendance est passée à l'identification numérique. Ainsi du système Hublotista, lancé par Hublot et la société de protection WiseKey. Chaque montre est vendue avec une carte à puce à code unique et son lecteur dédié, ce qui permet au détaillant comme à l'acheteur de s'assurer, en se connectant au site Internet de la marque, que le produit est authentique. La communication en champ proche (near field communication, NFC) permet quant à elle de lire les informations contenues dans une puce communicante intégrée au boîtier des montres, grâce à un terminal portable tel qu'un simple smartphone placé à proximité et connecté à une base de données. Ces techniques sont encore peu ré-

pandues. “C'est en cours, mais c'est cher”, avance Fabrice Guéroux. L'ampleur des infrastructures à installer peut aussi rebuter les fabricants. Il faut également envisager un frein culturel: placer une puce électronique dans un boîtier purement mé-

sent des messages leur demandant de les retirer. Encore faut-il que les mastodontes de l'Internet coopèrent. Or, le robot a suscité l'intérêt de Google, qui a invité la FH à venir le lui présenter directement en Californie. L'occasion de nouer des liens, comme avec eBay. De ces sociétés, la FH préfère faire “des partenaires plutôt que des adversaires”, selon Michel Arnoux. Qui ajoute qu'aujourd'hui “eBay n'est plus un problème pour la lutte contre les fausses montres, alors qu'il y a trois ans on se grattait la tête en se demandant: qu'est-ce qu'on va faire avec ce truc?” La FH dit avoir obtenu la suppression de 320 000 annonces frauduleuses en 2011, toutes plateformes confondues. Autre initiative, elle a conçu un formulaire que les internautes peuvent utiliser pour signaler des sites de vente qu'ils jugent suspects. “On reçoit plus d'informations que prévu”, se félicite Michel Arnoux. Et les internautes signalent des URL difficiles à repérer pour nous, comme celles rédigées en alphabet cyrillique ou en langues exotiques.”

Médiation avec les copieurs...

Toutefois, ces outils ont leurs limites. Des annonces passent à travers les mailles du filet; des sites contraints à la fermeture rouvrent souvent sous une autre forme et reprennent contact avec leurs clients dont ils auront conservé les adresses électroniques; enfin, les contrefacteurs n'ont pas besoin de la Toile pour abreuver les marchés touristiques ou clandestins. Alors, la lutte sur le terrain physique reste d'actualité. C'est d'abord la formation des douaniers, pour leur apprendre à reconnaître les faux modèles. La FH en a organisé cinq en France l'année dernière. C'est aussi un pool de détectives qui remontent les filières et préparent les dossiers devant fonder les dépôts

canique peut poser un vrai problème aux manufactures spécialisées dans le très haut de gamme. Surtout, ces différents procédés, vendus comme des systèmes anticontrefaçon, en sont-ils vraiment? “Ils concernent la protection du consommateur plutôt que la production de faux”, remarque Fabrice Guéroux. Ces parades permettent de repérer les originaux, mais n'entravent pas la propagation des copies. Michel Arnoux y voit une manière de rassurer l'utilisateur final et un avantage marketing, mais “ce ne sont pas ces systèmes qui mettront un terme à la contrefaçon”. C'est donc encore sur le terrain des contrefacteurs que la lutte reste la plus efficace. L'industrie horlogère a investi les trois fronts de la distribution, de la production et de la consommation. Concernant le premier, la nouveauté s'appelle Internet. Les contrefacteurs opèrent massivement sur la Toile, vitrine exceptionnelle qui assure un relatif anonymat et un contact direct et individuel avec les clients. Pour faire face, deux des 12 personnes employées à la cellule anticontrefaçon de la FH se consacrent exclusivement au Web. L'équipe a fait développer un logiciel qui repère les annonces frauduleuses, et envoie aux plateformes qui les diffu-

NE PAS LAISSER LA TOILE AUX VENDEURS DE FAUX

Jusqu'à aujourd'hui, Internet a été pour l'horlogerie de luxe un fléau plutôt qu'une aubaine. Il a donné aux contrefacteurs un formidable outil pour distribuer leurs produits; de leur côté, les marques n'ont pas encore beaucoup investi le terrain digital. Il suffit pour s'en convaincre de constater que l'immense majorité d'entre elles ne proposent pas leurs produits à la vente en ligne. Sans doute leur stratégie marketing, fondée sur la rareté et l'exclusivité, n'est-elle soluble ni dans le supermarché planétaire ni dans la communication de masse. Pourtant la Toile, déjà incontournable pour de nombreux marchés, le devient aussi pour celui du luxe. “Les marques vont toutes finir par proposer de l'e-commerce, sous différentes formes”, pose Florent Bondoux, business unit manager chez Digital Luxury Group, société spécialisée dans le marketing digital du luxe et des montres en particulier. En effet, l'e-commerce ne se limite pas à saisir un numéro de carte bleue dans un formulaire sécurisé, et à recevoir un colis: “Cela peut aussi vouloir dire prendre rendez-vous dans une boutique ou s'assurer de la disponibilité d'un produit.” En somme, Internet ne doit pas forcément servir à acter la vente, mais à la préparer. Eu égard au prix des articles proposés, encore faut-il entourer l'acheteur d'attentions. “Quand on vend un produit à 4 000 euros, on vend une expérience”, souligne Florent Bondoux. Il faut le faire dans un environnement sécurisé, propre à la marque, apte à provoquer et entretenir le désir, et à finaliser l'achat.” Outre la vente, les marques peuvent

utiliser Internet pour développer leur communication. L'équation consiste à tirer profit de leur valeur affective sans dégrader l'image d'exclusivité qu'elles ont construite de longue haleine. Tirer profit de réseaux sociaux comme Facebook est l'un des enjeux. Raphaël Richard, directeur général de l'agence de marketing digital Neodia, s'interroge sur la capacité des enseignes à relever le gant: “Après avoir développé une communication très hiérarchisée, de bas en haut, sont-elles prêtes à échanger avec les internautes? Et échanger quoi, si on n'a pas de contenu un peu “entertainment”? C'est un grand défi.” Alors que les élites n'ont pas attendu Internet pour être clientes du luxe, les réseaux sociaux sont un terrain où les marques doivent viser la clientèle “aspirationnelle”, celle qui aura peut-être un jour les moyens de s'acheter une montre de prestige, selon Florent Bondoux. Pour qu'elle se tourne alors vers telle marque plutôt qu'une autre, il faut dès aujourd'hui entretenir le désir via une stratégie éditoriale affûtée et “une interactivité qui a du sens”. Et l'expert de Digital Luxury Group de conclure: “Aujourd'hui, une marque horlogère de luxe peut ne pas être active sur Internet sans que ça change grand-chose; d'ici cinq à dix ans, ce sera moins vrai. Et les marques qui auront du succès sur la Toile seront celles dont les univers seront très travaillés.”

J.L.

Les réseaux sociaux sont un terrain où les marques doivent viser la clientèle “aspirationnelle”

Planete Bijouterie .com

www.planete-bijouterie.com

Vente en ligne de montres

Garantie 3 ans



MONTRE TISSOT
CHRONO AUTOMATIQUE

PRS 516





MONTRE HAMILTON KHAKI PILOT
CHRONO AUTOMATIQUE





MONTRE RADO TRUE CÉRAMIQUE
AUTOMATIQUE EXTRA PLATE...

UNLIMITED SPIRIT





Artiste Joaillier - Horloger
GUEBWILLER
+33(0)3 89 76 83 08

de plaintes. Là aussi, les moyens de communication et de transport modernes changent la donne. "Les saisies de 5 000 ou 6 000 pièces dans un conteneur, c'est fini", explique le spécialiste de la FH. Aux grosses expéditions en vrac, dispatchées près des lieux de vente, se sont substitués de multiples envois, plus petits donc plus discrets. Et pour tromper la vigilance des contrôles près des sites de production, les pièces sont souvent envoyées séparément et assemblées au plus près des lieux de vente. L'adversaire s'étant complexifié, l'industrie adapte sa réponse. Le bras de fer au tribunal est peu à peu supplanté par les solutions diplomatiques. Pas encore assez au goût de Lucien-David Langman: "En Chine, on a besoin de médiation entre les marques et les contrefacteurs, mais c'est un aspect qui manque énormément. On choisit encore trop souvent la voie judiciaire qui peut effrayer l'adversaire et le pousser à se cacher." Certaines marques, pourtant, privilégient les règlements à l'amiable: elles peuvent se contenter de la destruction des stocks de faux, assortie d'une convention par laquelle le contrefacteur s'engage à ne pas recom-

Un retrait de licence d'exploitation a plus d'intérêt commercial que le placement en détention des patrons d'ateliers clandestins

mencer. Quant à la FH, plutôt que de faire condamner les contrefacteurs, elle veut leur causer un préjudice économique. Un retrait de licence d'exploitation a plus d'intérêt commercial que le placement en détention des patrons d'ateliers clandestins. Reste à éviter que les ouvriers d'un site fraîchement fermé n'aillent vendre leur habileté chez d'autres copieurs. Pour eux, la FH a mis en place un discret système de reclassement, géré par son antenne de Hong Kong. "Ce sont des gens qui connaissent l'horlogerie et qui peuvent être utiles aux marques locales", souligne son représentant. Diplomatie, respect des règles locales et prise en compte de la dimension sociale de la contrefaçon: voilà selon Michel Arnoux "un langage que les autorités chinoises apprécient beaucoup".

... Dissuasion auprès des acheteurs

Reste à s'occuper des clients du faux. Les enseignes ont lancé plusieurs campagnes de communication pour les dissuader de craquer pour les produits contrefaits. Elles insistent sur les sanctions pénales encourues, mais deux autres grandes stratégies se dégagent. La première: en appeler à la conscience morale des consommateurs, en soulignant que les marchés du faux sont souvent gérés par les réseaux de grande criminalité. Par exemple, la FH a créé sur Internet un site-leurre qui se présente comme un espace de vente de fausses montres, bien référencé sous les termes "swiss", "swatch" et "replica". L'internaute peut y surfer trente secondes, avant que s'affiche un message d'alerte sur les risques et les conséquences liés à l'achat de contrefaçons. L'association Truetime a quant à elle conçu des visuels représentant des voyous et leur CV, où trafic de drogue et gestion de la prostitution figurent en bonne place à côté de la contrefaçon. La campagne a été publiée dans la presse spéciali-

sée, et déclinée dans des vidéos postées sur Youtube et Vimeo. Son auteur estime qu'elle a totalisé environ 5 millions de vues. "Selon mon estimation personnelle, 80 % des acheteurs de faux ne savent pas où va leur argent, affirme Fabrice Guéroux. Pour eux, jouer sur le ressort moral fonctionne." D'autres spécialistes en doutent. Ils arguent notamment que les jeunes, déjà familiers du piratage de films et de musique, sont peu réceptifs à ce type de message. La dernière cartouche consiste alors à ringardiser les porteurs de fausses montres. C'est le sens de la propre campagne de communication de la FH, dont le visuel montre une main de mannequin en plastique ornée d'une fausse montre, barrée de ce slogan: "Fake watches

are for fake people." "Pour le consommateur lambda, travailler sur le côté ringard est une bonne option, juge Lucien-David Langman. On ne promotionne pas assez le produit de qualité, et inversement le consommateur n'est pas assez averti, psychologiquement, qu'un faux est un mauvais produit et qu'il perd de l'argent en l'achetant." Si la morale est peut-être un efficace ressort psychologique, on ne peut pas douter que l'ego et le porte-monnaie en sont aussi. ■

CHIFFRES REVELATEURS

Un fléau chinois

La Fédération horlogère suisse estime la production de fausses montres à plus de 40 millions d'unités par an, pour un bénéfice net apprécié de plus d'un milliard de dollars. D'après ses responsables, elle saisit plus d'un million de produits frauduleux chaque année, dont au moins la moitié en Chine.

A lire également

lenouveleconomiste.fr
Art de vivre & vin > Grands crus > Made in China - N° 1583 - 6 octobre 2011

FH (Fédération horlogère suisse); Ompi (Organisation mondiale de la propriété intellectuelle)

INNOVATION OF OUR TIME

POLE GUARDIAN







EDMOND
FINE SWISS WATCHES +

Smart locker



La Pole Guardian, étudiée pour résister aux conditions extrêmes des hautes latitudes, est équipée du système de verrou exclusif développé par Edmond watches, qui permet de tirer ou de pousser la couronne, ainsi que d'un cadran inédit qui indique l'heure vraie sur 24hrs pendant la nuit ou le jour polaire.

Mouvement automatique 25 rubis visible à travers la glace du fond.

DISPONIBLE DIRECTEMENT DEPUIS LA FABRIQUE

www.edmond-watches.fr

Changer d'intérieur sans sortir à l'extérieur

Week-Net



Votre intérieur mérite que vous passiez un peu de temps sur quelques sites de design et de déco

ALEXANDRE ALMAJEANU

faire son "shopping in jim-jams with a good bottle of red"

Anouvelle présidence, nouvelle déco ? Les débuts de mandat des présidents, et cela depuis Georges Pompidou, ont tous été marqués par une adaptation, une redécoration et un réaménagement aussi bien des bureaux que des appartements privés de l'Élysée. Pour en connaître l'histoire et alimenter

une certaine polémique, il faut lire le site www.demenageonslelysee.fr, dont le nom est assez explicite.

Chez vous en revanche, la décision vous appartient. Dès 1999, www.madeindesign.com a mis en place un site efficace qui vend des milliers de beaux produits, du mobilier aux arts de la table, en passant par l'outdoor et même les bijoux. Une offre de ventes privées limitées dans le temps permet qui plus est de profiter de prix discountés sur des produits destockés.

Le site spécialisé en meubles design contemporains www.AchatDesign.com est le prolongement

on-line des 3 boutiques (Paris, Lille, Le Touquet) et permet par ailleurs de projeter les objets convoités dans son propre intérieur, au moyen d'une application simple et de photos prises par vous-même de vos salons, chambres, cuisine...

A la recherche d'un business-model plus innovant, seulement permis par l'Internet, www.myfab.com a fait le choix de couper tous les coûts intermédiaires entre l'usine et le client. La fabrication se fait donc "on demand" : le produit ne commence à être fabriqué que lorsque vous l'avez commandé et la livraison se fait directement de l'usine à votre domicile. La contrepartie est qu'il faut se munir de patience (2 à 3 mois) mais cela paie au final car cela se ressent sur les prix. Ces derniers sont également amputés des coûts de stockage et des expositions dans des magasins physiques, certes beaux mais chers.

Et comme souvent en matière de concepts innovants on-line, il faut regarder du côté de nos amis anglo-saxons : c'est l'anglais www.made.com qui a inventé le principe de 0 intermédiaire et de fabrication à la commande (pour les objets design tout du moins, car les constructeurs auto le pratiquent depuis bien longtemps).

Et www.mydeco.com est une plate-

forme qui regroupe les produits de toutes les boutiques de design européennes, permettant comme le propose le site dans son "manifesto" de faire son "shopping in jim-jams with a good bottle of red", soit littéralement de faire ses courses en survêt avec une bonne bouteille de vin rouge.

Enfin, si vous souhaitez faire entrer un peu de verdure dans votre appartement, et même si vous ne pouvez rien acheter directement en ligne, ne manquez pas www.tricoiredesign.com, bonne vitrine des objets à base de végétaux et plantes que le designer végétal Alexis Tricoire crée et que vous pourrez acquérir dans ses boutiques.

Siec 12

RETAIL & IMMOBILIER COMMERCIAL

13 & 14 juin 2012

CNIT - La Défense

Une concentration unique des meilleures opportunités du marché

Des conférences exclusives !

• « Régénérer nos fondamentaux pour un Retail conquérant »

Assistez à des conférences et tables-rondes exceptionnelles présentées et animées par des intervenants français et internationaux experts de l'Immobilier Commercial et du Retail.

100 exposants leaders seront présents, certains pour la première fois !

- Promoteurs, Gestionnaires, Investisseurs
- Sites Commerciaux
- Retail
- Sociétés de conseil et prestataires de service
- Chambres de commerce

Et vous, où serez-vous les 13 et 14 juin ?



Conseil National des Centres Commerciaux

RÉSERVEZ VITE
VOTRE ENTRÉE !

WWW.SIEC-ONLINE.COM



Sponsors Platinum



unibail-rodamco

Sponsor Gold



Partenaire



Partenaires Presse



Les Echos



LA PAUVRETÉ EST PARTOUT DANS LE MONDE. NOUS AUSSI.

Avec le réseau des 165 Caritas, le Secours Catholique est présent là où l'humanité souffre. Chaque année, plus de 4 millions de personnes sont aidées sur tous les continents.



 **Secours Catholique**
Réseau mondial Caritas

www.secours-catholique.org



 112AP

BON DE GÉNÉROSITÉ

 **Secours Catholique**
Réseau mondial Caritas

Oui, je soutiens les actions internationales du Secours Catholique, je fais un don de :

- 15 € 30 €* 50 €
 100 € Selon mes possibilités : €

- ♦ Je joins mon règlement par chèque à l'ordre du **Secours Catholique**.
- ♦ Je recevrai le **reçu fiscal** me permettant de déduire de mes impôts, jusqu'à 75 % de ce don.

* Ainsi un don de 30 €, par exemple, ne me reviendra qu'à 7,50 € après déduction fiscale, mais permettra à l'association d'agir bien plus en faveur des plus exclus.

À retourner à : **Secours Catholique** - BP 455 - 75007 Paris

Mes coordonnées :

Nom :

Prénom :

Adresse :

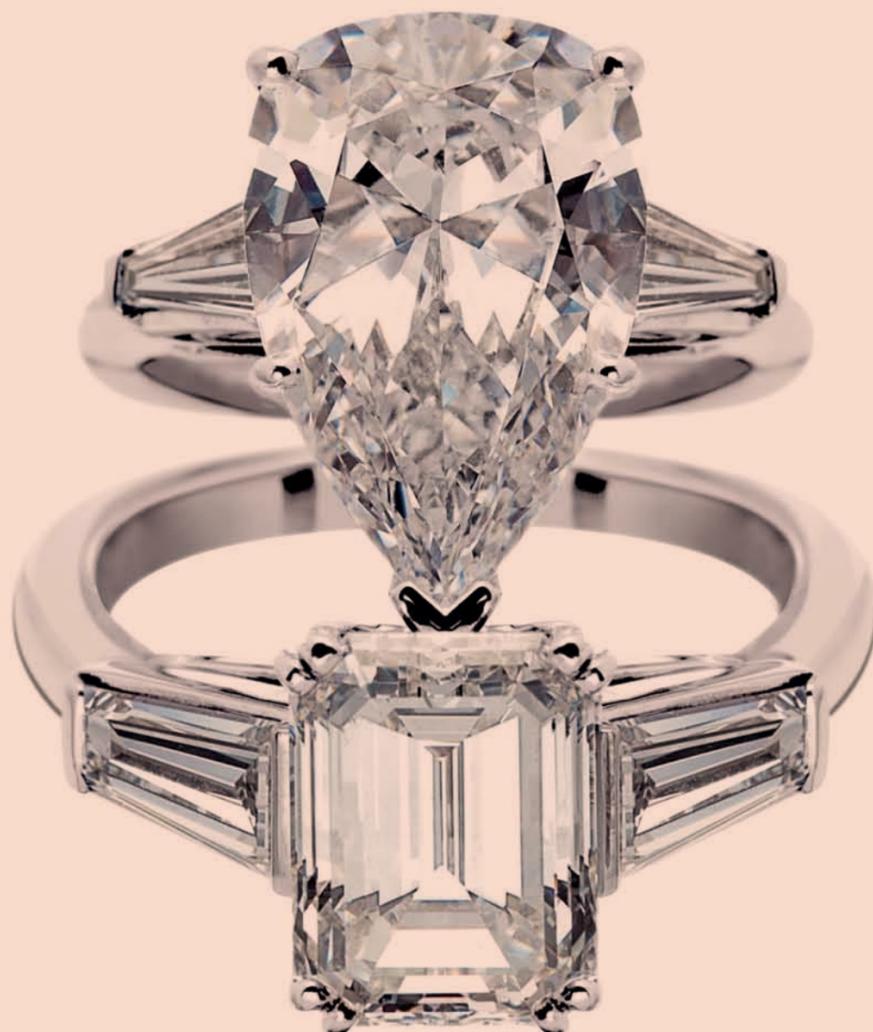
Code postal : | | | | |

Ville :

112AP - Pour tout droits d'accès et de rectification, s'adresser au Secours Catholique.



GALERIE VALÉRIE DANENBERG
EXPERT GEMMOLOGUE • BIJOUX ANCIENS



EXPERTISE - ACHAT - VENTE

Création Haute Joaillerie

LE LOUVRE DES ANTIQUAIRES 75001 PARIS
+33 (0)1 42 60 19 59 / +33(0)6 85 40 95 56

SHOW-ROOM SUR RDV
8, RUE DU BAC 75007 PARIS

HÔTEL RITZ
15 PLACE VENDÔME 75001 PARIS

HÔTEL BURGUNDY
7 & 8 RUE DUPHOT 75001 PARIS

valeriedanenberg@wanadoo.fr
www.valeriedanenberg.fr