

# SAMEDI

ART DE VIVRE & STYLE DE VIE

VENDREDI 19 AVRIL 2013 - N°1659

Cahier 2 - NE PEUT ÊTRE VENDU SÉPARÉMENT

## ART CONTEMPORAIN

### COMME UN POISSON DANS L'EAU

A la via regia de la finance, Françoise Adamsbaum a préféré les chemins de traverse de l'art contemporain



## BONNES FEUILLES

### L'ART D'AVOIR TOUJOURS RAISON

Relisez quelques stratagèmes du livre de Schopenhauer. **Extraits**



## DOSSIERS

### HORLOGERIE

Les montres, objets de joaillerie

# FEUILLETON



# L'habit ne fait pas le patrimoine

L'affaire Cahuzac est une crise de nerfs pleine de mots-clés qui, mis bout à bout, racontent la fin de la politique

PIERRE-LOUIS ROZYNÈS

#### 2 CV

Le premier élu à dégainer son patrimoine a dégainé une 2CV. Laurent Wauquiez a une 2CV et la France le sait. Ça fait pauvre, ça fait français.

#### ANNÉES 30

Ce sont les élus qui ont hurlé au "retour des années trente" devant les micros tendus dans la salle des Quatre Colonnes. Ils devraient pourtant se souvenir que dans les années trente, leur corruption et leur faiblesse morale étaient avérées.

#### AFFAIRE CAHUZAC

Personne de sensé ne pouvait croire à la version officielle selon laquelle Jérôme Cahuzac était le

seul chirurgien esthétique qui n'aurait pas fraudé, pourtant, elle a duré six mois. Aux Etats-Unis, elle aurait duré six jours.

#### ARTICLE 40

L'article 40 du code de procédure pénale est formel :

*"Toute autorité constituée, tout officier public ou fonctionnaire qui, dans l'exercice de ses fonctions, acquiert la connaissance d'un crime ou d'un délit est tenu d'en donner avis sans délai au procureur de la République et de transmettre à ce magistrat tous les renseignements, procès-verbaux et actes qui y sont relatifs."*

#### ARGENT

Argent fou, argent roi, argent comptant, rapport à l'argent... La France se pose de vraies ques-

tions, l'espace d'une semaine. Ensuite, le cours des choses reprendra. (Voir Tabou.)

#### BAYROU

Monsieur Propre.

#### BELGIQUE

Paradis fiscal situé en grande banlieue parisienne.

#### BERCY

Un supertanker sans pilote qui s'enfoncé dans la tempête et dont l'équipage vient d'être assommé.

#### BOUCHES-DU-RHÔNE

Paradis fiscal.

#### CAHUZAC

Nom commun. Se dit désormais

d'un élu de la Nation traître à la Nation. Symptôme. Concentré de conflits d'intérêts et de cynisme.

#### CHABAN

Lorsque *le Canard Enchaîné* a publié sa feuille d'impôt, le France avait découvert qu'il était non imposable mais il n'a pas démissionné pour ça.

#### COMMUNICANTS

Le mensonge est leur métier. Celui des journalistes est de les croire.

#### CONSCIENCE

J'ai ma conscience pour moi, dit le coupable.

## SAMEDI

**CORBEAU**

Le meilleur ami du fisc.  
(Voir article 40.)

**CRÉDIT**

Ce qui vous reste quand on vous a tout pris.  
(Voir Epargne.)

**DÉCLARATION DE PATRIMOINE**

Impossible d'échapper aux déclarations de patrimoine du gouvernement, lundi dernier, déclamées en boucle comme le classement des fortunes : premier Fabius, deuxième Delaunay, troisième, etc.  
On confond le devoir de probité avec le devoir de transparence.

**ÉCUREUIL**

Petit animal qui planque ses noisettes.

**EAMES**

Fauteuil dans lequel Arnaud Montebourg s'est posé l'autre soir en se demandant où tout ça allait finir après qu'il a dû le déclarer pour le montant de 4 000 euros.

**ÉPARGNE**

Ce qui vous reste quand on vous a tout pris.  
(Voir Crédit.)

**ÉVASION**

(Voir Optimisation.)

**EVA JOLY**

Madame Propre.

**EXEMPLARITÉ**

Était exemplaire, en politique, celui qui faisait preuve de courage ou d'efficacité.  
Depuis cette semaine, être exemplaire en politique, c'est simplement accepter qu'on sache ce que vous possédez.  
Oui. On en est là.

**FABIUS**

Ministre, sujet de conversation, héritier.

**FISC**

Son précédent ministre de tutelle le fraudait.

**FRAUDE**

Activité très répandue dont on fait semblant de découvrir l'étendue.

**FRIC+CUL**

"DSK c'était le cul plus le fric, Cahuzac, c'est le fric plus le cul", selon un "baron" du PS cité par le Monde.

**GRAVE (C'EST)**

"Ce que j'ai fait est plus grave que Guérini ?" demandait par SMS Cahuzac la semaine dernière.

**GUÉRINI**

Guérini lui a répondu et a publié son patrimoine la semaine dernière. "Les liquidités disponibles sur mes comptes bancaires s'élevaient à 3 905 euros à la date du 1<sup>er</sup> mars 2013. Par ailleurs, je possède en indivision une maison de village à Calenzana, provenant de la succession de mes parents. Sa va-

leur globale est estimée à 72 000 euros.

*Je ne possède pas de compte à l'étranger, je ne suis pas titulaire d'une assurance vie."*

**HOLLANDE**

Paradis fiscal.

**HAUTE AUTORITÉ**

Ne règlera rien mais créera quelques emplois.

**JOURNALISTES**

(Voir Communicants.)

**LABORATOIRES**

Cahuzac était l'homme du lobby des labos. On est en train de découvrir que l'industrie pharmaceutique a corrompu autant d'élus que de médecins.

**LUXEMBOURG**

le premier employeur étranger du Luxembourg est la BNP.

**MÉDIAPART**

Auxiliaire de justice.  
(Voir article 40.)

**MÉLENCHON**

Meilleur populiste de France.

**MENSONGE**

C'était jusqu'ici un très joli mot de la langue française.

**OPTIMISATION FISCALE**

A la fraude, préférer l'optimisation, c'est la même chose mais ça n'est pas insultant.

**PATRIMOINE**

L'habit ne fait pas le patrimoine.

**PLENEL**

Premier flic de France. Déclaré d'intérêt public.  
(Voir Médiapart.)

**POPULISME**

(Voir Mélenchon.)

**RÉUNION**

Ile dont est élu le député le plus riche.

**EXEMPLARITÉ**  
Était exemplaire, en politique, celui qui faisait preuve de courage ou d'efficacité.

Depuis cette semaine, être exemplaire en politique, c'est simplement accepter qu'on sache ce que vous possédez.  
Oui. On en est là.

**RICHES**

François Hollande n'aime pas les riches mais il les croit quand ils lui jurent qu'ils ne le sont pas.

**RIDICULE**

Le ridicule ne tue pas, mais il abîme.

**SARKOZY**

Se marre.

**SOLFÉRINO**

Parti.

**TRANSPARENCE**

(Voir Populisme.)

**TAPIE**

Patron de presse français selon lequel l'affaire Cahuzac ne valait pas plus de trois lignes.

**TRANSPARENCE**

(Voir Voyeurisme.)

**UBS**

Grosse banque suisse. Filiales et scandales dans tous les pays, sauf en France.

**VOYEURISME**

(Voir Transparence.)

**SORCIÈRES**

Voir Corbeau. Un lâcher de corbeaux précède toujours une chasse aux sorcières.

**TABOU**

Lorsqu'un tabou est brisé, l'imbécile n'entend que le bruit.  
En dévoilant le patrimoine

détaillé des ministres, le gouvernement n'a pas brisé le tabou de l'argent des politiques, il a au contraire évité qu'il soit directement abordé.

**TRANSPARENCE**

Préférer l'invisibilité.

**UMP**

Puisque l'UMP n'est pas dirigée par un homme mais par deux camps unis par une haine réciproque, la France rit maintenant de Château-Fillon, mais elle a bien élu deux fois Château-Chirac. De son côté, Jean-François Copé a compris qu'il allait devoir bientôt faire une croix sur ses honoraires d'avocat d'affaires, cette profession que les députés peuvent pratiquer sans jamais avoir jamais ouvert le code pénal et qui leur permet de monnayer leur carnet d'adresses.

**WAUQUIEZ**

(Voir 2CV.)

**600 MILLIARDS**

C'est montant de la fraude fiscale réelle, estimée par le journaliste Antoine Peillon dans son livre *600 milliards qui manquent à la France*.



Accrochages,  
décrochages

ROXANA AZIMI,  
Le Quotidien de l'Art

## Comme un poisson dans l'eau

A la via regia de la finance, Françoise Adamsbaum a préféré les chemins de traverse de l'art contemporain

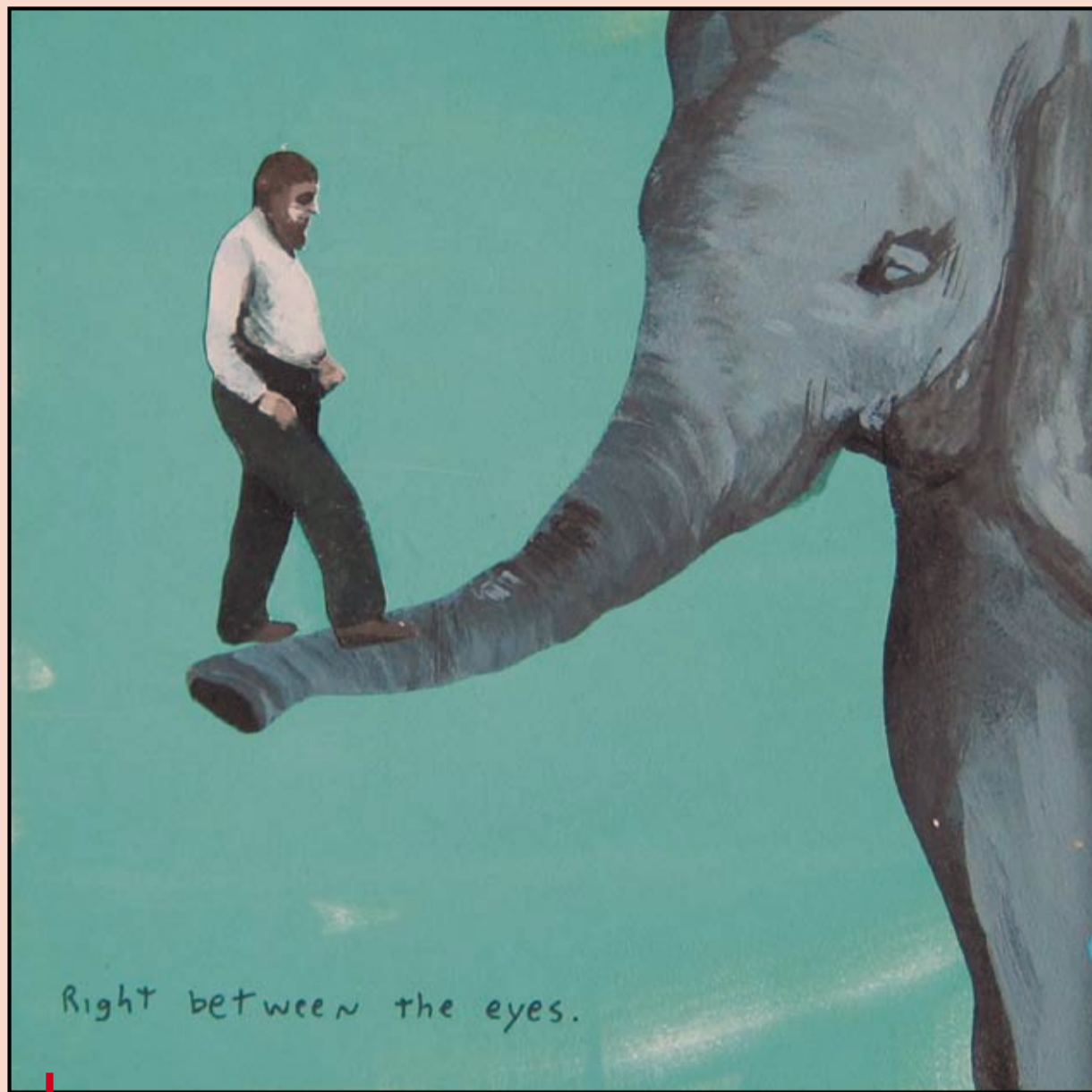
La finance mène à tout. Pour peu qu'on s'en éloigne ! C'est le choix qu'a opéré Françoise Adamsbaum. Passée par les bancs de Math sup/spé, ingénieur conseil pendant deux ans chez Hewlett-Packard avant de rejoindre Natexis, elle s'est un jour lassée de jongler avec les chiffres. "Il y a eu un énorme krach en 1987, premier de la série. Il n'y avait plus de matière dans notre métier, de fonds, c'était l'argent fabriqué par l'argent. Je sentais que c'était stérile. La finance, c'est un environnement sec où il n'y a pas d'échanges intellectuellement riches", explique cette tornade rousse frisée qui a troqué le poker face de mise dans son ancien métier pour un sourire franc et contagieux. "Tout naturellement", elle songe à se reconverter dans l'art. Normal, ses parents étaient collectionneurs d'art brut et d'arts primitifs et, pour y avoir barboté jeune, elle se sent dans le milieu de l'art comme un poisson dans l'eau. D'ailleurs, d'autres financiers ont suivi ce chemin, comme l'ancien galeriste Serge Le Borgne, ex-trader, ou le jeune marchand de photos Gad Edery.

Mais Françoise Adamsbaum a une particularité : elle s'est construit un métier (ou plutôt des métiers) sur mesure. Alors que l'idée de produits dérivés en art n'en est qu'à ses balbutiements, que les musées ne regorgent pas encore de bloc-notes, mugs et autres magnets à l'effigie des artistes contemporains, elle lance une collection de montres, Lito, dont le cadran est signé par des grands noms tels que Sol LeWitt, Robert Indiana ou Hervé di Rosa. "Je me suis dit que porter une œuvre d'art à son poignet était une bonne manière de diffuser l'art", explique-t-elle. Elle a eu du flair, puisque même le prestigieux MoMA de New York lui achète sa collection pour sa boutique de design.



Portrait de Françoise Adamsbaum.

"Je m'adresse à des collectionneurs qui ont envie d'explorer des niches pointues avec un accompagnement, un conseil, une éducation. L'idée est de les emmener sur un terrain où ils ne pourraient pas aller d'eux-mêmes sans se tromper."



Michael Dumontier/Neil Farber - "Right between the eyes" (2010).

### OUVRIR DES TERRITOIRES

Avec ce projet, elle remporte en 1989 le premier prix de la Fondation Jacques-Douce. Elle avance pas à pas avec les artistes, se fait ouvrir beaucoup de portes par Arman, rencontre Keith Haring qui n'était pas encore l'icône à laquelle le musée d'Art moderne de la Ville de Paris rend hommage la semaine prochaine. En quinze ans, elle construit son socle relationnel, préférant au mainstream les voies buissonnières et les niches pointues. "J'ai un œil modeste et éclectique, explique celle qui "tout naturellement" encore travaille bénévolement pour le musée international des Arts modestes à Sète. Un artiste modeste, c'est celui qu'on ne regarde pas, mais qui ouvre des territoires. Ce que je veux, c'est ouvrir le territoire des regards." A la fin des années 1990, elle devient conseillère pour construire des collections, toujours de niche, et monte les premiers fonds sur l'art indien baptisés Nalonga en 2004, regroupant à chaque fois entre 4 et 10 collectionneurs. Contrairement aux fonds d'investissements, les collectionneurs ne revendent par les œuvres pour se partager le butin, mais repartent avec. "On ne peut pas écarter l'idée d'investissement quand on demande aux gens de mettre entre 50 000 et 100 000 euros. Je n'aime toutefois pas le terme de fonds, je préfère dire "collectif", précise-t-elle. Je m'adresse à des collectionneurs qui ont envie d'explorer des niches pointues avec un accompagnement, un conseil, une éducation. L'idée est de les prendre par la main,

de les emmener sur un terrain où ils ne pourraient pas aller d'eux-mêmes sans se tromper." D'ailleurs, elle opère toute seule les choix, partant d'un point de vue plus sage qu'autocrate : "En art, il faut des partis pris, des convictions. Je suis contre les choix collectifs. Le compromis est la meilleure chose pour prendre une mauvaise décision. La plupart des bonnes œuvres sont controversées. J'aime avoir l'avis des collectionneurs, qu'ils disent qu'ils n'aiment pas mais qu'au fil de la durée du fonds, ils comprennent pourquoi l'acquisition a été faite. Notre métier, c'est aussi d'anticiper."

### ARTISTES DE WINNIPEG

Parallèlement à cela, Françoise Adamsbaum a ouvert avec son associé Sidney Tenoudji depuis six ans la galerie Keza à Paris, un show-room ouvert uniquement sur rendez-vous. Sa liste d'artistes reflète son éclectisme buissonnier puisqu'on y retrouve aussi bien l'Indien Bose Krichnamachari que les Français François Boisrond ou Miguel Chevalier. Pourquoi ne pas prendre modèle sur les enseignes ayant pignon sur rue ? "Il n'y a pas de place pour les galeries de taille moyenne, tranche-t-elle avec lucidité. On va avoir de moins en moins d'argent pour faire des projets, on s'essouffle. Or il faut voyager, être mobile et une vitrine ne le permet pas. Les collectionneurs n'ont plus le temps d'aller dans les galeries. On doit travailler sur les affinités, les rencontres, et non pas le déplacement physique. A ce titre, le rendez-vous est plus adapté. Il faut que les collection-

neurs aient du désir, et il ne peut venir que dans le conseil." Ce qu'elle conseille, ce sont notamment les artistes comme Michael Dumontier et Neil Farber, issus de l'école de Winnipeg, une ville canadienne qui regroupe une communauté artistique féconde, une scène périphérique montrée en 2011 à la Maison rouge à Paris. "J'avais remarqué Marcel Dzama, les cadavres exquies du Royal Art Lodge, rappelle-t-elle. Ce qui me fascine, c'est que ces artistes sont dans leurs mondes, dans des sortes de cellules créatives." A l'écouter s'enthousiasmer pour des créateurs que - dans son snobisme - le grand marché ignore, on comprend pourquoi cette femme curieuse a quitté le carcan de la finance. "Dans la finance, on arrive à un niveau et on y reste. Ce qui est passionnant, c'est que les artistes vous poussent à vous déplacer par rapport à votre centre de gravité. J'aime ce mouvement. Montaigne le disait bien, tout ce qui branle ne tombe pas."

Galerie Keza, [www.galeriekeza.com](http://www.galeriekeza.com)

# L'art d'avoir toujours raison

Ce livre d'Arthur Schopenhauer est un best-seller discret des livres de management et de communication. Et il n'a pas pris une ride. **EXTRAITS**

## STRATAGÈME I

### L'extension

Il s'agit de reprendre la thèse adverse en l'élargissant hors de ses limites naturelles, en lui donnant un sens aussi général et large que possible et l'exagérer, tout en maintenant les limites de ses propres positions aussi restreintes que possible. Car plus une thèse est générale et plus il est facile de lui porter des attaques. Se défendre de cette stratégie consiste à formuler une proposition précise sur le *puncti* ou le *status controversiae*.

#### Exemple 1

Je dis : "Les Anglais sont la première nation en ce qui concerne la dramaturgie." Mon adversaire tenta alors de donner une instance du contraire et répondit : "Il est bien connu que les Anglais ne sont pas doués en musique, et donc en opéra." Je réfutai l'attaque en lui rafraîchissant la mémoire : "La musique ne fait pas partie de la dramaturgie qui ne comprend que tragédie et comédie." Mon adversaire le savait probablement mais avait tenté de généraliser mon propos afin d'y inclure toutes les représentations théâtrales, et donc l'opéra, et donc la musique, afin de me prendre en erreur sur ma thèse.

Inversement, il est possible de défendre ses positions en réduisant davantage les limites dans lesquelles elles s'appliquent initialement, pour peu que notre formulation nous y aide.

#### Exemple 2

A dit : "La Paix de 1814 a donné à toutes les villes allemandes de la ligue hanséatique leur indépendance" et B donne une *instantia in contrarium* en rappelant que Dantzig avait reçu son indépendance de Bonaparte et l'avait perdue par cette Paix. A se sauve : "J'ai dit toutes les villes allemandes de la ligue hanséatique : Dantzig était une ville polonaise."

Ce stratagème a déjà été mentionné par Aristote dans *Topiques*, VIII, 12, 11.

#### Exemple 3

Lamarck, dans sa *Philosophie zoologique*, rejette l'idée que les polypes puissent éprouver des sensations car ils sont dépourvus de nerfs. Il est cependant certain qu'il existe chez eux un sens de la perception : ceux-ci s'orientent en direction de la lumière en se déplaçant de tentacule en tentacule et peuvent saisir leurs proies. Il a donc été émis l'hypothèse que leur système nerveux s'étendait à travers tout leur corps en égale mesure, comme s'ils étaient fusionnés avec, car il est évident que les polypes possèdent la faculté de perception sans présenter d'organes sensoriels. Comme cette théorie réfute l'argument de Lamarck, celui-ci a recours à la dialectique : "Dans ce cas toutes les parties du corps des polypes doivent être capables de toute sorte de perception, de mouvement et de pensée. Le polype aurait alors en chaque point de son corps tous les organes du plus parfait des animaux : chaque point pourrait voir, sentir, goûter, écouter, etc. Ou mieux : penser, juger, faire des conclusions : chaque particule de son corps serait un animal parfait, et le polype serait au-dessus de l'homme car chaque particule de son corps aurait toutes les capacités des hommes. En outre, il n'y aurait pas de raisons de ne pas étendre ce qui est vrai pour le polype à tous les monades, puis aux plantes, lesquelles sont elles aussi vivantes, etc." En faisant usage de cette stratégie de dialectique, un écrivain trahit le fait qu'il sait avoir tort. Parce que quelqu'un a dit : "Tout leur corps perçoit la lumière et agit donc comme un nerf", Lamarck a étendu au fait que le corps était capable de penser.

## STRATAGÈME IV

### Cacher son jeu

Lorsque l'on désire tirer une conclusion, il ne faut pas que l'adversaire voie où l'on veut en venir, mais quand même lui faire admettre les prémisses une par une, l'air de rien, sans quoi l'adversaire tentera de s'y opposer par toutes sortes de chicanes. S'il est douteux que l'adversaire admette les prémisses, il faut établir des prémisses à ces prémisses, faire des pré-syllogismes et s'arranger pour les faire admettre, peu importe l'ordre. Vous cachez ainsi votre jeu jusqu'à ce que votre adversaire ait approuvé tout ce dont vous aviez besoin pour l'attaquer. Ces règles sont données dans Aristote, *Topiques*, VIII, 1.

Ce stratagème n'a pas besoin d'être illustré par un exemple.

## STRATAGÈME V

### Faux arguments

On peut, pour prouver une assertion dans le cas où l'adversaire refuse d'approuver de vrais arguments, soit parce qu'il n'en perçoit pas la véracité, soit parce qu'il devine où l'on veut en venir, utiliser des arguments que l'on sait être faux. Dans ce cas, il faut prendre des arguments faux en eux-mêmes, mais vrais *ad hominem*, et argumenter avec la façon de penser de l'adversaire, c'est-à-dire *ex concessis*. Une conclusion vraie peut en effet découler de fausses prémisses, mais pas l'inverse. De même, on peut détourner les faux arguments de l'adversaire par de faux arguments qu'il pense être vrais. Il faut utiliser son mode de pensée contre lui. Ainsi, s'il est membre d'une secte à laquelle nous n'appartenons pas, nous pouvons utiliser la doctrine de secte contre lui. Aristote, *Topiques*, VIII, 9.

## STRATAGÈME VI

### Postuler ce qui n'a pas été prouvé

On fait une *petitio principii* en postulant ce qui n'a pas été prouvé, soit : en utilisant un autre nom, par exemple "bonne réputation" au lieu de "honneur", "vertu" au lieu de "virginité", etc. ou en utilisant des mots intervertibles comme "animaux à sang rouge" au lieu de "vertébrés" ; en faisant une affirmation générale couvrant ce dont il est question dans le débat : par exemple maintenir l'incertitude de la médecine en postulant l'incertitude de toute la connaissance humaine ; ou vice versa, si deux choses découlent l'une de l'autre, et que l'une reste à prouver, on peut postuler l'autre ; si une proposition générale reste à prouver, on peut amener l'adversaire à admettre chaque point particulier. Ceci est l'inverse du deuxième cas.

Aristote, *Topiques*, VIII, 11.

Le dernier chapitre des *Topiques* contient de bonnes règles pour s'entraîner à la dialectique.

## STRATAGÈME VII

### Atteindre le consensus par des questions

Si le débat est conduit de façon relativement stricte et formelle, et qu'il y a le désir d'arriver à un consensus clair, celui qui formule une proposition et veut la prouver peut s'opposer à son adversaire en posant des questions, afin de démontrer la vérité par ses admissions. Cette méthode érothématique (également appelée socratique) était particulièrement en usage chez les Anciens, et quelques stratagèmes développés plus loin y sont associés (ceux-ci dérivent librement des *Réfutations sophistiques* d'Aristote, cha-



pitre 15).

L'idée est de poser beaucoup de questions à large portée en même temps, comme pour cacher ce que l'on désire faire admettre. On soumet ensuite rapidement l'argument découlant de ces admissions : ceux qui ne sont pas vifs d'esprit ne pourront pas suivre avec précision le débat et ne remarqueront pas les erreurs ou oublis de la démonstration.

## STRATAGÈME VIII

### Fâcher l'adversaire

Provoquez la colère de votre adversaire : la colère voile le jugement et il perdra de vue où sont ses intérêts. Il est possible de provoquer la colère de l'adversaire en étant injuste envers lui à plusieurs reprises, ou par des chicanes, et en étant généralement insolent

quer la colère de l'adversaire en étant injuste envers lui à plusieurs reprises, ou par des chicanes, et en étant généralement insolent.

### STRATAGÈME IX Poser les questions dans un autre ordre

Posez vos questions dans un ordre différent de celui duquel la conclusion dépend, et



transposez-les de façon à ce que l'adversaire ne devine pas votre objectif. Il ne pourra alors pas prendre de précautions et vous pourrez utiliser ses réponses pour arriver à des conclusions différentes, voire opposées. Ceci est apparenté au stratagème 4 : cacher son jeu.

### STRATAGÈME X Prendre avantage de l'antithèse

Si vous vous rendez compte que votre adversaire répond par la négative à une question à laquelle vous avez besoin qu'il réponde par la positive dans votre argumentation, interrogez-le sur l'opposé de votre thèse, comme si c'était cela que vous vouliez lui faire ap-

rouver, ou donnez-lui le choix de choisir entre les deux afin qu'il ne sache pas à laquelle des deux propositions vous voulez qu'il adhère.

### STRATAGÈME XI Généraliser ce qui porte sur des cas précis

Faites une induction et arrangez-vous pour que votre adversaire concède des cas particuliers qui en découlent, sans lui dire la vérité générale que vous voulez lui faire admettre. Introduisez plus tard cette vérité comme un fait admis, et, sur le moment, il aura l'impression de l'avoir admise lui-même, et les auditeurs auront également cette impression car ils se souviendront des nombreuses questions sur les cas particuliers que vous aurez posées.

### STRATAGÈME XIII Faire rejeter l'antithèse

Pour que notre adversaire accepte une proposition, il faut également lui fournir la contre-proposition et lui donner le choix entre les deux, en accentuant tellement le contraste que, pour éviter une position paradoxale, il se ralliera à notre proposition qui est celle qui paraît le plus probable. Par exemple, si vous voulez lui faire admettre qu'un garçon doit faire tout ce que son père lui dit de faire, posez lui la question : "Faut-il en toutes choses obéir ou bien désobéir à ses parents ?" De même, si l'on dit d'une chose qu'elle se déroule "souvent", demandez si par "souvent" il faut comprendre peu ou beaucoup de cas et il vous dira "beaucoup". C'est comme si l'on plaçait du gris à côté du noir et qu'on l'appelait blanc, ou à côté du blanc et qu'on l'appelait noir.

### STRATAGÈME XIV Clamer victoire malgré la défaite

Il est un piège effronté que vous pouvez poser contre votre adversaire : lorsque votre adversaire aura répondu à plusieurs questions, sans qu'aucune des réponses ne se soient montrées favorables quant à la conclusion que vous défendez, présentez quand même votre conclusion triomphalement comme si votre adversaire l'avait prouvée pour vous. Si votre adversaire est timide, ou stupide, et que vous vous montrez suffisamment audacieux et parlez suffisamment fort, cette astuce pourrait facilement réussir. Ce stratagème est apparenté au *fallacia non causæ ut causæ*.

### STRATAGÈME XV Utiliser des arguments absurdes

Si nous avons avancé une proposition paradoxale et que nous avons du mal à la prouver, nous pouvons proposer à notre adversaire une proposition qui paraît correcte mais dont la vérité n'est pas tout à fait palpable à première vue, comme si nous désirions nous servir de cette proposition comme preuve. Si l'adversaire rejette cette proposition par méfiance, nous proclamerons triomphalement l'avoir menée ad absurdum. Si en revanche il accepte la proposition, cela montre que nous étions raisonnablement dans le vrai et pouvons continuer dans cette voie. Nous pouvons aussi avoir recours au stratagème précédent et déclarer notre position paradoxale démontrée par la proposition qu'il a admise. Cela demande une impudence extrême mais de tels cas arrivent et il est des personnes qui procèdent ainsi d'instinct.

### STRATAGÈME XVI Argument ad hominem

*L'argumenta ad hominem* ou *ex concessis* : lorsque notre adversaire fait une proposition, il faut vérifier si celle-ci ne serait pas inconsistante – même si ce n'est qu'une apparence – avec d'autres propositions qu'il a faites ou admises, ou avec les principes de l'école ou de la secte à laquelle il appartient, ou avec les actions des membres de son culte, au pire avec ceux qui donnent l'impression d'avoir les mêmes opinions, même si c'est infondé. Par exemple, s'il défend le

suicide, on peut lui répondre : "Alors pourquoi ne te pends-tu pas ?" Ou encore, s'il soutient qu'il ne fait pas bon vivre à Berlin, on peut rétorquer : "Pourquoi ne prends-tu pas le premier express pour la quitter ?" Tel est le genre de chicanes que l'on peut utiliser.

(...)

LE LIVRE

## L'ART D'AVOIR TOUJOURS RAISON



L'AUTEUR

### Arthur Schopenhauer

Philosophe allemand, né en 1788 à Dantzig en Prusse, mort en 1860 à Francfort. En 1793, la famille Schopenhauer fuit devant l'occupation prussienne pour s'établir dans la ville libre de Hambourg. Destiné à une carrière d'employé commercial par son père qui le pousse à voyager très tôt, il abandonne cette funeste voie à sa mort pour s'adonner à une carrière intellectuelle. Sa mère, elle aussi, se libère et ouvre un café littéraire fréquenté par Goethe.

Schopenhauer pose avant trente ans les bases de sa philosophie dans "Le monde comme volonté et comme représentation". Sa pensée pessimiste donne le primat à la volonté. Il crée une métaphysique du vouloir qui définit le monde comme une volonté active dont les manifestations ne peuvent être comprises par ceux qui sont livrés aux représentations et aux apparences. Ainsi l'entreprise de Schopenhauer pouvait difficilement être entendue par un monde qu'il s'acharnait à vouloir ruiner.

Mais sa pensée n'est pas que pure négativité : elle doit conduire à l'ascétisme et à la contemplation.

Schopenhauer connaîtra le succès tardivement après la sortie de la seconde édition allégée du "Monde comme volonté et comme représentation" qui le fera connaître à l'Europe entière.



Les montres, objets de joaillerie

## L'art et la technique

Mécanique de pointe et techniques anciennes se marient dans un objet désormais artistique et personnel

Véritables bijoux de technologie et de mécanique, les montres de luxe sont l'objet de la plus fascinante des inspirations de la part des joailliers. Désormais parures à part entière, elles sont appréciées des amateurs, hommes comme femmes, pour leur valeur de bijou, s'assortissent aux tenues de celui qui les porte, mais également à ses accessoires. Nouveaux matériaux et techniques ancestrales cohabitent sur les boîtiers, bracelets et cadrans. Nacre, laque, gravures, plumes : les maîtres horlogers ne reculent devant aucune innovation pour offrir les créations les plus exceptionnelles et n'hésitent pas à faire appel aux techniques les plus anciennes pour conjuguer le savoir de la tradition à une modernité esthétique toute nouvelle.

SIPA

Par Marion Roucheux

Elles s'appellent "les Cadrans extraordinaires" chez Van Cleef & Arpels, "Auaracer" chez Tag Heuer, "Crazy Jungle" chez Boucheron, "Calibre Royal" chez Pequignet ou encore "Rendez-vous Célestial" chez Jaeger-LeCoultre. Elles rivalisent de créativité, de finesse, de prouesse mécanique et de matériaux innovants ou issus des savoir-faire les plus traditionnels. Bienvenue dans le monde des collections horlogères, où les montres sont bien plus que de simples garde-temps et concurrencent les bijoux. Sur les cadrans, on peut admirer des associations d'émail et de pierres, d'or et de diamants, des techniques artisanales ancestrales, comme le laqué artisanal japonais sur lequel on peut appliquer de la poudre d'or ou d'argent, ou encore incruster des coquilles d'œuf ou de l'or solide. Autres savoir-faire traditionnels qui séduisent les amateurs de montres de prestige : la gravure main, la marqueterie de nacre, l'utilisation de la céramique et l'émail champlevé, une technique qui consiste à émailler une épaisse base de métal qui a été gravée avec des cavités correspondant au motif final. Autant de métiers différents conjugués au profit de pièces d'exception, où la

minutie et le souci du détail créent autant de valeur ajoutée que la richesse mécanique de la montre. Car la tendance est aux montres-bijoux, qui sont désormais portées non seulement pour le plaisir d'avoir un beau garde-temps à son poignet, mais également en tant que véritable parure, à assortir à ses autres accessoires. "C'est une tendance confirmée, assure Didier Leibundgut, président-directeur général de la maison Pequignet. Actuellement les montres de luxe ne se vendent que si elles jouent le rôle de bijou."

Mais montre-bijou ne signifie pas forcément pierres et dorures, en particulier pour ces messieurs. "Pour les hommes, c'est avant tout une montre mécanique, si possible de manufacture, c'est-à-dire une marque qui possède son propre calibre mécanique", précise le PDG. La montre, c'est le bijou "qui est devenu un objet d'art" et qui au passage incarne un "marqueur social très fort". "Pour l'homme, il faut bien reconnaître qu'il y a peu de choix en bijoux," souligne M. Leibundgut. Ce que confirme Denis Dotter, diamantaire et directeur de la bijouterie horlogerie éponyme. "La montre est le seul bijou que l'homme peut s'offrir. Porter un garde-temps, c'est avant tout une histoire d'identification à une montre, à une technologie et à une marque, mais aussi une histoire d'insertion sociale, analyse-t-il. Cela a toujours été une question d'image pour l'homme." Et désormais, la montre se doit aussi d'être esthétique. "Il y a 100 ans, on pouvait noter une vraie opposition entre un porté fonctionnel, tourné vers la technique, du côté des hommes, et un porté bijou typique des femmes, qui étaient dans la pure recherche d'une parure", raconte quant à lui Jérôme Lambert, président de la

maison Jaeger-LeCoultre. Avec le temps, les hommes ont considéré que leur montre devait dépasser les frontières du fonctionnel pour devenir aussi un accessoire à part entière.

### L'accessoire de l'homme, le bijou de la femme

"La montre ne peut pas se permettre de perdre ses caractéristiques techniques, mais elle se pare en plus de caractéristiques qui font d'elle un accessoire", souligne M. Lambert ; que ce soit dans son esthétique, dans son confort, dans le reflet d'un style ou dans la signature d'une expression et d'une identité. Désormais, les hommes changent de montre beaucoup plus régulièrement, et souhaitent assortir leur garde-temps à leurs autres accessoires : costumes, ceintures, cravates, boutons de manchette... "On rejoint la tradition italienne, qui veut que les montres soient marquées d'un temps dans la journée, ou dans la semaine", explique Jérôme Lambert, qui rappelle que nos voisins latins étaient les premiers dans les années 1960 à avoir plusieurs montres à assortir à leur garde-robe. Ainsi avec un costume de ville, on privilégiera un cadran clair, des fonctionnalités très présentes, pourquoi pas des complications. Avec un costume sombre ou un smoking en revanche, on préférera une montre très fine, minimaliste, avec potentiellement un cadran noir. Côté féminin, la montre-bijou est restée telle qu'elle a toujours été, une parure à part entière. "Elle a pour rôle d'embellir", souffle Didier Leibundgut. Élégante, souvent incrustée de pierres et de diamants, la montre pour femme peut aussi jouer sur les couleurs, celles de la nacre, des pierres ou

des ors. "Les femmes vont plus loin que les hommes, elles assortissent les ors de leur montre à celui de leurs parures. On le voit d'ailleurs à travers la montée en puissance de l'or rose, aussi bien dans la joaillerie que dans l'horlogerie", note Jérôme Lambert. Les hommes sont moins stricts et moins systématiques, mais les femmes accentuent quasiment toujours le phénomène avec au moins une bague, un bracelet ou un tour de cou. Quant à avoir plusieurs montres à portée de main, la tendance se révèle également chez les femmes : pas question en effet de se rendre à une soirée mondaine en arborant une montre de sport, un bracelet métallique ou une lunette tournante, qui sont autant de marqueurs d'un modèle "casual". "On préférera presque ne pas porter de montre que de porter une montre en décalage avec l'occasion", souligne Jérôme Lambert. Reste que chez Jaeger-LeCoultre, on note chez les clientes une montée en puissance de l'intérêt et d'attentes à l'égard des caractéristiques mécaniques des montres : on recherche de moins en moins de quartz et on fait au contraire de

"La minutie et le souci du détail créent autant de valeur ajoutée que la richesse mécanique de la montre"



"Actuellement les montres de luxe ne se vendent que si elles jouent le rôle de bijou." Didier Leibundgut, PDG Pequignet.



“Les cadrans et les montres sont de plus en plus marqués par des métiers traditionnels, dits métiers d’art ou métiers rares, comme l’émail ou la gravure.” Jérôme Lambert, président Jaeger-LeCoultre.

plus en plus attention à la valeur intrinsèque du produit. “Elles s’intéressent au fait que la montre peut être transmise à leurs enfants, et plus exactement qu’elle peut être le marqueur d’une transmission à la génération suivante.”

#### Voir autant qu’être vu

Autre tendance : la taille des cadrans a tendance à diminuer. “En ce moment on est sur des tailles plus petites, des boîtiers plus fins, des montres qui doivent être plus élégantes.” Chez les femmes, exit les montres extra-larges qui étaient dans la tendance il y a 3 ou 4 ans. Place à des modèles dits “couture” ou “signature” qui sont très petits. Chez Jaeger-LeCoultre, les modèles féminins qui s’arrachent sont ainsi passés en 3 ans de 42 à 27 millimètres. Chez les hommes, la tendance va dans le même sens : les cadrans boîtiers sont ainsi passés de 43 à 39,5 millimètres. Chez Patek Philippe en revanche, on souligne que si avant les années 1970, une montre mécanique pour homme mesurait 36 millimètres de diamètre, elles peuvent atteindre aujourd’hui 42, 44 voire 45 milli-

mètres pour certaines Manufactures. “Certains acheteurs mettent l’accent sur la volonté d’être vus”, souligne avec le sourire M. Leibundgut. En parallèle, il estime que désormais, “toutes les montres mécaniques de manufacture ont un fond saphir transparent, permettant de voir les mécanismes et d’admirer les complications”. Voir et être vu : la montre-bijou est avant tout question de visibilité... Ce que confirme de son côté Denis Dotter, qui vend

complications dans une seule et même platine, pour une très grande élégance : on peut désormais additionner les complications sans pour autant augmenter exagérément l’épaisseur des montres”, explique Didier Leibundgut. Un défi relevé, qui a permis à la Manufacture de monter en gamme avec un modèle différenciant.

En parallèle, les cadrans se transforment en véritables œuvres d’art miniatures, aux inspirations

### On note chez les clientes une montée en puissance de d’intérêt et d’attentes à l’égard des caractéristiques mécaniques des montres

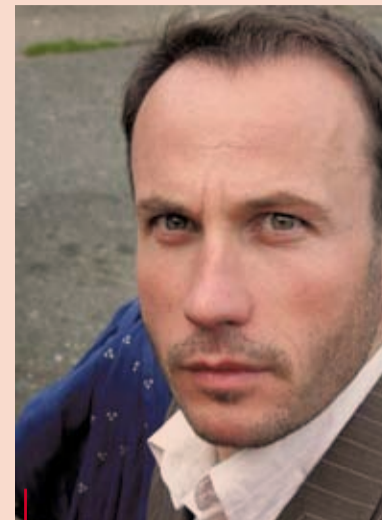
majoritairement des montres de luxe comprises entre 5 000 et 7 000 euros. “Ce qui plaît, ce sont les modèles avec des mouvements automatiques pour homme. De belles mécaniques, fabriquées en Suisse, avec de beaux mouvements qualitatifs, qui se remontent avec le mouvement du poignet.” Des modèles qui attirent décidément le regard, tout en régulant l’œil de celui qui les porte.

#### Le retour en grâce des métiers rares

Côté matériaux, les tendances se suivent et... se ressemblent ! “Très franchement, on retrouve plus ou moins les mêmes tendances chez tout le monde, à part peut-être la céramique chez Chanel”, reconnaît Didier Leibundgut, qui observe cependant des “micro-mouvements”, comme la tendance à la gravure ou encore l’utilisation des nacres. Ce que note également Denis Dotter : “la nacre est souvent utilisée pour les cadrans. On y greffe des pierres, des diamants, comme chez Mauboussin par exemple. Les créateurs exploitent son aspect très féminin et élégant, en utilisant des nacres bleues, blanches ou roses”. “Il y a quelque chose de presque contradictoire”, analyse quant à lui Jérôme Lambert. Après l’utilisation de matériaux intrinsèquement nouveaux, comme le carbone, le carbure de tungstène, “les cadrans et les montres sont de plus en plus marqués par des métiers traditionnels, dits métiers d’art ou métiers rares, comme l’émail ou la gravure”. Le président de Jaeger-LeCoultre observe de son côté “de très beaux cadrans guillochés, avec des laques très profondes ou des émaux très présents, avec un travail sur le cadran de sertissage ou de décoration”. Le tout s’inspirant des premiers modèles de la maison datant du XIX<sup>e</sup> siècle, avec le même type de finitions.

#### La “recherche de substance”

Finalement, dans ces grandes maisons horlogères de prestige, on tend vers “une recherche de substance”, à savoir des métiers plus présents, qui sont le reflet d’une qualité, d’un savoir-faire et une vraie valeur ajoutée à une montre. Surtout lorsque ces techniques sont combinées à une mécanique et à des complications des plus pointues. Car ces métiers rares collaborent étroitement avec les innovations les plus en pointe. Chez Patek Philippe par exemple, il aura fallu six ans en laboratoire, 279 plans industriels et pas moins de 318 composants pour élaborer l’innovation majeure de la marque : la Calibre Royal. “Ce modèle a réussi à intégrer toutes les



“La montre est le seul vrai bijou que l’homme peut s’offrir.” Denis Dotter, horloger.

montage d’une même montre, chaque acheteur d’une montre-bijou peut imaginer qu’une équipe composée d’environ cinq à dix métiers aura participé à sa création. Et pour une montre-bijou encore plus exceptionnelle, la tendance pousse les amateurs à demander à personnaliser leur pièce de prestige. “On nous demande de plus en plus de faire graver les cadrans ou les boîtiers des montres”, raconte Denis Dotter. Pour un bijou encore plus unique. ■

### Personnalisation

#### La symbolique gravée dans l’acier

Initiales, mots doux, date clef, portrait, poème, carte du monde : l’imagination des acheteurs n’a pas de limites, et les cadrans des montres deviennent de véritables supports artistiques pour les graveurs. Métier rare et métier d’art, la gravure apporte ce supplément d’âme qu’apprécient tant les amateurs éclairés et qui séduisent les néophytes de l’art horloger. Et elle répond à cette tendance avec toujours plus de personnalisation des montres, ces objets qui confinent au domaine de l’intime. Mais pour les vrais amateurs, pas question de gravure assistée par ordinateur, au laser : seul le savoir-faire d’un maître graveur peut apporter la perfection désirée. “On peut tout de suite voir la différence de trait”, assure Guillaume Maspétiol, directeur général de Jaeger-LeCoultre. “La gravure réalisée à la main dure plus dans le temps, le trait main est plus profond que le trait machine”, précise-t-il. Et le responsable sait de quoi il parle : la maison Jaeger-LeCoultre est reconnue dans le milieu comme la vraie spécialiste en matière de gravure. Elle est en effet la seule à compter ses propres maîtres graveurs au sein de sa manufacture. “Nous avons au sein de la manufacture un maître graveur, accompagné de deux artisans formés à son savoir-faire”, confirme M. Maspétiol. Un métier difficile, qui impose de maîtriser sur le bout des doigts expérimentés et précis différentes techniques de gravures pointues, d’où “l’importance de la transmission”, souffle le directeur général. Car il faut des années de pratique et d’apprentissage pour obtenir des lignes fines et précises. Une fois formées en revanche, pas de limites pour ces petites mains : elles savent aussi bien graver les matériaux durs comme l’acier, qui requière des opérations très délicates à réaliser, que l’or, le platine, ou encore la laque ou l’émail. “Ces artisans ont la capacité de graver dans l’acier ou l’or des figures parfois très complexes, sur une surface extrêmement limitée”, commente Didier Leibundgut, directeur de la maison Patek Philippe. Cela exige de la minutie, de la précision et un coup d’œil unique.” Chez Patek Philippe, pas de graveurs dans la manufacture : la maison sous-traite à des spécialistes. “Nous n’avons pas encore

développé en interne tous ces métiers de tradition horlogère”, précise M. Leibundgut. Une offre qui ne saurait que se développer, face à la hausse de la demande. En 2011, le modèle phare de Jaeger-LeCoultre fête ses 80 ans : à cette occasion, la marque communique autour de la possibilité de personnaliser son cadran. C’est un succès. Si la maison refuse de communiquer sur les chiffres exacts, on peut estimer que désormais deux clients sur cinq font graver leur montre, soit deux fois plus qu’auparavant. “La démarche de l’acheteur est de s’approprier un objet très personnel, d’y apposer une signature”, raconte Guillaume Maspétiol. Au-delà du sentiment d’appartenance ainsi renforcé, l’objet devient en quelque sorte l’extension de la personnalité de son porteur.” Une valeur symbolique forte, d’autant plus que le fait d’inscrire cette gravure sous le cadran la rend invisible aux autres. “La gravure n’est pas visible, ce n’est pas quelque chose que l’on montre, elle relève de l’ordre de l’intime”, souligne le directeur général. Souvent offertes à l’occasion d’événements spéciaux, les gravures sont autant de souvenirs et de clin d’œil personnels. “On grave souvent sa montre pour marquer des moments heureux comme une union, un mariage, une naissance, des fiançailles”, confirme Guillaume Maspétiol. Mais certains sont plus originaux : “Un client a déjà fait graver les coordonnées géographiques des différents endroits qu’il avait visités lors d’un tour du monde au dos de sa Reverso”, confie-t-il. Et parfois, les montres deviennent de vraies messagères. “L’un de nos clients a offert à sa femme une belle montre. À son dos il avait gravé ces quatre mots : “Will you marry me?”. Et la réponse fut “oui”.

M.R.

“Au-delà du sentiment d’appartenance ainsi renforcé, l’objet devient en quelque sorte l’extension de la personnalité de son porteur”

Issues des mains les plus expertes, des coups d’œil les plus précis, des matériaux les plus précieux, ces véritables compositions artistiques surprennent par leur créativité et la richesse de leurs thèmes.

### CHIFFRES RÉVÉLATEURS

#### Les montres de luxe surfent sur la crise

Le marché français des montres en 2012 représente 1,4 Md€, soit un chiffre d’affaires en hausse de 4 %, alors que le secteur de l’horlogerie-bijouterie, tous produits confondus, connaissait une baisse globale de - 2 %.

Et le secteur des montres de luxe ne connaît pas la crise : en 2012, les ventes de cadrans d’un montant supérieur à 3 000 euros ont connu un bond de + 17 %. Une hausse constante depuis 2009.

Source : Comité Francéclat 2012

#### À lire également

lenouveleconomiste.fr  
Art de vivre – Les “montres de l’extrême”  
> Fruits d’une innovation et d’une technologie toujours plus avancées – publiées le 29/09/2011

# Souriez, vous êtes connectés !



Doro PhoneEasy® 740

DAS : 0.483 W/Kg

Avec un son clair,  
un menu convivial  
et une interface intuitive,  
Doro offre une large gamme  
de mobiles et smartphones  
faciles à utiliser.

Doro PhoneEasy® 612

DAS : 0.733 W/Kg

Le Débit d'Absorption Spécifique des téléphones mobiles quantifie le niveau d'exposition maximal de l'utilisateur aux ondes électromagnétiques, pour une utilisation à l'oreille. La réglementation française impose que le DAS ne dépasse pas 2 W/Kg.

Informations au 05 63 21 53 86 et sur [www.doro.fr](http://www.doro.fr)

