

Culture LIVRES

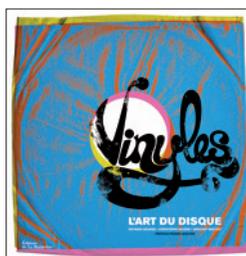
PAR CÉLINE MARIEVINCENT. PHOTOS DR



Le Paris de Céline

Ça a débuté comme ça. Louis Destouches naît à Courbevoie en 1894. Cinq ans plus tard, la famille s'installe passage Choiseul, rue couverte du 2^e arrondissement de Paris où s'entassent boutiques et badauds. Devenu médecin, il ouvre son cabinet à Clichy, banlieue rouge, où il soigne prolétaires et indigents, oubliant souvent de se faire payer. Puis direction Montmartre, sa faune, ses bistrotts, ses artistes, et enfin Meudon après

six ans d'exil danois pour cause d'épuration. Il y finira sa vie quasi reclus, génie pestiféré, loqueteux, avec son épouse et sa horde d'animaux. Inspiré du documentaire des mêmes Patrick Buisson et Lorant Deutsch (en DVD aux éditions Montparnasse), ce remarquable ouvrage restitue, à travers le parcours de Céline, de nombreux extraits de ses livres et une superbe iconographie, l'ambiance d'une époque en équilibre sur deux siècles : les caf' conc', théâtres, cabarets, les opérettes d'Offenbach, le cinéma de Méliès, l'Exposition universelle, l'influence artistique des copains Poulbot, Mahé, Gen Paul ou Marcel Aymé. Mais aussi l'atmosphère des banlieues glauques et insalubres, d'un Paris cradingue dont les odeurs de pisse et de becs à gaz le hanteraient à jamais. Amis céliniens, précipitez-vous sans tergiverser et qu'on n'en parle plus. *De Patrick Buisson avec Lorant Deutsch. 192 pages. 275 illustrations. 25 euros. Albin Michel.*



Vinyles, l'art du disque

Il y a trente ans, on n'avait ni Internet ni BitTorrent, mais on avait des pochettes. Le disque était alors un véritable objet, d'art parfois, de culte souvent, fruit de la créativité débridée de graphistes qui n'étaient pas encore tout à fait entravés par les impératifs commerciaux. En tête, le collectif britannique Hipgnosis, à qui l'on doit les illustres covers

de *Houses Of The Holy* de Led Zeppelin et de presque tous les Pink Floyd, dont l'indétrônable prisme de *The Darkside Of The Moon*. Ce livre dodu au format 33-tours réunit les pochettes entrées au panthéon du rock, reproduites grande nature et assorties d'interviews de concepteurs. Citons en vrac Nirvana, Lou Reed, T.Rex, B-52's, AC/DC, Stones, Who, Téléphone, Dylan, Bowie, Presley, Queen, New Order... Le trésor de guerre d'un âge d'or révolu, et un moment d'intense émotion pour les vieux fans que nous sommes, qui se remémoreront avec nostalgie le bonheur et le suprême agacement d'extirper tant bien que mal leur galette fétiche de l'émoustillant emballage cartonné. Petit bémol, on reprochera quelques oublis impardonnables, tels que *Never Mind The Bollocks* des Sex Pistols, *London Calling* des Clash, *War* de U2, *Rumours* de Fleetwood Mac et surtout les Beatles, dont les pochettes sont devenues des mythes à elles seules. *De Richard Gouard, Christophe Geudin, Grégory Bricout. 352 pages. 55 euros. La Martinière.*



Le Prix de l'inégalité

Pour Joseph Stiglitz, prix Nobel d'économie 2001, pas de doute : la paupérisation de ceux

qu'on appelle les 99%, face au 1% dont la richesse ne fait qu'augmenter, est un obstacle majeur à la croissance et à la sortie de crise. Sur 500 pages d'une rigueur professorale, il démontre comment, aux USA, le système est régi par les milieux financiers et politiques pour favoriser les plus nantis au détriment des autres. Son remède : réguler les marchés, améliorer la protection et la justice sociale, réformer la fiscalité. Stiglitz n'est évidemment pas naïf : l'égalité parfaite est illusoire et n'est pas souhaitable ; mais l'inéquité galopante est, elle, insupportable. *De Joseph E. Stiglitz. 25 euros. LLL.*



Le Déni français

La Britannique Sophie Pedder, chef de bureau de *The Economist* à Paris, est intarissable quand il s'agit de pointer du doigt le généreux modèle français. A grand renfort de chiffres et de comparaisons avec les autres pays d'Europe (notamment du Nord), elle prône un assouplissement de la protection sociale, un regard moins hostile vis-à-vis des riches et des chefs d'entreprise. Bref, la France, enfant gâté réfractaire à l'effort, doit sortir de sa torpeur. Le constat, loin d'être erroné, dénonce moult aberrations hexagonales mais les suggestions ultralibérales, aux antipodes de Stiglitz, sont parfois excessives. La clé si situe probablement quelque part entre les deux... *De Sophie Pedder. 14,80 euros. JC Lattès.*



365 expressions de nos grands-mères

Quelle est la différence entre « Minute, papillon ! » et « On n'est pas aux pièces ! » ? Aucune, c'est kif-kif bourricot. Tels sont les précieux enseignements de ce truculent bouquin au goût de revenez-y, qui passe en revue les expressions populaires françaises drôlissimes (« Au lit marin, la puce a faim ! »), d'un raffinement exquis (« cailler sur le jabot ») et surannées (« En voiture, Simone ! »). Alors ouvrez vos quinquets, ça va vous en boucher un coin et vous rendre benaise. Et en plus ça coûte des clopinettes. Alors si vous êtes pas contents, vous aurez qu'à aller vous faire voir chez Plumeau. *De Jean Maillat. 9,90 euros. L'Opportun*



Sacrés bons conseils

Le *Wall Street Journal* le décrit comme un « super-héros de la pub ». C'est aussi lui qui a inspiré le Don Draper de la série *Mad Men*, qu'il ne se prive d'ailleurs pas de dégommer de sa plume incisive, sarcastique et survitaminée. Fondateur des plus célèbres agences de pub new-yorkaises, George Lois assène dans ce petit livre ses 120 commandements à tous les créatifs qui veulent sortir du lot et être les meilleurs. Ses pires ennemis : la médiocrité, le plagiat, la redondance. Ses maîtres mots : l'innovation, l'audace, l'anticonformisme, et le cran d'envoyer valser les incompetents et les frileux. Des textes mordants mais ô combien sensés, agrémentés d'une myriade de visuels bigarrés. *De George Lois. 7,95 euros. Phaidon*