

REGARD

Magazine francophone de Roumanie

Le marché de la publicité

SOCIÉTÉ

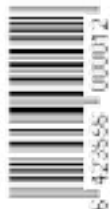
Fort 13 de Jilava,
la mémoire qui suinte

ECONOMIE

Le départ à l'anglaise
de Mechel

CULTURE

Films en revue





ISSN 1843 - 7567
Illustration de couverture : Sorina Vasilescu

RENCONTRE

Ada Condeescu	4
---------------	---

SOCIÉTÉ

Fort 13 de Jilava, la mémoire qui suinte	8
Du Banat, et tchèque	11
Venus de loin, puis exploités	20

A LA UNE

Le marché de la publicité	24
---------------------------	----

ÉCONOMIE

Le départ à l'anglaise de Mechel	44
Ferme dans le bio	48
Plus qu'un grain de sable	53

CULTURE

Films en revue	56
Cantor à Bucarest, enfin	58
Elle a conquis Berlin	60

CHRONIQUES

Isabelle Wesselingh	13
Nicolas Don	19
Michael Schroeder	54
Matei Martin	66
Luca Niculescu	70

ENCORE BELLE

Il y a longtemps que je n'ai pas posé quelques mots sur elle, pourtant je la côtoie tous les jours, elle m'accompagne depuis presque dix ans. Parfois bruyante, sale, froide, elle peut aussi être calme, joliment parfumée, douce et chaleureuse. Je comprends que beaucoup ne la supportent plus, qu'ils veulent la quitter, c'est normal et légitime. Mais pour moi, Bucarest est la plus touchante des villes que je connaisse. On dirait qu'elle a toujours les larmes aux yeux. Elle ne semble pas se remettre d'un dictateur fou qui l'a mutilée, elle ne semble pas se remettre de plusieurs tremblements de terre qui l'ont beaucoup affaiblie. Plus jeune, elle fut si belle, on l'appelait même la petite Parisienne. Mais Bucarest est aujourd'hui une vieille dame qui a besoin d'être soignée, protégée. Malheureusement, on continue de la bousculer, on lui demande de se transformer, de retrouver une nouvelle jeunesse coûte que coûte. Alors qu'il suffirait de lui remonter le moral, de choyer ses murs, et de la respecter telle qu'elle est. Bucarest est certes la plus balafrée des capitales européennes, la plus moche, à première vue. Quand on prend le temps de la connaître, elle raconte néanmoins des choses merveilleuses, parfois joyeuses. Même sous la pluie. Sur une ville considérée belle, la pluie est déprimante, elle rend ses murs livides, les trombes d'eau la démaquillent. Bucarest n'a pas ce souci, qu'il fasse beau, qu'il pleuve, qu'il neige, elle est elle-même, sans maquillage mais encore belle avec ses cicatrices, encore belle avec ses souffrances. Bien qu'elle ait perdu sa fierté à cause de son histoire terrible, d'une enfance martyrisée. Alors aujourd'hui, elle ne s'impose pas, ni impose quoi que ce soit. A l'inverse de la plupart des capitales européennes orgueilleuses qui ne vous accueillent dans leurs murs qu'à condition de suivre certains codes, Bucarest vous laisse vivre avec elle comme vous le souhaitez, sans rien demander. Elle n'ose pas. Cela donne très envie de la prendre dans ses bras, surtout quand elle sent le tilleul, au printemps.

Laurent Couderc

Ada Condeescu est l'une des étoiles montantes du cinéma roumain. Preuve en est son récent succès au festival de Berlin, où elle a reçu le prix Shooting stars des mains de Julie Delpy et Ethan Hawke. A 24 ans, elle collectionne déjà les bonnes critiques pour ses prestations dans *Eu când vreau să fluier, fluier*, *Loverboy* et plus récemment *Lupu*. Au théâtre, au cinéma, Ada Condeescu est sur tous les plateaux. Elle parle ici de son travail, de ses projets, avec naturel et sincérité.

ACTRICE, TOUT EN DOUCEUR...

Regard : Que faites-vous en ce moment ?

Ada Condeescu : J'attends de partir à Sarajevo pour un nouveau long métrage où j'aurai le rôle principal. Le film se tournera principalement sur une île en Croatie. Le réalisateur, qui n'est pas roumain, est très connu, et je serai la seule actrice roumaine. Il y aura également une actrice française et un acteur bosniaque. C'est une co-production financée en partie par les fonds Eurimages. Voilà, c'est tout, je ne peux pas vous en dire plus... Le tournage durera environ deux mois, jusqu'à la fin juin. Mais j'irai d'abord à Sarajevo car la maison de production du film est basée là-bas, et nous y ferons aussi quelques répétitions.

Quel type de films recherchez-vous, quel rôle ?

Jusqu'à présent, j'ai surtout joué des rôles forts. Dans ce prochain film, bien qu'il s'agira du rôle principal, il ne sera pas nécessairement aussi fort. De façon générale, je recherche aujourd'hui un rôle de composition qui ne soit pas trop proche de moi, de qui je suis. Grâce au dernier festival de Berlin (où Ada a ob-

tenu le prix Shooting stars des mains de Julie Delpy et Ethan Hawke, ndlr), j'ai fait la connaissance d'un agent allemand qui m'aide beaucoup chaque fois que je reçois un nouveau scénario, et qui a l'habitude de travailler sur des projets internationaux. Nous envoyons des scènes que nous tournons ici en Roumanie. C'est plus économique que de toujours se déplacer seulement pour des essais. Cependant, cela ne veut pas dire qu'en ce moment je suis uniquement en quête de projets internationaux, tourner en Roumanie avec une équipe exclusivement roumaine m'intéresse aussi fortement.

Racontez-moi comment s'est passé la remise de votre prix à Berlin...

J'ai surtout senti beaucoup d'émotion avant de monter sur la scène. Dans les coulisses, je ne pouvais voir ce qui se passait que sur un petit écran, on n'entendait rien, il fallait être très attentif aux signes des organisateurs de la cérémonie. L'entrée sur scène est un autre moment très fort, car la salle principale du festival de Berlin est immense, vous êtes soudainement applaudi par quelques milliers de personnes. Autre sensation, le poids très lourd du tro-

phée, heureusement que nous avions un peu répété avant...

Comment le festival de Berlin est-il différent de celui de Cannes ?

A Cannes, il existe un mélange très curieux d'adrénaline, de travail car on y travaille dur, et de glamour... Vous sentez que c'est là que se retrouve le meilleur du cinéma international, c'est sans doute encore plus impressionnant qu'à Hollywood. Tout dépend aussi si votre film est en compétition ou pas. Si ce n'est pas le cas, vous êtes moins sollicité et vous pouvez observer ce qui se passe avec plus de distance, de façon plus détendue. Quoi qu'il en soit, on ne peut pas vraiment comparer Berlin et Cannes. Ces deux festivals sont très intenses notamment en termes de rencontres, j'ai fait la connaissance de tellement de gens liés à ce métier ces dernières années...

Vous percevez ce prix à Berlin comme un tremplin dans votre jeune carrière ?

Oui, certainement, cela m'a permis de connaître encore plus de personnalités très reconnues au sein de la profession. Cela ouvre des portes, des

Elle nous a donné rendez-vous un lundi matin dans un bar jazz du quartier Cotroceni de Bucarest. Détendue, très souriante, Ada Condeescu a déjà le charme, la dimension d'une grande actrice. Ses mots sont précis, doux, son discours épuré, elle n'en est pas moins ouverte à n'importe quelle conversation. Et saura répondre, en prenant son temps. Si jeune et déjà si mature, bravo et merci Ada, au plaisir de vous revoir sur les écrans ou sur les planches.

projets auxquels je n'aurais jamais pensé participer arrivent sur la table. C'est aussi une question de chance, comme tout.

« *Je recherche aujourd'hui un rôle de composition qui ne soit pas trop proche de moi, de qui je suis* »

Pour revenir au cinéma roumain, pourquoi, selon vous, est-il aussi apprécié internationalement ?

Il y a plusieurs raisons. Je dirais toutefois que le plus important est que chaque film roumain a sa propre personnalité. Le film de Călin Peter Netzer, *Poziția Copilului*, qui a récemment gagné l'Ours d'or, n'a rien à voir avec notre film (*Eu când vreau să fluier, fluier*, de Florin Serban, ndlr), Ours d'argent en 2010. Chacun de ces films roumains est d'une grande sincérité, d'une grande authenticité. Je crois que c'est cela qui fait la différence, qui explique en partie pourquoi le cinéma roumain est si apprécié. Il ne triche pas, être authentique de nos jours n'est pas si courant.

Et les films roumains actuels ne s'inspirent plus systématiquement de l'époque communiste...

Je n'ai pas connu cette époque, je n'avais qu'un an en 1989, il est donc un peu difficile pour moi d'en parler, mais je pense que les réalisateurs qui ont pendant plusieurs années travaillé sur des films inspirés des années communistes ressentaient le besoin d'extérioriser ces années dures, de s'en libérer. Ces films nous ont aussi aidés à évoluer, peut-être plus que l'on croit.

Etre actrice est pour vous une passion ou un travail comme un autre ?

Les deux. Et il est souvent difficile de trouver un équilibre. C'est compliqué, car être acteur, actrice, demande une implication totale. Les périodes de tournage ou les représentations théâtrales peuvent durer plusieurs mois, votre vie personnelle s'arrête, en tout cas pour moi. J'espère arriver plus tard à mieux gérer mon temps. Pour l'instant, quand je tourne ou suis au théâtre, je ne peux

pas faire grand-chose d'autre. Surtout quand je ne travaille pas en Roumanie. Mon travail m'absorbe complètement, je reste très concentrée. J'oublie la notion d'équilibre car souvent une scène demande précisément de rompre un équilibre, d'aller vers les extrêmes, de plonger dans un abysse. Il est donc important d'avoir accumulé suffisamment d'équilibre avant, si je peux m'exprimer ainsi, afin de tout donner au moment de jouer.

Quelle relation avez-vous avec le théâtre ?

En ce moment je joue à Brașov, j'ai toujours eu une relation très étroite avec le théâtre. De fait, à l'UNATC (l'université de cinéma et de théâtre, ndlr), j'ai surtout fait du théâtre. Je ne pensais pas au cinéma, en Roumanie le théâtre a toujours eu une place prépondérante, ce fut donc naturel pour moi de me tourner d'abord vers la scène. Puis j'ai eu l'opportunité, à partir de la deuxième année, de jouer aux théâtres Metropolis et Odeon de Bucarest des pièces de Dragoș Galgoțiu avec de grands comédiens tels que Constantin Cojocaru, Marian Rălea, Ionel Mihăilescu, Oana Ștefănescu, Dan Bădărău... J'ai beaucoup appris d'eux, ce fut une expérience très intense. En troisième année, le cinéma est véritablement rentré dans ma vie avec *Eu când vreau să fluier, fluier*, mais j'ai aussi continué le théâtre en jouant plusieurs pièces, notamment au théâtre Odeon. L'année dernière, on a démarré la pièce *Trei femei înalte* de Edward Albee, au théâtre Sică Alexandrescu de Brașov.

Quel est le plus difficile en termes d'énergie, de concentration, le théâtre ou le cinéma ?

Pas simple de répondre à votre question... En fait, même si au théâtre vous êtes en direct, une pièce dure rarement plus de deux heures, et après les trois, quatre premières représentations, il s'agit surtout de répéter ce que vous savez déjà faire. Sans que cela devienne mécanique, évidemment, il faut garder la spontanéité. Au cinéma, il y a selon moi quelque chose de plus puissant. Vous passez votre journée à refaire une scène, à la recherche de ce qu'il y a de plus vrai,



vous donnez tout ce que vous pouvez. Avec les gens qui sont autour de vous, le réalisateur, les techniciens, vous vivez quelque chose de très intense qui, à un moment donné, va rester sur la pellicule. Une scène au théâtre vit et meurt immédiatement. Parfois, le réalisateur vous assure que la prise est bonne, mais vous voudriez recommencer. Je suis très concentrée devant la caméra et je passe ma journée à penser au film, de façon positive, en tout cas j'essaie. Certains acteurs ou actrices s'isolent complètement après chaque prise. Pour moi, il est important de travailler dans une atmosphère de bienveillance mutuelle avec tous les gens du plateau. Même si des tensions peuvent apparaître avec le réalisateur ou votre partenaire ; mais ce sont aussi des tensions qui peuvent donner lieu à quelque chose de positif pour le film.



« *Lors d'un tournage, vous passez votre journée à refaire une scène, à la recherche de ce qu'il y a de plus vrai, vous donnez tout ce que vous pouvez* »

Au théâtre, il y a néanmoins cette angoisse de ne plus savoir son texte en pleine représentation...

Au début, oui, un peu, les deux, trois premières représentations, mais après, non. Et puis votre partenaire est là pour vous aider au cas où vraiment rien ne sort... Dans la pièce que je joue actuellement à Brașov, *Trei femei înalte*, l'une de mes partenaires, Virginia Itta Marcu, a 83 ans, et n'a aucun trou de mémoire. Pourtant, elle a beaucoup de texte à dire.

Comment voyez-vous la jeunesse roumaine actuelle ? Est-elle autant désireuse qu'avant de fuir le pays ?

Non, beaucoup moins qu'avant, d'après ce que j'observe dans mon entourage, en tenant compte que ce sont surtout des gens liés à mon métier. Moi-même je ne voudrais pas vivre ailleurs, je peux partir plusieurs mois, voire un ou deux ans, mais ma vie est ici, à Bucarest. Bien que j'aie parfois du mal à supporter l'ignorance, le je-m'en-foutisme et l'égoïsme que l'on ressent en Roumanie. Heureusement que parallèlement, il reste encore pas mal de passion et d'authenticité chez certains.

Vous accepteriez de faire un film commercial avec Jean-Claude Van Damme ?

Avec Jean-Claude Van Damme, non...

Mais j'apprécie les films fantastiques, comme *Le seigneur des anneaux* ou *Harry Potter*. J'aimerais bien me transformer en sorcière volante...

Quand vous sentez-vous triste ?

Quand je ne joue pas, et que je n'ai pas de projet en vue. Il est alors très important que je sois entourée de personnes qui me donnent de l'énergie. Je travaille dans un domaine où rien n'est gagné, à chaque film tout recommence de zéro. On ne peut jamais savoir s'il sera apprécié, il faut attendre sa sortie et la réaction des gens.

Un film qui vous a plu récemment ?

Amour, de Michael Haneke.

Propos recueillis par Laurent Couderc.
Photos : Daniel Mihăilescu

Le 4 décembre dernier, le ministère de la Justice et celui de la Culture se sont mis d'accord pour attribuer le statut de monument historique au Fort 13 de Jilava, une première étape pour faire de cette prison – par laquelle sont passés la plupart des prisonniers politiques victimes du communisme – un lieu préservé. Reste à trouver comment honorer la mémoire de ceux qui y ont souffert.

FORT 13 DE JILAVA,

la mémoire qui suinte

C'EST UN LIEU DONT LES MURS

moisissent l'horreur, la souffrance, la désespérance. Des murs humides, imprégnés de sueur, de larmes, de tout ce qui fait qu'un homme se liquéfie d'effroi. Le Fort 13 de Jilava porte trop bien son numéro porte-malheur, car pendant des années, ceux qui y pénétraient ne savaient pas s'ils en ressortiraient, ou alors dans quel état, ou encore pour quelle autre funeste destination. Treizième sur les dix-huit forts qui ceinturent Bucarest, il a été construit comme les autres, sous Carol I^{er}, pour défendre la ville contre les éventuels assauts ottomans, entre 1870 et 1890. Creusé jusqu'à dix mètres sous terre, entouré de surplombs terreux et de tours de guet, il se trouve à proximité de la commune du même nom, Jilava, qui signifie « humide », du fait de la nature marécageuse des alentours.

Initialement pensé pour abriter artilleries et munitions, rien ne le destinait à devenir prison. C'est pourtant ce qu'il est devenu dès 1907, en détenant les paysans qui se révoltèrent contre les grands propriétaires terriens. Passeront dès lors entre ces murs prisonniers politiques de tous bords, selon les vicissitudes de l'Histoire (voir encadré). Si séjourner au Fort 13 ne fut jamais la panacée, il est communément admis que la période qui y fut la plus éprouvante s'étend de 1948 à 1964. « En 1948, la prison est passée de l'administration militaire à l'administration civile, explique Constantin Vasilescu, chercheur à l'IICCMER (Institut d'investigation des crimes du communisme et de la mémoire de l'exil roumain), et dès lors, si l'on ne peut pas dire que le but principal était clairement l'extermination des détenus, c'était pourtant le cas dans les



faits. En raison des traitements inhumains, des conditions sanitaires déplorables, de l'absence totale d'hygiène, de la sous-alimentation, etc. » C'est à cette époque notamment qu'un ancien garde qui a gravi peu à peu les échelons devient directeur et s'avère particulièrement cruel : Nicolae Moromete. Depuis que la Roumanie a basculé dans le giron communiste au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, les prisonniers sont pour quelques-uns de droit commun, mais pour la plupart, des « ennemis du peuple », des « contre-révolutionnaires » dont le principal crime est d'appartenir à l'ordre d'avant, à l'élite, à l'armée, à l'aristocratie, à l'intelligentsia... « C'est une des raisons pour lesquelles on parlait de l' "université de Jilava", raconte Dinu Zamfirescu, qui y séjourna par deux fois. Car pour tuer le temps, des sortes de conférences y avaient lieu, lors desquelles chacun, selon sa spécialité, présentait un exposé, une

discussion, qui n'avait rien d'improvisée ; on se préparait. Ainsi, je me suis trouvé pour ma part à raconter Le Petit prince de Saint-Exupéry que j'avais traduit ! »

L'anecdote est plaisante, mais le quotidien ne l'était guère. « J'y ai fait mon premier séjour en 1945, à l'âge de 16 ans, poursuit l'alerte octogénaire, président du conseil scientifique de l'IICCMER et membre du collège du CNSAS (Conseil national pour l'étude des archives de la Securitate), à une époque où le régime était relativement normal, mais j'y suis retourné ensuite, en 1956-57, et le régime avait alors beaucoup changé, suite aux suggestions et au savoir-faire des Soviétiques... Mais j'ai eu la chance de tomber gravement malade et d'être soigné par un médecin formidable qui tentait d'adoucir notre traitement. » La méthode soviéti-



que va des coups à l'absence complète de contact avec l'extérieur, de l'isolement complet à l'entassement des prisonniers dans des espaces confinés – dont deux salles sans ouverture aucune, dans laquelle ils étaient près de 200, sans air ni eau, et dans le noir complet. « D'après les documents que nous avons pu consulter, commente Constantin Vasilescu, la prison comptait en moyenne 3000 prisonniers. Des témoignages

rapportent qu'il y en avait quatre fois plus que de places disponibles. »

Les cellules, toutes plus insalubres les unes que les autres, proposent pour certaines des alignements de lits superposés sans matelas ni couverture, qu'il faut se partager à deux ou trois, avec deux seaux : l'un pour les besoins, l'autre rempli d'eau pour boire et se laver, le tout pour plusieurs dizaines de personnes. Il reste aujourd'hui quelques fantômes de ces châli de misère, comme il reste sur le sol la terre battue d'alors, et sur les murs, la même sinistre moisissure. Car le Fort 13 est resté en l'état. Les inondations qui y sévissent régulièrement n'y changent rien : le Fort 13 reste identique à ce qu'il a été. Et c'est que ce qui en fait maintenant tout l'intérêt, car il est un témoignage brut, authentique, palpable, de ce que fut la répression communiste. « La première fois que je l'ai visité en 2004, raconte Dana Cenusa, chargée des relations publiques à l'administration pénitentiaire, cela a été comme une révélation, je ne comprenais pas, je ne savais pas, et je me suis depuis lors passionnée pour le sujet. Je suis née dans la Roumanie communiste, et j'ai réalisé après la révolution à quel point c'était humiliant d'avoir vécu tout cela. C'est un peu comme pour les personnes qui ont été abusées et qui finissent par croire qu'elles l'ont mérité... Je me sentais



complexée d'être roumaine. En découvrant Jilava, j'ai appris que des centaines de milliers de personnes ont souffert, se sont sacrifiées. J'ai fait des recherches, rencontré d'anciens détenus, appris par exemple que mon professeur d'anglais avait fait 12 ans de prison et était passé plusieurs fois par là. »

« La prison comptait en moyenne 3000 prisonniers. Des témoignages rapportent qu'il y en avait quatre fois plus que de places disponibles »

Et c'est ainsi que depuis plusieurs années, Dana Cenusa se bat pour que le Fort 13 soit transformé en lieu de mémoire... « Ce n'est pas un hobby. J'appartiens au système, et il faut que ce système assume son passé. » Parce que cette prison était un lieu de transit, il est quasi certain que tous les prisonniers politiques y ont séjourné à un moment ou à un autre, ce qui en fait un lieu particulièrement symbolique. « J'essaie de comprendre, et je crois qu'il faut le montrer, comment la terreur peut s'instaurer au niveau d'un pays tout entier. (...) Un musée, on le visite et on n'y revient plus. Il faudrait plutôt une sorte de centre culturel, avec des événements

La valse des prisonniers

1907 : prison militaire dans laquelle des paysans rebelles sont détenus. Première Guerre mondiale : soldats réfractaires, puis gradés roumains sous occupation allemande.

1921-1944 : militants communistes et antifascistes.

1933 : communistes tels que Gheorghe Gheorghiu-Dej, Chivu Stoica, Alexandru Drăghici, Gheorghe Vasilichi...

Novembre 1940 : exécution de 64 membres de la Garde de fer.

A partir de 1944 : prisonniers de droit commun et « ennemis du peuple » anticommunistes.

Juin 1946 : exécution d'Ion Antonescu. **1948** : la prison devient « civile » et non plus militaire.

1954 : elle devient un site de transit pour les prisonniers politiques, entre deux lieux de détention, ou avant d'être envoyés dans un camp de travail.

1967 : il n'y a officiellement plus de prisonniers politiques.

1973 : début de la construction du nouveau bâtiment.

1977 : abandon complet de l'ancien site.

Décembre 1989 : des manifestants y sont détenus brièvement.

différents qui le fassent vivre », comme quelques-uns ont déjà été organisés, telle l'exposition d'Alexandru Poteca en février 2012 (<http://alexandrupoteca.wordpress.com>).

« Il faut que les jeunes d'aujourd'hui prennent conscience de ce qu'est un régime totalitaire, qu'ils voient quelles étaient nos conditions de vie. Si l'on peut dire de vie... »

Dana Cenusă œuvre à impliquer institutions et organismes privés – dont la Fondation roumaine pour la démocratie de l'ancien président Emil Constantinescu – afin de faire aboutir ce projet, mais ce n'est pas facile, notamment parce que plusieurs intervenants ont des vues différentes. « Il faut que cela découle d'une véritable volonté politique, estime le chercheur Constantin Vasilescu. Que le site ait été reconnu en décembre dernier comme monument historique est une pre-

mière victoire, car cela signifie qu'aucune modification majeure ne pourra lui être apportée ». « Si cela tarde tant, note pour sa part Dinu Zamfirescu, c'est parce qu'il y a encore en fonction des gens qui ont appartenu au système communiste. Mais j'ai bon espoir qu'avec le renouvellement des générations, les choses changeront. »

Mobiliser les volontés est une première montagne à déplacer, trouver des financements en est une autre, et enfin, il est un autre obstacle majeur à surmonter : le Fort 13 se trouve actuellement dans l'enceinte d'un centre pénitentiaire de droit commun qui a pris dans les années

1970 la relève de l'ancien site. Accueillir le public dans ces conditions, avec des procédures de sécurité forcément élevées, est une véritable gageure, qui ne se réalise à l'heure actuelle qu'au compte-goutte. Mais, comme le souligne Dinu Zamfirescu, « il faut que les jeunes d'aujourd'hui prennent conscience de ce qu'est un régime totalitaire, qu'ils voient quelles étaient nos conditions de vie. Si l'on peut dire de vie... »

Texte et photos : Béatrice Aguetant
Pour en savoir plus : <https://www.facebook.com/fortul13>

Les archives de Jilava

« Il existe des archives sur le Fort 13, indique Constantin Vasilescu de l'IICMER, à l'administration pénitentiaire. Depuis 2007, nos collègues les dépouillent. C'est très intéressant car jusqu'alors, nous ne disposions que des témoignages des victimes, sans preuve scientifique. Or, si les fiches sur les prisonniers sont succinctes, les dossiers sur le personnel de la prison, les gardes, les officiers, les fonctionnaires, sont pour leur part extrêmement détaillés. Certains comportent jusqu'à 300 pages ! Malheureusement, ils ont été conservés dans de mauvaises conditions, certains sont endommagés, mais on peut quand même les utiliser. »

INVENTIFS



aussi bien des produits de contrebande cachés dans le fuselage, que des engins explosifs ou d'éventuels défauts structurels. Roboscan, qui est le résultat de quatre années de travail, consiste en un bras articulé monté sur un camion se déplaçant tout le long de l'avion. L'appareil est capable de détecter tout objet de plus de 0,5 millimètre. MB Telecom n'en est pas à son premier « coup » au Salon international de l'invention de Genève. La société a déjà remporté le grand prix de la 37ème édition en 2009 avec le Roboscan IM, un appareil permettant de scanner les camions. C'est la première fois qu'un participant à ce salon remporte deux fois le grand prix. A noter par ailleurs que six autres inventions roumaines ont remporté différents prix comme le prix du ministère de l'Education et de la Science de Russie, ou bien le prix du Parc des sciences et technologie de Hong Kong. Răsvan Roceanu. Photo : mbtelecom.ro

Mi-avril, une société roumaine a remporté le grand prix du 41ème Salon international des inventions de Genève pour le système Roboscan 2M Aeria. L'équipement, conçu et réalisé par MB Telecom, permet de scanner les avions de piste afin de détecter

Rétrocessions, le point

Le gouvernement a engagé sa responsabilité devant le Parlement fin avril afin d'appliquer une nouvelle loi sur les rétrocessions des biens confisqués sous le régime communiste. « Il est impératif d'adopter cette loi, sinon nous risquons de subir la décision-pilote qui serait beaucoup trop lourde pour le budget de l'Etat », a déclaré le Premier ministre Victor Ponta. La nouvelle loi prévoit de restituer aux propriétaires immeubles et/ou terrains, ou de les dédommager par un système de points – ces points pouvant être échangés contre de l'argent, ou utilisés pour l'achat de biens immobiliers. Les paiements pourraient durer sept ans (à partir de 2017). Le gouvernement s'attend à une facture totale d'environ 9 milliards d'euros. A noter que 23 ans après la chute du communisme, seuls 15% des demandes de rétrocession ont été résolues. Carmen Constantin

DU BANAT, et tchèque

En approchant le village d'Eibenthal, un sms souhaite la bienvenue sur le réseau téléphonique serbe. Au bord des routes, on entend parler tchèque. Pourtant, nous sommes en Roumanie, dans le Banat, le long du Danube. Depuis 200 ans, environ 3000 Tchèques peuplent six villages de la région, perdus en pleine nature.



« Les premiers Tchèques sont arrivés en Roumanie en barques, en empruntant le Danube depuis Vienne, raconte Jenda Iager, 58 ans, menuisier et ancien mineur à la retraite. On leur promettait un travail bien payé, une maison et de la terre. » Ces premiers colons se sont installés dans les monts du Banat au début du 19ème siècle. Ils avaient pour mission de garder les frontières de l'Empire austro-hongrois. Et habitent encore six villages : Svatá Helena, Gernik, Rovensko, Bígr, Eibenthal et Šumice.



Pour arriver à Eibenthal, il faut compter environ huit heures de route depuis la capitale. Les derniers six kilomètres sont les plus durs, ils montent sur un chemin forestier. Puis une vallée s'ouvre sur des maisons modestes et des jardins bien soignés. A l'entrée du village, Vaclav et Maria Pospisil, la quarantaine, plantent des pommes de terre. Rien n'a changé depuis plus d'un siècle. Lui est chômeur depuis la fermeture de la mine voisine de Baia Nouă en 2006, comme la majorité des hommes du village. Elle, femme à la maison, n'a jamais travaillé et s'occupe du jardin et de leurs deux enfants. L'agriculture de subsistance et l'artisanat restent les deux seules activités pour les membres de la communauté. Sinon, il y a l'option de repartir en République tchèque. « Si en 1999, à Eibenthal, vivaient autour de 600 personnes, à présent il n'en reste que la moitié, car la plupart des jeunes sont partis », soupire le prêtre Vaclav Masek.



Pourtant Eibenthal se vante d'être le village le plus jeune : on compte 40 enfants dont 24 en âge d'aller à l'école. Une école qui a été récemment rénovée et agrandie, mais reste peu remplie. L'une des classes ne compte que deux élèves. Les cours se tiennent en langue roumaine mais il y a trois heures de langue tchèque par semaine. Alors que dans les villages de Svatá Helena et Gernik, tous les cours sont en tchèque durant l'école primaire – en famille, tout le monde parle tchèque. « La survie de ces minorités, c'est la préservation des trésors de la diversité en pleine mondialisation. C'est une question aussi basique que la sauvegarde des pandas », témoigne Hana Herrmannová, ancienne professeur de tchèque à Eibenthal et aujourd'hui lectrice à l'université de Bucarest.

Jenda lager (photo de droite), ancien mineur à la retraite. Menuisier de formation, il a toujours arrondi ses fins de mois en fabricant des meubles sur commande. Aujourd'hui, il fait des roues de char qu'on lui commande depuis la République tchèque. Il dit en avoir réalisé plus d'une centaine. « *Je ne peux pas rester sans occupation. Derrière la maison, j'ai construit une chambre d'hôtes pour accueillir des touristes en été* », explique-t-il.



Augustina Pospisil fabrique, elle, des poupées. A 35 ans, elle est mère de quatre enfants ; l'aînée, Bernadeta, a 17 ans et étudie dans un lycée de Timișoara. La jeune fille revient tous les mois et pour les grandes fêtes. La cadette, Gabriela, a 3 ans. Quant au mari, il part plusieurs mois par an en République tchèque pour des travaux saisonniers. « *Il n'y a aucune opportunité de travail dans la région. Depuis dix ans, je fais des poupées pour assurer le nécessaire à mes enfants.* » Malgré leur nom de famille commun, les liaisons familiales avec Vaclav et Maria sont lointaines. Dans le village, Pospisil et lager sont des noms courants.



La messe dominicale est le rendez-vous obligatoire de la communauté. En cas d'absence, « *tout le village en discute* », assure Blanka lager, jeune mère de 29 ans. A 11 heures, jeunes et plus âgés entrent dans l'église catholique du prêtre Vaclav Masek. Après la messe, un petit apéro est organisé, les hommes jouent aux cartes. Originaire de Gernik, Vaclav Masek est le seul prêtre catholique tchèque qui prêche encore dans la communauté. Les deux autres sont rentrés dans leur pays d'origine. Pour son engagement, il a reçu en 2002 une distinction de la part du ministère des Affaires étrangères tchèque. Passionné de lettres et parlant cinq langues étrangères, il s'est beaucoup intéressé à la conservation des chants anciens de la région, d'ailleurs réunis dans un ouvrage paru en 2010.

Texte et photos : Mihalea Cărbunaru

Bienvenus...

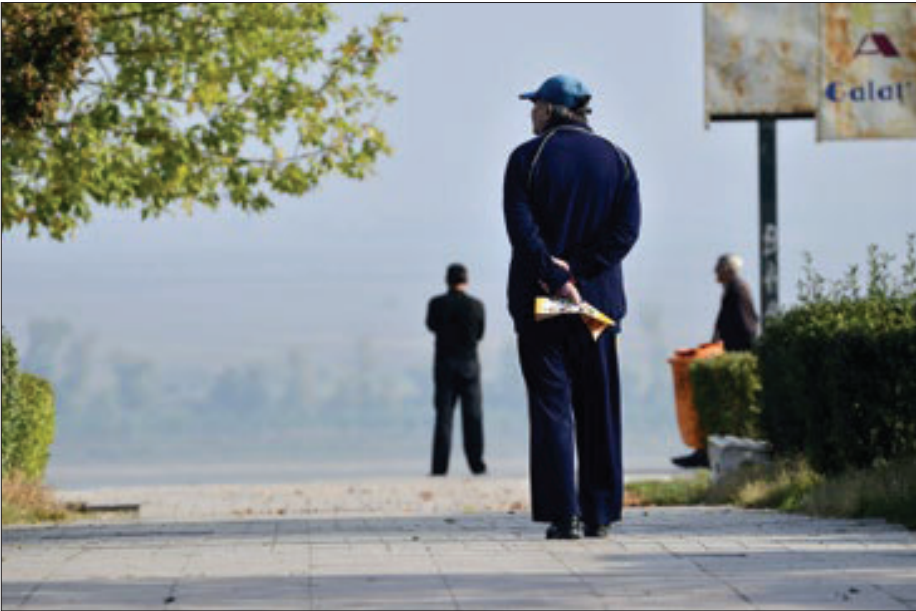
Trois sites internet ont été créés par les habitants de ces villages tchèques pour attirer les touristes, qui sont plus de 6000 à venir chaque été. Et depuis 2012, un festival de musique a été lancé. Il se tiendra cette année entre le 22 et le 25 août. A noter par ailleurs qu'il existe une Union démocrate des Slovaques et des Tchèques de Roumanie, ces deux minorités étant représentées au Parlement par le député Adrian Miroslav Merka.
www.festivalbanat.cz, www.banat.cz, www.eibenthal.eu



LA CHRONIQUE D'ISABELLE WESSELINGH

VIEILLIR

La nuit, parfois, quand elle ne dort pas, Florentina se lève et observe par la fenêtre les cigognes dans leur nid, en face de sa maison. C'est un nid immense au sommet d'un poteau, dans un village à une trentaine de kilomètres au sud de Bucarest. Des dizaines de moineaux y ont élu domicile au-dessous des cigognes. « *Je me sens moins seule en les regardant* », dit Florentina, une vieille dame retraitée qui vit dans cette maison de campagne, seule en cultivant ses tomates et en soignant amoureuxment les fleurs de son jardin. Ses enfants vivent tous hors du village. L'année dernière, Florentina a fabriqué une attelle à un bébé cigogne qui était tombé du nid. Elle raconte ses péripéties avec humour et se réjouit de l'avoir sauvé. « *On l'a tellement gâté ce bébé cigogne pour le guérir qu'il ne voulait plus migrer vers le sud et cela nous inquiétait* », dit-elle. En parlant avec elle, par hasard, en ce dimanche de printemps, je remarque qu'elle est sortie s'asseoir sur le banc en face de sa maison vêtue d'une jolie robe à fleurs et qu'elle porte des boucles d'oreille raffinées. Ses belles mains mates sont celles de quelqu'un qui a travaillé la terre mais en ce dimanche, Florentina, une femme de la campagne, s'est faite élégante, même si personne ne viendra la voir, même si personne ne l'invite à sortir hors de chez elle. Cette élégance me touche comme une formidable résistance au temps qui érode parfois notre courage et notre dignité, une résistance face à tout ce qui nous rend tristes, comme probablement la solitude que ressent Florentina en ce dimanche de printemps.



Depuis que mon père m'a raconté comment il voit petit à petit ses amis mourir et comment se rapproche ainsi la mort, par petites entailles de solitude creusées dans tout ce qui faisait une vie, je comprends un peu mieux quel est ce combat que mènent les personnes âgées qui nous entourent. Leur monde disparaît petit à petit, leurs capacités physiques se réduisent, les laissant dépendants d'autres personnes, eux qui chérissaient souvent leur indépendance. Nous, leurs enfants, devenons petit à petit, dans une inversion des rôles, ceux qui prennent soin. Il y a une certaine beauté dans cela, de précieux moments de complicité, mais aussi des caps à passer, inattendus, qui nous font grandir et vieillir. Voir Florentina tenir à son élégance du dimanche, voir certaines de mes amies de plus de 85 ans ici ou à Marseille (Adriana, Jacqueline) sortir leurs belles robes et leurs boucles d'oreille, leur maquillage et leurs souliers à talons me semble un signe de vie tellement fort. Un défi posé au temps, au découragement, à cette peur de la vieillesse qui semble tétaniser tant d'entre nous. Dans son roman *Accidentul*, Mihail Sebastian faisait dire à l'une de ses personnages : « *Quand je sens que je vais mal, je prends un soin particulier à bien m'habiller.* » A Sarajevo, durant la guerre, les femmes soignaient du mieux possible leur tenue, leur maquillage, en défi à un siège moyenâgeux. Florentina dans son village, avec son élégance du dimanche, montre que l'on peut être tout simplement beau en étant vieux. Et je remercie les cigognes de venir lui tenir une compagnie silencieuse mais précieuse.

Isabelle Wesselingh est chef du bureau de l'agence France-Presse à Bucarest.
Photo : Mediafax

HALA MATACHE, triste fin

Bien que fortement dégradée, Hala Matache (la Halle Matache) était avec Hala Traian la dernière halle commerciale du 19ème siècle de Bucarest encore sur pied. Détruite fin mars au milieu de la nuit, elle devrait, d'après la mairie, être reconstruite. Beaucoup en doutent.

MONUMENT ARCHITECTURAL

de génie civil, Hala Matache avait été construite par la mairie de Bucarest entre 1887 et 1899. Bijou de l'ingénierie roumaine de l'époque, à l'image du pont de Cernavodă, elle était constituée d'acier et recouverte sur les côtés de grandes surfaces de verre et de bois, et classée monument historique de catégorie B.

Son démontage a débuté dans la nuit du 25 mars, aux alentours de 22 heures. L'association Salvați Bucureștiul a immédiatement transmis un communiqué de presse pour annoncer que cette démolition devait s'accompagner au préalable d'un avis émis par le maire de Bucarest et de la mairie du secteur I, et que cela n'avait pas été respecté ; la mairie a, elle seule, pris l'initiative. Une action d'autant plus illégale, toujours

selon les ONG, qu'elle enfreint la loi des constructions concernant les monuments historiques. Une plainte au pénal a donc été déposée.

Quelques heures avant la démolition, la mairie de Bucarest avait toutefois rassemblé citoyens et membres d'ONG pour leur demander leur avis quant au démontage de la halle et à son déplacement. Tout en cachant ses intentions de passer à l'acte dans la soirée... Sorin Oprescu, le maire de Bucarest, martèle depuis que la démolition était légale et que, conformément à la loi, la halle sera reconstruite dans les environs en utilisant des éléments architecturaux de valeur patrimoniale similaire. Il précise que la démolition s'est effectuée en présence d'un expert restaurateur validé par le ministère de la Culture et des Cultes.

L'union des architectes de Roumanie (UAR), également consultée, avait cependant transmis un avis défavorable concernant le projet, contestant la validité des démarches administratives et pointant du doigt les problèmes urbanistiques découlant de la destruction de la halle. Le plan urbanistique de la mairie avait par ailleurs lui aussi été critiqué par les ONG. Aujourd'hui, Hala Matache reste l'épicentre d'une controverse qui concerne l'ensemble du quartier.

PEINE PERDUE

Petit retour en arrière : le bâtiment et le marché qu'il abritait se trouvaient dans l'axe de passage du boulevard Uranus, projet routier d'aménagement urbain reliant à cet endroit les rues Buzești et Berzei. Le boulevard Uranus, long de 2 km, connectera Piața Victoriei à Calea Plevnei. Pour l'historien Andrei Pippidi, chroniqueur à Dilema Veche, la raison du démontage est simple : « La halle gênait. Les chauffeurs et les politiciens veulent un boulevard qui relie Piața Victoriei au Parlement. » Sorin Oprescu, qui a fait de l'aménagement urbain son cheval de bataille, soufflait le chaud depuis plusieurs années pour une démolition de la halle. Puis, face à la pression de la société civile, il avait apparemment accepté de faire des concessions. Mais monsieur le maire a,



semble-t-il, perdu patience.

Le toit de la halle ne tenait presque plus depuis que les piliers de résistance avaient été dérobés par des voleurs ; la halle dans son ensemble a été littéralement pillée ces deux dernières années. La société civile s'est indignée du peu d'implication de la mairie – en charge de la protection des bâtiments historiques, et propriétaire de ceux-ci – et de la police face aux cas répétés d'effraction et d'intrusion à des fins de pillage. La mairie avait précédemment déclaré qu'elle ne disposait pas de l'argent nécessaire à la consolidation partielle du bâtiment, afin qu'il ne s'effondre pas. Il s'agissait, d'après Șerban Sturdza, vice-président de l'Ordre des architectes de Roumanie, de réunir environ 10.000 euros, somme que la mairie n'a pas voulu déboursier. Avec son association Pro Patrimoniul, Șerban Sturdza avait alors tenté de trouver l'argent ; mais la mairie jugea de toute façon que la méthode n'était pas appropriée.

« Il ne faut pas se faire d'illusions, ils ne la reconstruiront jamais. Il n'y aura jamais de fonds pour ça »

Il semblerait que les enjeux immobiliers dans le quartier expliquent aussi la hâte de ce démontage. Dès le début des travaux sur le boulevard Berzei, les manifestations s'étaient succédées. Trois maisons classées monuments historiques de catégorie B ont notamment été détruites. Andrei Pippidi s'indigne : « Le plus révoltant, c'est qu'on ait laissé des gens piller l'intérieur de la halle afin qu'elle s'effondre. Le bâtiment était dans un piteux état mais il était un véritable témoignage de la période moderne et de l'architecture de type industriel. Avec cette démolition, on a littéralement pulvérisé le cœur d'un quartier. Cette halle avait une fonction sociale, elle constituait le centre d'un quartier. Il y avait pas loin des gens qui faisaient des abat-jours, des chapeliers aussi, des choses que l'on ne voit plus ailleurs. Et tout ça pour quoi ? Faire de Bucarest une ville "moderne". C'est au contraire une partie de l'affirmation de notre modernité qui a disparu. »

Les exemples de modifications du plan

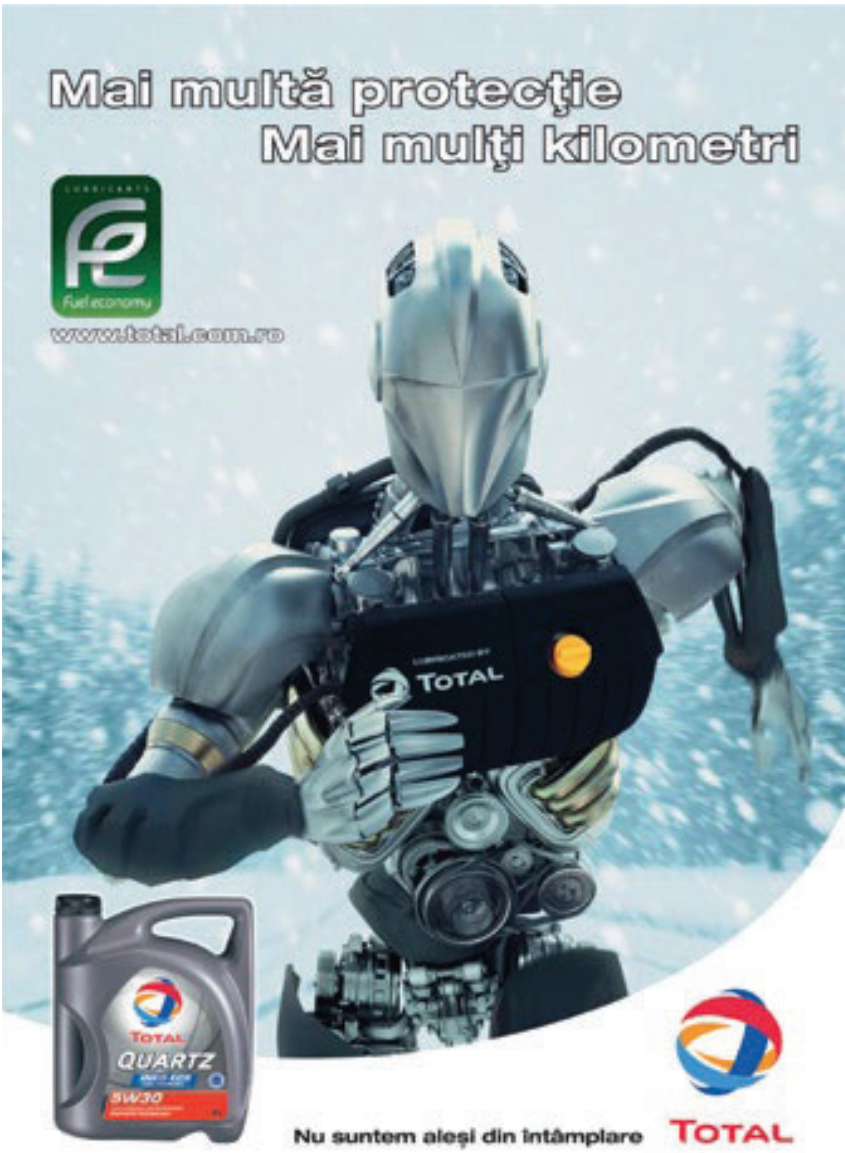
urbanistique général de la ville ont été légion ces dernières années, tout comme les exceptions à des règles générales de construction. Les ONG se plaignent qu'en absence d'une loi plus contraignante les promoteurs immobiliers n'ont aucun scrupule : ils laissent un bâtiment se dégrader jusqu'à ce que la démolition ne soit plus que la seule solution envisageable.

Toutefois, il y a eu quelques bonnes surprises, souligne Andrei Pippidi... « Concernant les maisons refaites décemment et dans leur esprit originel, on peut mentionner cette belle bâtisse à l'angle de Hristo Botev et de Teodor Ștefănescu. Elle est aujourd'hui magnifique alors qu'elle

avait brûlé à un moment donné. Il me vient encore quelques autres exemples en tête, mais c'est trop peu par rapport aux aberrations. »

Dans le cas de Hala Matache, le ministère de la Culture et des Cultes avait émis un avis habilitant la mairie à intervenir urgemment afin de consolider la halle. Andrei Pippidi conclut : « Le patronat des sociétés de construction avait même offert son concours bénévolement à cet effet. Il ne faut pas se faire d'illusions, ils ne la reconstruiront jamais. Il n'y aura jamais de fonds pour ça. »

Benjamin Ribout
Photo : Corina Moldovan-Florea



NOUVELLES ASSISES DE LA COOPERATION DECENTRALISEE

Collectivités territoriales françaises et roumaines débattront des partenariats qu'elles entretiennent lors des 4èmes Assises de la coopération décentralisée franco-roumaine qui auront lieu les 13 et 14 juin au Palais des expositions de Constanța. Riche de 250 partenariats actifs, la coopération décentralisée unit communes, départements ou régions dans des partenariats très diversifiés allant du jumelage de communes rurales à l'échange d'expertise en matière de politiques de développement territorial.



Palais des expositions à Constanța.

Intervenant six ans après l'édition précédente et dans un nouveau contexte européen, cet évènement politique est essentiel pour la relation entre les deux pays et permettra d'accompagner le renouvellement en cours des partenariats entre autorités locales. Les coopérations en matière de développement économique, de patrimoine et de cohésion sociale seront notamment au cœur des débats.

Marylise Lebranchu, ministre française de la Réforme de l'Etat, de la décentralisation et de la fonction publique, et Liviu Nicolae Dragnea, vice-premier ministre de Roumanie participeront à ce forum. Celui-ci réunira environ 300 élus locaux, experts de l'action publique et représentants du secteur entrepreneurial. Plus d'information sur : www.ambafrance-ro.org. Source : Ambassade de France

RENOVATION DES BAINS DE GRIVIȚA

La mairie de Bucarest va allouer près de 700.000 euros pour rénover les seuls bains publics de la capitale. Situés au début de l'avenue Grivița, près de Piața Matache, ils se trouvent aujourd'hui dans un état délabré. Ces bains, baptisés « Baia Grivița », ont été inaugurés en 1897 par la reine Maria et s'étendent sur plusieurs bâtiments. Ils ont été réalisés pour accueillir jusqu'à 200 personnes par jour. Selon le projet de la municipalité, les travaux de rénovation respecteront l'esprit du lieu en utilisant les matériaux et les couleurs d'origine. Jonas Mercier

Comme un air de famille

Dans un article paru au mois d'avril, le site d'information Hotnews.ro a mis en relief les liens familiaux qui existent au sommet de l'Etat. Les arcanes du pouvoir regorgent en effet de « fils de... ». Ainsi, Dan Rușanu, l'une des éminences grises du Parti national libéral (PNL), et récemment nommé à la tête de l'Autorité de surveillance financière, n'est autre que le parrain du ministre des Transports, Relu Fenechiu, du ministre des Finances, Daniel Chițoiu, et du président de l'Agence nationale de l'administration fiscale, Gelu Diaconu. Le Premier ministre, Victor Ponta, ne fait guère mieux. Il a nommé à la mi-avril son cousin par alliance, Robert Cazanciuc, à la tête du ministère de la Justice, alors que sa cousine est la présidente de l'Autorité aéronautique civile. « Ce népotisme d'Etat est une tradition en Roumanie, estime l'éditorialiste Silviu Sergiu. Ce qui est inquiétant, c'est que ce phénomène est sur une courbe ascendante et qu'il s'étend aux contrats publics. » J. M. Photo : Mediafax



Dan Rușanu

Carnaval obligatoire à Constanța

Le maire de Constanța, Radu Mazăre, va obliger les propriétaires des discothèques de la station balnéaire Mamaia à construire des chars « allégoriques » pour participer aux défilés qui seront organisés par la mairie durant la saison estivale. Ceux-ci devront avoir une longueur minimum de huit mètres et porter au moins six « animatrices » en petite tenue. A la manière des grands carnivals brésiliens, dont Radu Mazăre dit s'inspirer, ces défilés se tiendront chaque semaine pendant tout l'été dans les rues de Mamaia. Et gare aux patrons qui ne voudront pas jouer le jeu. Ils encourent une amende pouvant aller jusqu'à 1500 lei (environ 340 euros), et risquent surtout de perdre leur autorisation de fonctionnement. J. M.

LA FRANCOPHONIE A SA PLACE

IL Y AVAIT DES RUES,

des passages, quelques allées... mais pas de place. C'est désormais chose faite. La première place de la Francophonie d'Europe a été inaugurée à Bucarest mi-avril. Située entre l'imposant Palais du Parlement et la bien-pensante Académie roumaine, elle est marquée par une large stèle claire. On peut y lire en roumain et en français que cette place a été baptisée en commémoration du vingtième anniversaire de l'adhésion de la Roumanie à l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF). « Nous voulons que la Roumanie soit une figure de proue, l'exemple de ce



que doit faire un Etat francophone », a déclaré lors de l'évènement le directeur de cabinet du secrétaire général de

l'OIF, Pierre de Cocatrix.

Texte et photo : Jonas Mercier



VEOLIA WATER SOLUTIONS & TECHNOLOGIES
est un des leaders mondiaux dans la réalisation des projets de stations de traitement d'eau pour les municipalités et le secteur industriel.



PAS TRES JUSTE

Tout semble être rentré dans l'ordre, mais l'ordre établi suite aux nominations « arrangées » des deux principaux procureurs du pays laisse un goût un peu amer. Bruxelles fermera-t-elle les yeux ?

UN COMPROMIS A L'ANCIENNE...

Les leaders politiques n'ont pas trouvé mieux pour choisir les personnalités qui dirigeront le Parquet général et la Direction nationale anticorruption (DNA). Car il devenait urgent de se mettre d'accord : les deux plus importants établissements d'enquête contre les cas de corruption étaient dirigés par des intérimaires depuis presque un an, après l'expiration des mandats de Laura Codruța Kovesi en tant que Procureur général et de Daniel Morar à la tête de la DNA.

Tant le Premier ministre Victor Ponta que le président Traian Băsescu ont invoqué le besoin de stabilité et le renforcement de l'indépendance de la justice. Lorsque l'un a proposé (Ponta), l'autre a accepté (Băsescu), mettant de côté leurs nombreux différends : début avril, Tiberiu Nițu est ainsi devenu le nouveau Procureur général et Laura Codruța Kovesi est passée à la DNA. Ceci étant, la nomination de Laura Codruța Kovesi – une proche de Traian Băsescu – à la fonction de chef de la DNA a provoqué des discussions très ardues au sein de la coalition USL (Union social-libérale) au pouvoir, notamment entre Victor Ponta et le co-président de l'Union, le libéral Crin Antonescu.

« L'élimination du critère méritocratique affaiblit l'indépendance des parquets et la position de ses chefs »

« Laura Kovesi a une très bonne image, nos partenaires européens l'apprécient. La Roumanie ne peut pas ignorer ce fait et après se plaindre concernant les fonds européens, ou que nous ne soyons toujours pas acceptés dans l'espace Schengen », a expliqué à maintes reprises le Premier

ministre. « Les propositions faites par Ponta ne me font pas croire qu'il y aura des changements quant à la tendance ascendante de résolution des problèmes dans le domaine de la justice. Les personnes proposées sont compétentes d'un point de vue professionnel », a répondu le président. Même s'il avait auparavant refusé la nomination de Tiberiu Nițu, proposé par l'ancienne et très éphémère ministre de la Justice Mona Pivniceru, « pour des raisons de procédure ».

Mais le compromis trouvé par Victor Ponta et Traian Băsescu pourrait avoir



des effets néfastes à terme. La Commission européenne avait demandé dans son dernier rapport MCV (Mécanisme de coopération et vérification) de janvier, suite à l'échec de la première tentative de nomination des nouveaux chefs des parquets, une compétition ouverte, avec une participation plus

large, et exclusivement basée sur la compétence. « Même si le choix final revient aux dirigeants du pays, il est crucial d'élire les deux procureurs les plus importants parmi les plus performants et les plus expérimentés. L'élimination du critère méritocratique affaiblit l'indépendance des parquets et la position de ses chefs », considère Laura Ștefan, expert anticorruption chez Expert Forum.

« Il est clair que la procédure recommandée par Bruxelles n'a pas été suivie. Cependant, il faut se concentrer sur le futur, les autorités roumaines doivent décider comment continuer », a déclaré le porte-parole de la Commission européenne, Mark Gray, après que Victor Ponta ait annoncé les nominations. Le prochain rapport MCV sur l'efficacité et l'indépendance de la justice en Roumanie sera publié au mois de décembre prochain.

Et plusieurs Etats européens, dont la France, l'Allemagne et la Hollande, ont indiqué qu'ils tiendraient compte du bilan de ce document lorsqu'ils voteront pour l'accès du pays dans l'espace Schengen.

Carmen Constantin
Photo : Mediafax

La DNA et le Parquet général, un enjeu capital

La Direction nationale anticorruption a été créée au début des années 2000, suite aux instances de Bruxelles. Depuis, c'est la seule institution fréquemment notée de façon positive dans les rapports MCV de la Commission européenne. A son tour, le Parquet général est le seul établissement habilité à enquêter sur des parlementaires soupçonnés de corruption. Parmi les politiciens récemment condamnés, envoyés pour être jugés ou poursuivis en justice par les procureurs de ces deux institutions, il y a eu l'ancien Premier ministre Adrian Năstase, l'ancien maire de Cluj Sorin Apostu, l'ancien ministre de la Défense Corneliu Dobrițoiu, ou l'actuel ministre des Transports Relu Fenechiu. Actuellement, pas moins de 22 députés ont des démêlés avec la justice.

TANT POUR LE PEUPLE...

Bientôt, la Cathédrale de la rédemption du peuple, située à côté de la Maison du peuple, sortira de terre. 55.000 mètres carrés de béton et 13.000 tonnes d'armatures ont déjà été utilisés, juste pour les fondations. A la fin de l'année, Bucarest pourra se vanter d'avoir le plus imposant lieu de culte de Roumanie, et l'un des plus grands d'Europe.

Texte et photo :
Julia Beurq



LA CHRONIQUE DE NICOLAS DON

LA COHABITATION SURPRISE

« Victor Ponta est un menteur ». C'est signé Traian Băsescu, le 27 novembre 2012. Le président roumain considère par ailleurs que son Premier ministre est également « bête » et « mythomane ». Réponse de Victor Ponta : « Traian Băsescu manque d'éducation. Il se fâche contre tout le monde par désespoir car il craint de perdre les élections. » On prend les mêmes, mais on ne recommence pas : « Je peux cohabiter avec le gouvernement Ponta. Celui-ci aurait pu prendre des mesures populistes. Il ne l'a pas fait. » Traian Băsescu, le 26 avril 2013. « Parfois, on peut pactiser avec le diable si cela permet d'aller dans la bonne direction pour le pays. » Victor Ponta, le 6 avril 2013. Comment expliquer cet étonnant changement après une guerre ouverte entre l'Union social-libérale, qui règne en maître au Parlement, et un président de la République qui entend bien exercer toutes ses prérogatives, jusqu'à la fin de son deuxième et dernier mandat, soit jusqu'en décembre 2014 ? Première variante : l'analyse optimiste. V. Ponta et T. Băsescu se sont rendu compte qu'on ne peut rien bâtir sur un champ de ruines et qu'il vaut donc mieux mettre le combat entre parenthèses, pour offrir aux partenaires européens et aux investisseurs étrangers l'image d'un pays en état de marche. C'est-à-dire apaisé, stable, et enfin prévisible. Car sans cela, il est impossible de pérenniser une timide reprise économique, qui ne peut se passer du regard bienveillant de l'UE, du FMI et de la Banque mondiale. Deuxième variante : l'analyse pessimiste. On assiste à une paix armée, permettant de mieux préparer le seul combat qui compte : l'élection d'un nouveau chef de l'Etat, à la fin de l'année prochaine. T. Băsescu, qui a perdu le soutien de son parti, le Parti démocrate libéral, s'efforce de mettre sur pied une autre force politique qui lui soit entièrement fidèle et dévouée. V. Ponta, qui a promis à son allié politique, le libéral Crin Antonescu, son soutien inconditionnel lors du futur scrutin présidentiel, est en train de se dire qu'il verrait mieux un social-démocrate au palais Cotroceni. Et pourquoi pas lui-même ? Troisième variante : l'analyse à la roumaine. On fait comme si, mais rien ne bouge vraiment. « Rien n'a changé lors de cette cohabitation. Je ne fais toujours pas confiance à Traian Băsescu et je pense que lui non plus ne me fait pas confiance. C'est un sentiment réciproque. » Victor Ponta, le 6 avril 2013. Amen ?

Nicolas Don est journaliste et fondateur de Telenews.ro

Un procès pas comme les autres vient de commencer à Bucarest. 78 femmes originaires des Philippines ont traîné devant les tribunaux leur patron roumain pour non respect de leurs contrats de travail. L'affaire remonte à 2008. Ces femmes ne sont pas les seules à avoir été exploitées par leur employeur. Recrutés à Kinshasa, 34 chauffeurs de taxi congolais ont eux aussi travaillé dans des conditions inhumaines.

VENUS DE LOIN, PUIS exploités

ELLES S'APPELLENT MARIA,

Angelina, Teresa, Maribeth, Leonora... Arrivées à Sibiu pour travailler dans l'usine de confection Mondostar en mai 2008, leur expérience fut un calvaire : non-respect des contrats, conditions de travail extrêmement difficiles. Cinq mois plus tard, elles quittent leur emploi, se réfugient à l'ambassade des Philippines de Bucarest et sont rapatriées chez elles. Mais avant de partir, elles enclenchent deux procédures judiciaires : l'une contre la société de recrutement basée aux Philippines, l'autre contre Mondostar.

Si ce genre de procès reste rare, l'affaire illustre une réalité du marché du travail local : quand les Roumains partent pour des salaires plus élevés en Europe occidentale, les patrons se tournent alors vers les étrangers. Un phénomène qui s'est accentué depuis 2007, lors de l'entrée de la Roumanie dans l'Union européenne ; l'économie était à ce moment-là en pleine forme, les patrons roumains manquaient de main-d'œuvre. A l'époque, plus de deux millions de Roumains travaillent déjà à l'étranger ; officiellement, c'est un Roumain qualifié sur trois qui a quitté son pays (1). Pour pallier ce manque sans avoir à aligner les salaires sur ceux de l'Europe occidentale, 12.423 visas de travail seront accordés à des étrangers, soit 33% de plus qu'en 2007 (2).

Ils sont turcs, congolais, chinois, philippins, indiens, la plupart n'ont jamais mis les pieds en Roumanie. « *L'immigration est la seule solution, à court terme, (...) pour résoudre les problèmes liés au déficit de la force de travail* », confirme Mihaela Ștefănescu, ancienne coordinatrice du programme « Migration et Développement » de la fondation Soros. « *Néanmoins, elle est celle qui présente le plus de risques* », poursuit-elle.

DEUX CONTRATS DE TRAVAIL PARALLELES

« *Le problème dans cette affaire, c'est qu'il existe deux contrats de travail différents*, raconte Diana Aron, l'avocate des Philippines. *Le premier, officiel, en anglais, a été signé par ces Philippines, la firme de recrutement et Mondostar. Mais à leur arrivée, elles en ont signé un deuxième, officieux et partiellement en roumain, une langue qu'elles ne comprenaient pas.* » Pour l'avocate, c'est le premier contrat qui doit faire loi... « *Ce premier contrat a été déposé au ministère du Travail pour l'obtention des visas, et Mondostar y a apposé son tampon. Cette société ne peut donc ignorer la somme des salaires qu'elle a validée.* »

Alors que le contrat initial prévoyait un salaire de 400 dollars par mois, les ouvrières ne percevaient qu'entre 155 et 250 dollars, selon les mois. Leurs

heures supplémentaires, sur lesquelles elles comptaient pour augmenter leur salaire de près de 50%, n'ont pas été payées. Au bout du deuxième mois, elles se sont plaintes auprès de leur ambassade et de leur patron : « *Nous travaillons entre 50 et 60 heures par semaine, sans être payées comme convenu...* »

Mondostar rétorque qu'elles n'ont pas atteint le quota de production notifié dans le second contrat. Un quota « *impossible à atteindre* », expliquent les couturières, car deux fois plus élevé que dans les autres usines où elles ont auparavant travaillé. L'avocate demande aussi une indemnisation pour les jours de congés où elles étaient obligées de travailler... « *Elles étaient logées dans l'enceinte de l'usine* », ce qui facilitait les abus. En plus du remboursement du billet d'avion retour, dont elles ont dû supporter elles-mêmes les frais.

CONGOLAIS, CHAUFFEURS DE TAXI, ET MEME SITUATION

Autre histoire, avec un scénario assez similaire... En été 2008, la venue de 34 chauffeurs de taxis congolais à Bucarest avait fait sensation dans la presse roumaine. Mais quelques mois plus tard, l'enthousiasme des médias

comme celui des Congolais allaient vite retomber. Freddy était l'un de ces chauffeurs de taxi, recruté à Kinshasa par la compagnie roumaine Fly Taxi. A l'époque, il avait 22 ans et n'avait jamais mis les pieds en Europe. Cinq ans plus tard, on sent encore de l'amertume dans sa voix quand il raconte sa mésaventure, dans un mélange de français et de roumain : « *La société n'a pas respecté le premier contrat qu'on a signé en français, au Congo. Le salaire était de 400 dollars par mois, on avait chacun droit à un appartement, trois repas par jour, et à une augmentation*

260 dollars par mois, on nous forçait à travailler de midi à 2 heures du matin, on vivait à huit par chambre. » Au fil de la discussion, Freddy s'emballe. Sa voix monte dans les aigus et il fait de grands gestes avec ses bras. De mauvais souvenirs resurgissent et la colère monte... « *Une fois, j'ai voulu rentrer à l'appartement me coucher car j'étais vraiment mal, je mourrais de fatigue. Et quand je suis arrivé, comme c'était avant deux heures du matin, le gardien de la résidence n'a pas voulu m'ouvrir. C'était la règle, tu ne pouvais pas rentrer à la maison avant deux heures du matin, on*

en justice pour licenciement abusif et salaires non payés.

DIFFICILE D'OBTENIR GAIN DE CAUSE

Le 25 octobre 2011, ils gagnent le procès, mais seulement sur le papier : Fly Taxi déclare avoir fait faillite après que la Haute cour de justice et de cassation de Bucarest ait rejeté sa demande en appel. Dès lors, impossible pour les plaignants de recevoir les dédommagements que la justice leur accorde. « *Fly Taxi s'est mis en faillite afin de*



au bout de six mois. Mais tout ça n'était que des mensonges. Oui, nous sommes du Congo, mais cela ne veut pas dire que nous sommes illettrés. Je suis ingénieur en électricité, j'ai fait beaucoup d'études, et les autres aussi. »

Là encore, sur le terrain, la réalité est loin de ce qui avait été promis. Même schéma que pour les Philippines : un deuxième contrat fut rédigé en roumain. « *Notre salaire n'était plus que de*

était traités comme des esclaves. »

Lassés de leur traitement, les Congolais s'organisent : grève, lettre au ministère du Travail qui sanctionne la compagnie, lettre au barreau international des avocats. Au bout de cinq mois, la situation n'avait toujours pas évolué, et pour éviter le scandale, Fly Taxi a préféré licencier ses employés congolais. Ces derniers ont alors décidé de poursuivre leur employeur

ne pas payer les dommages et intérêts, lâche Freddy. Ils ont vendu leur société et changé de nom, c'est tout », soutient-il, mettant en doute, tout comme son avocate, la faillite réelle de la compagnie.

C'est d'ailleurs le même problème auquel sont confrontées les couturières philippines : la société de recrutement qui les avait envoyées en Roumanie a opportunément fait

faillite une fois les procédures judiciaires enclenchées. Selon l'avocate, « la société de recrutement philippine est la principale responsable, mais difficile de dire s'il y a réellement eu un arrangement entre elle et la compagnie roumaine ». Ces sociétés de recrutement posent effectivement problème car cela permet souvent aux patrons roumains de se déresponsabiliser face à leurs travailleurs.

Plusieurs autres scandales d'exploitation de travailleurs étrangers avaient vu le jour il y a quatre, cinq ans. Le phénomène a cependant évolué. A cause

de la crise et du changement du code du travail, il est devenu plus difficile de faire venir un contingent important de travailleurs migrants. Il faut pouvoir prouver ne pas avoir trouvé de Roumains ou de citoyens européens correspondant au poste.

Désormais, ces travailleurs migrants arrivent au compte-goutte. Beaucoup sont des femmes philippines travaillant dans le milieu domestique. Mais à l'échelle individuelle, les mêmes dérives se répètent : un seul jour de congé par semaine, des journées de travail trop longues, des tâches supplémentai-

res non mentionnées sur les contrats. Jusqu'à présent, aucune d'elles n'a porté plainte. Car seules et isolées, elles souffrent encore plus du manque d'organisation syndicale et du laxisme des contrôles.

Julia Beurq
Dessin : Sorina Vasilescu

(1) Selon le rapport publié en 2008 par la fondation Soros : « Immigrants en Roumanie : perspectives et risques ».

(2) Selon les chiffres de l'Inspectorat général de l'immigration.

LUCICA TUDOR, « REINE DES ROMS » EN ITALIE, BIENFAITRICE EN TUNISIE

Aussi riche que fantasque, cette femme d'affaires milanaise, d'origine roumaine, a eu un coup de cœur pour la Tunisie, depuis la révolution.

CURIEUSE APPARITION AU FORUM

social mondial, le rendez-vous des altermondialistes, qui s'est tenu cette année à Tunis, fin mars. Dans le planning foisonnant des activités, voilà qu'on tombe sur une conférence de « l'impératrice des peuples roms du monde », censée évoquer la création en Tunisie d'un « réseau tunisien de développement ». En guise de présentation, la reine, une Roumaine établie en Italie, est surtout venue délivrer au monde - une poignée de journalistes et quelques bénévoles mi-amusés, mi-conquis - « un message de paix, d'amour et de fraternité... » : « Moi, Lucica Tudor, j'aime tout le monde arabe », lance-t-elle à la cantonade. Revêtue de sa tenue dorée d'impératrice, elle assure le spectacle, disserte debout, dans un italien mâtiné de tunisien, jubile d'être au centre de l'attention, convoque une minute de silence pour tous les morts de la révolution. Fantasque, décosue, la reine fait mouche par sa spontanéité, son attitude chaleureuse.

« J'ai choisi la Tunisie car sa révolution a été un très brave exemple. C'est un peuple très ouvert, avec un grand courage et un grand cœur », explique-t-elle. Installée à Milan depuis 20 ans, Lucica Tudor, qui en a 48, a débarqué quelques semaines après la chute de Ben Ali. C'est l'époque où, dans la Libye voisine, la guerre fait fuir des centaines de mil-

liers d'habitants vers le sud tunisien. Descendue jusque-là pour dispenser un peu de sa fortune aux nécessiteux, Lucica est impressionnée par l'accueil

réserve aux réfugiés. « Ils ont ouvert leur cœur et offert l'hospitalité au peuple libyen », admire-t-elle.

Elle aurait remis 40.000 dinars (environ 20.000 euros) lors de son couronnement

Comme une récompense, la reine choisit donc la Tunisie pour accueillir son sacre d'impératrice. La cérémonie a eu lieu en juillet 2011, à Dar Hamouda Pacha, ancien palais princier, au cœur de la médina de Tunis, lors d'une soirée dédiée à la culture rom. Le patriarche de l'Eglise orthodoxe de Milan a fait le déplacement pour remettre sa nouvelle couronne à Lucica, « très croyante ». Plusieurs médias locaux couvrent l'événement.



Déjà active auprès des Roms d'Italie, Lucica Tudor décide aussi d'exporter sa prodigalité de l'autre côté de la Méditerranée. Elle commence à distribuer de l'argent aux familles pauvres. Une vidéo de sa « tournée à Kairouan » la montre, en tenue, le port altier, rendre visite à une famille déshéritée, puis leur remettre une enveloppe. Impossible de savoir combien elle a déjà dépensé. « Cela ne se dit pas dans la religion musulmane », argue-t-elle. Elle aurait déjà remis 40.000 dinars (environ 20.000 euros) lors de son couronnement. En vingt ans de charité, débutée après un grave accident de la route qui l'a laissée boiteuse, la reine rom aurait distribué plus d'un million d'euros. Femme d'affaires, Lucica Tudor dit avoir fait fortune « dans l'import-export », de toutes sortes de choses. Quant à ses futurs projets, ce fameux « réseau » qu'elle voulait présenter au Forum social, impossible d'en savoir plus. « Ce sera très grand », promet-elle. Pour l'heure, poursuit Lucica, « je n'ai pas d'association, je fais de la charité avec mon cœur, de main à main ». Multipliant les allers-retours, Lucica Tudor envisage désormais de s'établir en Tunisie, où elle a aussi « des affaires ».

De notre correspondante à Tunis,
Elodie Auffray.
Photo : E. A.

Lire la suite...



Nous sommes heureux de vous présenter notre nouveau site
entièrement rénové et désormais adaptable à tout type
de plateforme : ordinateur, téléphone portable, tablette...
Vous aurez la possibilité de vous abonner facilement à la version
électronique de notre revue, lire davantage d'articles
ou naviguer dans nos archives.

Il suffit de vous connecter...

www.regard.ro

Le marché de la publicité



On côtoie les publicités tous les jours, dans la rue, à la télévision, sur tous ces écrans qui n'en finissent pas d'accaparer notre quotidien. En Roumanie, les panneaux publicitaires par exemple sont toujours plus immenses, placés à des endroits parfois saugrenus.

Qui en sont les auteurs ? Que se cache-t-il derrière ces images, ces slogans ? Comment le marché de la publicité en Roumanie a-t-il évolué depuis la chute du communisme ? Dans ce nouveau dossier de *Regard*, divers experts ont répondu à ces questions, parmi d'autres. Nous sommes également allés sur le tournage d'une publicité pour la télévision, un univers singulier où le temps est compté.

Nous abordons par ailleurs la publicité face à la crise, tout comme le rapport des médias envers cette même publicité, cruciale pour leur survie. Sans oublier Internet et les multiples options que la toile propose afin de « promouvoir ».

Vaste sujet que nous avons essayé de couvrir sans prétendre être exhaustifs, et qui rend compte à sa façon des évolutions récentes de la société roumaine. L. C.

LE MARCHÉ ACTUEL, EN QUELQUES CHIFFRES...

Pas simple de trouver des données sur le secteur de la publicité en Roumanie ; rien de surprenant, l'industrie de l'image est partout dans le monde méfiante quand il s'agit de lui « soutirer » des informations. Le Bureau roumain d'audit transmedia (BRAT) est toutefois une bonne source, bien que tous les chiffres ne soient pas à disposition.

• 635 millions d'euros... C'est, selon le BRAT, la somme dépensée l'année dernière en Roumanie pour la publicité

un total de 167,1 millions d'euros l'année dernière. En tête, le quotidien économique *Ziarul Financiar*, qui, à lui

grangé 156 millions d'euros de rentrées publicitaires en 2012, avec là aussi de fortes variations selon le nombre de visiteurs et de « clics ».

• Toujours selon le BRAT, la compagnie leader sur le marché publicitaire reste la spécialiste des affichages extérieurs Epamedia, avec 24% de parts de marché (10,1 millions d'euros en 2012), suivie d'Affichage Romania (9,6 millions) et de Getica OOH (6,6 millions).

• Concernant la publicité à la télévision, les choses se compliquent. Le BRAT n'a pas été en mesure, ou n'a pas osé, avancer de chiffres. Seul Forbes.ro semble avoir réalisé une étude selon laquelle, au cours des deux premiers mois de cette année, Pro TV SA (Pro TV, Acasă TV, Pro Cinema, MTV



dans la presse écrite, la radio, la publicité en ligne et les panneaux d'affichage (étude publiée le 13 avril).

• Les compagnies de télécommunications ont été les plus généreuses, avec 50 millions d'euros investis en publicités en 2012, suivies de loin par la grande distribution (36,7 millions d'euros), et le secteur automobile (28,7 millions d'euros). Dans ce classement des dix premiers secteurs acheteurs de publicités, les sites Internet devancent les banques, les sociétés de produits électroménagers, de boissons alcoolisées, de produits cosmétiques et.... les stations-service.

• Parmi les bénéficiaires de ce marché, quelques titres de presse écrite, qui ont tout de même encaissé

seul, a pris 5,46% de ce volume, soit 9,1 millions d'euros. Les deux tabloïds les plus en vogue, *Click* et *Libertatea*, se portent eux aussi assez bien, avec 5,5 millions d'euros de publicités pour chacun en 2012. Pour les autres titres de la presse écrite roumaine, c'est souvent la survie, et des rentrées publicitaires qui ne cessent de chuter. Quand ils ne sont pas criblés de dettes...

• Côté radio, les « commerciales » mènent la danse : Kiss FM a encaissé 26,7 millions d'euros de publicités et occupe la première place, suivie par Radio Zu et Europa FM. La radio publique Radio Romania Actualități n'a quant à elle empoché « que » 3,5 millions d'euros.

• Les sites Internet ont de leur côté en-



România, Sport.ro et Acasă Gold) a obtenu 32% des parts de marché, suivie par les télévisions du groupe Intact (Antena 1, Antena 2, Antena 3, Euforia et GSP TV), avec 27% de parts de marché. Mais Forbes n'a pas non plus avancé de sommes.

Răsvan Roceanu
Photos : François Gaillard

L'ENCART COMMUNISTE

Les Roumains ont été plongés presque d'un coup dans le monde de la consommation à grands renforts d'annonces publicitaires. Même si sous le communisme, une « certaine » publicité existait déjà.

« LA PUBLICITE SOCIALISTE EST appelée à créer un modèle rationnel de consommation, en conformité avec la politique du parti et du gouvernement visant la hausse du niveau de vie matériel et culturel du peuple... » Sous le régime communiste, la publicité ne se départait pas de la propagande officielle, représentant un instrument supplémentaire entre les mains du pouvoir totalitaire pour mettre en œuvre sa politique. « L'économie roumaine progressait mais ne pouvait pas satisfaire les besoins des consommateurs, c'est pourquoi on leur demandait de la patience », note Marian Petcu, auteur de *L'histoire de la publicité roumaine*.

Même si l'Etat détenait le monopole de l'industrie et la concurrence n'existait pas, la télévision et la radio publiques consacraient une partie de leur temps d'antenne à la publicité : l'unique marque de machine à coudre en vente, Ileana, l'automobile Dacia 1100, la moto Mobra (« rapide et résistante »), la bicyclette

Alors que les pénuries d'aliments de base étaient de plus en plus sévères, des panneaux vantaient les bénéfices de la consommation du poisson océanique surgelé

Pegas (qui connaît aujourd'hui un nouveau succès), la Caisse d'épargne (« Aujourd'hui tu y déposes un leu, demain il aura des petits ») ou encore

l'assureur d'Etat ADAS étaient les principaux annonceurs. Les spots télévisés, en noir et blanc, passaient parfois pendant un ou deux ans sans la moindre modification. Dans les rues, alors que les pénuries d'aliments de base étaient de plus en plus sévères, des panneaux vantaient les bénéfices de la consommation du poisson océanique surgelé. La chute du régime communiste en

mémoire collective, certaines répliques suscitant toujours rires ou railleries. Au fur et à mesure de l'évolution du marché, avec notamment l'apparition des chaînes privées de télévision et le développement d'Internet, des campagnes publicitaires mémorables s'en sont suivies, certaines récompensées de prix lors de compétitions internationales.



Les bicyclettes Pegas.

décembre 1989 entraîna ensuite une révolution dans la publicité. Les Roumains, impatients de bénéficier des bienfaits du capitalisme, découvraient émerveillés les premiers spots télévisés pour des produits jusque-là introuvables. Nombre d'entre eux n'ont sans doute pas oublié leur premier contact avec la publicité « occidentale » à la télé : Titan Ice, une pub pour des cubes de glace, mettant en scène une femme en maillot de bain, une première pour un public à peine sorti de 45 ans de censure communiste.

Simplistes et regorgeant de clichés, ces premières pubs ont marqué la

Dans le même temps, les panneaux extérieurs géants introduits en 1993, à un moment où les compagnies voyaient encore la publicité comme une dépense et non comme un investissement, ont marqué un pas important dans le développement du marché. Omniprésents dans les villes et le long des autoroutes, ils pâtissent néanmoins aujourd'hui de la crise, nombre d'entre eux appelant toujours à voter pour les candidats à l'élection présidentielle de 2009...

Mihaela Rodină
Photo : Mediafax

« LE MANQUE D'ARGENT N'EST PAS UNE EXCUSE »

Andrei Cohn (40 ans) est l'un des plus expérimentés publicistes du pays. Reconnu pour sa créativité fine et élégante, il a notamment travaillé pour Fiat, Cosmote, avant de monter sa propre agence, Cohn & Jansen JWT (en partenariat avec Cristina Jansen, Peter Jansen, Petra Hoyos et Adrian Drăghici). Andrei Cohn est également réalisateur de longs métrages, son dernier film, *Acasă la tata*, doit sortir cet automne.

Regard : Que pensez-vous du marché publicitaire local ?

Andrei Cohn : Ma zone d'expertise est celle de la création. Mais j'ai des collègues qui s'occupent de comptabilité, de management, de stratégie au sein de ce marché, et ils me disent que... c'est terrible. De mon point de vue, peu de choses ont changé ces dernières années. Il y a des bons et de moins bons projets, des gens civilisés, d'autres qui continuent à ne pas l'être, certains sont mieux préparés, d'autres toujours pas, c'est un peu comme quand j'ai débuté dans le métier, au milieu des années 1990.

Pourquoi vos collègues disent que la situation est terrible ?

Principalement parce qu'il y a moins d'argent, mais ce n'est pas une excuse. Le cinéma roumain n'a pas tous les moyens du monde, pourtant, quel succès. D'une certaine façon, en termes de créativité, la crise devrait avoir du bon, ce n'est pas le cas concernant le marché publicitaire roumain. Prenez le cas de l'Argentine, où j'ai eu la chance de me rendre. Avant les années 2000, personne ne perdait son temps avec les idées, les publicistes gagnaient beaucoup d'argent. Une agence quelconque, sur une année, pouvait produire jusqu'à 300 publicités, seulement pour de la lessive. Quand la crise est arrivée, le marché s'est écroulé, pourtant c'est à ce moment-là que l'Argentine a commencé à remporter des prix dans les plus grands festivals dédiés aux spots publicitaires. C'est la raison pour laquelle je maintiens que le manque d'argent n'est pas une excuse qui puisse expliquer la



qualité médiocre de notre marché local. A quelques rares exceptions près, on n'est pas dans une bonne période, c'est ennuyeux, parfois même tendu.

Il semblerait que l'on fasse toujours appel aux mêmes images, notamment celles d'enfants, comme dans les années 1990...

Je pense que nous ne les avons jamais remplacées. Des seins surdimensionnés et des enfants, on en a eu dès le début et on peine toujours pour les remplacer par des idées innovantes. Il y a encore cette abondance d'enfants mignons. A l'époque, quand je travaillais pour Connex (futur Vodafone, ndlr), 90% des campagnes que nous produisions étaient avec des enfants. Les enfants, ici comme ailleurs, ont toujours été le moyen le plus facile pour toucher les gens. A côté du « Deux pour le prix d'un ».

« *Actuellement, quiconque travaillant dans la publicité se sent protégé s'il fait des choses de mauvaise qualité, qui soi-disant marchent* »

Quel effet a eu la présence de grandes agences internationales ?

Cela a apporté un peu plus de rigueur. Il a fallu aussi commencer à mesurer l'impact de la publicité, afin d'assurer un meilleur retour sur l'investissement. Auparavant, les entrepreneurs locaux manquaient de professionnalisme, ils se lançaient dans des projets de façon beaucoup trop subjective, et le résultat pouvait être désastreux.

Quand vous regardez les publicités

diffusées en ce moment à la télévision, ou les affiches dans la rue, quel est votre sentiment ?

Qu'on ne peut décidément pas parler d'évolution, mais plutôt d'involution, générée par cette résistance à faire de nouvelles choses. Je pense qu'actuellement quiconque travaillant dans la publicité se sent protégé s'il fait des choses de mauvaise qualité, qui soi-disant marchent. Résultat : la quantité de cochonneries a augmenté. Et puis l'instinct de préservation fonctionne aussi bien dans la publicité que dans d'autres domaines ; donnez à l'être humain une chance de faire moins et il fera moins.

Vous vous êtes plaint concernant les filtres parfois abusifs des organismes de contrôle, en particulier du CNA (Conseil national de l'audiovisuel, ndlr), qui freineraient la créativité...

Les choses doivent être évidemment réglementées, je suis d'accord que les

Les plus grands noms présents depuis des années

Le groupe français Publicis (3ème réseau mondial dans le domaine du marketing et de la communication) est présent en Roumanie à travers deux marques : Saatchi&Saatchi (depuis 1990), et Leo Burnett (depuis 1994). Autre grand groupe international (deuxième plus grande agence mondiale de publicité), BBDO, basé à New York, est en Roumanie depuis 1992, lorsqu'il a repris la société autochtone Graffiti. Sans oublier McCann Erickson, Ogilvy&Mather, mais aussi Cohn&Jansen (voir entretien), créé en 2002 et qui a fusionné avec Scala JWT en octobre 2010, devenant Cohn&Jansen JWT. La société détient, depuis l'automne passé, la licence Young&Rubicam pour la Roumanie.

publicités ne doivent pas infester nos maisons avec n'importe quoi. L'usage libre de la langue roumaine, par exemple, dans un but humoristique, est parfaitement valable. Ceci étant, il ne faut pas aller trop loin et faire des fautes, comme cela s'est vu récemment, seulement pour vendre des paquets de biscuits. Il doit y avoir un certain niveau d'autocensure des publicistes eux-mêmes. La limite tient de chacun, de sa probité professionnelle, afin de ne pas avoir un effet néfaste sur des

choses qui sont plus importantes que les buts à atteindre. C'est un débat complexe, mais je ne sais pas si le CNA peut réglementer la quantité de poubelles vidées dans les maisons. Par ailleurs, j'estime que beaucoup de shows télévisés en Roumanie sont pire que les plus mauvaises publicités. Et ils durent beaucoup plus longtemps.

Propos recueillis par Carmen Constantin.
Photo : Mihai Barbu



Avec la crise, la production de publicités pour la télévision a été grandement touchée. Malgré une forte baisse des budgets, à Bucarest, ça tourne toujours. Reportage.

SUR UN PLATEAU

MI-AVRIL, UN DIMANCHE A

7 heures du matin, près de Piața Victoriei à Bucarest. Daniela, la chargée de production, a confirmé la veille qu'il fallait être sur le pied de guerre de bonne heure pour ne pas rater les préparatifs. Rendez-vous devant la banque pour laquelle le spot sera tourné. Pas de clients aujourd'hui, juste des camions et des techniciens qui déchargent le matériel à vitesse grand V. Des électriciens s'affairent autour des générateurs qu'il faut placer quelque part. « C'est la première chose à faire avant d'installer le plateau, explique Daniela. Mettre le courant et se câbler. »

Ceux qui préparent le décor sont déjà là, ils ont une heure à disposition. Le café est chaud et chacun embarque un gobelet entre deux allers-retours. Le set, les lumières et le décor très sobre sont installés en deux temps, trois mouvements. A 8 heures, le réalisateur arrive juste avant les acteurs. Pas le temps de palabrer, les dialogues seront discutés en détail une fois que tout sera prêt. Les costumiers accueillent le couple d'acteurs – la jolie employée de banque et le créancier, un bon père de famille, sont préparés en une demi heure. Les acteurs prêts, les « chefs » débarquent à leur tour : le client (la banque) et l'équipe de l'agence de publicité, c'est-à-dire les commanditaires du projet.

Daniela explique le tournage sans perdre des yeux ce qui se trame : « C'est le premier assistant réalisateur qui fait le call sheet, c'est-à-dire le détail de tous les

plans que l'on va filmer. Tout est minuté. C'est lui qui gère le programme et veille à ce qu'il n'y ait pas de retard. » C'est lui aussi qui est l'interface entre le réalisateur et le reste de l'équipe. Le réalisateur, lui, s'occupe principalement du jeu des acteurs et du « cadre » avec le chef opérateur. Daniela poursuit : « Le plus souvent, les acteurs ne sont pas de vrais acteurs. Cela dépend de ce que veulent l'agence et le client. C'est le travail du directeur de casting de trouver les bonnes têtes. On se retrouve donc avec pas mal de travail pour les faire jouer correctement. Parfois, cela sonne tellement faux qu'on doit les doubler. »

Premier cadre : on installe les acteurs à une table et on leur explique comment jouer. Il s'agit ici d'une scène typique de relation client/employé. Une responsable de l'agence de publicité est tracassée par le rouge à lèvres de l'actrice qu'elle trouve trop rouge. On fait et refait la scène avant de réaliser qu'à force de se lever et de se rasseoir, l'actrice a froissé sa jupe. Il faut donc la changer. « C'est le genre de détail typique qui peut tout faire capoter, soupire Daniela. Jusqu'en 2008, on ne filmait que sur pellicule. On en prévoyait douze et on en prenait quelques-unes en plus au cas où. On faisait très attention, car la pellicule est chère. Aujourd'hui, plus personne ne filme sur pellicule, on peut donc faire autant de prises que nécessaire. Le revers de la médaille, c'est que les gens ne sont pas aussi bien préparés, le digital ne coûte rien, mais on devient plus laxiste. » Le clap retentit. Les plans s'enchaînent

sans trop d'encombres. L'attente est parfois longue car il faut sans cesse les refaire par sécurité. Les repas arrivent à 13 heures tapantes comme prévu dans le call sheet. La nourriture est chaude mais elle attendra un peu car il faut finir le plan. La pause d'une heure se réduit à 15 minutes. On mange sur le pouce, la tête déjà à la suite. Car il faut très vite commencer la deuxième partie de la journée. Au final, dans la matinée, cinq cadres auront été tournés, soit environ dix secondes de publicité.

UNE AUTRE EPOQUE

Aujourd'hui, il y a quatre grosses sociétés de production sur le marché de la publicité audiovisuelle : Abis, Multimedia Est, Saga Film et Domino Film, ainsi qu'une dizaine de sociétés plus petites. Elles travaillent exclusivement pour le marché roumain, exception faite pour

« En 2006, un jour de tournage coûtait entre 40 et 50.000 euros, alors qu'aujourd'hui, cela serait davantage de l'ordre de 20.000 euros »

Domino Film qui dépend du groupe MediaPro et fait surtout de la prestation de services pour l'étranger. Ces sociétés sont contactées par les agences de publicité en fonction des projets. A la grande époque, il y a encore cinq ans, elles pou-

vaient produire chacune une centaine de publicités dans l'année. Actuellement, vu qu'il y a moins de pubs, il faut combler les vides dans les grilles des chaînes de télévision. Conséquence, les campagnes s'étirent sur des périodes plus longues. Autre ficelle : repasser une pub déjà diffusée il y a des années, ce qui permet de ne payer que les droits d'auteur, tout en réactualisant l'annonce avec des cartons promotionnels. Autre solution pour les marques étrangères : diffuser un spot étranger en ne payant que les droits et en doublant les acteurs.

sateurs roumains, pour moins cher, alors qu'avant on faisait venir des réalisateurs de l'étranger pour plus de 10.000 euros par jour de tournage. »

Retour sur le spot. Cet après-midi, on filme dans une grande villa du côté du quartier Paradisul Verde. « La location nous a coûté 800 euros pour la demi-journée », précise Daniela. Ce qui est tourné cet après-midi sera le début du spot. L'équipe se poste devant la maison car l'action se passe en extérieur. Scénario : une voiture de livraison qui

Le tournage est plus ardu que le matin. Pas question de filmer en même temps le lièvre et la voiture de livraison. On fait donc une série de plans fixes avec l'animal, puis d'autres avec la voiture qui déboule dans la rue. Les deux seront assemblés en post production. Le plan avec le lièvre devait durer une demi-heure mais cela prend le double, car il est un peu chamboulé, le pauvre. Pour le travail avec les animaux, c'est parfois très délicat. « Avec les bêtes, on a souvent de sacrées surprises, raconte Daniela. Parfois, vous mettez ensemble

deux animaux de sexes différents et ils se sautent dessus. Cela m'est aussi arrivé de tourner un spot pour une marque de chocolat et de faire jouer des vaches que l'on n'arrivait pas à faire venir face caméra. L'enfer. » Heureusement cette fois-ci, le protagoniste à grandes oreilles sera plutôt docile et s'en sortira à merveille.

On enchaîne ensuite sur la réaction du chauffeur au volant. La voiture est sur une petite plateforme improvisée pour ne pas faire conduire le chauffeur pour de vrai. Vient ensuite la scène avec le bureau. Lui aussi est posté sur une plateforme et installé sur des rails. Deux techniciens le tirent de la porte vers les rails et l'éloignent de la

maison. Tout sera monté à l'envers en post production pour faire croire qu'il atterrit juste devant la porte. Vers 18 heures, le tournage est terminé. Daniela conclut : « On a de la chance car parfois on déborde de 24 heures. La tendance actuelle consiste à essayer de tout faire en une journée au lieu de deux, comme il y a quelques années. »

Benjamin Ribout

Photo : Corina Moldovan-Florea



La baisse des budgets a aussi eu des incidences sur la qualité des spots. Mara s'occupe de dénicher des lieux de tournage. Elle évoque tout ça : « En 2006, un jour de tournage coûtait entre 40 et 50.000 euros, alors qu'aujourd'hui, cela serait davantage de l'ordre de 20.000 euros, voire encore moins. On constate en contrepartie que les idées sont de moins bonne qualité. Cela collerait soi-disant avec les attentes du spectateur... C'est un cercle vicieux. Le bon côté des choses est qu'aujourd'hui on fait travailler des réali-

transporte un beau bureau doit freiner brusquement pour ne pas écraser un lièvre qui surgit de nulle part. Tandis que la voiture freine, la remorque attelée à la voiture se détache et dans la débânde laisse s'échapper le bureau. Celui-ci finit sa course folle devant l'entrée d'une maison, sans oublier de cogner légèrement la porte d'entrée. La famille sort ravie et admire le bureau. Moralité : parfois les choses tombent du ciel, et c'est la même chose avec votre banque.

LE PLUS NET

Comme ailleurs, le marché de la publicité sur Internet en Roumanie est en croissance constante depuis plusieurs années. L'utilisation des blogs est notamment novatrice, même si la qualité des campagnes reste moyenne.

INTERNET REPRÉSENTE ACTUELLEMENT entre 17 et 20% des dépenses publicitaires en Roumanie. Selon Doru Panaitescu, entrepreneur et conseiller sur Marketeer.ro., les 30 plus gros acteurs nationaux ont encaissé l'année dernière près de 30 millions d'euros sur la toile. Sans compter les annonces sur Google et Facebook. Le pays compte actuellement plus de 5 millions et demi d'abonnés à Facebook, et 700.000 ont un compte Twitter. La promotion des marques se fait aussi sur Google+, Foursquare, Youtube, LinkedIn, Pinterest, sans oublier les plateformes locales comme Trilulilu ainsi que les blogs. « Presque toutes les entreprises, les institutions ou les organisations ont un public sur Internet. Ce canal est un moyen d'obtenir des réactions en temps réel. C'est une mine d'or pour connaître le client potentiel », note Veronica Nicolae, cofondatrice du département de promotion sur Internet de la célèbre agence de publicité McCann Erickson.

« *La qualité viendra plutôt des petites agences qui, avec moins de moyens, réalisent déjà des campagnes plus innovantes* »

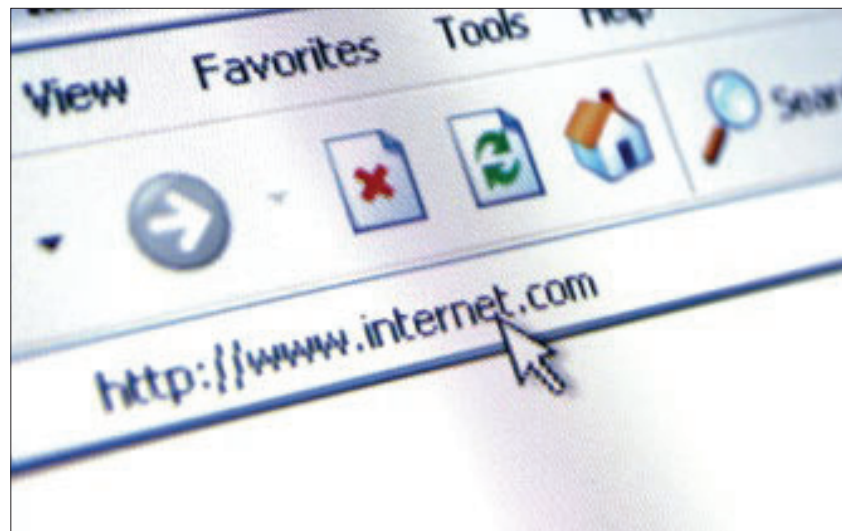
Pour être au fait des nouveautés de ce « petit » monde, Ionuț Oprea, de l'agence Standout, a créé Facebrands.ro, un site regroupant toutes les marques roumaines présentes sur Facebook. « Il s'agit d'un service de surveillance et d'analyse de l'activité des marques sur ce réseau social », détaille-t-il. Standout représente également les intérêts de quelque 300 bloggeurs. « Depuis 2007, nous avons lancé plus de 600 campagnes publicitaires en ligne. Nous travaillons avec des bloggeurs très lus qui possèdent un ca-

pital de crédibilité important. Par rapport à l'étranger où le blog reste un média assez exotique et personnel, en Roumanie nous avons réussi à l'imposer comme un canal main stream tout à fait performant pour vendre sur la toile », poursuit Ionuț, dont les rentrées annuelles pour la publicité sur Internet dépassent 250.000 euros.

Exemple d'une grande campagne sur Internet utilisant les bloggeurs, celle de Petrom, intitulée *Redescoperă România* (Redécouvre la Roumanie). Entre 2010

des objectifs humains, un attachement du public à la marque plutôt que des résultats immédiatement quantifiables », souligne-t-il.

Une expérience novatrice qui contraste avec la qualité plutôt moyenne des campagnes sur Internet. Bien qu'elles se développent fortement, le contenu de ces campagnes reste en général décevant. C'est le cas en Roumanie comme ailleurs en Europe, où les nouvelles technologies (Smartphones, tablettes, nouveaux logiciels, applications...) offrent des



et 2012, elle a regroupé plus de 100 bloggeurs. Pendant trois mois, quatre équipes ont parcouru 6000 km et visité plus de 70 villes. Ils ont ensuite réalisé une carte avec environ 800 recommandations touristiques, et une application pour les portables, *La drum* (En route). « L'objectif de cette campagne n'était évidemment pas de remplir davantage les réservoirs d'essence, mais de promouvoir l'image, la crédibilité de la compagnie en la rapprochant des valeurs roumaines », explique Mugur Pătrașcu, directeur de l'agence iLeo qui a monté le projet. En général, les campagnes en ligne visent

possibilités encore inexplorées. « La publicité sur Internet en Roumanie est en forte croissance, comme partout, mais il y a un manque de créativité, à quelques rares exceptions (voir aussi l'entretien d'Andrei Cohn page 28, ndlr), soutient John Riley, partenaire de l'agence Sector7 Interactive à Bucarest. Il n'y a pas de stratégie spécifique pour la toile. Je pense que la qualité viendra plutôt des petites agences qui, avec moins de moyens, réalisent déjà des campagnes plus innovantes. »

Mihaela Cărbunaru
Photo : Mediafax

« Une énorme tuile » ou un « ouragan Katrina », les effets de la crise économique sur le marché de la publicité en Roumanie ont été dramatiques. Et un récent décret du gouvernement roumain modifiant les règles du jeu risque de porter le coup de grâce à un secteur qui espérait relever la tête après cinq ans de chute.

ANNONCE DU MAUVAIS TEMPS

« L'IMPACT DE LA CRISE ÉCONOMIQUE sur la publicité dans ce pays a été similaire à celui de l'ouragan Katrina aux États-Unis », résume d'un air désolé Mircea Stăiculescu, directeur de l'agence Headvertising. « Le budget des compagnies destiné à la publicité a baissé drastiquement, de plus de 50% depuis 2007, année où l'économie roumaine était en plein boom », ajoute-t-il.

« Le marché de la publicité média traverse des moments très difficiles. En 2007, les dépenses dans ce secteur s'élevaient à 450 millions d'euros. 2008 a eu l'effet d'une tonne de briques qui nous est tombée dessus », souligne pour sa part Radu Florescu, président de Centrade Saatchi and Saatchi. Selon lui, le marché a depuis été divisé par deux, alors que la crise a touché en même temps les consommateurs, le budget public et les budgets des annonceurs.

Vu la volatilité de la situation économique, « on a tendance à se concentrer davantage sur l'immédiat plutôt que sur des projets à long terme », renchérit Crenguța Roșu de DC Communications. « Il y a une énorme pression pour obtenir des résultats immédiats sur fond de ressources allouées parcimonieusement », dit-elle. La plupart des publicitaires ont cherché des moyens pour « se débrouiller »,

sans trop tailler dans les effectifs, en imaginant de nouvelles stratégies pour ne pas perdre leurs clients.

« Le marché s'est tourné vers les outils offrant le meilleur retour sur investissement et permettant les coûts les plus bas pour 1000 personnes exposées au message publicitaire », explique Dana Bulat, directrice de United Media. Selon elle, si la plupart des secteurs d'activité ont réduit leurs budgets destinés à la publicité, des hausses, bien que modestes, ont été enregistrées dans d'autres, notamment la grande distribution, l'industrie pharmaceutique et les télécommunications.

« *Il y a une énorme pression pour obtenir des résultats immédiats sur fond de ressources allouées parcimonieusement* »

Dans ce contexte difficile, seule la publicité en ligne s'est développée, même si le budget des annonceurs consacré à ce « nouveau » média ne représente que 10% du total. « La publicité en ligne s'est approprié une partie du territoire des médias traditionnels, surtout quand il s'agit

de cibler les jeunes et les personnes actives du milieu urbain », ajoute Dana Bulat.

Pour Mircea Stăiculescu toutefois, « en Roumanie, il existe toujours une inertie, une idée reçue selon laquelle la publicité à la télévision livre les meilleurs résultats », d'où une certaine réticence à se tourner vers Internet et les opportunités remarquables qu'il offre. Quoi qu'il en soit, « c'est Internet qui générera le changement majeur, car il permet aux consommateurs d'avoir accès aux messages publicitaires quand ils veulent et où ils veulent, et non pas uniquement à l'heure voulue par telle ou telle chaîne de télévision ». Selon la plupart de ces publicitaires, 2013 ne sera pas meilleure que 2012. Mircea Stăiculescu regrette par ailleurs qu'au lieu d'aider le secteur, les autorités mettent « davantage d'obstacles, alors qu'on est déjà mis à rude épreuve par la crise ». Comme lui, Dana Bulat dénonce l'intervention « brutale » de l'Etat, suite à l'adoption en avril par le gouvernement d'un décret d'urgence empêchant les agences de publicité d'agir en tant qu'intermédiaires entre annonceurs et télévisions (voir encadré). Cet amendement à la loi de l'audiovisuel a été vivement dénoncé par l'IAA (International Advertising Association), la Chambre de commerce roumano-américaine Am-Cham, et

l'Association européenne des agences de communication, qui ont toutes appelé le Parlement à ne pas adopter ce texte, qualifié d'« *ingérence abusive de l'État dans des relations commerciales privées* ».

En décembre, lors de la publication d'une première version du décret, l'IAA avait estimé que le maintien de cet article ferait perdre au marché 20% de sa valeur, soit 40 millions d'euros. Une fortune en ces temps difficiles.

Mihaela Rodină

Une OUG très punitive

L'Ordonnance d'urgence adoptée par le Parlement en avril (qui, au moment du bouclage de ce numéro, devait encore passer l'avis du Sénat) stipule que « tout achat d'espace publicitaire télévisé ne peut être effectué par un intermédiaire mais uniquement par le bénéficiaire final de la publicité ». L'Ordonnance précise que « les éventuelles réductions tarifaires accordées par le radiodiffuseur devront figurer sur la facture émise par le bénéficiaire de la publicité télévisée ». L'idée de cette OUG serait de « stimuler le développement économique du marché audiovisuel roumain », et « d'encourager les productions télévisuelles locales ». Par ailleurs, le gouvernement entend mettre fin à la « corruption existant dans le domaine des achats d'espaces publicitaires, et à un système non transparent et anticoncurrentiel qui porte préjudice à l'activité des postes de télévision ». Une mesure qui punit tout le monde sans distinction...

LES MEDIAS DEPENDANTS

La publicité a toujours été considérée comme une source de revenus saine par les médias roumains. Bien qu'elle continue souvent d'influencer les contenus éditoriaux.

LES MEDIAS ROUMAINS NE FONT pas exception, leur maintien dépend de la publicité. A l'instar de la majorité des journaux, télévisions et radios du monde entier, la publicité est une source de financement vitale. « Mais curieusement, cette dépendance est une chose relativement positive, note l'ancien journaliste Iulian Comănescu, aujourd'hui consultant média. La publicité assure des revenus transparents en opposition aux financements politiques occultes qui engendrent l'apparition de médias dits d'informations mais qui colportent en réalité des opinions. » On estime par exemple que le gouvernement Năstase (2000 – 2004) a dépensé

65 millions d'euros dans des contrats de publicité avec des journaux à petit tirage proches du pouvoir. « Il y a eu des pratiques identiques sous le gouvernement Boc », complète Iulian Comănescu.

Dans ce contexte, la publicité « privée » est donc vue comme une ressource financière plutôt « propre ». Mais elle n'est toutefois pas exempte d'inconvénients. Les rapports entre les annon-



ceurs et les médias n'ont jamais été tout à fait équitables. Ioana Avădani, directrice du Centre pour un journalisme indépendant, estime que cette relation est même « brutale », et toujours en défaveur des médias. « Il y a quelques années, les contrats stipulaient noir sur blanc l'interdiction de critiquer l'annonceur dans les colonnes du journal, ou durant les émissions de télévision, souligne-t-elle. Au début des années 2000, ce genre de clauses a été retiré mais les pratiques sont restées. » Le coup de fil au rédacteur en chef pour qu'un commentaire un peu trop virulent soit retiré est monnaie courante. Et ce réflexe n'est pas propre aux sociétés sans scrupules. « Tout le monde le fait, insiste Ioana Avădani. Même pour des choses bénignes comme d'éventuelles critiques d'un concert financé par telle ou telle compagnie. »

MOINS DE REPORTAGES ET D'ENQUETES

Mais que faire quand un contrat avec un grand annonceur permet d'assurer les salaires des journalistes pendant plusieurs mois ? « Les médias qui vivent exclusivement de la publicité sont des sismographes de l'économie, affirme le rédacteur en chef du site d'informations hotnews.ro, Cristian Pantazi. Ils enregistrent toutes les variations du marché de la publicité. » Autrement dit, la baisse des revenus publicitaires signifie pour les rédactions des réductions drastiques dans leurs dépenses. On choisit alors de couvrir l'actualité chaude plutôt que de réaliser des reportages de terrain ou de longues enquêtes, trop coûteuses. « Les quotidiens régionaux ne se permettent plus du tout ce genre de format et c'est vraiment dommage, nous ne savons plus ce qu'il se passe en dehors de Bucarest, surtout dans les villes moyennes », ajoute Cristian Pantazi. La presse locale est en effet dans un état désastreux. Les

budgets alloués pour la publicité dans les quotidiens régionaux ont toujours été bien plus faibles que ceux des quotidiens nationaux. Et la crise n'a fait qu'accroître cet écart.

A la télévision, le constat est identique. Le format reportage n'existe quasiment plus alors que les émissions de débat n'ont jamais été aussi nombreuses. « Il suffit de quelques centaines d'euros pour

mettre en scène une heure de débat, alors que l'on parle de milliers d'euros pour produire une émission bien au point », note Iulian Comănescu. A cela s'ajoute souvent des intérêts politiques à peine dissimulés et une dose de scandale qui fait toujours recette. Mais là non plus, la Roumanie est loin d'être une exception.

Jonas Mercier
Photo : Mediafax



Creator de progres energetic

Referința mondială a economiilor de energie la scara teritorială



Dalkia România S.A.
Str. Barbu Văcărescu, nr. 241A,
Barbu Văcărescu Office, etaj 3, Sector 2, București
Tel. +40 21 322 86 37; Fax. +40 31 730 16 41
secretariat@dalkia.ro; www.dalkia.ro

JEU DE FAÇADES

Dans les rues de Bucarest, l'espace public disparaît souvent derrière les espaces publicitaires. Des bâtiments en construction aux immeubles d'habitations, en passant par les toits des blocs sur les grandes places et les transports en commun, tous les endroits sont bons pour coller une affiche, installer un panneau-réclame ou suspendre une bâche gigantesque. Si certains qualifient volontiers le phénomène de « pollution visuelle », d'autres y trouvent des avantages esthétiques et financiers.

« LE CONSOMMATEUR ROUMAIN n'est pas vacciné contre la publicité », affirme Mircea Kivu pour expliquer

l'absence de véritable mouvement anti pub en Roumanie (voir entretien page 38). En effet, la plupart des passants

restent indifférents à l'invasion de la publicité extérieure, et certains trouvent même qu'elle dynamise la ville. « Cela donne des couleurs à tous ces vieux blocs gris et cela cache les immeubles délabrés », juge un usager du bus interrogé au hasard entre les quartiers de Crângași et de Militari. Tandis que des bâtiments laissés à l'abandon tombent progressivement en ruine, les publicités, elles, sont actualisées au gré des nouvelles campagnes des grandes marques.

Avec ses nombreux bâtiments en construction ou en rénovation, Bucarest a « un bon potentiel

pour les publicités de façades d'immeubles », affirme Cristina Mărăscu, représentante d'Euromedia, filiale d'Epamedia à Bucarest et leader sur le marché de la publicité extérieure en Roumanie. Toutefois, elle ne révélera rien sur les contrats passés avec les administrations de ces immeubles. « Les conditions des contrats sont confidentielles », dit-elle. Pour les façades des immeubles de logements, on ne saura pas non plus dans quelle mesure les habitants bénéficient de réductions sur leurs loyers, leurs charges ou leurs factures. « Les gens ont le choix de permettre ou non qu'on place une publicité devant leurs fenêtres. Ils n'y sont pas forcés. S'ils acceptent le loyer mensuel et les termes du contrat, il n'y a pas de problème », assure-t-elle.



Les premiers panneaux-réclames ont fait leur apparition il y a une quinzaine d'années en Roumanie. « Aujourd'hui, plus de quinze sociétés sont sur le marché de la publicité extérieure rien qu'à Bucarest : les plus petites comptent une cinquantaine d'espaces, tandis que les plus grandes en comptent des milliers », souligne Cristina Mărăscu. « Les principaux clients pour les espaces extérieurs sont issus du secteur des télécommunications, de la grande distribution et de l'industrie du bricolage », ajoute-t-elle.

Mme Mărăscu explique également que les prix des publicités extérieures sont très variables en fonction de nombreux facteurs, tels que la taille de l'espace, son lieu d'exposition, les conditions négociées avec les différentes administrations et syndicats, etc. Elle confie néanmoins que « le prix moyen pour un panneau-réclame éclairé ou rétro-éclairé varie d'un fournisseur à l'autre, de 300 à 1500 euros par face et par mois. Pour un abribus, le tarif est en moyenne de 200 euros par face et par mois ».

Texte et photos : François Gaillard



La publicité en Roumanie est une histoire plutôt récente qui a ses particularités. Le sociologue Mircea Kivu, ancien directeur de l'institut de sondage Imas, explique la relation parfois paradoxale entre les Roumains et les campagnes publicitaires.



Regard : Comment qualifieriez-vous le comportement des consommateurs roumains ?

Mireia Kivu : Le marché actuel ressemble énormément à celui des pays occidentaux, mais des années 70, lorsqu'après la guerre, l'économie était tirée par une forte consommation. En Roumanie, l'évolution du marché est similaire. Sous le communisme, la consommation n'existait pas, on n'avait pas la possibilité de choisir ce que l'on voulait consommer. Puis, dans les années 90, les gens n'avaient pas d'argent pour acheter, alors que les rayons des magasins commençaient eux à se remplir. Arrivèrent les années 2000, plutôt prospères, c'est à ce moment-là que les Roumains ont découvert le plaisir de la consommation, comme en Occident après la guerre. Néanmoins, ces derniers temps, et comme à l'Ouest, les gens ont moins d'argent, ils sont un peu plus déprimés et consomment moins.

Dans un tel contexte, comment la publicité s'est-elle adaptée ?

Concrètement, 90% de la publicité qui existe en Roumanie est basée sur

Du passé AU PRESENT

peu d'orgueil. Et c'est assez paradoxal : d'un côté, ils sont fiers d'arborer des vêtements de marque occidentale, de l'autre, ils sont frustrés que les marques nationales ne soient pas assez mises en valeur. Ceci étant, on observe que les Roumains ont de plus en plus confiance dans les produits confectionnés ici. Jusqu'à présent, ils ont toujours pensé que les produits roumains étaient de moins bonne qualité que ceux fabriqués à l'étranger. Mais les agences de communication et les supermarchés ont su mieux valoriser les marques roumaines. Parallèlement, les producteurs roumains ont enfin l'audace de promouvoir leurs marques, ce qui n'était pas le cas il y a 10 ans.

De quelle manière les Roumains sont-ils parasités par la publicité ?

La publicité a été créée pour que les gens achètent des choses. Mais ce n'est pas nécessairement négatif. D'une certaine manière, la publicité éduque aussi les gens à la consommation. Par exemple, auparavant, on ne mangeait des glaces que l'été en Roumanie. C'était un vrai problème pour les fabricants qui devaient continuer à faire fonctionner leur usine autant l'hiver que l'été. En expliquant aux Roumains que les glaces ne sont pas seulement faites pour se rafraîchir, qu'ils peuvent en faire profiter leurs enfants tout au long de l'année, les fabricants ont finalement réussi à vendre leurs glaces même l'hiver. C'est juste un exemple.

Mais qu'en est-il de la forte pollution visuelle (voir le reportage-photo page 36, ndlr) ?

Là, il s'agit d'un problème de responsabilité, non pas de la part des publicitaires, mais plutôt de ceux à qui il incombe de prendre soin de la ville, comme la mairie, ou les architectes. Il y a un manque cruel de réglementations qui permettraient de protéger notre paysage urbain. D'une certaine manière, la ville est le bien de tout le monde. On ne peut pas juste prendre en compte l'habitant d'un immeuble qui est payé pour accepter une bache publicitaire devant sa fenêtre,

alors que moi qui passe à côté de cet immeuble, on ne me respecte pas. La ville est enlaidie par ces publicités. D'autant que les publicitaires et les sociétés-clientes y perdent aussi ; en banalisant la publicité, le passant ne réagit plus à ces sollicitations visuelles.

Existe-t-il un mouvement anti-pub en Roumanie, comme c'est le cas en France par exemple ?

Le consommateur roumain n'est pas vacciné contre la publicité car, je le répète, c'est un phénomène nouveau. Bien sûr, il est dérangé quand il y a trop de publicités à la télévision, mais ça ne l'empêchera pas d'acheter tel ou tel produit. Il ne perçoit pas ça comme un problème. Par contre, il y a de quoi être inquiet quant à la vision à très court terme des publicitaires roumains. Prenons l'exemple des Etats-Unis. Si lors d'un show télévisé, il se passe une situation jugée immorale, ou qu'une personne tient des propos indécents, les agences de communication retirent automatiquement leurs publicités de ce

show. Elles ne veulent pas que leur nom soit associé à un scandale, ou que leur réputation soit affectée par le contenu d'une émission. Malheureusement, cela ne se passe pas du tout comme ça en Roumanie. La télévision se « tabloïse », le niveau des émissions chute, et pourtant, les publicitaires ne réagissent pas,

car ce qui compte pour eux, c'est le taux d'audience. Cela ne les préoccupe pas que les marques qu'ils représentent soit associées à des émissions de mauvais goût.

Propos recueillis par Julia Beurq.
Photo : Mihai Barbu

Pub de parti

Comme ailleurs, la publicité pour les partis politiques est réglementée en Roumanie. Les campagnes télévisées sont diffusées uniquement sur les chaînes publiques. Et le temps de parole est calculé en fonction d'un algorithme très précis. Ceci étant, seuls les partis représentés au Parlement ont droit à un certain nombre de minutes. Les petits partis sont donc désavantagés lors des campagnes. Autre point soulevé par Mircea Kivu sur ce type particulier de publicités, « les partis politiques roumains aiment faire venir des consultants étrangers, notamment américains. Mais cela ne marche pas vraiment car ces consultants viennent avec leurs propres concepts de communication, qui ne fonctionnent pas ici ». Alors que certaines campagnes de fabrication autochtone sont plutôt efficaces. Exemple : celles réalisées par Felix Tătaru de l'agence GMP Advertising. C'est lui qui a fait toutes les campagnes de Traian Băsescu, y compris celle de 2000, pour la mairie de Bucarest. « Traian Băsescu s'est présenté juste un mois avant les élections, explique le sociologue. A l'époque, il était loin d'être aussi connu, pourtant il a réussi à gagner car sa campagne fut extrêmement créative. »



TOUJOURS MARQUANTES

Depuis la fin du régime communiste, peu de marques roumaines ont réussi à s'adapter à l'économie de marché. La plupart ont disparu et seules les plus réputées ont su profiter de leur ancrage dans la conscience collective des consommateurs en modernisant leur image.

LA TRANSITION ECONOMIQUE et l'extension des gammes de produits ont fait disparaître la plupart des vieilles marques en Roumanie, victimes de leurs concurrentes occidentales jugées plus attrayantes. Même les enseignes les plus puissantes ont dû attendre leur rachat par de grands groupes étrangers pour retrouver un certain capital de marque. Dacia connaît par exemple un vrai succès depuis qu'elle a été rachetée par Renault en 1999. Au rayon des produits de consommation quotidienne, Dero (Detergent Roumain) doit quant à lui son statut de leader national à Unilever. Selon Andreea Florea, qui travaille à la conception de l'image et de la stratégie des marques chez Brandtailors, il y a deux

alternatives possibles pour les marques dites « d'héritage » en Roumanie. Les voitures Dacia, les réfrigérateurs Arctic, les matelas Relaxa, la lessive Dero ou encore l'eau minérale Borsec ont par exemple adopté une stratégie classique et prudente, qui consiste à concilier la conservation des valeurs de la marque à la nécessité de changer peu à peu son image. « Il faut rester soi-même, faire valoir la valeur intrinsèque du produit, tout en faisant évoluer son image avec beaucoup de précaution. Une marque ne peut rester exactement la même pour toujours, auquel cas elle se retrouve piégée », explique Andreea Florea. Tandis que pour des produits plus enclins à la fantaisie, tels que les barres chocolatées Rom par exemple,

« on peut mettre en avant leur potentiel vintage, cool. Mais dans les deux cas, il faut garder une certaine constance publicitaire, montrer que ces marques sont toujours là sans trop en faire », précise-t-elle.

ENTRE PATRIOTISME ET NOSTALGIE

Aux couleurs du drapeau national, Rom s'est lancée dernièrement dans un registre inédit de la publicité en Roumanie : une stratégie de marque provocatrice, un mélange d'auto-dérision et de patriotisme. « A l'origine, Rom est la marque d'héritage typique, dont toute la valeur est dans le visuel, que ce soit sur l'emballage ou le produit en lui-même.



Cette barre de chocolat a gardé la même allure et son goût à base de rhum est resté le plus fidèle possible à l'original depuis sa création en 1964 », poursuit Andreea Florea. Ces dernières années, la marque a gagné plusieurs prix internationaux de créativité pour deux campagnes de publicité. L'une, sur Internet, visait à changer la réputation des Roumains dans le référencement Google à l'occasion de la fête nationale du 1er décembre 2011. L'autre, à la télévision et en affichage, dédaignait les anciennes valeurs communistes et remplaçait les couleurs du drapeau roumain par celles du drapeau américain sur l'emballage, accompagnée du slogan en anglais : « Le patriotisme ne vous nourrira pas. » Andreea Florea affirme que cette stratégie a contrario pour provoquer la fierté des consommateurs roumains a très bien fonctionné : « Dès lors, tout le monde a associé la marque à la Roumanie, plus qu'au rhum qui compose la crème du biscuit. La dimension idéologique de la marque a pris le dessus sur le produit. » Selon elle, avec cette campagne prétendument anti-communiste, Rom est la seule marque d'héritage roumaine qui a bénéficié de près ou de loin d'une sorte d'association avec l'histoire politique du pays.

« Tout le monde a associé la marque à la Roumanie, plus qu'au rhum qui compose la crème du biscuit. La dimension idéologique du chocolat Rom a pris le dessus sur le produit »

« La quasi totalité des vieilles marques roumaines qui sont encore sur le marché n'ont jamais cessé d'exister, ajoute-t-

elle. On ne peut donc pas parler de phénomène de renaissance, ni de nostalgie des marques d'héritage en Roumanie, sauf pour des marques de niche comme les vélos Pegas. » En effet, la marque de bicyclettes, défunte dans les années 90, fait figure de

cas unique depuis qu'elle a repris sa production il y a deux ans sous une forme totalement vintage. D'ailleurs, le culte est tel chez les jeunes trentenaires « branchés » que la marque n'a pas besoin de campagne de publicité pour jouir d'une image à la mode. Le bouche-à-oreille et l'esprit communautaire via les réseaux sociaux suffisent. « Cet engouement s'explique par le fait qu'à l'époque où nous étions enfants, tout le monde voulait un Pegas. (...) La marque cristallise encore beaucoup de nostalgie », explique Ana Vlad, co-réalisatrice du film documentaire Metrobranding - une histoire d'amour entre hommes et objets. Selon elle, les marques à l'époque communiste avaient un fort degré émotionnel, elles permettaient à certains de « se distinguer » dans un contexte d'uniformisation. La réputation des marques était basée sur leur qualité, mais aussi sur le fait que leurs produits étaient difficiles à obtenir.

Texte et photos : François Gaillard

Servicii integrate de energie pentru afacerea dumneavoastră

GDF SUEZ Energy România este unul dintre cei mai importanți actori energetici din țară, cu o experiență de peste 30 de ani, fiind parte a Grupului GDF SUEZ, lider mondial în energie.

Oferta noastră pentru clienți business cuprinde furnizare de gaze naturale și de electricitate, în formule adaptate nevoilor dumneavoastră, alături de servicii tehnice conexe și de eficiență energetică, cu opțiuni care vă asigură predictibilitatea și controlul costurilor lunare.

Contactați consultanții noștri pentru mai multe detalii.

www.gdfsuez.ro

GDF SUEZ

La Roumanie a récemment fait l'objet de campagnes publicitaires originales qui sont le fruit d'initiatives privées. Créatives et efficaces, elles visent à provoquer un impact psychologique positif, et servent également de vitrine aux médias locaux.

PUB PAYS

A L'ETE 2011, LE MAGAZINE

économique roumain Biz a lancé un défi sans enjeu financier aux agences de publicité : Comment feriez-vous la promotion de la Roumanie ? Cosmin Rădoi, directeur général de Graffiti BBDO, l'une des plus anciennes et des plus importantes agences de publicité du pays, a été séduit par l'exercice. Le copywriter (concepteur-rédacteur) de l'agence à l'époque, Mihai Gongu, a alors créé la campagne « Petit pays, grandes personnalités » qui mettait en avant des célébrités telles que la gymnaste Nadia Comăneci, le pionnier de l'aviation Henri Coandă, ou encore le joueur de tennis Ilie Năstase. « Le site d'actualités gandul.info l'a ensuite achetée pour faire sa propre campagne du 1er décembre, à l'occasion de la fête nationale roumaine, et l'a rebaptisée "Nés en Roumanie, comme moi" », précise Mihai Gongu.

« A partir de là, un buzz médiatique s'est formé autour de notre campagne, qui a d'abord été reprise par Mediafax, puis par des médias étrangers. On s'est rendu compte qu'elle touchait non seulement la diaspora roumaine, mais aussi un public international. C'est ainsi qu'elle a été traduite en huit langues », souligne Cosmin Rădoi. Selon lui, le résultat effectif d'une telle campagne est l'écho qu'elle produit dans la société, « le fait que tout le monde en parle ».

LA PRISE EN CHARGE DES MEDIAS

« Par le passé, nous avons produit de grandes campagnes institutionnelles pour l'Etat roumain, par exemple pour le ministère des Affaires étrangères. Il s'agissait à l'époque d'éduquer les citoyens pour faciliter leurs demandes de visa, notamment pour les Etats-Unis », raconte le DG de Graffiti BBDO. Hormis la campagne classique du ministère du Tourisme, intitulée « Explorez le jardin des Carpates », les dernières publicités

pour améliorer l'image de la Roumanie sont le fruit d'initiatives privées. « Je n'ai pas le souvenir d'une campagne lancée par l'Etat roumain, ni pour combattre la crise économique et sociale, ni pour améliorer

pas chez moi ?). A la fois destinée à se moquer gentiment des Anglais et à montrer que les Roumains savent regarder leur situation migratoire avec humour, et non comme une fatalité,

cette campagne propose aux Britanniques de venir en Roumanie, par exemple pour y croiser des femmes aussi belles que la princesse Kate, pour y boire de la bière moins chère que l'eau minérale anglaise, ou même pour y travailler.

« Avec ces campagnes, on a non seulement touché la psychologie collective des Roumains, mais on leur a aussi donné la parole. Ils ont été nombreux à visiter le site et la page Facebook du journal pour faire des propositions », assure Mihai Gongu. Tandis que pour Gandul, le but était bien sûr aussi commercial... « Plus le journal est lu et commenté, mieux il

l'image et la réputation du pays », reconnaît Mihai Gongu, également à l'origine de la dernière campagne « pro-Roumanie » de l'agence GMP pour le quotidien en ligne Gandul.

Au début de l'année, en réponse à la rumeur concernant une éventuelle campagne du gouvernement britannique pour endiguer l'immigration roumaine et bulgare en Grande-Bretagne, Gandul s'est empressé de publier son slogan désormais fameux « Why don't you come over ? » (Pourquoi ne viens-tu

peut vendre ses espaces commerciaux, rappelle-t-il. C'est le même principe que l'audimat télévisuel. Pour la dernière campagne, son taux d'utilisateurs "engagés" sur Facebook (ratio entre le nombre de "fans" de la page et ceux qui "en parlent", ndlr) était de 37%, bien au-delà des standards internationaux. »

François Gaillard
Photo : GMP Advertising - Mihai Gongu, directeur créatif, copywriter - Alina Zaharescu, directrice artistique senior.

PLUS ACCUEILLANTES PLUS COMPACTES PLUS DURABLES PLUS CONNECTÉES PLUS BELLES

CONSTRUIRE
DES VILLES
MEILLEURES

Se déplacer dans sa ville, dans son propre quartier, aller rapidement d'un point à un autre, même à l'autre bout de la ville, se rendre facilement à son travail, bénéficier de solutions efficaces de transport collectif, mais aussi sortir de sa ville pour partir vers la campagne, vers une autre ville... Tous les citoyens aspirent à des déplacements fluides. Avec la croissance urbaine, les transports doivent être à la mesure de l'enjeu de la mobilité dans et entre les villes, élément essentiel de la qualité de vie et de la vitalité économique.

**LAFARGE**
Construire
des villes meilleures

Le géant russe de la métallurgie a quitté la Roumanie en février, laissant derrière lui des milliers de travailleurs dans l'incertitude. Un départ bien calculé qui a presque reçu la bénédiction des autorités. Reste une bombe sociale à retardement pouvant exploser à tout moment.



Le départ à l'anglaise de MECHEL

52 EUROS... LE PRIX D'UN BON restaurant, d'un plein d'essence, ou celui de cinq unités sidérurgiques et ses 4000 ouvriers qui y travaillent. Devant les pertes enregistrées par sa filiale roumaine, Mechel, le géant russe de la métallurgie, cherchait depuis l'automne 2012 à se débarrasser de ses actifs en Roumanie. Le prix demandé a d'abord été de 150 millions de dollars. Mais l'annonce est restée lettre morte. Au mois de février, la compagnie décide alors de tout céder pour 230 lei (environ 52 euros) à Invest Nikarom, une société roumaine déficitaire d'à peine trois salariés et contrôlée par les parents de l'ancienne directrice de Mechel Roumanie, Olga Chumakova. La nouvelle est relatée succinctement dans la presse. Quelques centaines d'ouvriers manifestent. Le Premier ministre, Victor Ponta,

déclare que « l'Etat n'a aucune possibilité d'intervenir » sur les décisions d'une compagnie privée. Bref, Mechel s'en sort sans une égratignure. La comparaison est à peine possible avec la fermeture de l'usine Goodyear d'Amiens, qui a eu lieu à peu près à la même époque. Là-bas, les manifestations ouvrières ont tourné au vinaigre alors que le gouvernement français a tenté par tous les moyens de trouver un repreneur. Ce fut un débat national qui tint les grands titres de la presse pendant plusieurs semaines. Or, il n'était question « que » de 1173 emplois. « Dans tous les pays d'Europe de l'est, on assiste à des restructurations silencieuses, reconnaît Isabelle Barthès du syndicat européen de l'industrie IndustryAll. Cela tient au final de la stratégie indus-

trielle de chaque Etat et de la volonté des pouvoirs publics de maintenir ou non leurs outils de production. »

« Avec toutes les pertes enregistrées, la somme de 52 euros est la valeur correcte des actifs de Mechel en Roumanie »

Mechel est entré sur le marché roumain en 2002, lorsque l'Etat privatisait l'une des « perles » de l'industrie métallurgique héritée du communisme : le combinat de Târgoviște. Ont suivi ceux de Câmpia Turzii, Brăila, Buzău et Oțelu Roșu. « Les privatisations dans le domaine de la métallurgie ont été une priorité au début des années 2000, mais elles ont été faites à la va-vite sans que l'on étudie

le profil des acheteurs », explique le secrétaire général du syndicat Metarom, Nicolae Coman. Pourtant, Mechel a beaucoup investi en Roumanie : 200 millions d'euros au total, soit plus qu'Arcelor Mittal, qui détient à Galați le plus gros combinat métallurgique de Roumanie. En 2008, le groupe russe a même enregistré un profit de 60 millions d'euros. Mais la crise a précipité le déclin de l'activité métallurgique en Europe. A cela s'est ajoutée « une très mauvaise politique commerciale », ajoute Nicolae Coman. « Avec toutes les pertes enregistrées, la somme de 52 euros est la valeur correcte des actifs de Mechel en Roumanie », juge le journaliste Adrian Cojocar, du quotidien Ziarul Financiar.

« Il est clair qu'en vendant l'ensemble de leurs unités de production en Roumanie, les Russes de Mechel ne voulaient pas assumer le processus de restructuration qui devenait indispensable », continue Adrian Cojocar. Invest Nikarom a pris cette responsabilité. La représentante de cette société, qui est donc l'ancienne directrice de Mechel Roumanie, Olga

Chumakova, s'est de son côté montrée très optimiste quant à l'avenir des combinats. « Je travaille depuis 2002 chez Mechel et je connais très bien la situation en Roumanie. Désormais, nous n'avons plus besoin de nous justifier devant Moscou. Là-bas, ils pensent différemment et les usines de Roumanie n'étaient pour eux qu'une petite partie de leurs affaires », a-t-elle affirmé lors d'une conférence de presse début avril. Néanmoins, l'une des premières décisions prises par Invest Nikarom a été d'enclencher une procédure d'insolvabilité pour les cinq combinats, le licenciement de 930 ouvriers et l'éviction de quasiment

toute l'équipe de direction. Et il est déjà clair que certaines unités de production fermeront leurs portes, comme celle d'Oțelu Roșu où 420 salariés ont été remerciés, sur un effectif total de 450. Les autres combinats pourront-ils être sauvés de la faillite par Invest Nikarom ? « Il faudrait peut-être reconnaître que la Roumanie ne peut plus supporter autant de gros producteurs industriels, et réfléchir dès maintenant aux possibilités de reconversion de leurs ouvriers », conclut l'économiste Cristian Tudorescu.

Jonas Mercier
Photo : Mediafax

Le déclin de l'industrie métallurgique roumaine

Il semble loin le temps où la métallurgie était l'un des fleurons de l'industrie roumaine. En 1989, quelque 200.000 personnes travaillaient dans le domaine sidérurgique alors que la production annuelle d'acier était de plus de 14 millions de tonnes. A Galați (est du pays), où Arcelor Mittal a racheté le plus gros combinat métallurgique de Roumanie, on comptait sous le communisme 40.000 employés. Ils sont moins de 8000 aujourd'hui. En 2012, l'ensemble de ce secteur n'embauchait plus que 23.000 ouvriers pour une production de 3,3 millions tonnes d'acier. Source : UniRomSider



Organisation internationale, intégrée et indépendante, spécialisée dans :

- Audit
- Comptabilité
- Conseil fiscal
- Conseil juridique

présente dans 71 pays

fédérant plus de 13.500 professionnels

www.mazars.ro
www.mazars.com

Mazars, services intégrés en Roumanie

AUDIT

- Assurance : audit légal, audit contractuel ; audit interne ; contrôle interne, Sarbanes-Oxley ; maîtrise des risques ; audit des systèmes d'information.
- Conseil : Evaluations ; Gestion de crise ; Financement ; Budgets.
- Transactions : Due diligences ; Etudes de faisabilité ; Gestion du changement postérieur à l'acquisition.

CONSEIL FISCAL

- Fiscalité des entreprises ; Respect de la législation en vigueur ; Prix de transfert ; Optimisation fiscale des holdings ; Fusions et acquisitions ; Fiscalité internationale ; Fiscalité des expatriés ; Litiges avec les autorités fiscales ; Fiscalité indirecte ; Audit fiscal et due diligence en matière fiscale ; Fiscalité de l'environnement ; Impôts locaux

EXPERTISE COMPTABLE ET GESTION DE LA PAIE

- Services de comptabilité : Tenue et vérification des comptes ; Préparation des comptes de gestion et des états financiers ; Reporting mensuel conformément aux Standards Comptables de Roumanie ; Reporting mensuel conformément aux Standards Comptables Internationaux ; Clôture mensuelle et de fin d'année ; Contrôle budgétaire ; Outsourcing des fonctions administratives.
- Gestion de la paie et des dossiers du personnel

CONSEIL JURIDIQUE

- Droit des sociétés ; Secrétariat juridique, Fusions et acquisitions ; Banques et institutions financières ; Immobilier ; Droit de la concurrence ; Règlements UE ; Droit du travail et droit social ; Recouvrement de créances ; Droit de la propriété intellectuelle et droit des technologies de l'information ; Résolution des litiges et arbitrage.

Contact:
Jean-Pierre Vigroux - Managing Partner
Str. Economu Cezarescu, nr. 31B, sector 6, Bucarest, Roumanie
Tel. / Fax: +4 031 229 2600 / 01; contact@mazars.ro / www.mazars.ro

L'ARNICA, pépité des Carpates

Les doux versants des monts Apuseni se paillettent au printemps d'un trésor saisonnier, lors de la floraison de l'Arnica montana. Cette plante médicinale fait en Roumanie l'objet de soins tout particuliers. Elle est récoltée pour ses vertus thérapeutiques qui soulagent contusions, ecchymoses et autres maux. Et depuis presque dix ans, un projet veille à ce que la nature reste prodigue, en ne fournissant qu'un seul client, la société suisse Weleda.

C'EST UNE FLEUR D'UN JAUNE

éclatant, montagnarde, donc assez résistante, mais malgré tout menacée. L'Arnica montana s'épanouit dans les prairies d'altitude, relativement humides et bien exposées au soleil, de préférence sans troupeaux qui la broutent, et qui lui gâchent le sol par des excréments trop alcalins. Surtout, pour se reproduire et perdurer, elle doit être cueillie avec délicatesse et discernement. Ainsi, le projet Arnica est-il né en

Le kilo d'Arnica frais est rémunéré 2 à 3 euros, et est récolté par une personne en une heure de temps en moyenne, sur une parcelle de 20 à 30 mètres carrés

2005 à l'initiative, au départ, de l'université allemande de Fribourg, en partenariat avec WWF-UK, Darwin Initiative, l'université d'agronomie de Cluj, la municipalité de Girda de Sus, et le parc naturel des Apuseni. L'objectif premier était de développer un mode d'exploitation qui protège la biodiversité, tout en favorisant la population locale. L'un des axes privilégiés a été la réduction de la chaîne économique, en procédant par exemple au séchage sur place, et en ne fournissant qu'un seul client, en l'occurrence Weleda, entreprise internationale de produits pharmaceutiques et cosmétiques bio basée en Suisse.

Cette dernière prône non seulement la qualité des plantes, la transparence de leur

origine, le respect de l'environnement, mais aussi la durabilité des ressources. Forte d'une expérience similaire menée dans les Vosges françaises depuis plusieurs décennies, Weleda a apporté son expertise en mettant l'accent sur la cueillette, l'une des causes principales d'extinction de l'espèce si elle est mal faite. Le projet Arnica forme donc les cueilleurs, communiquent et sensibilisent les paysans à ce sujet.

« Nous couvrons environ 1500 hectares », estime Florin Păcurar, responsable du projet pour l'université d'agronomie de Cluj, « soit à peu près 400 récoltants, et 600 paysans », qui procèdent à la cueillette selon des règles strictes : de mi-juin à mi-juillet, de 10 heures à 17 heures, par temps sec uniquement, en ne prenant que les fleurs bien ouvertes afin de laisser celles qui sont encore en bouton poursuivre leur croissance, et dans un sac en coton pour protéger la fragile récolte. En 2006, les cueilleurs

se sont organisés en coopérative – une gageure là où des décennies de communisme avaient sapé toute velléité de démarche collective – et en 2007, un séchoir a été construit sur place, qui permet d'obtenir un kilo d'Arnica sec à partir de six kilos de fleurs fraîches.

Le kilo d'Arnica frais est rémunéré 2 à 3 euros, et est récolté par une personne en une heure de temps en moyenne, sur une parcelle de 20 à 30 mètres carrés. Cela représente donc un revenu d'appoint conséquent pour de nombreuses familles qui vivent principalement de l'élevage et de l'exploitation forestière le reste de l'année. En 2012, deux tonnes d'Arnica prêtes à l'emploi ont ainsi été livrées à Weleda. Pour cette année, la précieuse fleur peaufine encore ses reflets d'or.

Béatrice Aguetant
Photo : Lucian Muntean



LES MICI SUR LE GRILL DE L'UE



Selon le journal *Ziarul Financiar*, la production et la vente de *mici* selon la recette actuelle pourrait être interdite en Roumanie à partir du mois de juin, suite à la réglementation européenne interdisant l'utilisation du bicarbonate de sodium, d'un conservateur et d'un antioxydant, trois additifs essentiels à la préparation des *mici*. « Nous les utilisons pour rendre la viande plus tendre et maintenir sa composition », explique Sorin Minea, président du patronat du secteur alimentaire, Romalimenta. Sans ces ingrédients, les *mici* ressembleraient à de simples boulettes de viande turques. » Le journal ajoute toutefois que les *mici* ne sont pas prêts de disparaître des rayons boucherie des magasins. En effet, Romalimenta a déjà adressé une requête à la Commission européenne, lui demandant d'ajouter la recette actuelle des *mici* à sa liste de produits traditionnels européens. L'an dernier, le marché local a enregistré la vente de quelque 22.000 tonnes de *mici*, soit un chiffre d'affaires d'environ 50 millions d'euros – chaque Roumain mange en moyenne un peu plus d'un kilogramme de *mici* par an. Fin avril, le producteur roumain Doly-Com a quant à lui annoncé qu'il s'attendait à une hausse de ses ventes à hauteur de 10% de mai à septembre par rapport à la même période l'an dernier, soit environ 2000 tonnes de viande à barbecue. François Gaillard et Jonas Mercier. Photo : Mediafax

Un peu de jus

La mairie de Bucarest va construire la première station de recharge de batteries pour les voitures électriques à Piața Unirii, a récemment confirmé l'agence Mediafax qui cite un projet adopté par les conseillers municipaux. La station, qui comportera 24 places de parking réparties en six modules de rechargement, sera située sur le boulevard Unirii, vis-à-vis de la rue Anton Pann. La municipalité veut ainsi encourager le développement du transport écologique. Selon E-Motion Electric, importateur de voitures électriques, cité par le quotidien *România Liberă*, moins de 20 voitures électriques ont été vendues l'année dernière en Roumanie. Răsvan Roceanu

Fréquentation touristique à la hausse

Selon des données récentes publiées par l'Institut national des statistiques (INS), plus de 1,35 million de touristes ont été enregistrés dans les établissements hôteliers de Roumanie au premier trimestre de cette année. Ce chiffre montre une hausse de 8,2% de la fréquentation par rapport à la même période l'an dernier. L'INS précise également que 79,2% des touristes étaient d'origine roumaine, tandis que 20,8% étaient d'origine étrangère, des proportions équivalentes à celles qui ont été relevées l'an passé. François Gaillard. Photo : Mediafax



AU MOINS DE L'OR

Avec 103,87 tonnes, la Roumanie est classée 21^{ème} parmi les 35 pays au monde disposant de réserves d'or, a annoncé fin avril le gouverneur de la Banque nationale, Mugur Isărescu. La Roumanie dépasse ainsi des pays plus riches comme la Pologne (102,9 tonnes d'or dans ses réserves), l'Australie (79 tonnes), le Danemark (66 tonnes), ou bien la République tchèque (12 tonnes). La valeur totale des réserves roumaines s'élève à 4,178 milliards d'euros, soit 11,5% des réserves en devises internationales. Selon Mugur Isărescu, la monnaie nationale, le leu, est actuellement garantie par cet or sur une proportion de 60 à 70%. R. R.

FERME DANS LE BIO

En plein cœur de la forêt de Vlășia, à deux pas de l'ancienne ferme des Ceaușescu, un projet unique vient de voir le jour. Une ferme écologique imaginée par le paysagiste français Nicolas Tribot et soutenue par un investissement de 15 millions d'euros de l'homme d'affaires Valentin Bițoiu.

EN SORTANT DE L'AUTOROUTE

Bucarest-Ploiești, autour du kilomètre 40, au nord de la capitale, le paysage se transforme. On est dans la plaine de Vlășia et sur la gauche, à la sortie Snagov-Ghermănești, les ruines de l'ancienne ferme qui approvisionnait en légumes la famille du dictateur Ceaușescu apparaissent. Juste après, un bâtiment imposant et flambant neuf

de la vigne sur deux hectares, un potager et des pâturages pour élever des animaux sur dix hectares. » Pendant tout un été, les deux partenaires feront alors des visites de travail en Auvergne, la région natale de Nicolas. En vélo, ils sont allés voir des petits producteurs de vins, de fromages ou de légumes pour « trouver l'inspiration ». De retour à la ferme, ils ont d'abord décidé de construire un

puits dans la cave, comme au bon vieux temps en France, afin de garder l'humidité nécessaire à la conservation des bouteilles de vin. Depuis, Valentin Bițoiu a de grandes ambitions : il a notamment recruté un œnologue français, Philippe Gallon, propriétaire de

fois, insiste Nicolas Tribot, ne tombe pas dans « l'extrémisme des éco villages français »... « J'ai imaginé un paysage comestible, résume-t-il. L'idée est d'assurer le nécessaire alimentaire pour les habitants et les visiteurs. » Car si l'auberge compte – pour l'instant – 34 chambres, un restaurant, une salle des fêtes, une pâtisserie, des magasins et une cave à vins, l'idée de construire des maisons n'a pas été abandonnée. Elle a été repensée afin que les bâtiments soient en harmonie avec la nature : faits en briques et sans étage, avec jardin, et un chauffage central à base de granulés ou de pellets.

« Il y aura 200 maisons en tout, la construction des onze premières débutera fin mai, assure Vlad Bițoiu, le fils de l'homme d'affaires qui a pris en charge la promotion du projet. Ce coin deviendra la destination privilégiée des familles qui voudront passer un week-end nature sans trop dépenser. Nous organiserons des événements suivant le rythme des saisons, des ballades en vélo pour découvrir la région avec ses lacs et ses monastères... »

attire l'attention. C'est un caravansérail dans le style de l'auberge du Manuc à Bucarest, perdu au milieu de nulle part ; on a soudain la sensation que des haïdouks – brigands du Moyen-âge qui sévissaient en Europe du sud-est – sont peut-être tout proches en train de planifier un complot. « C'est un bâtiment qui mélange un style balkanique et un style roumain, explique Valentin Bițoiu, l'homme d'affaires plutôt discret qui a financé le projet. En 2006, quand j'ai acheté 35 hectares de terrain dans la région, je voulais construire un quartier résidentiel de 500 maisons. Mais la crise est arrivée et j'ai tout arrêté. »

Le tournant a été la rencontre en 2008 avec le paysagiste français Nicolas Tribot qui lui a donné de nouvelles idées. Nicolas Tribot raconte... « Je lui ai fait goûter de l'huile de noix et on a décidé de planter un verger de noyers sur trois hectares. Puis, petit à petit, l'idée d'une ferme bio s'est dessinée et nous avons rajouté

la Cave des beaux arts à Clermont-Ferrand pour s'en occuper.

Un projet « multifonction » qui toute-

Texte et photos : Mihaela Cărbunaru



RENAULT CAPTUR. VIVEZ L'INSTANT.



www.facebook.com/RenaultRomania



Renault partner elf

DRIVE THE CHANGE



RETOUR AUX SOURCES



Très Net

Les plus grandes sociétés du Net seront présentes lors du festival de l'industrie du digital en Europe centrale et orientale, ICEEfest, qui se déroulera à Bucarest les 6 et 7 juin prochains. Des représentants de Facebook, Google, Youtube, Skype, Yahoo, PayPal, Microsoft et bien d'autres seront présents pour proposer leurs dernières nouveautés mais aussi tenir plusieurs conférences et débats. Pour cette sixième édition, les organisateurs proposeront une zone dédiée aux jeux vidéos et à l'Internet mobile. L'ICEEfest a été créé en 2008 sous le nom de RoNewMedia. Il s'agit aujourd'hui de l'un des plus grands rendez-vous de ce type dans la région. J. M.

BUCAREST - KIEV

La compagnie aérienne à bas prix Wizz Air va proposer une liaison entre Bucarest et Kiev à partir du 5 juin. Une course aller-retour sera assurée quatre fois par semaine entre les deux capitales. Il s'agit d'une première en Roumanie, où l'ensemble des compagnies à bas coût ne proposent que des vols vers des villes d'Europe de l'ouest. Les billets pour la capitale ukrainienne ont déjà été mis en vente sur le site Internet de Wizz Air. La compagnie hongroise opère depuis cinq aéroports de Roumanie d'où elle propose près d'une centaine de destinations. J. M. Photo : Mediafax



Croissance

Début mai, lors de la présentation de son rapport de printemps sur l'évolution des économies européennes, la Commission européenne a revu légèrement à la baisse sa prévision de croissance pour la Roumanie en 2014, ajustant son pourcentage de 2,5% à 2,2%. Les prévisions de Bruxelles confirment toutefois une reprise sérieuse - en 2012, le taux de croissance n'avait été que de 0,2%. Le Fonds monétaire international (FMI) a de son côté prévu une croissance de 2% en 2014. Ce sont les investissements, les effets des réformes structurelles ainsi que la demande intérieure qui devraient porter le Produit intérieur brut roumain. Les exportations, plombées par un contexte international morose, seront par contre le point faible de l'économie, précise le document. Pour l'année en cours, la Commission européenne et le FMI misent sur une hausse du PIB de 1,6%. J. M.

Malgré les mauvaises performances de la Roumanie en matière d'absorption des fonds européens, près de 10.000 jeunes de moins de 40 ans ont pris le chemin des campagnes grâce à des financements de Bruxelles entre 2007 et 2013. Le programme d'aide à l'installation des jeunes en milieu rural a en effet contribué à la création de 9500 fermes durant cette période. Près de 65% des 330 millions d'euros alloués à cet effet ont été utilisés. Chaque projet approuvé a reçu 40.000 euros. Face à ce succès, le ministre de l'Agriculture, Daniel Constantin, espère augmenter cette somme à 70.000 euros lors de la prochaine Politique agricole commune (PAC) dont le budget, qui couvrira la période 2014-2020, est toujours en négociation. Jonas Mercier. Photo : Mediafax

Recherche désespérante

La Roumanie est le pays de l'UE qui dépense le moins en recherche et développement. Selon le Bureau européen des statistiques Eurostat, avec un poids des dépenses pour la recherche et le développement de seulement 0,48% du Produit intérieur brut (PIB) en 2011, la Roumanie se situe au même niveau que Chypre. La Bulgarie, considérée plus pauvre que la Roumanie, a de son côté dépensé 0,57% de son PIB dans ce domaine en 2011. Ceux qui travaillent dans la recherche en Roumanie représentent seulement 0,31% du total de la main-d'œuvre nationale. A l'opposé, la Finlande, la Suède et le Danemark financent la recherche et le développement à des niveaux supérieurs à 3% de leur PIB. Răsvan Roceanu

MICHELIN Primacy 3

LA SÉCURITÉ PUISSANCE 3

Excellence en freinage sol sec⁽¹⁾

Excellence en freinage sol mouillé⁽¹⁾

Excellence en virages sol mouillé⁽¹⁾

Avec l'expertise de MICHELIN en longévité et en économie de carburant.

(1) Performances basées sur les tests indépendants de TÜV SÜD et IDIADA en 2011 sur les dimensions 205/55 R 16 V et 225/45 R 17 W.

Dans
LA PEAU

GEROVITAL, GEROCOSSEN, Elmiplant, Cosmetic Plant... Les Roumaines ont l'embarras du choix à l'heure de se pomponner. Des dizaines de marques locales se bousculent sur un vaste marché estimé à plus de 700 millions d'euros. Et si les grands groupes internationaux s'en taillent pour l'instant la plus grosse part, l'agence d'études de marché Euromonitor international estime que ce marché pourrait atteindre 1,2 milliard d'euros d'ici à 2015. Farmec, le principal producteur roumain de cosmétiques, se vante déjà d'avoir enregistré l'année dernière un chiffre d'affaires de 28 millions d'euros, soit 10% de plus qu'en 2011. Propriétaire d'une vingtaine de marques dont Gerovital, Aslavital ou Aslamed, ce géant autochtone des produits de beauté, privatisé en 1995, est le seul à posséder les droits de fabrication des produits Gerovital H3 du docteur Ana Aslan (voir encadré). Bien que cette exclusivité soit loin d'être une garantie pour régner sur un secteur toujours plus concurrentiel. « Le marché est extrêmement compétitif car les consommatrices sont de plus en plus averties, et il faut pouvoir imposer des produits avec le meilleur rapport qualité/prix », explique Mariana Sinițaru, spécialiste marketing chez Farmec.

« En Roumanie, une jeune fille préférera toujours sauter un repas plutôt que de rester sans produits de beauté »

C'est à la chute du régime de Nicolae Ceaușescu que des petits laboratoires de cosmétiques sont apparus un peu partout dans le pays. Beaucoup de chercheurs qui travaillaient pour Farmec, à Cluj ou à Bucarest, se sont mis à leur compte. Certains de ces nouveaux fabricants ont été repris par de grands groupes internationaux, comme Elmiplant, racheté en 2007 par le Grec

Des crèmes hydratantes aux produits dermatologiques sophistiqués, l'offre de cosmétiques « made in Romania » n'a pas de quoi rougir. Preuve en est les dizaines de laboratoires à travers tout le pays qui proposent leur propre gamme de soin.

Sarantis. D'autres sont restés des sociétés familiales, sans toutefois perdre le train du développement. L'exemple de Cosmetic Plant est sans doute le plus significatif. Créé en 1991 par la pharmacienne Ileana Mester, qui avait travaillé pendant vingt ans chez Farmec, c'est aujourd'hui sa fille, Susana Laszlo, qui a pris le relais. « Notre investissement de départ a été de 1000 dollars, se rappelle Susana. Nous produisons nos

crèmes dans une pièce de 40 m2. A partir de 1997, nous nous sommes réellement développés en important des machines d'Italie et en déménageant dans un autre bâtiment. » En 2012, Cosmetic Plant a réalisé un chiffre d'affaires d'un million et demi d'euros, en hausse de 80% par rapport à 2008.



L'usine Farmec de Cluj-Napoca.

librée en deutérium dans ses crèmes, il se vante de posséder une particularité unique au monde. Et ne se fait pas de soucis quant à l'avenir de sa petite entreprise... « Vous savez, en Roumanie, une jeune fille préférera toujours sauter un repas plutôt que de rester sans produits de beauté. »

Des produits cosmétiques roumains qui deviennent de plus en plus « perfor-

Jonas Mercier
Photo : Mediafax

La jeunesse éternelle, par Ana Aslan

Docteur et chercheur en gériatrie, Ana Aslan, originaire de Brăila, a découvert dans les années 1950 un traitement révolutionnaire pour prévenir le vieillissement des cellules. Baptisé Gerovital H3, ce traitement a été breveté dans une trentaine de pays et reste prescrit aujourd'hui. Elle développera dans les années 1980 Aslavital, un autre soin anti-âge. Ces deux formules ont été appliquées à des crèmes qui sont aujourd'hui commercialisées par Farmec sous leur dénomination initiale.

PLUS QU'UN
GRAIN DE SABLE

C'est un phénomène qui touche toujours plus les pays bénéficiant d'un littoral : l'érosion des plages. En Roumanie, au bord de la mer Noire, il devenait urgent de s'en occuper. De grands travaux devraient sauvegarder les plages les plus fréquentées.

LES COURANTS MARINS

mangent chaque année environ deux mètres de plage à Mamaia et un mètre à Eforie. Les travaux hydrotechniques sur le Danube des années 1970, et plus tard, l'extension et la modernisation des ports de Midia, de Constanța et de Mangalia ont aussi eu un impact négatif sur le trajet de ces courants. Selon des rapports officiels, pendant les trente dernières années, 2400 hectares de plage ont été avalés par les eaux. Si le rythme actuel se maintient et si rien n'est fait, d'ici vingt ans, l'eau avancera de 40 mètres sur les plages de Mamaia et recouvrira entiè-

rement celles d'autres stations.

Le projet « Protection et amélioration du littoral de la mer Noire dans la zone métropolitaine de la ville de Constanța » vise à arrêter ce processus d'érosion et à dissiper l'énergie des vagues. Il s'agira, entre autres travaux, de construire des digues et de ramener du sable en quantité. Cinq segments de plage sont concernés, les plus endommagés, soit 7,3 km : de Mamaia Sud jusqu'à Eforie Nord. C'est l'Administration nationale des eaux roumaines (ANAR) qui se chargera de gérer et de contrôler l'ensemble du projet.

Selon Cătălin Anton, responsable de la section Dobrogea de l'ANAR, à Constanța, « des centaines de milliers de tonnes de sable seront transportées de la mer Noire et du Danube pour refaire les plages, qui seront élargies jusqu'à dix fois : à Eforie Nord, on aura 100 mètres de largeur face à 10-20 mètres actuellement, et jusqu'à 150 mètres à Mamaia. On interviendra aussi sur les anciennes petites plages de la ville de Constanța, qui n'existent plus ; elles seront reconstruites ». Les travaux devraient démarrer à l'automne et s'étaler jusqu'en 2015. Le littoral roumain gagnera alors plus de 33 hectares de plages.

NOTRE SAVOIR-FAIRE
EST DE PROTÉGER
VOTRE INVESTISSEMENT

22^{es} GRUIA DUFOUT
AVOCATS - PARIS & BUCUREȘTI
ans d'expérience en Roumanie

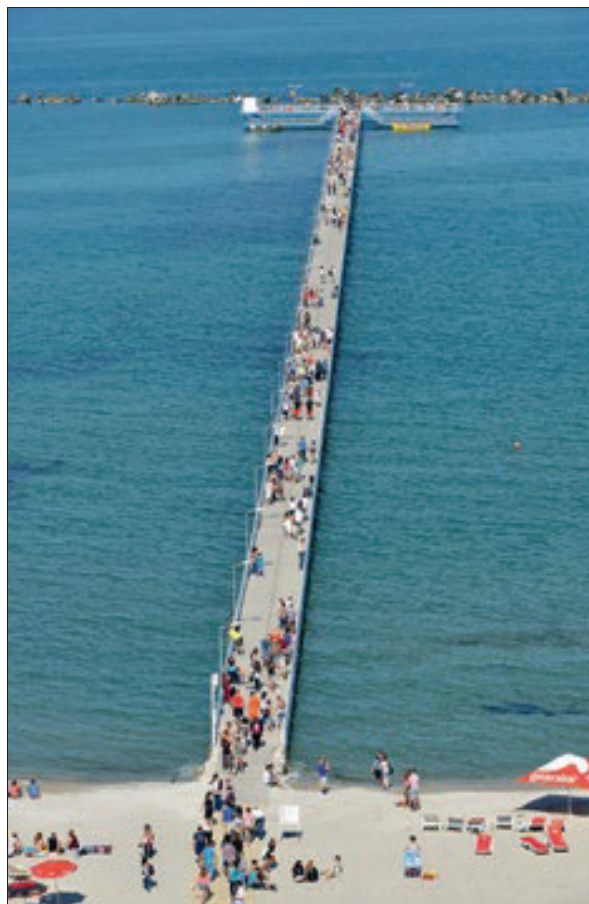
- » DROIT COMMERCIAL
- » DROIT IMMOBILIER
- » MARCHÉS PUBLICS & PPP
- » DROIT SOCIAL
- » DROIT DE LA CONCURRENCE
- » DROIT DE L'ÉNERGIE
- » PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE
- » DROIT FISCAL
- » LITIGES ET ARBITRAGES

28, Bd. Hristo Botev
Sector 3, 030237 Bucarest
☎ +40 (21) 305 57 57
☎ +40 (21) 305 57 58
✉ bucuresti@dgd-conseil.com
Paris, France
✉ paris@dgd-conseil.com
www.gruiadufout.com

Le projet est d'une importance vitale pour la région qui attire chaque année plus de huit millions de touristes. Une plage généreuse rendra les stations de Mamaia et d'Eforie Nord plus attractives, et apportera de nouvelles opportunités de développement. En outre, le projet devrait générer plus de 250 nouveaux emplois pour la région.

« Des centaines de milliers de tonnes de sable seront transportées de la mer Noire et du Danube pour refaire les plages »

Le phénomène d'érosion de la côte de la mer Noire est présent sur toute la longueur du littoral roumain (240 km), du bras de Chilia au niveau du delta du Danube jusqu'à la frontière bulgare, à Vama Veche, certains endroits étant plus touchés que d'autres. C'est grâce à l'Agence japonaise pour la coopération internationale qu'une première étude a pu être menée sur l'érosion du littoral roumain, publiée en 2007, et entièrement financée par l'Etat japonais. Après



cette évaluation, le ministère roumain de l'Environnement a rédigé un « master-plan » pour la réhabilitation de la zone côtière, qui estimait alors à 316 millions d'euros le coût total pour refaire les plages afférentes aux stations touristiques du sud du littoral. La Commission européenne donnera un coup de main conséquent : elle vient d'approuver un financement de 145 millions d'euros, le gouvernement roumain assurera la différence, jusqu'à 170 millions d'euros. A noter que le projet est inscrit dans la Stratégie de l'Union européenne pour l'environnement marin.

Daniela Coman
Photo : Mediafax

LA CHRONIQUE DE MICHAEL SCHROEDER

VRAIE REALITE

Nous sommes quotidiennement submergés d'informations, toujours plus, notamment d'études nous présentant de façon infaillible la réalité économique ou sociale d'un pays. Ces jours-ci, deux d'entre elles reprises dans la presse roumaine m'ont frappé : l'une sur le consommateur européen, l'autre sur l'impact d'une nouvelle directive de Bruxelles concernant la standardisation des paquets de cigarettes. La première indique que les Roumains sont parmi les plus optimistes des peuples de l'Union européenne quant à la reprise économique à venir, la deuxième souligne les pertes importantes d'argent et d'emplois en Roumanie si cette directive sur les paquets de cigarettes est mise en place. Au-delà de leur contenu, ces deux études présentent une vision partielle de la réalité. Demain, d'autres études peuvent apparaître disant exactement le contraire... Sans doute ne sommes-nous pas suffisamment conscients de la manipulation, intentionnée ou non, qui se cache derrière ces textes. Notamment en Roumanie, où le consommateur reste très influençable. Il me semble donc important de cultiver une certaine vigilance, un esprit critique vis-à-vis de l'information, de développer sa curiosité, aller au-delà de la première impression, interroger les points de vues présentés, devenir plus conscient de la force manipulatrice de chaque nouvelle. Et ne pas prendre sans réfléchir tout ce qui nous vient. Car, où est la vérité ? Cette question me rappelle la philosophie du constructivisme radical, selon laquelle la vérité absolue n'existe pas ; nous ne pouvons disposer que d'un nombre limité de facettes de cette vérité. Mieux vaut cependant connaître plusieurs facettes qu'une seule, cela permet de se rapprocher un peu plus de la vraie réalité. Il est clair qu'un consommateur plus averti est moins difficile à influencer. Et c'est précisément ce type de consommateur qui fera avancer le niveau d'exigence de l'ensemble du système économique, et politique.

Dr. Michael Schroeder est life & business coach à Bucarest.

like it, cloud it

păstrează tot ce-i important pentru tine în Orange Cloud

încă un motiv să fii la Orange



- până la 10 GB spațiu de stocare
- trafic nelimitat între cloud și smartphone-ul, tableta sau laptopul tău Orange

lumea ta se schimbă cu Orange

today changes with orange™

ofertă valabilă până la 31 august, cu posibilitate de prelungire, pentru abonamentele Cangur, Panteră și Colibri; detalii în magazine și pe www.orange.ro/cloud

Coup de projecteur sur une revue au contenu exigeant et très prisée des amateurs de cinéma : *Film menu* a été lancée en 2009 et tire à 3000 exemplaires. Lue entre autres par les étudiants ainsi que par les gens de l'industrie du cinéma, elle est conduite par Andrei Rus, docteur es cinéma.

FILMS EN REVUE

Regard : Dans quel contexte est apparue *Film menu* ?

Andrei Rus : Il n'y avait plus de revue de cinéma en Roumanie depuis la fin des années 90. De plus, les cours d'histoire du cinéma de l'UNATC (université de théâtre et de cinéma, ndlr) étaient jusqu'à il y a peu très théoriques. Le critique de film Andrei Gorzo assure depuis quelques années un cours bien plus complet. Et nous enseignons ensemble l'analyse de film, c'est-à-dire replacer un film dans un contexte et dans un paradigme, ce qui n'existait pas avant.

Est-ce lié aussi au renouveau cinématographique du début des années 2000 ?

En effet, petit à petit, après *Marfa și banii* de Cristi Puiu, l'intérêt pour le cinéma a grandi. C'est à ce moment-là aussi que sont apparues des rubriques et des critiques sur le cinéma dans des revues comme *Republika*. Mais toujours pas de vraie revue consacrée entièrement au cinéma. Cela m'a toujours semblé un problème majeur. J'animais déjà un cinéclub à la cinémathèque roumaine pendant la faculté, et j'avais cela en tête. On s'est donc rassemblé avec des collègues de faculté et on s'est mis à travailler dessus.

Justement, comment tout cela fonctionne-t-il ?

La revue paraît cinq fois par an (elle est gratuite, ndlr). Absolument personne n'est rémunéré. L'imprimerie est payée par l'UNATC. Des gens

connus se sont impliqués, comme Matei Branea qui a fait la couverture du premier *Film menu* et qui continue depuis. Toutes nos « plumes » sont de l'UNATC. Ceux qui écrivent dans nos colonnes sont étudiants, certains sont entrés en master puis en doctorat. Je dirais qu'entre 10 et 15 d'entre eux ont acquis un excellent niveau pour l'écriture et la critique. Nos critiques n'expriment pas la position officielle de la revue mais le point de vue de chaque auteur.

Pourquoi avoir opté pour du noir et blanc ?

D'abord parce que c'est beaucoup moins cher... La couverture est très attirante, elle saute aux yeux. Or, à l'intérieur, on trouve effectivement beaucoup de textes et de photos en noir et blanc. Mon but est de toucher les gens qui sont intéressés par lire des choses sur le cinéma. Des gens qui expriment le désir de comprendre le cinéma et pas seulement de le consommer comme un produit lambda.

Y a-t-il réellement un public pour cela ?

Bien sûr. Preuve en est les projections/discussions que l'on organise à l'UNATC autour d'un film roumain sorti en salles en présence de l'équipe du film ; on a parfois plus de 500 spectateurs. En Roumanie, il y a une tradition dans le domaine littéraire. Mais contrairement à la littérature, le cinéma n'est pas associé à de l'art au sens noble du terme. Les gens ne vont pas dire d'un livre qu'il n'est pas

« distrayant », alors que c'est souvent ce que les gens reprochent au cinéma roumain. On essaie donc de les aider à voir le cinéma autrement. Certains peuvent dire que nos articles sont trop longs, mais je crois que c'est ce que nos lecteurs attendent de nous.

Comment la revue est-elle structurée ?

On commence par des critiques. Etant donné que le public peut avoir accès à tout, notre idée est de donner une image de ce qui nous semble important à un moment donné. Et pas juste ce qui parvient sur les écrans roumains. Nous avons ensuite un dossier comprenant 6/7 articles sur un thème en résonnance avec des préoccupations cinématographiques contemporaines. On a fait

« Certains peuvent dire que nos articles sont trop longs, mais je crois que c'est ce que nos lecteurs attendent de nous »

par exemple un dossier sur le cinéma muet – le prochain dossier sera sur les films de série B car il y a de nos jours beaucoup de cinéastes qui pastichent des films de série B. Puis on continue avec deux, trois portraits assez amples sur des réalisateurs qui lancent un film, un grand entretien, et à la fin un retour sur un festival de films.

Il y a beaucoup de films « mainstream » sur les écrans roumains...

C'est un problème lié à la distribution et à l'exploitation. Personne ne prend réellement de risque. En même temps, le public est restreint, c'est sûr. Sur nos écrans, il y a trop peu de films non américains et qui ne sont pas commerciaux. Même des réalisateurs comme Haneke ou Almodovar ne commencent à être diffusés ici qu'une fois qu'ils ont été jugés *bankable*. Je ne dis pas que ce qui arrive sur nos écrans ne mérite pas d'être vu, je dis juste que ce serait beaucoup trop réducteur de faire une revue de cinéma et de ne s'en tenir qu'à ces films-là.

Dans votre revue, on sent aussi une volonté de donner la parole à toute sorte de professionnels du domaine...

Il s'agit effectivement de grands entretiens de plus de dix pages. Cela vient de la fascination que j'éprouvais à l'égard des *Cahiers du cinéma*, du moins au début, car je suis très déçu de la manière dont la revue a évolué. Jusque dans les années 70, il y avait de grandes interviews pensées tout spécialement pour les jeunes intéressés par faire du cinéma, qui voulaient comprendre comment un film prend forme. J'ai donc insisté pour que l'on mette en avant toutes les professions du cinéma. Car un chef opérateur ou un preneur de son influencent eux aussi artistiquement un film. Avec ces gens, on essaie de décortiquer les films et de voir en quoi consiste techniquement leur métier, et son empreinte sur une œuvre.

Quelles sont vos références cinématographiques ?

L'un de mes premiers amours a été François Truffaut. J'ai beaucoup visionné ses films et j'ai aussi lu beaucoup de choses de lui, ainsi que sur lui. Cet intérêt est en partie lié à sa biographie, au fait qu'il écrivait sur les films et qu'il entretenait avec eux une relation passionnelle. C'est le genre de personnage qui stimule. En ce moment, je me penche sur les questions d'expérimentations narratives et de mise en scène. Je regarde beaucoup les films de Nagisa Oshima, de Manuel de Oliveira, de Raoul Ruiz, ces réalisateurs qui ont travaillé sur la forme et ont expérimenté de nombreuses choses. Chez les Roumains, j'aime beaucoup tout ce que fait Radu Jude. J'ai aussi beaucoup aimé *Felicia înaintea de toate* de Răzvan Rădulescu et Melissa de Raaf. Et bien sûr, je suis très attentif à tout ce que fait Cristi Puiu.

On dit souvent du cinéma roumain qu'il est minimaliste, qu'en pensez-vous ?

C'est une question que l'on a abordée dans un dossier sur le minimalisme dans le cinéma. Les critiques étrangers accolent l'étiquette minimaliste à des films faits avec des petits budgets et qui font l'économie apparente de moyens stylistiques. Mais c'est une erreur. Dans les années 60, le minimalisme définissait un type de cinéma expérimental non-narratif et par essence structuraliste et abstrait. Il n'était pas question juste de moyens alors qu'aujourd'hui, on utilise ce concept à tout-va dès qu'on laisse la caméra tourner. C'est toujours pareil dès qu'apparaît quelque chose de nouveau dans la veine réaliste – comme le cinéma iranien dans les années 90. Il est clair que depuis que Cristi Puiu est venu avec un point de vue limpide, beaucoup de réalisateurs roumains ont lorgné du côté du réalisme. Et ce dans le sens où le point de départ est le rapport à l'im-médiat, et non une tentative d'imaginer le monde. Je suis très curieux de voir ce qui va se passer avec les jeunes réalisateurs. Car ça bouge.

Propos recueillis par Benjamin Ribout.
Couverture : D. R.

Le site de la revue : <http://filmmenu.wordpress.com>



CANTOR à Bucarest, enfin

Le Musée national d'art contemporain de Bucarest (MNAC) reçoit jusqu'en avril 2014 une exposition de Mircea Cantor. Originaire d'Oradea (ouest), Mircea Cantor est, à 35 ans, l'artiste roumain sans doute le plus en vue. Et c'est la première fois qu'il présente ses œuvres dans son pays.

UN AUTOSTOPPEUR, LES YEUX fermés, tient une pancarte sur laquelle il n'y a rien d'écrit. En arrière plan,



on aperçoit des barres d'immeubles grises d'une ville quelconque de Roumanie. Cette photo, faite en 2000, est intitulée *All the directions* (Toutes directions). « Il a su capter l'état d'esprit de toute une génération dans cette œuvre, décrypte Mihai Oroveanu, le directeur du MNAC. Et elle est devenue une icône. »

Mircea Cantor est notamment très apprécié à l'étranger. A 35 ans, il affiche d'ailleurs un parcours impressionnant. En 2011, il a remporté la plus prestigieuse distinction en art contemporain, le prix Marcel Duchamp ; ses œuvres ont été exposées au Centre Pompidou à Paris, à Rome ou encore à New York. Mais c'est la première fois qu'il

présente une exposition personnelle en Roumanie. « *Mircea nous a toujours dit qu'il lui manquait un défi à relever ici* », explique la commissaire de l'exposition, Raluca Velisar.

SUR LE MOMENT

Tout s'est enchaîné le jour où Mircea Cantor est venu apporter au MNAC son œuvre *Threshold resigned* (Seuil résigné), une maison en bois typique du Maramureș entourée d'une corde sculptée, et coiffée d'une charpente non terminée. Il était prévu que *Threshold resigned* soit prêtée à la collection permanente du MNAC. Quand il l'a installée au rez-de-chaussée du musée en janvier dernier, Mircea Cantor a vu, ou plutôt revu, les immenses salles héritées du palais de l'ancien dictateur. Pour l'artiste, qui a beaucoup travaillé sur l'architecture et le pouvoir, le projet d'une exposition dans ce lieu est alors devenu naturel. Cette petite maison en bois traditionnelle, située dans la salle des marbres, offre une première idée de la vision de l'artiste sur la notion de pouvoir.

En haut des escaliers qui mènent à la mezzanine, le petit film *Wind orchestra* (l'orchestre du vent) est un deuxième symbole de la fragilité de la domination telle que la perçoit Mircea Cantor. On y voit un enfant qui souffle sur trois couteaux placés debout devant lui, et qui tombent sans résistance. « *Pour moi, c'est une image de la relativité du pouvoir avec la fragilité, et l'innocence de l'enfant*, expliquait-il lors de son exposition au Centre Pompidou à Paris l'an dernier. *On pense que tout est prévisible mais pour moi c'est le contraire, le vent peut faire taire un orchestre.* »

L'enthousiasme de Mircea Cantor pour cet espace du MNAC ira en grandissant ; en quelques mois, une exposition d'une trentaine d'œuvres sera mise en place.

La direction du musée, qui avoue avoir attendu l'événement depuis longtemps, a décidé de faire durer le plaisir sur une année entière. Pour le rendre dynami-

que, une douzaine d'artistes choisis par Mircea Cantor exposeront à tour de rôle chaque mois dans une pièce dédiée à cet effet. « *Au mois de septembre, les*

projections vidéos vont être remplacées, certaines œuvres seront changées », précise Raluca Velisar. Le jour du vernissage, le 10 avril dernier, une longue queue s'est formée à l'entrée du MNAC. Le musée était archicomble. Du jamais vu. Mircea Cantor a cependant préféré ne pas parler à la presse. Petits caprices de star ? Quoi qu'il en soit, Mircea Cantor en est définitivement une.

Jonas Mercier
Photos : Mihai Barbu



IMPRIMERIA
ARTA
GRAFICA

agende • calendare • cărți • albume • pliante • postere

B-dul Metalurgiei 73-75, 041832, București, România
Tel: +40 (0) 21 306 61 00; Fax: +40 (0) 21 306 61 01

e-mail: comercial@artagrafica.ro
www.artagrafica.eu

ELLE A CONQUIS BERLIN

A 63 ans, Luminița Gheorghiu goûte enfin au succès, à une gloire internationale après l'Ours d'or du film *Poziția Copilului*, où elle interprète une mère particulièrement dominatrice. Rencontre avec une grande dame du cinéma.

IL Y A QUELQUES ANNEES,

Luminița Gheorghiu avait répondu avec impertinence à la question « As-tu vu mes films ? » posée par le grand réalisateur autrichien Michael Haneke : « Et toi, tu as vu les miens ? »... Elle raconte cette anecdote en souriant, sans doute parce que cela ne l'aura pas empêchée de jouer dans *Code inconnu* (2000), du même Haneke. Sans doute aussi parce qu'elle portait encore sur le cœur les difficultés de sa longue carrière. Dès l'âge de 10 ans, Luminița assure qu'elle rêvait déjà d'être actrice. Puis, premier coup dur, elle échoue au concours d'entrée de l'Institut d'art théâtral et cinématographique de Bucarest ; c'était à la fin des années 1960. Un an plus tard, elle le réussit, bien que l'on

juge son physique « non concluant »... « Quoi qu'il en soit, j'estime avoir eu de la chance parce que mes collègues qui étudiaient la mise en scène et le tournage m'ont laissé travailler avec eux. J'avais beaucoup de liberté, cela m'a fait énormément de bien. J'ai joué toutes sortes de choses », se rappelle-t-elle. Ce qui explique en partie pourquoi Luminița Gheorghiu s'est aussi merveilleusement approprié le rôle de Cornelia, la mère possessive de *Poziția Copilului*, Ours d'or de la dernière Berlinale qui eut lieu en février dernier. « Vu de l'extérieur, cela peut paraître un rôle difficile, mais je savais ce que j'avais à faire. J'ai beaucoup travaillé avec moi-même, et discuté avec Netzer (Călin Peter

Netzer, le réalisateur du film primé, ndlr). Il a fait beaucoup d'essais avant de choisir toute la distribution. Et nous avons pris le temps de répéter, de nous mettre d'accord, de nous contredire... Le scénario était très bon, mais comme d'habitude, je cherche différentes versions, d'autres

Hickley, qui a suivi le Festival du film de Berlin pour l'agence Bloomberg. De son côté, le critique de la prestigieuse revue *Variety*, Jay Weissberg, a qualifié la performance de Luminița Gheorghiu de « véritable tour de force ». Călin Peter Netzer, co-auteur du scénario, a de son côté reconnu que le rôle de Cornelia avait été pensé pour Luminița Gheorghiu. « Vous n'allez peut-être pas me croire, mais j'ai été amoureuse de tous les réalisateurs avec qui j'ai travaillé. C'est simple, je ne peux pas travailler avec quelqu'un



Luminița Gheorghiu entourée d'Ilinca Goia et de Bogdan Dumitrache lors du lancement de *Poziția Copilului* fin mars à Sibiu.

solutions pour chaque scène, surtout si j'ai le temps. »

« **Chaque entreprise artistique est comme une barque, dans laquelle on monte et où il est obligatoire de s'aimer** »

Les critiques ont souligné la façon dont Luminița Gheorghiu « tient » le film. « La relation dysfonctionnelle entre la mère et son fils est crédible, et la tension qui existe entre eux est captivante. Bien qu'ils soient traumatisés et marqués, ils inspirent de la compassion », considère Catherine

si je ne m'investis pas totalement. Je n'exagère pas. Selon moi, chaque entreprise artistique est comme une barque, dans laquelle on monte et où il est obligatoire de s'aimer. Il doit y avoir de l'amour, de la passion », confie Luminița Gheorghiu, qui a été présente dans la plupart des films roumains importants après 1990, de *Train de Vie* (Radu Mihaileanu), à *La mort de monsieur Lăzărescu* (Cristi Puiu), en passant par 4 mois, 3 semaines et 2 jours, la Palme d'or de Cristian Mungiu. Pas mal pour une ancienne étudiante au physique « non concluant ».

Carmen Constantin
Photo : Mediafax

UN ŒIL SUR BUCAREST

« Bicičleta »... Ce nouveau bar, au 38 de la rue Lipscani, a deux avantages : une décoration originale créée à partir de guidons et de selles de vélo, et un point de vue pittoresque sur le centre historique. Rien de mieux pour observer l'agitation estivale qui s'est emparée de la capitale.



Texte et photo : Julia Beurq

LA DEMOISELLE CHANTE LA MOME A BUCAREST

A l'occasion du cinquantième anniversaire de la disparition d'Edith Piaf, la chanteuse française Patricia Kaas visitera 45 pays jusqu'à la fin de l'année. A Bucarest, le concert "Kaas chante Piaf" se déroulera à Sala Palatului, le 23 juin. C'est la troisième fois que la chanteuse se produit ici, après les concerts de 2004 et 2009. Désireuse de rendre une interprétation très personnelle des chansons de Piaf, Patricia Kaas a fait le choix d'un spectacle très épuré. Un album avec ces chansons est déjà sorti en novembre 2012. Daniela Coman. Photo : Mediafax



Patricia Kaas, lors de son dernier passage à Bucarest, en juin 2009.

EMIR KUSTURICA AU FELSZIGET DE CLUJ

Emir Kusturica et le No Smoking Orchestra sont les dernières têtes d'affiche annoncées par l'organisation de *Peninsula*, le plus grand festival de Roumanie. Du 18 au 21 juillet, la 11ème édition aura lieu non plus à Târgu Mureș, mais dans la nature luxuriante de la vallée Gârbăului, près de Cluj-Napoca. Selon des sources officielles, l'évènement déménage pour apporter son soutien à la plus grande ville de Transylvanie, qui sera capitale européenne de la jeunesse en 2015. Par ailleurs, le festival de musique électronique Delahoya, les 14 et 15 juin, se déroulera au même endroit. François Gaillard

La danse contemporaine se pose... enfin

Après plus de deux ans d'errance, le Centre national de la danse de Bucarest (CNDB) a inauguré une nouvelle salle de spectacle le 16 mai dernier. Baptisée Stere Popescu, en l'honneur de l'un des plus grands chorégraphes avant-gardistes roumains du 20ème siècle, cet espace se situe au 80-82 du boulevard Mărășești. Initialement basé au troisième et quatrième étage du Théâtre national, le CNDB a dû plier bagage en avril 2011 lors de l'entrée en rénovation du bâtiment. En l'absence d'un autre local et du manque du soutien des autorités, son activité avait presque été arrêtée. Jonas Mercier

Jazz au son belge

Le saxophoniste belge Steve Houben a été invité avec le quartet qui porte son nom au festival de jazz de Sibiu (12-19 mai). Le musicien a déjà joué le 16 mars sur Piața Mică de la cité saxonne. Deux autres concerts ont été programmés en Roumanie pour cette mini-tournée. Houben, récompensé en 2000 par un Django d'or (Belgique), l'un des principaux prix dans le monde du jazz, jouera également le 17 mai à Alba Iulia et le 18 mai à Ploiești. Steve Houben est professeur de saxophone au Conservatoire royal de Bruxelles où il vient d'ailleurs d'être nommé directeur. J. M. Photo : D. R.

Nouveau cinéma multiplex à Bucarest

La compagnie portugaise Sonae Sierra, déjà présente en Roumanie à Râmnicu Vâlcea où elle possède un centre commercial, va construire un nouveau *mall* dans la capitale. Le ParkLake sera situé dans le quartier de Titan (est de Bucarest). Il comprendra 200 magasins et surtout un cinéma multiplex de 16 salles. Les travaux doivent débiter l'année prochaine. Selon les responsables de Sonae Sierra, ce nouveau *mall* desservira une zone d'un demi-million d'habitants. Un cinéma existe déjà dans le quartier Titan, le Gloria, construit sous le communisme ; mais il n'a qu'une salle non chauffée l'hiver et ne propose que deux films par semaine. J. M.

COUP DE CŒUR

Texte et photo : Julia Beurq

Regard est tombé sous le charme du restaurant aroumain La Machedoni, à Bucarest, et surtout de la famille Carabaș qui en est la maîtresse de maison. Plus qu'un restaurant, les Carabaș proposent un voyage dans les Balkans, et dans le temps.

Zoe Carabaș est la chaleureuse patronne de La Machedoni. La porte d'entrée à peine poussée, toute la famille et son restaurant plongent le client dans la culture des Aroumains, peuple balkanique réparti dans tout le sud de l'Europe, notamment en Roumanie. Au mur, des costumes traditionnels fabriqués et portés par la famille de Zoe. Elle avoue fièrement les ressortir pour les grandes occasions. Il y a plus de 100 ans, ils étaient arborés par ses ancêtres originaires du nord de la Grèce, ce sont maintenant ses nièces qui les revêtent. Au restaurant, tout se fait en famille. Mihai, le mari de Zoe, s'occupe des comptes, assis sur son fauteuil de bureau à l'entrée du restaurant, d'où il surveille la salle. Maria, la petite sœur, est aux fourneaux, tout comme sa mère Chirața Canciu, qui prépare assurément les meilleures *plăcinte* de Bucarest : aux orties, aux épinards, ou aux poireaux. A travers la famille Carabaș, c'est aussi l'histoire de la Roumanie qui se dessine. Il faut prendre le temps d'écouter Mihai raconter l'exode du peuple aroumain. C'était en 1940, des familles entières d'Aroumains, qui habitaient alors en Bulgarie, ont été forcées de quitter leurs villages à pied, pour venir vivre en Dobrogea roumaine. Tout comme les Bulgares vivant aujourd'hui dans cette Dobrogea multiculturelle... « Une page dure de l'histoire », dit Mihai, qui explique que sa famille vient à peine de recevoir des dédommagements financiers de l'Etat bulgare pour la maison et les terres familiales abandonnées il y a presque un siècle en Bulgarie. Tous les Aroumains de l'Europe du sud connaissent le restaurant des Carabaș ; ils viennent y parler politique ou échanger des anecdotes dans cette langue romane-orientale qui ressemble étrangement au roumain.

LA MACHEDONI, Siminocului 26, Bucarest.



Zoe Carabaș (à gauche) et sa mère Chirața Canciu (à droite).

ETE CHINOIS



华夏瑰宝
COMORILE CHINEI
TREASURES OF CHINA

Shi Huang datant de 220 avant J.C., mais aussi des objets en jade, céramique, bronze et porcelaine. Organisée par le ministère de la Culture en collaboration avec le Centre national du patrimoine de la Chine, l'exposition représente un effort financier commun de 600.000 euros. Selon le directeur du Musée national d'histoire, Ernest Oberländer-Târnoveanu, « c'est la plus importante exposition archéologique jamais organisée en Roumanie. Les pièces présentes couvrent 7000 ans d'histoire chinoise ». Daniela Coman (plus d'infos sur : mnir.ro). Illustration : mnir.ro

SWISS SPONSORS' FUND ROMÂNIA

L'Ambassade de Suisse s'emploie à soutenir diverses activités culturelles à Bucarest ainsi que dans l'ensemble de la Roumanie. Grâce au généreux et constant soutien des entreprises suisses, le SWISS SPONSORS' FUND pourra continuer d'assurer la visibilité de notre pays et de son milieu d'affaires en Roumanie, en finançant divers projets culturels ou sociaux. Ainsi, du 29 mai au 2 juin, la Suisse est pays hôte de la Foire du Livre 2013, aux côtés de l'Allemagne et de l'Autriche. Du 14 au 16 juin, la Suisse participera au Festival international du film sur l'environnement Pelicam à Tulcea avec la projection du film *Des abeilles et des hommes* de Markus Imhoof. Du 4 au 7 juillet, la Suisse organisera, conjointement avec l'Allemagne et l'Autriche, le Sommerkino Festival à Bucarest (Musée du Paysan), avec la projection du film *Nachtlärm* de Christoph Schaub. Pour les détails concrets liés à tous ces événements (heure, lieu, etc...), consulter le programme régulièrement mis à jour sur la page internet de l'Ambassade : www.eda.admin.ch/bucarest. Source : Ambassade de Suisse à Bucarest

IAȘI, CLUJ, SIBIU...

Du 21 au 27 mai, Iași va accueillir le timide mais non moins prometteur festival de théâtre EurArt. Pendant sept jours, des troupes roumaines mais aussi moldaves et israéliennes battront les planches des théâtres de la ville. Plusieurs conférences et lancements d'ouvrages seront également proposés. Quelques jours plus tard, du 31 mai au 9 juin, Cluj fêtera le cinéma avec la 12ème édition du TIFF. Cette année sera celle des projections marathon, les

cinéphiles pourront suivre la mini série du Japonais Kiyoshi Kurosawa, *Shokuzai*, ou encore la trilogie *Paradise* de l'Autrichien Ulrich Seidl. Sans oublier, évidemment, le Festival international de théâtre de Sibiu qui aura lieu du 7 au 16 juin (voir page 66). J. M.

L'agenda des alliances, centres et instituts culturels français sont sur les sites suivants :

Institut français de Roumanie : www.institut-francais.ro
Centre culturel français de Cluj : www.cccluj.ro
Centre culturel français de Iași : www.ccfiasi.ro
Centre culturel français de Timișoara : www.ccfTimisoara.ro
Alliance française de Brașov : www.afbv.ro
Alliance française de Constanța : www.afconstanta.org
Alliance française de Pitești : www.afpitesti.org
Alliance française de Ploiești : www.afploiesti.ro

Face aux faux

Pendant plus de sept ans, les visiteurs du musée d'Art de Târgu-Mureș, en Transylvanie, ont pu admirer 18 peintures qui se sont révélées... fausses. Tout a commencé en 2005, quand le ministère de la Culture a demandé une expertise générale de la valeur du patrimoine du musée – 2500 toiles, dont 200 classées « trésor ». Après l'inventaire et l'évaluation des œuvres, stupeur au ministère de la Culture : il y a des faux tableaux, très bien réalisés. Selon le directeur du musée de Târgu-Mureș, Zoltan Soos, le préjudice s'élève à environ 270.000 euros. « Malheureusement, la plupart des musées roumains pourraient avoir le même problème sans le savoir, et ce depuis la période communiste », admet le directeur. Une ancienne directrice du musée, aujourd'hui à la retraite, est d'ailleurs sous le coup d'une enquête. Car la question se pose toujours de savoir où sont les vrais tableaux... Daniela Coman

Zebra

Amicalement
vôtre,
**Mihaela
Dedeoglu.**

Du lundi au
vendredi,
de 10h à 13h.

rfi
românia

centrofarm Cel mai bun medicament este prevenția
plafar www.plafar.net

présentent

ALEXANDRU TOMESCU
Tournée Nationale Stradivarius

Bach to Basics
10 - 29 mai
Jean Sébastien Bach
L'Intégrale des Sonates et Partitas pour violon solo
dans un spectacle de musique et lumières
www.turneulstradivarius.ro

Musique pour tout le monde – l'entrée aux récitals est gratuite

Une tournée dédiée à :
HHC România

Sponsors: intel FIVE'S ALISTAR SECURITY TUDOR
Organisateurs: Partenaires: Partenaires médias: adevărul DILEMA CATAVINCHII Forbes
Cultural SAPTE SERI MONEY REGARD
Discovery Ziar.com Business24
HotNews Ziarul de Jurnale webcultural
Europa TVR1
Coproducteurs: Europa TVR1

LIRE, ECOUTER, VOIR

THEATRE DEMOCRATIE A RISQUES

Un jeune lycéen, petit génie en physique, se suicide. Fait divers dans un journal local. On cherche le(s) coupable(s). Qui porte la responsabilité morale pour la mort de Andy ? Parmi les « suspects » : la mère, le père, la prof, le jeune journaliste qui a écrit sur son succès scolaire et qui est devenu son ami. Au milieu de la salle, un modérateur, comme sur le plateau d'un débat télévisé, donne la parole et suit les histoires de chacun. Puis laisse parler les spectateurs qui, eux, ont le droit de voter à l'aide de cartons colorés reçus à l'entrée du théâtre. C'est le spectacle triste et sombre de la démocratie : formé et déformé par les médias, le public devient une masse amorphe, manipulable. Les gens sont incapables de prendre des décisions autonomes – chacun adopte la solution conformiste, démocratique, de la majorité. Un « cas » impossible à trancher dans un système binaire (le oui ou le non) trouve une solution simpliste – et, évidemment, fausse – au bout d'une heure d'ainsi dites délibérations. Un seul coupable est trouvé, voilà le cas « résolu ». Ce spectacle interactif qui parle de « médiocrité agressive » n'est pas un grand moment de théâtre : le scénario à géométrie variable a des lacunes, les acteurs ne s'identifient pas toujours avec les personnages, etc. Mais il fonctionne parfaitement en tant qu'expérience sociale. Si cela a été l'intention de ses concepteurs, c'est réussi.



Aggressive Mediocrity, un spectacle-performance de Catinca Drăgănescu. Avec : George Albert Costea, Cristina Drăghici, Ionuț Oprea, Sorina Ștefănescu, Vlad Udrescu. Au Théâtre Luni (Green Hours, Bucarest), actuellement.

SCIENCE LE CORPS HUMAIN DEPOUILLE

Grand évènement de la science de l'homme ou moment de détresse de l'humanisme ? C'est le dilemme qui naît à la vue de l'exposition « The Human Body » présentée jusqu'à la fin juin par le Musée national d'histoire naturelle Grigore Antipa (Bucarest). De vrais corps humains conservés à l'aide d'une méthode nouvelle sont exposés, entiers ou disséqués, pour présenter les organes et les fonctions vitales. Les visiteurs peuvent ainsi découvrir le corps humain dans ses détails les plus « intimes ». C'est vrai, la mise en scène est un peu crue, et même kitsch, si l'emploi de ce terme qui provient de la théorie de l'art est permis pour décrire une exposition portant sur l'anatomie. Ceci étant, l'intérêt pédagogique est indéniable : ces cadavres servent de support pour sensibiliser les jeunes aux valeurs de la vie. Les visiteurs sont accueillis et conseillés par des volontaires (étudiants en médecine), des explications exhaustives se retrouvent dans des catalogues ou sur des écrans. L'exposition, qui a déjà été présentée dans de nombreux musées du monde entier, a été vue par des millions de personnes. Et partout où elle a circulé, elle a évidemment suscité des controverses. Qui portent sur la décence versus la recherche scientifique, sur l'origine douteuse de ces cadavres, sur le profit obtenu par les organisateurs, etc. A Bucarest, plusieurs organisations ont demandé l'enterrement immédiat de ces corps disséqués. Par ailleurs, le ministère de l'Éducation a demandé l'interdiction des visites scolaires à cette exposition sans une autorisation préalable de la part des parents d'élèves. Mais malgré cette mauvaise presse – ou, sans doute, grâce à elle – l'expo connaît un grand succès.

« The Human Body », au Musée national d'histoire naturelle Grigore Antipa de Bucarest, jusqu'au 30 juin.

FESTIVAL FITS A 20 ANS

Le Festival international de théâtre de Sibiu (FITS) est un phénomène : il y a 20 ans, lorsque Constantin Chiriac créa la première édition, rien n'indiquait le succès colossal qu'aura son projet. Le comédien voulait tout simplement un évènement d'envergure pour mettre sa ville sur la carte des trajets culturels roumains. Rappel : c'était au début des années 1990, la Roumanie sortait à peine du communisme et affrontait les difficultés de la transition : inflation galopante, marasme économique, retrait de l'Etat dans presque tous les secteurs – y compris de la culture. Mais Chiriac rêvait d'une « bourse » internationale des spectacles, d'un rendez-vous grand format entre acteurs, metteurs en scène, producteurs, et public. Son festival gagna vite en ampleur. C'est la sélection rigoureuse des projets artistiques, la chaleur du public et son soutien qui ont contribué au succès de sa démarche. Et en grande partie grâce à l'existence de ce festival, Sibiu devint, en 2007, avec Luxembourg, capitale culturelle européenne. Aujourd'hui, le FITS compte parmi les trois premiers festivals de théâtre au niveau européen, après ceux d'Edimbourg et d'Avignon. Il a atteint une réputation qui l'oblige, désormais, à prévoir bien à l'avance les événements à venir. Plus de 350 spectacles, rencontres, expositions et concerts sont prévus pour l'édition anniversaire de cet été. Parmi les vedettes de la scène théâtrale européenne annoncées : le metteur en scène Eimuntas Nekrošius, qui présentera sa version de *La Divine Comédie*.



Constantin Chiriac (Photo : Mediafax)

Festival international de théâtre de Sibiu, du 7 au 16 juin.

LE DESSIN DE SORINA VASILESCU...



REVUE DE PRESSE

Regard présente ici une sélection d'articles de la presse internationale traitant de l'actualité roumaine.

LE FIGARO

La Roumanie : nouvel eldorado pour l'achat de terres agricoles

La ruée vers l'Est ! L'accaparement des terres agricoles concerne toute l'Europe et notamment la Roumanie, cinquième pays de l'Union en termes de superficie agricole. (...) Malgré la loi qui interdit aux investisseurs étrangers d'acquérir des terres agricoles roumaines, 6 % des surfaces arables du pays, soit un peu moins d'un million d'hectares, sont exploitées par des multinationales comme Rabobank, Generali ou ASI Europe GmbH. (...) En outre, financièrement, il s'agit d'un investissement très rentable tant à l'achat qu'à la location. « Actuellement, le prix d'achat des terres agricoles en Roumanie oscille entre 2000 et 4000 euros l'hectare, soit 10 fois moins chères qu'au Danemark ou en Hollande, deux pays qui manquent cruellement de terres cultivables », fait remarquer Dan Cismas, coprésident d'Ecoruralis et exploitant sur 14

hectares. Ensuite, pour exploiter ces terres, la main-d'œuvre est très bon marché. (...) Enfin, avant même d'avoir semé la moindre graine, ces terres rapportent 130 euros d'aides directes européennes par hectare. Le paiement de la PAC a contribué à l'essor de ce phénomène qui favorise la spéculation sur le prix des terres. « Le système de subventions de la PAC favorise explicitement les grandes exploitations, marginalise les petites fermes et bloque l'installation d'agriculteurs potentiels, dénonce Dan Cismas. La moitié des subventions de la PAC destinées à la Roumanie vont à seulement 1 % des agriculteurs du pays qui disposent d'exploitation de 500 hectares et plus. » (...)

Eric de La Chesnais pour *Le Figaro* (quotidien français),
le 28/04/2013

THE INDEPENDENT

Des milliers de Roumains et de Bulgares pourraient se diriger vers la Grande-Bretagne en 2014 pour chercher du travail

Entre 23.000 et 35.000 Roumains et Bulgares iront chercher activement du travail en Grande-Bretagne l'année prochaine après la levée des restrictions, ont déclaré les ambassadeurs bulgare et roumain devant les membres du Parlement britannique. Ils ont cependant assuré que l'afflux annoncé dans les médias était exagéré, et se sont attaqués au Parti pour l'indépendance du Royaume-Uni pour avoir joué avec les craintes des électeurs au sujet d'une migration massive en 2014. (...) Selon l'ambassadeur roumain Ion Jinga qui s'est exprimé devant la Commission des affaires internes, le nombre de migrants roumains sera compris entre 15.000 et 25.000. Konstantin Dimitrov, l'ambassadeur bulgare, qui avait critiqué les prévisions « irréelles » concer-

nant le nombre de migrants bulgares, a avancé qu'ils seraient entre 8000 et 10.000. Avant d'ajouter : « Une migration de masse est hors de question. C'est impensable. » Les deux ambassadeurs ont également affirmé que les nouveaux arrivants des deux pays contribueront à l'économie britannique, plus qu'ils n'en profiteront eux-mêmes. (...) M. Jinga a conclu que la plupart des travailleurs roumains étaient âgés entre 18 et 35 ans, en bonne santé, qu'ils n'avaient pas besoin de soins médicaux et ne demandaient pas de prestations sociales. (...)

Nigel Morris pour *The Independent* (quotidien britannique),
le 23/04/2013

Chicago Tribune

De pirates à experts en sécurité informatique, le secteur des TIC dans les Balkans est en plein essor

Après être entré dans les systèmes du Pentagone, de la NASA et de la Marine royale britannique juste pour s'amuser, TinKode a décroché un emploi en tant qu'expert en sécurité informatique dans une société de conseil. TinKode était le nom qu'utilisait le Roumain Răzvan Cernăianu quand il a révélé les lacunes en sécurité des systèmes informatiques de plusieurs gouvernements et de grands groupes à travers le monde, ce qui lui a valu une peine de deux ans de prison avec sursis. (...) Cernăianu, 21 ans, est l'exemple parfait d'une concentration impressionnante de talents issus de Roumanie ou de Bulgarie. (...) Autre exemple, la société roumaine GeCaD, qui a développé le logiciel anti-virus RAV de Microsoft et Softwin, entreprise basée à Bucarest ; elle a aussi créé le logiciel BitDefender il y a plus de dix ans, atteignant un demi-milliard d'utilisateurs à travers le monde l'année dernière. (...) Le secteur des nouvelles technologies en Rouma-

nie a enregistré une croissance de 40% au dernier trimestre 2012 par rapport au dernier trimestre 2011, ce qui a en partie permis au pays d'éviter la récession. Cernăianu, l'un des pirates informatiques les plus recherchés de la planète jusqu'à son arrestation l'année dernière après une enquête conjointe de la police roumaine, du FBI et de la NASA, a maintenant un emploi bien rémunéré, tout en étant copropriétaire de l'entreprise de sécurité en informatique CyberSmartDefence. (...) Les pirates de Roumanie ont prélevé environ 1 milliard de dollars sur des comptes américains en 2012, selon l'ambassade des Etats-Unis à Bucarest. Un rapport réalisé par Verizon assure que la Roumanie est le deuxième plus grand centre de piratage informatique après la Chine. (...)

Chicago Tribune (quotidien américain) avec Reuters
(Radu Marinas et Tsvetelia Tsoleva), le 26/04/2013



**Le conflit israélo-palestinien:
entre manque de vision et de compréhension**

<http://documentar.rfi.ro>



Où trouver Regard ?

Kiosques



La rédaction REGARD :
Vasile Conta 4, Bucarest



LA CHRONIQUE DE LUCA NICULESCU

DES DEBATS TROP DISCRETS

L'année est bien entamée et les deux débats que la Roumanie doit affronter en 2013 le devraient être aussi : la réforme de la Constitution ainsi que la régionalisation. Pourtant, il y a de l'hésitation et on ne connaît toujours pas les grandes lignes de ces deux grandes réformes. Les responsables politiques privilégient une période de réflexion discrète, en laissant filtrer de temps en temps une pensée qui peut indiquer une tendance ou une autre. Les « petites phrases » des hommes politiques provoquent tout de suite de grands bruits dans les médias, ce qui montre que l'attention est grande et que tout le monde surveille tout le monde. La discrétion et les hésitations indiquent cependant à quel point les deux sujets peuvent être explosifs, car il en va du bon fonctionnement de la coalition socialiste-libérale au pouvoir.

Pour la réforme de la Constitution, on ne connaît toujours pas quelles seront les compétences des différents pouvoirs (législatif, exécutif, judiciaire), et quel sera le rapport de force entre les institutions. Alors que le candidat libéral à la présidence roumaine, Crin Antonescu, a toujours la meilleure chance de remporter l'élection prévue fin 2014, on ne sait pas si les pouvoirs du président roumain seront drastiquement diminués (comme les socialistes et les libéraux le demandaient lorsqu'ils étaient dans l'opposition), ou si les changements seront minimes.

Pareil pour la régionalisation, où les tensions sont déjà visibles entre le Parti libéral et le Parti social démocrate. Les régions qui devraient voir le jour d'ici quelques mois vont regrouper chacune plusieurs départements. Le but officiel est de simplifier l'administration roumaine, mais il s'agit en réalité d'un jeu de pouvoir. La bataille a d'ores et déjà commencé pour les capitales des régions, les endroits où se concentrera le pouvoir, et chaque formation espère tirer profit de ce partage. De plus, dans les rangs de l'opposition, il ne faut pas négliger le parti des Hongrois de Roumanie (l'UDMR) qui craint que la régionalisation voulue depuis Bucarest ne diminue son poids dans certaines contrées du pays.

De l'avis des observateurs, les tensions qui vont s'accumuler lors de ces débats pourraient être tellement fortes que la coalition risque d'exploser. Le pays replongera alors dans une crise politique avec des conséquences imprévisibles sur une économie en convalescence. Il est possible aussi que, face à ces contradictions, les leaders politiques abandonnent à court terme les deux projets. Ou, le plus probable, fassent des réformes à minima, qui ne changeront rien sur le fond.

Luca Niculescu est rédacteur en chef de RFI Roumanie.

REGARD EST UNE PUBLICATION DE
FUNDATIA FRANCOFONIA

Président

Bruno Roche

Comité de direction

Laurent Couderc, Jacqueline Laye,
Bruno Roche, Didier Varlot

Rédacteur en chef

Laurent Couderc

Secrétaire générale de rédaction

Cătălina Kahn

Ont participé à la rédaction de ce numéro

Béatrice Aguetant, Elodie Auffray, Julia
Beurq, Mihaela Cărbunaru, Daniela Coman,
Carmen Constantin, Nicolas Don, François
Gaillard, Matei Martin, Jonas Mercier Mure-
Ravaud, Luca Niculescu, Benjamin Ribout,
Răsvan Roceanu, Mihaela Rodină, Michael
Schroeder, Isabelle Wesselingh

Maquette

Anamaria Pravencu

Agences, photos et illustrations

Mihai Barbu, Julia Beurq, Daniel Mihăilescu,
Corina Moldovan-Florea, Lucian Muntean,
Irina Stelea, Sorina Vasilescu, Mediafax

Imprimerie

Imprimeria Arta Grafică

Informatique

Marius Moisescu

REGARD remercie vivement ses partenaires



Abonnez-vous dès maintenant à REGARD

Pour vous abonner ? C'est simple !

par la poste

remplir le BULETTIN D'ABONNEMENT
et l'adresser à Fundatia Francofonia
Str. Vasile Conta 4, Sector 2, Bucarest

en ligne

par e-mail: catalina@regard.ro
ou
via le site Internet www.regard.ro

par téléphone

+ (4) 021 317 77 45
+ (4) 0742 204 402

BULETTIN D'ABONNEMENT

Je m'abonne à Regard pour cinq numéros, au prix de 60 lei (24 euros à l'étranger), port inclus.
Je m'abonne à Regard pour dix numéros, au prix de 110 lei (38 euros à l'étranger), port inclus.

NOM.....PRENOM.....
RUE.....NO.....BLOC.....ESCALIER.....ETAGE.....APT.....
VILLE.....CODE POSTAL.....PAYS.....
TEL. BUREAU.....TEL. DOMICILE.....
FAX.....E-MAIL.....

Une fois reçu ce talon nous vous adresserons les modalités de paiement.
Le prochain numéro de *Regard* sortira le 15 juillet 2013.

Rédaction :

Vasile Conta 4, Bucarest
Tel/Fax: (40) 21 317 7745
Courriel : catalina@regard.ro
Site Internet : www.regard.ro



**OU BIEN, RENDEZ-VOUS À L'AGENCE CHARLES
DE GAULLE POUR CLIENTÈLE INTERNATIONALE**

DEVELOPPONS ENSEMBLE L'ESPRIT D'EQUIPE



GRUPE SOCIETE GENERALE

Pour toutes transactions bancaires et services conçus pour une clientèle internationale, visitez l'agence BRD de Calea Dorobantilor 239. Ouvert du Lundi au Vendredi de 9h à 17h. Tél.: +40(0) 21 318 26 97.