



Comeback kids

Éric Saussine

Obama et Bond. Bond et Obama. Deux comeback kids. Enterrés en situation de crise, ressuscités en cette fin de 2012, voilà un vrai Président et un espion de fiction qui ont bien, du coup, des choses en commun. Pour citer *Skyfall*, j'aurais bien intitulé ce Gunbarrel « Le Vieux singe aux nouvelles grimaces » tant cette sentence colle bien à la situation. Mais avec la couleur de peau d'Obama dans l'équation, je serais passé pour un horrible raciste. Va pour les comeback kids...

D'un côté, Obama, Barack, 44^e Président des États-Unis d'Amérique. Pris dans une crise économique commencée avant lui, et dont le seul précédent est la grande folie de 1929, voilà Barack depuis quatre ans aux gouvernes d'un pays encore puissant, mais financièrement exsangue. Il travaille dur. Comme beaucoup de présidents, ses tempes grisonnent avec l'exercice du pouvoir. Le pays se relève lentement. Trop lentement. Son opposition l'attaque, le harcèle, le pilonne. Il encaisse, et continue son bonhomme de chemin, attendant des résultats de ses mesures de long terme. Toujours trop lents. Ses opposants l'enterrent. Trop vite. Vient le temps de l'élection. Le lion sort de sa cage. Ils attaquent, il répond. Affaibli, il retrouve son énergie. À terre, il se redresse. Pas facile quand on offre la réalité et peu de rêve. Mais il persiste. Finalement, c'est l'élection, sa réélection.

De l'autre côté, Bond, James, espion bien introduit chez sa Gracieuse Majesté, au point de sauter parfois avec elle en parachute. Sa maison MI6 en danger, « M » le sacrifie alors qu'il essaie de la sauver. Plombé par deux balles dont une à fragmentation, il est donné pour mort.

Le service vend son appartement, et même son ancestrale demeure familiale. Revenu d'exil après avoir « profité de la mort », il se retrouve à l'hôtel. Et si ce n'était que ça. Il court, il s'essouffle. Il fait des tractions, il s'effondre. Il tire, rate la cible. Il passe des tests, il les foire.

Mais maman « M », confiante, lui donne un coup de pied aux fesses et le renvoie sur le terrain. Et pour faire court, tout en manquant pourtant de tomber d'un ascenseur sous lequel il est suspendu à cause d'une épaule endolorie, il sauve le monde (une nouvelle fois) d'une sorte de demi-frère cinglé pourtant en meilleure forme que lui (sauf au niveau dentition). À la fin, c'est enfin « avec plaisir », qu'il reprend du service. Hurray ! C'était octobre 2012 en politique et au cinéma. Deux géants se sont spectaculairement relevés, offrant une image de continuité et de stabilité dans un monde plein d'incertitudes. Bien joué Barack. Joyeux 50^e anniversaire, James. ■





2002, Meurs un autre jour sur les
écrans. Halle Berry explose aux côtés
de Pierce Brosnan



SKYFALL

06

- 06 *Skyfall* : succès historique !
- 12 Une question de mire
- 13 Le Club à la Une



FOR YOUR EYES ONLY

14

- 14 Ceux qui l'aiment prendront le train
- 15 Javier Bardem : a star is born
- 16 Rétrospective exceptionnelle
- 17 « 002 for 007 »



MY NAME IS...

18

Rosamund Pike, briser la glace

BOND AND BEYOND

20

50 ans d'imagerie bondienne



UN BOND EN ARRIÈRE

26

Meurs un autre jour

- 26 Un autre jour
- 28 Bond: a work in progress



BONS BAISERS DU CLUB

30

- 30 Gentleman driver
- 31 Dix ans de réflexion
- 34 Le mot de « M »



www.clubjamesbondfrance.com

SKYFALL

SKYFALL

007



FALL

75

Succès historique !

Pierre
Fabry



PLUS ENCORE QU'À L'HABITUDE, LA SORTIE DE CETTE VINGT-TROISIÈME AVENTURE DE JAMES BOND EST UNE FÊTE ET UN ÉVÉNEMENT. POUR LES FANS, ET TOUT PARTICULIÈREMENT CEUX QUI ONT ASSISTÉS À L'AVANT-PREMIÈRE DU FILM SUR LES CHAMPS-ÉLYSÉES, ELLE FUT UN GRAND MOMENT DE PARTAGE. RETOUR SUR UNE SOIRÉE MÉMORABLE... ET SUR LE SUCCÈS DÉSORMAIS MONDIAL ET HISTORIQUE D'UN GRAND FILM BONDIEEN !





Paris, extérieur nuit. Avenue des Champs-Élysées par une douce soirée d'automne. Tapis rouge, journalistes, projecteurs. Une foule compacte fait le pied de grue devant un cinéma bien connu. Badauds et aficionados mêlés. Des amis se retrouvent pour clore une longue attente, quatre ans déjà. 163 membres de votre Club favori serrent dans leur main le précieux sésame qui va leur permettre de découvrir enfin dans quelques minutes cet opus dont – déjà – on dit tant de bien. Oui, vous avez bien lu, l'exception et le record ne sont pas que sur la toile. Excusez du peu, nous ne sommes pas peu fiers d'avoir pu permettre à 163 d'entre vous de partager ces instants uniques.

Sur le trottoir, la foule s'agglutine. La sécurité cantonne le public derrière des barrières de fortune. Les premiers VIP font crépiter les flashes. Enfin voici les stars. Un murmure parcourt la foule. Carnets et portables se tendent. De bonne grâce, Bérénice Marlohe, Daniel Craig, Javier Bardem, Barbara Broccoli et Michael G. Wilson, euphoriques et visiblement marqués par la fastueuse Première royale de Londres la veille, signent des autographes. Steven Saltzman et sa soeur les ont rejoints pour la photo de famille. Clin d'œil de l'histoire, touchant. Le lendemain, après la conférence de presse dans un grand hôtel de la capitale, débute la tournée mondiale.

De cet engouement nous ne verrons rien. Déjà le public est sagement assis à l'intérieur dans deux salles distinctes, succès oblige. Dans la salle numéro 2 spécialement « affrétée » pour le Club, l'excitation est palpable. Un homme en costume sombre, visiblement mandaté par une autorité, fait irruption : vingt-cinq personnes sont requises pour combler les « vides » dans la « grande salle ». Remplaçants de luxe, chance inouïe. Notre Président doit agir, vite. Quelques minutes plus tôt, il faisait face (physiquement) aux sbires de la sécurité pour tenter de ramener à nous les stars... La tentative restera vaine, hélas. On retiendra sa fermeté, sa

volonté d'en découdre et le panache de l'intervention. « For England, Luc »...

Puis la pénombre, le silence. En guise de préambule, quelques minutes d'un montage commémorant cinquante années de souvenirs bondiens gravés sur pellicule. Montage efficace et millimétré sur fond de mélodies bondiennes. Un pur bonheur. Un frisson parcourt l'assistance, il ne nous quittera plus. Le lion rugissant de la Métro, la torche incandescente de Miss Columbia, premiers indices du plaisir à venir. Voici le regard perçant de Daniel. C'est parti pour deux heures de grand et bon spectacle. La salle retient son souffle.

Déjà un regret me gagne à mesure que défile le somptueux générique de Daniel Kleinman et la voix bluesy d'Adèle : l'aventure *Bond 23* se termine. L'attente, la surprise, la découverte ne sont plus que de lointains souvenirs. Je repense à l'image que notre Président aime à évoquer : « La femme dans l'escalier ».

À peine dévoilé, ce film ne nous appartient plus, pas plus qu'aux équipes d'Eon et de Sony. Dès lors il fait partie du passé, de l'histoire de la saga. Dans mon for intérieur, je le sais, nous sommes comblés et fiers d'avoir accompagné le navire à bon port. Et surtout heureux de faire partie de l'aventure, de contribuer humblement à faire vivre ce mythe que le monde a en partage depuis cinq décennies. Heureux aussi que le film soit objectivement un grand cru, qui fera vibrer de plaisir des millions de spectateurs sur la planète. Certes, toute l'armée des adhérents du club ne fut pas aux toutes premières loges. Certes, les stars et le faste des grands jours manquèrent à l'appel pour que la fête soit totale. Mais sans doute la communion des cœurs et le plaisir partagé ont grandement contribué à faire de ce moment une soirée définitivement exceptionnelle. Nous réunir ? Ce n'est pas le moindre des mérites de James Bond depuis cinquante ans. Le moindre de nos bonheurs. ■



Box office

Avez-vous remarqué ? Les Anglo-saxons ont ceci de particulier qu'ils évaluent le succès d'un film à ses recettes, tandis que nous préférons évoquer le nombre d'entrée en salles. Tout est dit. Pour *Skyfall*, la chose est simple : dans les deux catégories, les records pleuvent depuis sa sortie. L'avant-première royale a donné le ton : 300 000 livres recueillis (près de 373 000 euros) pour cet événement caritatif. Porté par une critique quasi unanime où que ce soit, au 19 novembre (au milieu de son parcours cinéma donc), le 23^e opus a déjà engrangé près 700 millions de dollars de recettes mondiales explosant littéralement ses prédécesseurs. Pour mémoire, en fin d'exploitation, le génial *Casino Royale* avait rapporté 594,2 millions de dollars et *Quantum of Solace*, 586,1 millions... Ne parlons pas de la Grande-Bretagne où le triomphe est romain. Dès le 26 octobre, le film est numéro un sur ses 25 premiers territoires d'exploitation. Les spécialistes avancent que le format IMAX, une première pour la saga, n'y est pas pour rien. En France, *Skyfall* constitue tout simplement le meilleur score d'un Bond depuis l'iconique *Goldfinger* avec 5 162 355 de billets vendus contre 6,6 millions pour ce glorieux prédécesseur à ce jour ! Le 1^{er} novembre, c'est au tour de l'Argentine, de l'Allemagne, de l'Italie et du Mexique de découvrir le film. Le 9, les USA et le Canada grossissent les rangs. L'Amérique du Nord a déjà rapporté 161,3 millions de dollars en à peine... trois semaines. L'Australie et la Nouvelle Zélande (fin novembre), le Japon (décembre), la Chine (2013) sont à venir... Mais déjà cette aventure, c'est sûr, est le plus « gros » Bond de la saga*. On lui prédit 800 millions de recettes mondiales au final, ce qui en ferait le champion haut la main de la saga en cinquante ans. En cet anniversaire, tout un symbole. Well done James. (source MI6-hq.com)

*Précision experte et économique, l'inflation du dollar fait des 5 derniers films les champions du box-office, en dollars constants *Opération Tonnerre* et *Goldfinger* restent en tête.

Paroles de fans !

PARMI LES CÉLÉBRITÉS BONDIENNES D'HIER ET D'AUJOURD'HUI (VOIR PHOTOS...), LES NOMBREUX FANS ET MEMBRES DU CLUB PRÉSENTS À L'AVANT-PREMIÈRE PARISIENNE DE SKYFALL ÉTAIENT COMME DES POISSONS DANS L'EAU ! DES CONDITIONS PARFAITES POUR DÉCOUVRIR UN FILM QUI L'EST PRESQUE TOUT AUTANT. QUELQUES RÉACTIONS...



« Les membres du Club sont très sympathiques et l'enthousiasme de tous était palpable. C'est formidable de découvrir une nouvelle aventure de 007 dans ces conditions. Et cette cuvée 2012 restera dans les annales. Du Bond, du très Bond ! Viva Bond ! »
(Jean-Luc)



« Merci pour cette soirée bondienne mémorable, pleine d'imprévus. À très bientôt j'espère ! »
(Bernard Godbillon et Arlette)





« Le film fut un grand moment d'émotion, à la fois surprenant et déroutant. Avec une photo et un méchant impeccables. Pas de comparaison possible avec Quantum of Solace. Donc encore un grand merci » (Olivier Crave)

SKYFALL

007



Une question de mire

Éric
Saussine



UN GUNBARREL ? CELUI DE SKYFALL, PRÉCISÉMENT. « VAIS-JE DEVENIR UN DE CES FRANÇAIS RÂLEURS QUI VA PARLER D'UN DES RARES DÉTAILS QUI ME TITILLE DANS LA POURTANT MERVEILLEUSE NOUVELLE AVENTURE DE JAMES BOND ? » MAIS APRÈS TOUT, IL NE S'AGIT PAS DE RÂLER MAIS D'ARGUMENTER. DE QUOI ? DE LA PLACE DE CETTE CÉLÈBRE SÉQUENCE DANS LE FILM.

Le magnifique film de Sam Mendes, un film de James Bond, mais encore mieux, un film sur James Bond, s'ouvre sur l'image d'un halo de lumière sur lequel se dessine une silhouette qui finit par se révéler être celle de 007, arme au poing. Un petit air de gunbarrel, mais pas d'authentique gunbarrel avant ça, défilement de points blancs, arrivée d'une mire, Bond au milieu qui se tourne et qui tire (avec une célèbre musique aussi)... La séquence de la mire est une icône. Elle est le symbole de la série. Elle est donc une annonce. Son but est d'annoncer le plaisir qui suit car elle nous fait plaisir dès le départ. En ce sens, la mettre à la fin n'a pas de justification. Donc, si je comprends l'intention dans *Casino Royale*, qui explique son existence à la fin du pré-générique, et dans *Quantum Of So-*

lace, où il marque à la fin l'avènement du Bond « classique », je ne comprends pas la raison de le repousser de nouveau à la fin dans *Skyfall*.

Quelle ne fut pas ma surprise de découvrir que Sam Mendes partageait mon sentiment. Il s'explique lors d'une séance de questions pour la promotion de son film dans un Apple Store : « *Moi, j'aime voir le gunbarrel au début du film. C'est quasiment ce qu'il y a de plus top. Tout devient possible à ce moment-là, c'est comme le réveillon de Noël avant les cadeaux. Ce fut très frustrant de ne pas pouvoir s'inscrire dans ce cadre-là.* »

Mais alors pourquoi, Sam ?

« *J'ai vraiment essayé de mettre le gunbarrel au début et c'était mon intention dès le départ du projet de faire ça. Le film commence par une séquence montrant Bond avançant dans un couloir, s'arrêtant et levant une arme. Quand j'ai mis les deux l'une après l'autre, c'était ridicule !* »

On pourrait dire que Sam aurait pu y penser avant de concevoir cette (très habile) introduction du personnage dans *Skyfall*, mais on peut comprendre qu'il est difficile de se passer d'une aussi belle image, même si quelque peu redondante avec l'icône de la série.

Alors bon, ça va pour cette fois... On pourrait juger le sujet très/trop léger pour faire l'objet de quelques lignes, mais si je ne partage mon sentiment dans ces pages, où le ferais-je ? Alors s'il vous plaît, Eon, quand vous ferez votre prochain James Bond, remettez-nous le réveillon de Noël, avant l'ouverture des cadeaux ! ■

Le Club à la Une

La sortie de *Skyfall* a été l'occasion pour le Club James Bond France d'être sur le devant de la scène et d'être fortement sollicité par la presse. De France 3 Champagne-Ardenne à RTL, de LCI au Parisien, en passant par France 2, entre juin et octobre, votre Club est intervenu sur les ondes et dans les colonnes de 25 médias, par contact direct ou par l'entremise de Sony Pictures Releasing France. Presse écrite nationale, radio, télévision, presse régionale : fans et membres du bureau, experts et collectionneurs ont montré la richesse du phénomène Bond et la diversité de notre passion. Par les interviews nombreuses, les prêts de matériels photographiques, les relectures d'ouvrages et les interventions savantes, nous avons (in)directement

contribué à ce que l'on parle de 007 et de *Skyfall*. Cette vitrine médiatique a bien entendu eu un effet direct et immédiat sur la fréquentation de notre site, amenant vers nous de très nombreux visiteurs, de nouveaux fans (et de nouveaux journalistes...!). Elle nous a permis de nouer des partenariats d'édition nombreux, comme vous avez pu en juger par la diffusion d'information et la vente en avant-première d'ouvrages dans notre boutique... au bénéfice des finances de votre association. Certes la tempête est désormais passée. Certes on nous laissera tranquilles d'ici 2014. Mais notre notoriété est faite : nous voici désormais identifiés comme des experts, et une précieuse ressource sur le patrimoine bondien. ■

leParisien

loisirs | tourisme | gastronomie | cinéma | livres

MON DIMANCHE

33

musique | télévision

James Bond connaît la chanson

FRANCE 4, 20 H 45. La chaîne diffuse ce soir « Dangereusement vôtre » (1985) illustré par un célèbre morceau de Duran Duran. Depuis cinquante ans, 007 sait aussi décrocher des tubes.

À chaque nouvelle aventure de 007, c'est un double suspense. Qui jouera la prochaine James Bond girl ou le méchant ? Mais aussi... qui interprétera le générique ? Entonnée par les plus grands noms de la chanson, la saga de Ian Fleming est aussi musicale. Alors que « *Skyfall* » sort en salles vendredi, accompagné du titre éponyme d'Adele et que France 4 diffuse « Dangereusement vôtre » (ce soir à 20 h 45), rythmé par « *A view to a kill* » de Duran Duran, plongée dans les coulisses d'un demi-siècle de tubes.

C'est quoi un Bond générique ?

Un hymne impérieux, facilement mémorable et empreint de majesté. Une marque de fabrique établie dès 1962 par John Barry, compositeur des musiques d'« Amicalement vôtre », « Out of Africa » et de... onze BO de 007. Les génériques de la célèbre saga ont d'abord mélangé « inspirations classiques, avec des orchestrations symphoniques et rythmes jazzy, pour un résultat à l'image du héros, rempli de force, de douceur et de romantisme », analyse Pierre Fabry, vice-président du Club James Bond France*. Au fil des décennies, la formule magique s'enrichira d'accents pop ou rock pour coller aux standards de l'époque, sans perdre cet air de famille donné par quelques mesures ou accords du célèbre « James Bond Theme » gissés entre les notes.

Comment 007 choisit ?

Si possible parmi les sujets de Sa Majesté. Comme Adele, évidente pour « *Skyfall* », cette année : « Sa force, sa douceur, l'émotion qu'elle dégage, sont le propre de la voix bondienne », résume Pierre Fabry,



Roger Moore dans « Dangereusement vôtre », le quatorzième film consacré aux aventures de l'espion britannique.

rappelant la prédilection de John Barry pour les timbres « puissants et suaves » comme ceux de Shirley Bassey ou Tom Jones, eux aussi britanniques. Mais la concorde entre compositeur, artistes et producteurs du film, qui ont toujours le dernier mot, n'est pas toujours facile. « La collaboration entre le compositeur

John Barry et le groupe A-ha reste parmi les plus tourmentées, les partis pris artistiques du premier n'étant pas du goût des seconds, et réciproquement, poursuit le spécialiste. Les choix du groupe Garbage (*Le monde ne suffit pas*, 1999) ou de Madonna (*Meurs un autre jour*, 2002) seront à présent discutés eux aussi... »

Qui a été éliminé par James ?

Des sollicitations sont restées vaines, comme celle d'Amy Winehouse, approchée en 2008. Ou, à l'inverse, des chansons non exploitées, pourtant signées Blondie, Pulp ou Alice



Duran Duran a interprété la chanson-titre de « Dangereusement vôtre ».

Cooper. D'autres deviendront des thèmes secondaires sur la BO ou des génériques de fin, comme les titres des Pretenders, Moby ou K.D. Lang.

Rien que pour vos oreilles ?

Se bouscule-t-on toujours au portillon de 007 ? Le choix du méconnu Chris Cornell, leader du groupe Soundgarden, pour « *Casino Royale* » en 2006 laisse planer le doute. « Les ventes de disques restent modestes », rappelle Pierre Fabry. En effet, à ce jour, seul « *A view to a kill* » de Duran Duran a atteint le sommet des charts aux États-Unis en 1985. Mais Adele, actuellement 5^e des ventes, chez nous, avec « *Skyfall* » pourrait bien changer la donne. CHARLOTTE MOREAU *www.jamesbond007.net.

www.leparisien.fr
www.aujourd'hui.fr
VIDÉOS
Les génériques cultes

Ceux qui l'aiment prendront le train

On le sait, Bond et les trains c'est une longue histoire. Depuis les premières lignes écrites par Fleming jusqu'aux adaptations pour le grand écran, de *Bons baisers de Russie* à *Casino Royale* (le film), les scènes les plus mythiques de la saga se sont déroulées sur les rails. Il était naturel qu'en cette année faste une rétrospective « ferroviaire » rende hommage à l'espion. Entre le 5 et le 21 octobre, aux bons soins de Sony Pictures Releasing France, en partenariat avec MédiaTransports, le parvis et l'intérieur de la gare de Lyon ont accueilli 23 totems reproduisant recto-verso affiches et photographies marquantes des films. L'exposition a été prolongée à l'extérieur pour quelques semaines. On aime ! ■



R.I.P George

C'est dans la discrétion la plus totale que George Leech nous a quitté, le 17 juin dernier, à l'âge de 90 ans. Pour les plus jeunes d'entre nous, rappelons que Mr. Leech fut l'un des pionniers de la cascade cinématographique. Dans sa filmographie, *Les Canons de Navarone*, *Un pont trop loin*, *Superman*. Et bien évidemment, pour Eon Productions, une collaboration de près de vingt-cinq ans, de James Bond contre *Dr. No* à *Dangereusement vôtre*. Respect Sir.



Saltzman agent secret !



Et si Harry Saltzman avait travaillé pour les services secrets américains pendant la guerre et avait à cette occasion connu Ian Fleming ? C'est ce que révèle Samuel Blumenfeld dans un article du *Monde* daté du 27 octobre 2012. Cette incroyable découverte se base sur des documents du Département d'État (l'équivalent du Ministère des Affaires étrangères) déclassifiés en 2004 et consultés par ses enfants, Hilary et Steven Saltzman. « En 1961, écrit Blumenfeld, l'accord entre Fleming et Saltzman va donc bien au-delà du contrat commercial. Leur entente devient celle de deux ex-agents secrets dont les connaissances dans le renseignement donneront une tonalité si particulière à James Bond. » Les coulisses du monde 007 n'ont pas fini de nous surprendre...

007 à Marseille ?

L'histoire n'a rien d'une galéjade. Les studios de Pinewood auraient ces derniers mois multipliés les contacts avec la cité phocéenne. Objectif : implanter de nouveaux studios en Méditerranée. Les mythiques studios désormais exigus cherchent donc à s'étendre en Europe. Parmi les critères obligatoires, la place, un savoir-faire et une infrastructure déjà existante. Marseille, qui fut avec Nice l'un des fleurons de l'âge d'or du cinéma au milieu du siècle dernier, a retrouvé sa vocation avec la série *Plus Belle la Vie*. Pinewood s'intéresserait à une ancienne caserne militaire située à côté du quartier de la Belle de Mai, et des studios du même nom, ainsi qu'à un aéroport tout proche. Alors, Bond de retour dans l'Hexagone ? À suivre. (sources Le Parisien/La Provence)

Javier Bardem: a star is born

À tout seigneur tout honneur. Le 10 novembre dernier, à la faveur de la promotion de *Skyfall*, Javier Bardem a été honoré d'une étoile sur le prestigieux « Walk of Fame » d'Hollywood, en présence de l'équipe du film : Sam Mendes, Berenice Marlohe, Naomi Harris, et bien sûr Barbara Broccoli et Michael G. Wilson. Laconiquement et avec l'humilité qui le caractérise, Javier a déclaré que « *C'était trop tôt* » selon lui. ■



Bond stars

Daniel Craig et Judi Dench sont les acteurs préférés des Britanniques. C'est ce que révèle un sondage publié récemment par le tabloïd britannique et premier quotidien outre-Manche, *The Sun*. Daniel a obtenu 26% des voix dans ce sondage réalisé par « Sky Movies ». Il devance Will Smith, Christian Bale, Robert Downey Jr, Daniel Radcliffe ou encore Tom Cruise. Chez les femmes, Judi Dench a obtenu un meilleur score avec 27% de voix, loin devant Helena Bonham Carter et Cameron Diaz. Le directeur de « Sky Movies » explique ce choix par l'engouement des britanniques pour James Bond. Vous avez dit chauvins ?

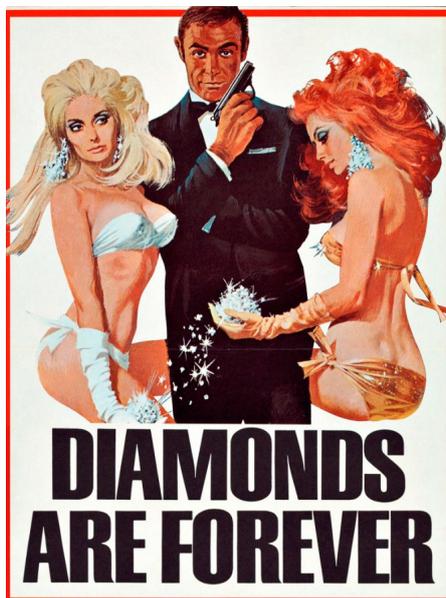


Rétrospective exceptionnelle

On sait la passion des Allemands pour James Bond et leur savoir-faire pour célébrer le mythe. « Le » livre référence sur les affiches bondiennes paru en 1997 était déjà le fait d'un collectionneur allemand, l'un des plus grands au monde : Thomas Nixdorf. C'est justement sa collection qui est présentée au public au travers d'une superbe exposition organisée depuis le 12 novembre au German poster museum d'Essen.

Près de 200 pièces sont rassemblées pour cette rétrospective exceptionnelle. Affiches des films et de campagnes publicitaires, photographies, mais aussi esquisses originales, projets rejetés jamais vus, sont le témoignage des évolutions culturelles et morales de nos sociétés depuis les années 60.

« La plus rare de mes affiches est sans doute le projet d'affiche allemande de Thunderball one sheet qui n'a finalement pas été retenu ou encore les travaux



préparatoires aux posters de Moonraker et A View To A Kill réalisés par Dan Goozee », confesse le collectionneur. Nixdorf avoue avoir réalisé ici son

rêve de collectionneur (comme je le comprends) : « J'ai toujours voulu organiser une exposition sur les affiches bondiennes dans un lieu approprié. Quand le musée m'a contacté en 2009, je n'ai pas hésité une seconde ». Ceux qui n'auront ni la chance ni les moyens de se déplacer outre-Rhin retrouveront une petite partie des pièces exposées dans l'ouvrage « James Bond, 50 ans d'affiches » paru chez DK editions (cf. *Le Bond* n°29) ou bien dans le catalogue de l'exposition. Sans compter notre dossier spécial dans ce numéro... Et pendant ce temps-là en France me direz-vous ? ■

"Bond, ...James Bond: Fifty Years of film posters and photographs" - Musée Folkwang à Essen jusqu'au 12 janvier 2013. Catalogue disponible sur Amazon.de.

www.museum-folkwang.de/de/ausstellungen/ausblick/bond-james-bond.html

« Les espions ne meurent jamais »

Philippe Lombard

Écrire un documentaire sur le cinéma d'espionnage pour la chaîne 13° Rue ? La proposition de la société de production Label-Image (déjà responsable de docs sur *OSS 117* et *XIII*) était plus qu'alléchante... De Paris à Londres, de Bruxelles au Luxembourg, nous avons donc (avec le réalisateur Laurent Bergers) rencontré des personnalités diverses pour traiter de l'espionnage à l'écran en partant de la fin de la Guerre Froide : Jean Dujardin (qui vient jouer un agent russe dans *Möbius* d'Eric Rochant), les réalisateurs Philippe Haïm (*Secret défense*) et Frédéric Schoendoerffer (*Agents secrets*), les acteurs Simon Abkarian (Dimitrios dans *Casino Royale*) et Vahina Giocante (*Secret défense*), le journaliste du *Monde* Samuel



Blumenfeld (auteur de l'article sur Saltzman, lire p.14) et bien sûr, les deux plus grands experts de James Bond au monde : Luc Le Clech et Ajay Chowdhury de l'International James Bond Fan Club ! En février 2013 sur 13° Rue. ■

« 002 for 007 »

En cette année faste, la prestigieuse maison champenoise ne pouvait pas ne pas célébrer l'anniversaire de 007. Et avec lui, 30 ans d'une collaboration fructueuse à tous points de vue. La référence au film et au personnage est gratuite pour la maison de champagne par un accord conclu depuis lors avec la famille Broccoli (cf. dossier « Champagne ! », *Le Bond* n°20). La cuvée Grande Année 2002 est pour l'occasion mise à l'honneur dans un luxueux packaging baptisé « 002 for 007 ». Le coffret cylindrique produit en édition limitée figure le silencieux d'un Walther PPK. Un code (007 of course) puis un clic sur un bouton en forme de gun logo permettent d'ouvrir le boîtier. On découvre alors la bouteille, estampillée d'une étiquette 007 et d'une collerette aux armes du 50^e anniversaire, collector en elle-

même. À peine 30 000 pièces ont été produites... Elles ne sont accessibles que chez des cavistes soigneusement sélectionnés ou de prestigieuses enseignes telles Harrod's au prix de 150 euros environs (pour les amateurs voir sur cadeauvin.fr). La maison familiale table sur une croissance de 3 à 5 % de ses ventes en 2012 dans un marché du champagne mondial en recul de 5%. « On fait un malheur partout aux États-Unis, au Japon, au Royaume-Uni, en France. Il n'y a que deux exceptions. L'Espagne où le consommateur rechigne à associer la marque à James Bond. Et la Russie, où on n'aime pas les objets liés aux armes... », confesse le Président du directoire de Bollinger. Le coffret devrait contribuer pour 20 % à l'essor des ventes de Bollinger. Cela se fête... Une petite coupe ? ■
(source : *Les Echos.fr*)



Le don d'Adèle



Lors de la sortie de *Skyfall*, Daniel Craig a confié avoir pleuré (si) tant la voix d'Adèle et les paroles du titre correspondaient à l'univers du long-métrage. Émotif le Daniel. L'acteur, totalement séduit par la chanteuse a tenu à remercier la jeune femme pour son travail et à la féliciter de la naissance de son fils. Et il n'y est pas allé de main morte d'après la presse britannique. Dans un énorme paquet cadeau, en guise de reconnaissance, la chanteuse a reçu, entre autres, une réplique miniature de l'Aston Martin conduite par Bond, des vêtements pour bébé dessinés par le créateur des vêtements utilisés dans le film, des photos exclusives du tournage, une montre Omega et un set de verres Martini accompagné d'une lettre de sa main. Rien que ça ! Gentleman non ?

OSS 117 rencontre 007 !

James Bond à peine terminé, Daniel Craig remet le couvert. Il sera l'interprète principal du prochain film attendu de George Clooney, *The Monuments Men*. À ses côtés, un festival de têtes d'affiche : Bill Murray, Matt Damon, Cate Blanchett et... notre Jean Dujardin national ! OSS 117 aux côtés de 007. Inspiré d'une histoire vraie, le film suivra les aventures d'experts en art qui, en 1944, se sont donnés pour mission de retrouver des oeuvres volées par les nazis. George Clooney sera de la partie puisqu'il tiendra le rôle du chef de file de cette brigade. Le début du tournage est annoncé pour janvier 2013.



REPÈRES

1979 : Naissance à Londres

1998 : débute sa carrière à la télévision, dans un téléfilm puis dans la série *Wives and Daughters*

2002 : *Meurs un autre jour*

2005 : BAFTA de la meilleure actrice dans un second rôle pour son rôle dans *Rochester, le dernier des libertins*

2011 : *Johnny English, le retour*

2013 : *A long way down*, avec Pierce Brosnan

Rosamund Pike

Briser la glace...

LE MONDE NE SUFFIT PAS AVAIT VU DEUX STARS INTERNATIONALES, DENISE RICHARDS ET SOPHIE MARCEAU, SE TIRER LA BOURRE. LA MÊME ERREUR N'EST PAS COMMISE AVEC MEURS UN AUTRE JOUR. FACE À LA SUPERSTAR HALLE BERRY, LES PRODUCTEURS CONFIENT LE SECOND RÔLE FÉMININ À UNE COMÉDIENNE DÉBUTANTE, INCONNUE DU GRAND PUBLIC INTERNATIONAL. ROSAMUND PIKE DÉBARQUE AVEC SA FRAÎCHEUR ET MARQUE LES ESPRITS.



Vincent
Côte

Élégance toute britannique, charme froid et regard mystérieux... Dans *Meurs un autre jour*, le personnage bien nommé de Miranda Frost réussit à tirer son épingle du jeu grâce au talent d'une jeune comédienne de 23 ans tout juste, Rosamund Pike. D'aucuns la préfèrent même face à la débauche de sensualité, voire de vulgarité verbale, du personnage de Jinx. Un schéma et un rôle que l'on pourrait comparer à celui de *Quantum of Solace*, où une jeune actrice anglaise pétillante, Gemma Arterton, tient aussi les seconds rôles... On trouve aussi à Rosamund Pike des points communs avec une certaine Maryam d'Abo. Et pas seulement au niveau de la blondeur étincillante. Les deux femmes parlent couramment le français. Ajoutez à cela que Rosamund pratique le violoncelle et vous comprendrez que la voie de la jeune femme était toute tracée vers le monde des Bond girls.

À l'époque, elle ne réalisait pas qu'elle ferait partie pour toujours de l'histoire de la saga et qu'elle serait associée toute sa vie à James Bond. Aujourd'hui, elle voit les choses autrement : « *Maintenant, j'ai le recul par rapport à l'impact que peut avoir ce genre de production sur une carrière. Quand je regarde mon CV et que je vois le James Bond, je me dis que ça fait vraiment très cool sur mon parcours et je suis fière de faire partie de cette famille* ».

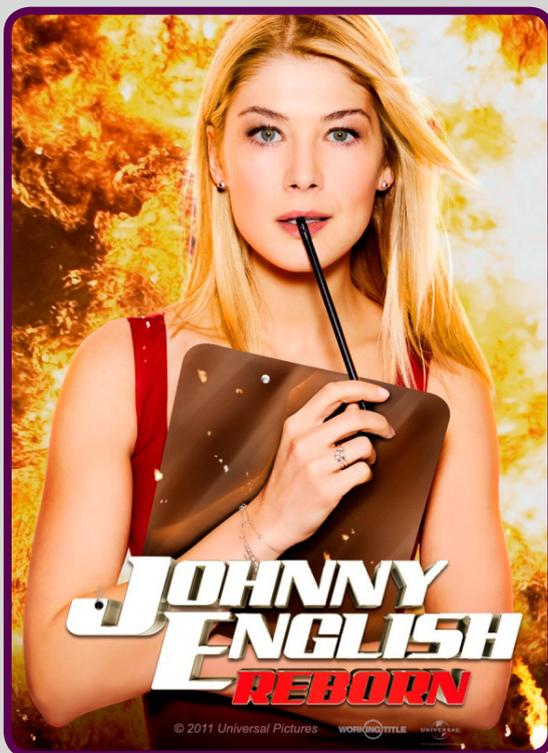
Après cette première expérience cinématographique d'envergure, Rosamund Pike a poursuivi doucement son chemin. Ayant fait ses armes au théâtre (comme nombre d'acteurs anglais) pendant sa scolarité en littérature à Oxford, elle alterne pièces et films. Au cinéma, on la retrouve en 2004 aux côtés de Johnny Depp et John Malkovitch dans *Rochester*, le

dernier des libertins. Un film d'époque. C'est aussi le cas d'*Orgueil et préjugés* en 2005 où elle donne la réplique à Keira Knightley et... Judi Dench. La même année, Rosamund Pike touche aussi à la science-fiction avec *Doom*, adapté du jeu vidéo éponyme.

Mais l'actrice ne renie pas le style de film qui l'a fait connaître : l'espionnage. En 2011, elle confirme à ceux qui en doutaient

que son expérience sur *Meurs un autre jour* a été un plaisir puisqu'elle accepte le rôle de Kate Summer dans la parodie *Johnny English, le Retour*. Psychologue comportementaliste, elle fait craquer Rowan Atkinson (on le comprend). Cette fois-ci, c'est elle la girl principale ! Enfin, en 2012 elle a tourné aux côtés d'un James Bond potentiel (du moins selon les rumeurs), Sam Worthington, dans *La Colère des Titans*, au générique duquel on trouve aussi Ralph Fiennes. Le monde du cinéma britannique est petit.

Côté vie privée, la belle a fait chavirer le cœur de plusieurs réalisateurs avec lesquels elle a travaillé. Mais depuis peu, l'actrice au teint de porcelaine partage sa vie avec Robie Uniacke, un ancien toxicomane de seize ans son aîné. Et comme elle aime les missions périlleuses, elle vient d'avoir un enfant avec lui. Mais cela ne devrait pas l'éloigner très longtemps des



plateaux de tournages.

En 2013, elle va retrouver Pierce Brosnan dans le nouveau film de Pascal Chaumeil (réalisateur du grand succès français *L'Arnacoeur*). Intitulée *A Long Way Down*, cette comédie dramatique britannico-allemande racontera l'histoire de quatre personnes déçues par leur vie et décidées à en finir qui se retrouvent sur le toit du même immeuble. Un bon moyen de briser la glace ! ■

50 ans d'imagerie bondienne

DEPUIS LES PRÉMICES DU CINÉMA, LES AFFICHES SONT CONÇUES POUR CAPTIVER L'ATTENTION DES SPECTATEURS ET LES CONDUIRE JUSQU'ÀUX SALLES OBSCURES. ELLES FURENT LE PREMIER, ET LONGTEMPS L'UNIQUE, MATÉRIEL DE PROMOTION, BIEN AVANT LA NAISSANCE DU « MARKETING ». PAR SA LONGÉVITÉ CINÉMATOGRAPHIQUE EXCEPTIONNELLE ET SON IMAGERIE PROLIFIQUE, LA SAGA BONDienne LIVRE UN FORMIDABLE TÉMOIGNAGE DE L'ÉVOLUTION SOCIALE, CULTURELLE ET ESTHÉTIQUE DE NOS SOCIÉTÉS.



Pierre
Fabry

Mystérieuses, aguichantes, exotiques, expression du chaos ou de la beauté, les affiches bondiennes sont la quintessence de l'art pictural cinématographique. Ses artisans de l'ombre soigneusement sélectionnés par les studios sont des designers au trait de crayon réaliste et percutant, venus bien souvent de la publicité. Méconnus du grand public, Franck Mc Carthy, Bob Peak, Daniel Gouzee n'en sont pas moins des artistes accomplis. D'emblée, ils sont parvenus à capter l'essence même de 007 et de son univers luxuriant.

Au départ, l'esthétique bondienne est le fait de deux hommes, deux designers attachés à la publicité : Maurice Binder et Robert Browjohn. Le premier conçoit le gunbarrel puis, plus tard, les génériques ; le second imagine projeter la titraillie et les crédits du film sur le corps doré d'une danseuse orientale. Il conçoit aussi les affiches américaines qui en découlent... Ces premiers films, auquel il faut inclure la conception du gun logo symbol (cf. encadré), posent les bases de l'univers esthétique du héros reconnaissable entre tous. Les aventures suivantes ne seront que la déclinaison voire l'extrapolation de ces idées simples, mais d'une nouveauté absolue au début des années 60.

Nombre de visuels bondiens font désormais partie de la culture populaire mondiale. Au même titre que les images de Terence Young, les répliques de Richard Maibaum, les musiques de John Barry, les décors de Ken Adam, la pose de Sean Connery devant le photographe Eric Pulford pour *Dr. No*, le gunbarrel et les génériques de Maurice Binder ou la golden girl de Robert Browjohn « sont » Bond.

Pourtant rien de prémédité. Aux origines, la composition des visuels et l'ordonnement de la campagne publicitaire ont tout de l'artisanat, comme en témoigne David Chasman qui contribua aux campagnes des premiers films : « *Au début et vers le milieu des années 60, la télévision était un outil publicitaire assez mineur ; tout passait par la publicité imprimée et on travaillait avec des moyens assez simples. Nous avons introduit plusieurs innovations, comme lire le script avant le tournage pour avoir une idée de ce que nous voulions photographier dans le cadre de la campagne de pub. Avec Bond, c'était de toute évidence le glamour, les paysages exotiques et les superbes créatures féminines. Les agences de pub avaient des idées, les producteurs en avaient aussi, j'apportais des concepts, et ainsi de suite. Il est impossible d'attribuer une pub donnée à une seule personne : c'était vraiment du travail de groupe* ».

Tout débute donc par une série de clichés des comédiens, « on » ou « backstage », et la lecture du scénario : premières sources d'inspiration des dessinateurs. Photographes, publicistes, dessinateurs, services marketing contribuent ensuite de concert à la composition. Suivent des dizaines d'esquisses : le choix final appartient au studio distributeur et à Eon Productions.

Première révolution aux détours des années 60, avec l'introduction d'éléments photographiques. En France, aux grands formats en couleur (120x160 cm), qui font l'objet d'une œuvre originale, les distributeurs adjoignent des affiches de petite taille (80x60 cm) composées à partir de clichés en noir et blanc.





Si les toutes premières affiches sont en sérigraphie, la lithographie puis l'offset lui succèdent rapidement. Parallèlement, la photo fait irruption. Peu à peu les process se rationalisent. Pour James Bond, les premières traces de standardisation surviennent à l'orée des années 70. *Les diamants sont éternels* et plus encore *Vivre et laisser mourir* sonnent le glas de la différenciation visuelle. Les éléments communs à toutes les affiches se multiplient. Connery puis Moore entourés de girls se retrouvent dans les mêmes poses de l'Amérique du Nord à l'Espagne, du Chili à la Suède. Pis encore, *Vivre et laisser mourir* et *L'homme au pistolet d'or* mettent en scène la même silhouette Moorienne, au milieu d'un ordonnancement identique de girls, de méchants et de scènes d'action. Les canons (et l'affadissement scénaristique ?) de la « Bond formula » s'inscrivent dans son imagerie.

Une saga emblématique

Dès lors, les affiches se standardisent pour être produites en plus grande quantité selon des procédés d'imprimerie industrialisés.

Cette évolution coïncide avec l'arrivée de Timothy Dalton dans la saga en 1987. L'affiche britannique de *Tuer n'est pas jouer* est la dernière « dessinée », tandis que ses versions internationales sont les premières à introduire la photographie. *Permis de tuer* confirme cette orientation par un visuel très peu bondien où, en prime, pour la première fois, 007 délaisse son smoking et la pose traditionnelle. Le visuel est le reflet de cette aventure et préfigure le box office :

Bond n'est plus dans Bond, le héros s'est banalisé. Dès lors, la photographie sera la seule composante des affiches. Les photographes, les graphistes et les maquettistes prennent la place des illustrateurs.

Par sa longévité unique, la saga bondienne est un témoignage vivant de ces bouleversements techniques et marketing. Mais aussi et surtout de l'évolution de nos sociétés. Bond est un marqueur culturel qui fixe sur papier, au gré des continents et des époques, les censures, l'exotisme, les objets de plaisir. Depuis les bikinis des Bond girls rhabillées de *Dr. No* jusqu'à la censure du pourtant chaste postérieur de *Rien que pour vos yeux*, en passant par les jambes dévoilées d'*Octopussy* ou les muscles et la gorge de Grace Jones dans *Dangereusement vôtre*. Gun, girls, bolides et scènes d'action sont les identifiants du monde bondien. Longtemps, l'affiche de quelque partie du monde qu'elle soit les reprend, c'est la « bond touch ». L'unité dans la diversité en somme.

Aujourd'hui, pour faire vendre les affiches sont allusives et épurées, jusqu'à adopter des chartes graphiques et des titrailes identiques. L'ère Dalton avait inauguré le « no sex » et la (bond)girlfriend unique... Le politiquement correct a tâté fait d'évacuer ce qu'il reste de créativité. Bond n'y échappe pas. Depuis le début de l'ère Craig, les identifiants du monde bondien ont désertés. Costume sombre, solitude, mine taciturne, les temps sont rudes.

La mondialisation a raison de la créativité propre à la culture de chaque pays. Les éléments graphiques sont transposés d'un pays à l'autre sous contrôle d'Eon et du studio, garants de la continuité du mythe. Pourtant des facteurs de différenciation



subsistent. Dès les années 60-70, les posters italiens sont par exemple nettement plus sexy que ceux d'Amérique du Nord. Les Japonais demeurent les adeptes de la composition du photomontage et de l'originalité... Pour Bond, le choix qui préside aux visuels, à l'utilisation de la télévision ou du Net tient encore à la culture de chaque pays. Et désormais, les acteurs, Pierce Brosnan et Daniel Craig en l'occurrence (et surtout leurs agents), ont leur mot à dire.

Passées toutes ces épreuves, reste la plus terrible : le marketing. Comme sa bande-annonce et son titre, une affiche de film est codée et testée : soumise à des panels de consommateurs en moyenne quatre mois avant la sortie. La part de création artistique se trouve de fait réduite à la portion congrue, comme le confirme Anne Bennett, qui fut en charge du marketing chez Eon jusqu'en 2008 : « Pour Meurs un autre jour, nous voulions abandonner l'image de Bond entouré de femmes. Nous avons étudié des centaines de concepts. Nous avons fait des séances photo spéciales. Aux USA, ils ont mis sur pied une campagne télé assez lourde. Dans d'autres pays, les affiches sont plus importantes. Pour le Japon, nous avons trouvé à New York un jeune concepteur qui a imaginé un look destiné au jeune public, et l'image du film s'en est trouvée améliorée ». L'objectif ultime n'est-il pas d'atteindre la cible et de persuader les spectateurs de venir en salles ?

Depuis 50 ans, Bond a survécu aux modes et aux passions fugaces. Mais l'économie du cinéma pourrait avoir raison de son exubérance visuelle. Les experts du 7^e art prédisent qu'il n'y aura plus d'affiches d'ici cinq ans. La pellicule a déjà disparue... Alors demain des affiches numériques, déclinées pour les ordinateurs

et les « smartphone » ? Les panneaux Decaux ont déjà ouverts la voie dans le métro parisien et dans les plus grandes villes... Le papier serait réservé à des produits collectors ou d'exception. Comme l'affiche d'un certain cinquantenaire... ■

Sources : NOURMAND, Tony, *The Official 007 Collection James Bond Movie Poster*, Boxtree, 2001. BOUZEREAU, Laurent, *James Bond, l'art d'une légende : du story board au grand écran*, Flammarion, 2006.

You know the number

Emblème déposé et protégé, le gun logo symbol est « la » marque de 007. Il fut créé en 1961 par Joseph Caroff. C'est en découvrant la forme d'un Beretta exposé dans une bibliothèque de son quartier que l'idée vint au designer : prolonger le « 7 » de 007 en un canon de revolver, le pied du chiffre constituant la crosse de l'arme. Mandaté par United Artists pour imaginer l'univers graphique du dossier de presse de *Dr. No*, Caroff introduisit sa trouvaille. Adopté rapidement par le public, dès lors, avec la sortie de *Boris baisers de Russie*, il fut utilisé comme base créative du poster britannique du film. Remanié et modernisé dans les années 70, 80 puis 2000, adapté à la titraille de chaque film, le symbole du héros a survécu au temps. Il est désormais reconnu dans le monde entier.

Bond designers

Donald E. Smolen. Boris Grinsson : *Dr. No, Bons baisers de Russie*. Jean Mascii : *Goldfinger* (France). Yves Thos : *On Her Majesty's Secret Service, Festival James Bond* (France). Franck Mc Carthy : *Thunderball, You Only Live Twice, On Her Majesty's Secret Service*. Robert Mc Ginnis : *Thunderball, Diamonds Are Forever, Live And Let Die, The Man With The Golden Gun*. Bob Peak : *The Spy Who Loved Me*. Renato Casaro : *Octopussy, Never Say Never Again*. Dan Gouzee : *Moonraker, A View To A Kill*. Bryan Bysouth / Keith Hampshire : *The Living Daylights*. Jim McCrary / Jeffrey Bacon : *The Living Daylights*. Tony Synegar, Keith Hampshire & Douglas Kirkland : *Licence To Kill*. Diane Reynolds : *The World Is Not Enough*



Affiches & cinéma

Dès les premiers temps du cinéma, celui du muet, les affiches reflètent les courants artistiques de l'époque : le futurisme irradie *Métropolis*, l'inquiétante étrangeté de l'expressionnisme est tout entière dans *Le cabinet du Docteur Caligari*. Le métier d'affichiste s'épanouit.

En ce temps là, les affiches sont conçues par les studios en petites quantités. Elles suivent les films de cinéma en cinéma pour être détruites ensuite. Juste une infime partie d'entre elles survit. Signe de reconnaissance, en France, les affiches sont déjà signées de leurs auteurs, et il existe dans notre pays un droit de l'affichiste.

Aux États-Unis, elles sont la propriété des studios. Et à partir des années 40, ce sont leurs services marketing qui prennent en charge la création dans le cadre de campagnes promotionnelles stratégisées, au même titre aujourd'hui que les bandes annonces, les PLV et tous autres objets de promotions prêtés aux salles de cinéma le temps de la sortie du film.

Produit en plus grande quantité à mesure que l'engouement pour le cinéma et ses stars grandit, ce matériel demeure la propriété du distributeur qui le récupère « en théorie », le film passé, pour le détruire. C'est sans compter le marché parallèle qui s'est développé fort de l'intérêt de collectionneurs aguerris et de fans.



3 questions à : Alain Bossuyt

GRAPHISTE PROFESSIONNEL DEPUIS 1994, ALAIN BOSSUYT S'EST EMPARÉ DES VISUELS BONDIENS ET DE L'HÉRITAGE LÉGUÉ PAR LES PLUS GRANDS GRAPHISTES DU CINÉMA POUR REVISITER LES AFFICHES DES FILMS DE LA SAGA. AVEC SON ŒIL EXPERT, IL REVIENT POUR NOUS SUR CE QUI FAIT L'ESTHÉTIQUE BONDIENNE.

Le Bond. Pourquoi avoir choisi de revisiter l'imagerie bondienne ?

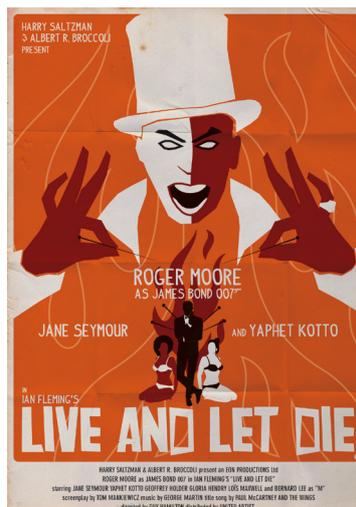
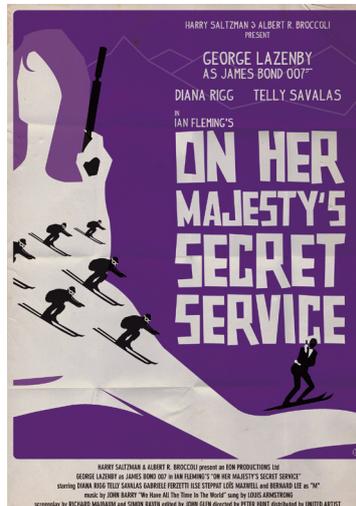
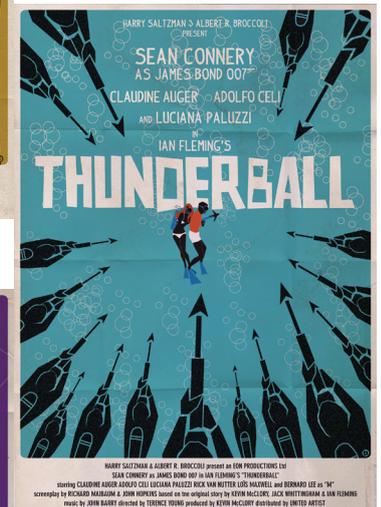
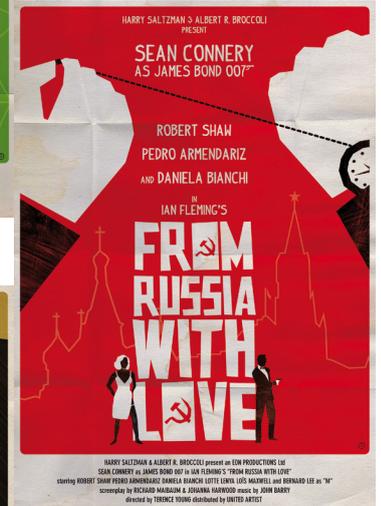
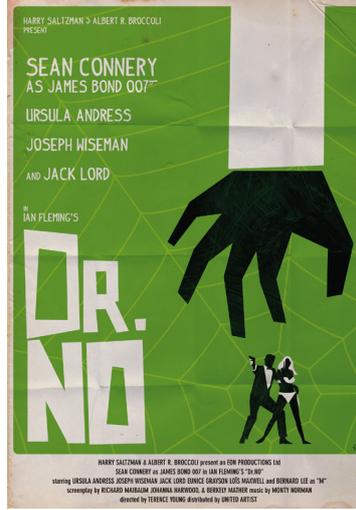
Alain Bossuyt. Il y a tout d'abord le courant des affiches "fan arts" ou "revisitées" qui s'est développé sur le net depuis quelques années, qui sont souvent réalisées par des graphistes. Touchant à la fois à ma profession et à ma passion pour le 7^e art, cela m'a donné envie de me lancer aussi. Curieusement, j'ai constaté que peu d'artistes s'étaient intéressés à la série des James Bond. Le déclic s'est produit sans que je m'en aperçoive vraiment : l'idée d'une première affiche, celle de *Dr. No* s'est imposée, avec la main noire représentée comme une araignée... L'envie de m'attaquer à l'ensemble des films a suivi naturellement ! En parallèle, je réalise aussi d'autres posters fan arts, pour d'autres films et avec d'autres styles graphiques...

Le Bond. Votre travail n'est pourtant pas « bondien », on sent plutôt l'influence de Saul Bass... Quels sont vos références et vos affiches « fétiches » ?

Alain Bossuyt. Oui, bien évidemment, Saul Bass m'a grandement inspiré. Mais j'ai toujours trouvé que Bass n'était pas si éloigné que cela de l'univers Bondien, surtout celui "vintage" des années 60. D'ailleurs, Maurice Binder, qui a imposé sa griffe sur les génériques des films 007, venait lui aussi du monde de la publicité, comme Saul Bass. Prenez le générique de *Dr. No* avec ses pastilles de couleurs sur fond noir, c'est assez proche, dans un style à la fois épuré mais marquant, des génériques que Bass fit pour Hitchcock... Les créations sublimes de Bass et Binder, que ce soit en termes d'affiches ou de génériques d'introduction ne cessent de m'inspirer. Je suis très friand de leurs styles. Les affiches de Bass, *Autopsie d'un meurtre* ou *West Side Story*, ou ses génériques, *Vertigo* ou *Psycho*, restent des références à mes yeux.

Le Bond. Quel regard portez-vous sur l'héritage graphique et pictural de 007, son apport et sur les créations bondiennes d'aujourd'hui ?

Alain Bossuyt. Un regard grandement admiratif ! Les créateurs de la série ont su dès le début offrir au public des films de qualité, avec un souci du détail et un soin tout particulier apportés à la partie "graphique" des films. Aujourd'hui, on a de très bonnes choses, et loin de moi l'idée de dénigrer les logiciels utilisés pour les créations récentes, mais une certaine magie a disparue. D'ailleurs, cette nostalgie d'un certain « classicisme » dans le traitement des affiches a donné envie à toute une génération de graphistes de les réinterpréter... Cependant, je trouve que le travail fait sur les affiches de *Skyfall* est vraiment bon : c'est assez épuré mais très efficace. On sent que Bond est au cœur du propos du film. ■



Un autre jour



Vincent
Côte

IL Y A LES FANS LAMBDA ET LES INCONDITIONNELS. LES SECONDS NE SONT JAMAIS QUE DES FANS LAMBDA QUI, UN JOUR, ONT EU UN DÉCLIC ET SE PERMETTENT AUJOURD'HUI PLUS DE SÉVÉRITÉ OU DE CLÉMENCE ENVERS LA SAGA SELON LA SITUATION. J'ÉTAIS UN FAN LAMBDA. ALLEZ SAVOIR POURQUOI, MON DÉCLIC S'EST PRODUIT PEU AVANT *MEURS UN AUTRE JOUR*. LE 20^e ÉPISODE DE LA SAGA EST DEvenu DE FAIT LE PREMIER JAMES BOND DONT J'AI ACTIVEMENT SUIVI LA NAISSANCE, BIEN AIDÉ PAR UN WEB DE PLUS EN PLUS EFFICACE POUR RELAYER LA MOINDRE INFORMATION SUR LE TOURNAGE.

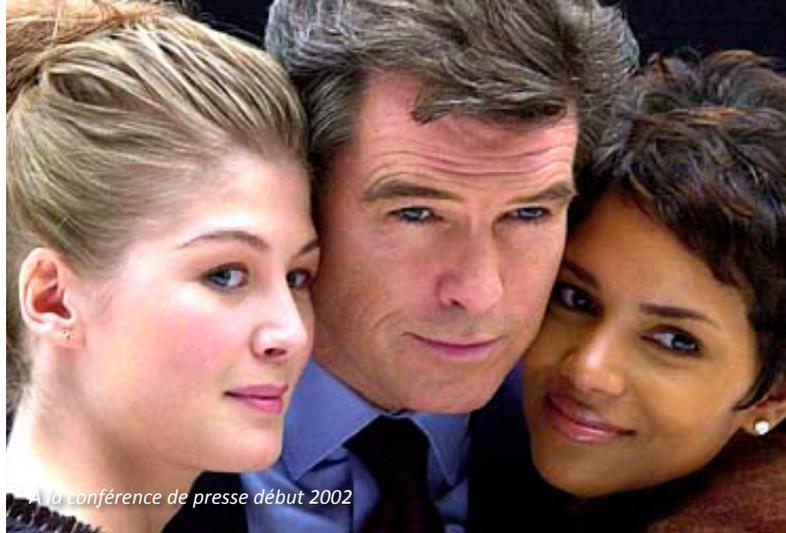
Nous sommes fin 2001. À l'époque, les rumeurs circulent. On parle de Whitney Houston pour le rôle féminin qui reviendra à Halle Berry. Le colosse Arnold Vosloo (*La Momie*) est évoqué, sans doute pour le personnage qui deviendra Zao. Le rôle de Gala Brand (hommage au livre *Moonraker*) est finalement rebaptisé Miranda Frost. Quand vient la conférence de presse, début 2002, on découvre enfin l'équipe : Halle Berry, Rosamund Pike, Rick Yune, Toby Stephens et... l'Aston Martin Vanquish en grande star. Le titre n'est pas encore connu. L'appellation *Bond 20* restera utilisée un certain temps, histoire de marquer les esprits en cette année de 40^e anniversaire... Les rumeurs tablent sur *Beyond the ice*, c'est finalement *Die another day* qui sera le titre du film, traduit en français (pour la dernière fois à ce jour) par *Meurs un autre jour*.

Tout va ensuite très vite. Étalé sur toute l'année 2002, le tournage conduit l'équipe du film en Islande, en Espagne, et bien sûr en Angleterre pour beaucoup plus de scènes qu'il n'y paraît. Pierce Brosnan se casse le genou sur le tournage de la scène des Hovercrafts. Halle Berry se prend une poussière dans l'œil en Espagne et doit être emmenée à l'hôpital. Tout cela allègrement amplifié par la presse. Une première bande-annonce apparaît. Puis une deuxième, très prometteuse.

Le jour de la projection arrive enfin. Le film en met plein la vue. Le pré-générique est rythmé et le générique est inédit puisqu'il intègre des scènes à part entière de l'intrigue. On découvre ensuite Bond barbu (question barbe, Daniel Craig peut se rhabiller). Puis toute la première partie nous plonge dans une atmosphère typiquement bondienne faite de destinations exotiques, d'espions chinois, de belles créatures sur la plage. Parmi elles, Halle Berry bien sûr. Oscarisée pendant le tournage pour son rôle dans le film *À l'ombre de la haine* réalisé par Marc Forster (qui dirigera *Quantum of Solace* six ans plus tard...), Halle Berry est au sommet de sa gloire. Et elle porte le statut de James Bond girl également au sommet. Jamais personnage féminin n'avait autant été l'égal de Bond. La belle est même à côté de Pierce Brosnan sur les affiches. Dans l'euphorie, une série de films avec le personnage de Jinx est même envisagée avant d'être oubliée.

La suite du film comble aussi le fan que je suis. Décors grandioses, action à haute dose et tous les clichés que le grand public est en droit d'attendre, amplifiés par les références aux autres films de la saga. *Meurs un autre jour* semble parfait. Mais, pris dans son élan de gigantisme, le film semble s'emballer et ne plus s'arrêter dans l'excès. Excès du scénario, excès d'effets spéciaux, excès de promo... À tel point que certains rires des spectateurs dans la salle sont plutôt inquiétants : est-ce vraiment drôle de voir 007 échapper à la mort en surfant sur une vague virtuelle provoquée par un tsunami d'images numériques ? Bref, un mélange des genres plutôt dérangeant pour les inconditionnels mais qui passe finalement sans encombre pour les fans lambda pris dans le tourbillon du film.

Et moi, encore à mi-chemin entre ces deux statuts, je décidais d'attendre la sortie du James Bond suivant avant de juger celui-ci. Voilà sans doute pourquoi *Meurs un autre jour* est aujourd'hui si décrié : parce que, quatre ans plus tard, le chef d'œuvre *Casino Royale* allait enfin remettre d'accord inconditionnels et fans lambda. ■



À la conférence de presse début 2002



Brosnan sur le tournage d'une scène dangereuse



Mémorables, les méchants



Avant-première Royale, fin 2002



Bond : a work in progress

Frédéric Albert
Lévy



Comme tout Bond, *Meurs un autre jour* doit être considéré comme le maillon d'une chaîne. Le Président du James Bond Club France l'a dit dans une interview et a eu raison de le dire : « *Un fan ne choisit pas.* » Bien sûr, nous avons chacun une préférence pour tel ou tel interprète de Bond, pour tel ou tel film de la série. Bien sûr, nous sommes tous persuadés que *L'homme au pistolet d'or* est certainement le plus mauvais épisode (tout, y compris la musique de John Barry, y est dépourvu d'invention).

Mais, franchement, c'est oublier l'essentiel, à savoir que la série des Bond est... une série, et qu'elle doit être considérée comme un tout. Ou, pour dire la même chose à l'envers, il est très difficile de trouver un seul film — à part *Dr. No*, peut-être — qui puisse être considéré isolément. Admettons que *Skyfall* soit « le meilleur des Bond », comme ont dû l'affirmer une bonne vingtaine de journaux ou de magazines français débordants d'imagination. C'est d'ailleurs sans doute exact. Mais quelle est la séquence qui provoque un véritable frémissement dans la salle ? Celle où Bond exhume de son garage l'Aston Martin... de *Goldfinger*. Bond, c'est donc d'un film à l'autre, et de plus en plus avec le temps qui passe, tout un jeu de références. Nous pourrions parler aussi de telle idée conçue à l'origine pour un épisode et finalement



recyclée dans tel autre (le pré-générique des *Diamants sont éternels*, avec sa fabrique de duplicata de Blofeld, s'inspire d'un projet qui avait été vaguement envisagé pour justifier la métamorphose de Sean Connery en George Lazenby). Toutes ces références seraient vaines si elles étaient purement bondiennes, mais elles rejoignent ce qui fait l'essence même de la réussite de Bond : son inscription dans l'histoire contemporaine. Et l'histoire, nous le savons bien, si elle est progression, n'en est pas moins remplie de redites, d'échos, d'à-coups, de réécritures...

Il est impossible de (re-)voir aujourd'hui *Meurs un autre jour* autrement qu'à travers le filtre *Skyfall*, mais, encore une fois, il ne s'agit pas tant de comparer les deux films que de voir comment le premier peut être envisagé comme le brouillon — au sens noble du terme — du second. Comme nous ne pouvons entrer ici dans les détails, nous retiendrons seulement trois choses : 1. Tous les deux marquent des anniversaires (le quarantième pour *Meurs un autre jour*, le cinquantième pour *Skyfall*) et sont remplis de références aux épisodes précédents. 2. Tous les deux ont un pré-générique qui fait partie intégrante de l'intrigue, celle-ci se fondant sur la résurrection d'un Bond laissé pour mort, ou presque, dans celui-là. 3. Tous les deux posent dans leur construction la question des rapports complexes entre Bond et M, avec manipulation, sinon trahison du premier par celle-ci. À ces trois mousquetaires, nous pouvons en ajouter un quatrième, légèrement crypté : les initiales de *Die Another Day* donnent DAD (autrement dit Papa, en anglais) ; et dans *Skyfall* M est ouvertement présentée et définie comme la maman des agents du MI6...

Le défaut de *Meurs un autre jour*, c'est de vouloir en faire trop. Quand *Skyfall* fait réapparaître l'Aston Martin, *Meurs un autre jour* pensait nous séduire avec une voiture invisible — idée raillée à juste titre par Roger Moore, excédé qu'on puisse lui reprocher d'avoir ôté à Bond ce qu'il pouvait avoir de sérieux —, qui d'une certaine manière était à l'image de l'effacement du personnage. La reprise du parachute Union Jack, par exemple, était certes amusante, mais comme cette image s'appliquait là au méchant, elle dévalorisait

rétroactivement la géniale trouvaille du pré-générique de *L'espion qui m'aimait*. Autre incohérence : les séquences de torture présentées de manière parfois assez pénibles dans le générique (avec la chanson syncopée de Madonna évoquant des difficultés respiratoires) semblaient nous orienter vers une intrigue réaliste, mais dix minutes plus tard, Bond, assez peu amaigri par tous ces traitements, redevenait Bond en un clin d'œil grâce à une excellente coupe de cheveux et à quelques chemises de luxe. Autre suprême injure : M disait

froidement à Bond, dès le début, qu'elle regrettait l'échange qui avait permis d'assurer sa libération, puisque c'était, selon elle, une très mauvaise affaire.

Même question, de manière obsessionnelle même, dans *Skyfall* (« *Take the bloody shot!* »), mais, dans *Skyfall*, M, grâce au talent de Judi Dench (et de son metteur en scène), laisse percer un conflit intérieur : calcul mathématique d'un côté (le même, donc, que dans *Meurs un autre jour*), mais de l'autre une réelle affection pour Bond. D'ailleurs, l'injonction « *Take the bloody shot!* » est peut-être l'expression de sa volonté d'en finir, tant la situation lui paraît insupportable.

Résumons : *Meurs un autre jour*, en ressortant à l'envi la mythologie Bond (une bonne quarantaine de citations, suivant les spécialistes), avait un peu oublié et « gelé » Bond (et du coup le malheureux Pierce Brosnan, qui a été bien naïf de s'étonner quand on l'a remercié après cela) ; *Skyfall* a eu l'intelligence de revisiter la mythologie, mais sans jamais lâcher le personnage, en voyant tout à travers lui. La définition qu'Umberto Eco avait pu donner des romans de Fleming, « une combinatoire narrative », n'est donc plus de

mise ici. Finalement, les films se trouvent au bout d'un demi-siècle dans l'obligation dans laquelle Fleming avait fini par se retrouver lui-même à partir d'un certain moment : Bond avait été conçu a priori comme un simple instrument ; il fallut peu à peu faire de lui un véritable personnage, s'interrogeant même parfois sur la validité de son métier. Bref, porteur d'une contradiction porteuse d'humanité.

Skyfall est donc un film bien plus achevé que *Meurs un autre jour*, mais *Skyfall* n'est pas vraiment tombé du ciel : il est le fils de ce *Meurs un autre jour*. ■



Gentleman driver

L'ADOLESCENCE EST SOUVENT LA PÉRIODE À LAQUELLE NAISSENT LES PASSIONS : SPORT, VOYAGES, ART... POUR MOI, CE FÛT LE CINÉMA ET L'AUTOMOBILE. ET LES FILMS DE JAMES BOND M'ONT PERMIS DE CONCILIER LES DEUX : VISIONNER PENDANT PRÈS DE DEUX HEURES DES ACTEURS EXTRAORDINAIRES PILOTANT DES BOLIDES QUI L'ÉTAIENT TOUT AUTANT.

Pierre
Dal Molin



À l'occasion des 50 ans de notre espion favori au cinéma, le National Motor Museum de Beaulieu, au sud de l'Angleterre (cf. *Le Bond* n°26) présente les véhicules ayant servi aux tournages de nombreux opus.

Le slogan est simple : « Bond in Motion, 50 vehicles, 50 years ». On y trouve de tout : voitures bien sûr, mais aussi motos, bateaux, le jet pack d'*Opération tonnerre*, le « croco-sous-marin » d'*Octopussy* ainsi que nombreux accessoires.

L'exposition n'a pas d'ordre précis mais essaie de réunir les véhicules d'un même film. De nombreux rétroprojecteurs et écran plats projettent des extraits de films et des interviews. C'est à ce moment précis que je comprends que j'ai la chance d'admirer, voire de toucher (même si c'est interdit...), les véhicules utilisés par Sean Connery, Roger Moore, Daniel Craig et compagnie !

On trouve aussi un pan de mur entier consacré aux maquettes et accessoires ayant servis dans *Le monde ne suffit pas* et *Meurs un autre jour*. On y trouve d'ailleurs le passeport de Pierce Brosnan avec son adresse à Londres...

L'exposition permet aussi d'apprendre que la plupart des véhicules appartiennent soit à Eon Productions, soit aux constructeurs. Rares sont les (chanceux) collectionneurs privés... Mais bon, sait-on jamais, si je travaille bien à l'école... Dix ans après la rétrospective des 40 ans à Londres, l'exposition s'achève, et bien sûr, le porte-monnaie s'ouvre... Voilà, le premier de mes 007 rêves bondien est réalisé. Avec la sortie de *Skyfall*, je suis passé au suivant ! L'exposition est prolongée jusqu'en 2014. ■



Anniversaire

DIX ANS DE RÉFLEXION

Luc
Le Clech



Partie 3 : 2008-2012

COMME UN ANNIVERSAIRE N'ARRIVE JAMAIS SEUL... OUTRE SON PROPRE CINQUANTAIRE, NOTRE PRÉSIDENT FÊTE CETTE ANNÉE « SES » DIX ANS À LA TÊTE DU CLUB. LOIN D'UN PÈLERINAGE DE VIEUX C... OU D'UN MONUMENT ÉRIGÉ À SA GLOIRE (NON USURPÉE), L'OCCASION POUR CHACUN DE REVIVRE DES PAGES GLORIEUSES (OU MOINS) DE L'AVENTURE DES FANS DE 007 EN FRANCE ET DE SE REMÉMORER QUELQUES GRANDS MOMENTS PARTAGÉS AUTOUR DU DESTIN DE NOTRE HÉROS FAVORI.

2008 fut une année assez calme. Avec l'expérience, je me rends compte que, lorsqu'un film sort, il suffit de se laisser porter par la vague... Et la vague est de plus en plus forte à chaque film. À l'encontre de *Casino Royale*, nous n'avons pas été invités sur le tournage de *Quantum of Solace* à Pinewood. Mais, grande surprise, le Club reçoit en septembre un mail pour un « junket » à Londres afin de rencontrer toute l'équipe

Lors du luxueux déjeuner que je partage à ses côtés, elle me confie que son premier Bond en tant que salarié d'Eon fût *Octopussy* et qu'en pleine guerre des Bond elle n'avait pas démarré par le plus simple. Anne nous présente sa remplaçante, Stephanie Weinborn encore aujourd'hui en charge de la communication d'Eon. Petit aparté, aujourd'hui pour toutes les demandes émanant du Club, je passe exclusivement par Sony France qui transmet ou me répond directement... No comment. Mais cette journée très riche m'a surtout permis de rencontrer Daniel Craig. Trente minutes de très (très) près. Mes articles de l'époque sont les meilleurs témoignages de mon impression plus que positive sur l'acteur et l'homme. Cette journée me confirme alors que les clubs et gros sites Bondiens ont pour Eon une grande importance. L'école Lucas Film a fait son chemin. Pour le Club, l'année 2008 est aussi celle d'un nouvel opus



Avec Caterina Murino



À l'avant-première de Quantum

du film. Toute, enfin presque... Daniel Craig, Marc Forster, Barbara Broccoli et Michael Wilson. Je suis accompagné de mes homologues allemands, anglais et de CommanderBond.com. Nous voici dans une salle de projection privée propriété de Sony où, après nous avoir confisqué nos téléphones et appareils électroniques, nous est projeté un footage de quinze minutes. Extraits montés dans le désordre afin que nous ne puissions raconter la trame de l'histoire. Toujours accompagnés de Rosie Moutrie, Marketing Coordinator. Je ne sais s'il vous arrive de succomber au charme de la gente féminine... mais Rosie c'est un peu Uma Thurman, en plus jeune : journée enthousiasmante. Rosie nous conduit dans une suite où nous attend un breakfast à l'anglaise. Elle nous laisse avec Anne Bennett dont *Quantum* sera le dernier film avant son départ en retraite.

d'*Archives 007* consacré aux méchants de James Bond écrit par Philippe Lombard. Une petite nouvelle, Sandrine Davy, fait son entrée dans l'équipe. Sandrine a la fastidieuse et méconnue mission de relire et corriger toutes nos publications avant impression. Essentiel. Travail parfait tout de minutie et de qualité. Merci ma belle.

De la mire à la mort

En dehors de la sortie de *Quantum*, l'autre événement était la venue de notre Parrain à Paris pour la promotion de ses mémoires. Les membres du Club étaient venus en force soutenir Roger lors de l'émission de Michel Drucker, *Vivement Dimanche*... Huit heures d'enregistrement et l'impossibilité



Maryam d'Abo et John Glen réunis grâce au Club au Touquet en 2011.



Avec John Glen à Chantilly en 2010



d'approcher Roger, à attendre que ces gens de la télé aient fini de se faire des fleurs. Les amis présents savent de quoi je parle. Une vraie journée mortelle mais avec le plaisir d'être ensemble. La première de *Quantum* fut une belle fête. Nous avons réussi à faire entrer tous ceux qui avaient souhaités être présents pour cet événement. Outre le fait d'apercevoir toute l'équipe quelques minutes, ce fut un excellent moment pour lier connaissance avec de nouveaux héros de la saga, comme Sébastien Foucan qui nous apporta ensuite avec générosité et simplicité tout son soutien sur plusieurs événements.

Quelques mois plus tard, autre événement de taille avec la soirée *Casino Royale* au casino d'Enghien en présence de Caterina Murino et le partenariat du groupe Barrière. Partie de poker jusqu'au bout de la nuit et très belle soirée. Mon seul regret : que trop peu d'entre vous ait pu nous rejoindre ce jour-là.

En cette même année 2009, un jeune padawan (devenu Jedi depuis) me transmet un prototype de nouvelle maquette pour notre magazine *Le Bond*. Un projet frais, dynamique et surtout complètement en phase avec la réflexion que nous avons lancée avec Pierre Fabry. *Le Bond* dans son ancienne formule était un mixe certes organisé mais sans véritable charte graphique ni ligne rédactionnelle dynamique. De plus, le canevas que Sébastien Triopon utilisait depuis longtemps était arrivé au maximum de ses possibilités.

Sébastien pris comme un soulagement de se dégager de la mise en page du *Le Bond* car sa vie avait quelque peu changé... Il était temps de passer la main. Merci mon pote de cette aide que tu nous as apporté pendant si longtemps. Place aux plus jeunes et au renouveau. Vincent Côte devient en mars 2010 le maître d'œuvre du nouveau *Le Bond*, refondu à 100%. Nouvelle mise en page, nouveau logo, nouvelles rubriques, nouveau papier... Du grand art, à ce jour inégalé. Bravo Messieurs.

Le premier numéro avec Olga Kurylenko en couverture, que j'avais rencontrée en début d'année, nous permit d'entrer en relation avec le photographe Cédric Van Mol qui gentiment nous offrit la magnifique photo de Une que vous connaissez. Hélas, 2010 est aussi l'année de la triste disparition de Martin Grace. J'espère que nous avons dignement rendu hommage à ce grand cœur et ce grand monsieur du cinéma qui apporta tant à la saga.

Bons baisers de Chantilly

Douze ans après notre première AG du Club 007, et pour les 25 ans de *Dangereusement vôtre*, je glisse en début d'année à l'oreille des plus hautes autorités de la ville de Chantilly qu'il serait dommage de se priver de l'occasion de fêter le tournage du film sur site...

C'est ainsi qu'en septembre, après beaucoup de travail, nous organisons une journée d'exception en présence de John Glen qui, 25 ans après, revint sur le site du tournage. John est juste l'ami dont nous rêvions, une rencontre qui m'a beaucoup marqué non par les centaines d'histoires qu'il a nous contées sur 007, mais plutôt par son humilité, son accessibilité et son extrême gentillesse. Clou du spectacle : *Dangereusement vôtre* est projeté devant 1 200 personnes dans les tribunes du champ de course. Un souvenir très fort encore aujourd'hui pour tous ceux qui étaient présents.

Quelques semaines plus tard, me voici à Londres à l'occasion de la vente de la DB5 de *Goldfinger*. J'ai rarement vu une voiture d'occasion se vendre... 4 million de dollars. Une fois encore j'ai pris toute la mesure de la grandeur du mythe. Cela me surprendra toujours...

En décembre, nous concluons cette année rare par un festival James Bond organisé totalement par le Club. Comme le dit si bien Olivier Lebaz, nous surfons sur la vague du succès. John Glen est de retour, cette fois accompagné du grand Guy Hamilton. Neuf films à eux deux. Mais surtout des artisans du cinéma passionnés par leur métier. Merci également à Sébastien Foucan, Steven Saltzman et Richard Sammel qui complétaient ce plateau idyllique.

La joie est de courte durée. 2011 démarre avec la disparition de John Barry. Cela nous rappelle que 007 au cinéma approche de la cinquantaine et nombre de fondateurs du mythe ont largement dépassé les 70 ans.

Une autre opportunité se profile alors... La ville du Touquet nous propose de faire l'ouverture de sa British Week : une très belle occasion pour nous de déployer notre savoir-faire en nous appuyant sur des institutions qui ont les moyens matériels de promouvoir ce type d'événements. Une idée me trottait depuis longtemps dans la tête : réunir Maryam D'Abo et John Glen, encore lui. Un événement qui marqua aussi la vie du Club. Un grand merci à Axel de Beaumont de nous avoir confié « sa » ville 48h... et d'être désormais parmi les adhérents de l'association.

Le tournage de *Bond 23* s'annonce. La production de *Skyfall* commence dans les premiers mois de 2012 après bien des péripéties. Quant à la suite... vous venez de la vivre !

Voilà dix ans que vous me renouvez votre confiance. Par moment, j'ai véritablement l'impression d'avoir fait le tour du sujet. Le sentiment aussi que votre attente est de plus en plus impatiente et difficile à satisfaire. Quel événement à venir ? Y aura-t-il une première ? Quel invité ? Une soif d'exceptionnel qui va nous mener à notre perte. Très vite, nous serons à court d'idées, de moyens, de talents. Aujourd'hui, grâce à votre soutien et notre détermination, nous sommes le Club le plus actif au monde. Mais ne pensez-vous pas que nous perdons le fil de notre passion ? Et si échanger simplement entre nous sans choses extraordinaires notre soif de vivre James Bond ne suffisait pas ?

Je renouvelle une fois encore ma candidature à la présidence. Les scénarios de 2013 et 2014 sont quasiment écrits par notre petite équipe. Ensuite ? La boutade qui veut que je sois « président à vie » m'honore, mais il serait bon qu'un jour prochain une impulsion nouvelle naisse au sein de notre grand club. Nous verrons...

Viva James bond,

Le Président honoré du Club James Bond France ■



Avec le maire du Touquet lors de la British week



Lors de la vente aux enchères de la DB5 de Goldfinger



Avec Dave Worrall



Une carte de membre inédite pour le Club en cette année anniversaire



Luc Le Clech, Président du Club James Bond France

Le mot de « M » Une année faste !

Sans vouloir me répéter : nous allons clore une fois de plus une année exceptionnelle.

D'abord avec un film d'exception. Qui plus est un succès mondial jamais vu, avec des millions de spectateurs et des recettes de plus d'un milliard de dollars.

Le coup de main que nous avons apporté au succès de *Skyfall* aura été pour nous une course infernale auprès de la presse, des éditeurs, des fans. Nous pouvons être fiers du travail accompli. Je sais que Sony Releasing France s'en rend compte, et j'imagine que Eon aussi.

Grâce au formidable boost de *Skyfall*, l'exercice annuel moral et financier de votre Club est plus que positif : plus de membres et une trésorerie très saine. Mais nous devons être vigilants, car le « Malin » est partout. Une crise sociale profonde qui s'aggrave et un nombre d'adhérents qui, en 2013, retrouvera certainement son niveau d'avant *Skyfall*... c'est-à-dire à minima deux cent personnes. Nous, membres du Bureau, gardiens du Temple, devons une fois encore anticiper et prendre les mesures de sauvegarde qui permettront à notre Club de garder la tête haute et hors de l'eau.

Première décision : je conserve une équipe qui gagne, et renouvelle donc les amis qui m'accompagnent depuis si longtemps, ce dont une fois encore je les remercie. La deuxième mesure est de porter à un niveau supérieur notre

adhésion standard qui n'a pas bougé depuis cinq ans, alors même que les frais postaux et d'impression n'ont jamais cessé d'augmenter. En contrepartie, une carte métal premium sera offerte à chaque membre. Troisième action, un programme 2013 de qualité. Il est assez clair dans nos esprits. Vos magazines *Le Bond* seront bien sûr au rendez-vous, avec des dossiers surprises et de nouvelles plumes, mais aussi les célébrations inédites d'*Octopussy* et *Jamais plus jamais*, aux bons soins de Pierre Fabry, Éric Saussine et Pierre Rodiac.

Par ailleurs, un événement se profile déjà pour le mois de juin, événement qui serait le plus important et le plus ambitieux jamais réalisé par notre Club... J'attends encore quelques éléments avant de donner mon GO pour son organisation.

Voilà, j'espère que vous avez apprécié cette année faste, que vos bibliothèques seront pour ces fêtes bien remplies de cadeaux sur notre mythe favori. Personnellement, je n'ai encore rien lu ni rien déballé. Après tout, We have all the time in the world...

Belles et heureuses fêtes de fin d'année à toutes et tous, ainsi qu'à ceux que vous aimez.

Viva *Skyfall* !

Le Bond est le magazine édité par
le **Club James Bond France**,
le Club des Fans de James Bond.

Club James Bond France,
119 avenue Félix Faure
75015 PARIS.
www.jamesbond007.net

Association Loi 1901
Président : Luc Le Clech
ISSN : 1168-6499 /

Dépôt légal : mai 2003 / nouvelle série
Publication comprise dans l'adhésion

Directeur de la publication : Luc Le Clech -
Rédacteur en chef : Pierre Fabry - Rédacteur en chef
technique : Vincent Côte - Corrections/relectures :
Sandrine Davy.

Bouclage du « Le Bond n°30 » : le 2 décembre 2012.

Ont collaboré à l'écriture de ce numéro : Alain Bossuyt,
Ajay Chowdurry, Vincent Côte, Pierre Dal Molin, Pierre
Fabry, Frédéric Garrigoux, Frédéric Albert Levy, Luc Le Clech,
Philippe Lombard, Laetitia Jennifer Nahum et Éric Saussine.

Crédits photographiques. Collections privées : Luc Le Clech,
Julien Vulliez Joël Villy et CJB.F. D.R. © CJB.F. Autres & logos

(gunbarrel & gun logo symbol) : Eon Productions,
Danjaq, LLC / United Artists Corporation & Columbia
Pictures Industries, Inc. Tous droits réservés.

Un grand merci à Eon Productions (special thanks to
Rosie Moutrie), Charles Cravenne, Anne Lara et Axel
Foy (Sony Pictures Releasing France), Thibault Martin
(Fox Pathé Europa), Jean-Baptiste Péan (Cartel).

Le Bond est la propriété du Club James Bond France. Il ne
peut être vendu ou reproduit, totalement ou partiellement
sans autorisation. Tous les documents ou photographies sont
utilisés sans but lucratif. Nous remercions les ayants droits de
leur compréhension.

France : 10 euros / UE : 15 euros

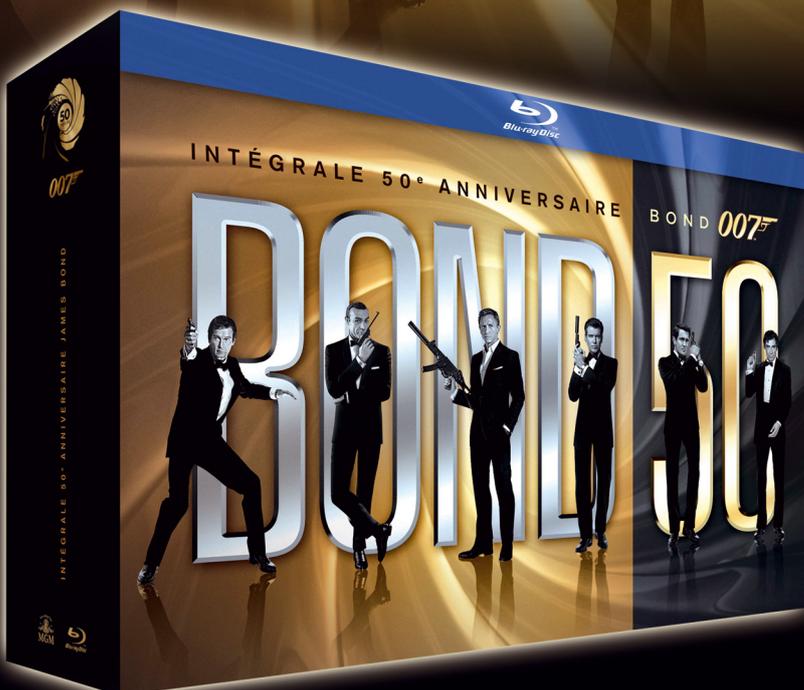
Le Bond reviendra...

L'ÉVÉNEMENT BLU-RAY DE 2012

Les 22 missions de James Bond réunies pour la première fois en haute définition

INTÉGRALE 50^e ANNIVERSAIRE

BOND 007[™]



007 Gun Logo and related James Bond Trademarks © 1962-2012 Danjaq, LLC and United Artists Corporation. 007 and related James Bond Trademarks are trademarks of Danjaq, LLC. All Rights Reserved. © 2012 Metro-Goldwyn-Mayer Studios Inc. All Rights Reserved. Distributed by Twentieth Century Fox Home Entertainment LLC. TWENTIETH CENTURY FOX, FOX and associated logos are trademarks of Twentieth Century Fox Film Corporation and its related entities.

PIERCE BROSNAN
PASSEZ LES FÊTES AVEC JAMES



MEURS
UN AUTRE
JOUR

ACTUELLEMENT



www.jamesbond.com www.foxfrance.com



HIT MUSIC only 1*