



EN QUELQUES MOTS

■ 5 ou 20 ans ?

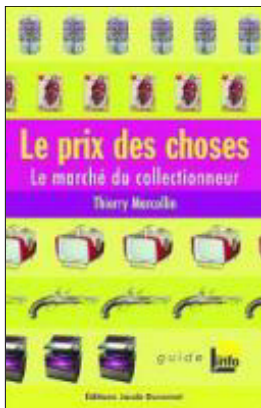
Le Salon international de Louviers célèbre les 20 ans du pin's. Mais l'événement qui se déroulera le dimanche 7 octobre de 9 heures à 18 heures au gymnase Maxime-Marchand (direction Le Neubourg) est bien plus jeune. Lancé en octobre 2003, il vivra seulement sa 5e édition.

■ Budget : 0 euro !

Le montage financier de ce salon est atypique. Il est organisé depuis son origine par l'association Pin's Collection avec un budget de 0 euro en dépenses comme en recettes ! Comment est-ce possible ? Grâce à la générosité des partenaires qui lui font confiance depuis cinq ans, en prenant en charge tous les frais d'organisation. La Ville de Louviers assure toute l'intendance : mise à disposition et aménagement du gymnase, création de l'affiche, duplication des documents, envois postaux... Le Département de l'Eure finance les pin's officiels. Le Crédit Agricole imprime le guide gratuit distribué aux visiteurs. Le rayon pâtisserie du Centre Leclerc d'Incarville offre le gâteau d'anniversaire qui sera partagé en fin de matinée. Le site d'enchères en ligne Delcampe.net récompense les lauréats de l'exposition et la promotion du salon est assurée sans déboursier un centime grâce au soutien des médias, au premier rang desquels figurent les partenaires presse : France 3 Normandie, France Bleu Haute-Normandie, La Dépêche et Le Courrier de l'Eure. Toutes ces aides permettent de reverser l'intégralité de la recette à la Croix Rouge de Louviers qui récupère environ 3 000 euros chaque année. Cette somme provient des emplacements payés par les exposants présents sur la bourse d'achat-vente-échange, de la vente du pin's officiel et de la recette de la buvette.

■ Séance de dédicace

Journaliste-chroniqueur radio et télévision, Thierry Marcellin avait déjà évoqué les pin's dans un sujet diffusé à quatre reprises sur France Info le 26 janvier 2006. Il a choisi de leur consacrer quatre pages complètes dans son livre « Le prix des choses - Le marché du collectionneur », publié cet été aux Éditions Jacob-Duvernet, dans la collection des guides France Info.



Montres, radios, télévisions, armes à feu, jeux de cartes : ce guide abondamment illustré vous permettra de découvrir la valeur marchande de tous les objets qui vous entourent. Intemporelles ou dernier cri, classiques ou décalées, minuscules ou encombrantes : des timbres aux juke-boxes, en passant par les flacons de parfum ou les canettes, plus d'une trentaine de collections y sont présentées.

Pour chacune d'elles, vous trouverez les valeurs moyennes, les prix records, l'histoire de l'objet, les infos pratiques, les livres à connaître, les experts à consulter : tout ce dont vous avez besoin pour collectionner facilement et en toute sécurité.

Ce livre vendu 11 € seulement dévoile également les collections secrètes de : Stéphane Bern, Philippe Labro, Pierre Arditi, Évelyne Bouix, Jean-Claude Dreyfus, Danièle Evenou et Pierre Perret.

Thierry Marcellin dédicacera son livre samedi 6 octobre à partir de 14 h 30 dans l'espace culturel du Centre Leclerc de Louviers-Incarville et dimanche 7 octobre au gymnase Maxime-Marchand à Louviers, dans l'enceinte du 5e Salon international du pin's.

■ Flash-back

La Ville de Louviers, comme beaucoup d'autres, a cédé à la mode du pin's au début des années quatre-vingt-dix, en distribuant des pin's aux couleurs de son blason. Mais le village voisin d'Acquigny était nettement plus « en pointe » dans ce domaine, sous l'impulsion d'Alain Cruchet, le président national des tyrosémiophiles (collectionneurs d'étiquettes de fromages). Il organisa plusieurs expositions internationales de pin's de 1992 à 1994. Le président de l'association Pin's Collection Jean-Paul Adam qui organise le salon de Louviers et son épouse Véronique, alors secrétaire de mairie d'Acquigny, y participaient déjà. Mais très modestement. Ils n'étaient alors que de timides amateurs face aux « peintures » qui présentaient des collections nettement plus importantes.

■ Une activité intense

Savez-vous qu'un atelier de fabrication de pin's fut lancé au début des années 1990 sur le Plateau du Neubourg ? On lui doit notamment les pin's du village d'Alizay et de la foire de Montaure. De nombreuses entreprises de la région commercialisaient alors des pin's, essentiellement « Made in Taiwan » comme Bâton Rouge à Criquebeuf-sur-Seine, Digipub à Acquigny, Jean-Yves Courtois, président fondateur du Lions club des Cent Ponts à Evreux... Daniel Chabouis, le touche-à-tout de génie qui organise chaque année le festival du dessin d'humour et de presse de Louviers, a lui aussi commercialisé des pin's, par le biais d'une société qu'il dirigeait alors à Verneuil-sur-Avre.

■ Enchères gagnantes

L'an dernier, le salon du pin's de Louviers abritait une vente aux enchères. Me Jean-Emmanuel Prunier a dispersé la somptueuse collection de Bruno Lebeuf au profit de l'ARSEP (Association pour la recherche sur la sclérose en plaques). Cette vente a rapporté la coquette somme de 5 120 euros auxquels il convient d'ajouter les 1 980 euros récoltés dans le cadre des enchères silencieuses, pour arriver au total impressionnant de 7 100 euros. Qui a dit que les pin's ne valaient plus rien ?

**■ Un million de pin's, soixante exposants, 250 mètres de tables...
Louviers, plus grand salon d'Europe**

■ Depuis 2003, l'association Pin's collection a fait de Louviers la capitale européenne du pin's.

■ Cette année, les passionnés souffleront les 20 bougies de leur objet fétiche.

■ Rendez-vous dimanche 7 octobre au gymnase Maxime-Marchand pour célébrer le bel âge de l'épinglette.



Jean-Paul Adam, président de l'association Pin's collection, entouré de Marie-Hélène Gateau, présidente de la Croix-Rouge et de Franck Martin, maire de Louviers.

Plus d'un million d'épinglettes exposées, soixante exposants et 250 mètres de table installés dans le gymnase Maxime-Marchand : les chiffres du Salon du pin's sont impressionnants. Le plus grand rassemblement annuel d'Europe a imposé Louviers comme la capitale du pin's. « Certains font 1 000 à 1 500 km pour participer à l'événement », souligne Jean-Paul Adam, président de l'association Pin's collection et cheville ouvrière du salon, lui-même collectionneur passionné depuis 1994. On reçoit des collectionneurs de toute la France, et même de Belgique. Un habitué fait le trajet de Roumanie tous les ans pour être présent ». Ils devraient encore être aux alentours de 2 000 à déambuler dimanche 7 octobre, autour des tables dans le gymnase.

Anniversaire, expo et dédicaces

Pour cette cinquième édition, les passionnés comptent bien souffler les bougies symbolisant les 20 ans de leur objet fétiche. Un anniversaire qui sera célébré lors de l'inauguration officielle. Livres, revues et articles de presse seront aussi présentés pour retracer la fabuleuse histoire du pin's. Autre animation proposée le 7 octobre : une exposition de pin's sur... les pin's. Celle-ci regroupera les insignes métalliques édités pour promouvoir les salons spécialisés, les

revues ou les fabricants qui ont fait les belles heures de l'épinglette. Enfin, pour la première fois cette année, un auteur viendra à la rencontre du public. Le journaliste-chroniqueur de radio et de télé Thierry Marcellin dédicacera son ouvrage « Le prix des choses, le marché du collectionneur ».

Lancé en France en 1997 par le directeur marketing du tournoi de Roland-Garros, le pin's a connu son apogée au début des années quatre-vingt-dix, avant d'être supplanté par d'autres objets promotionnels. Mais qu'importe, les collectionneurs eux continuent d'acheter ou de s'échanger leurs insignes métalliques sur des thématiques variées comme le sport, les corps de police ou de gendarmerie ou les médias. certaines raretés peuvent atteindre jusqu'à 850 €. Les plus aguerris reconnaîtront les pièces d'exception fabriquées en Zamac, l'émail dont la qualité est la plus recherchée.

Collectionneurs au grand cœur

L'association Pin's collection joint depuis 2003, l'utilité à l'agréable. L'an passé, la vente aux enchères

de la collection de Bruno Lebeuf avait permis de récolter 7 100 € pour lutter contre la sclérose en plaques. Fidèle partenaire, la Croix-Rouge sera de nouveau bénéficiaire des fonds récoltés lors de la manifestation. Cette année, les pin's officiels devront se vendre comme des petits pains auprès des plus mordus. « Le pin's anniversaire est signé Arthus Bertrand, c'est le top du top », prévient Jean-Paul Adam. Sa conception a été financée comme chaque année par le Département de l'Eure. (Lire ci-dessous). Mis en vente au tarif de 4 €, le pin's contribuera à financer « les formations aux premiers secours, les vacances en famille organisées par la Croix-Rouge », explique la présidente Marie-Hélène Gateau. Qu'ils soient acheteurs ou prêt à échanger leurs insignes pour une perle rare, les collectionneurs seront nombreux à célébrer le bel âge de l'insigne métallique.

> 5e Salon du pin's dimanche 7 octobre de 9 h à 18 h au gymnase Maxime-Marchand. Entrée gratuite. Site Internet : www.pin-s-collection.com

**■ Il est vendu au profit de la Croix Rouge
Toute la lumière sur le pin's officiel**



Les différentes étapes de la conception du pin's 2007 du salon de Louviers. De gauche à droite : 1. le projet conçu par l'association Pin's Collection, à l'aide de logiciels de traitement d'image ; 2. et 3. la maquette accompagnant le devis de la société Arthus Bertrand qui présente le pin's virtuel sous toutes ses facettes ; 4. le pin's définitif, tel que vous pouvez l'acheter auprès des bénévoles de la Croix Rouge.

Difficile d'imaginer un meilleur étendard pour promouvoir le Salon de Louviers auprès des médias sollicités pour en assurer la promotion et des collectionneurs qui affluent de toute la France et de l'étranger pour faire leur marché sur la plus grosse bourse d'achat-vente-échange en Europe. Le pin's officiel financé par le Département de l'Eure est vendu chaque année sur le salon par les bénévoles de la Croix Rouge Française, pour financer les actions menées par la délégation de Louviers.

Après Louviers capitale du pin's en 2003, la montgolfière du Département de l'Eure en 2004, le roller symbolisant les voies vertes en 2005

et les quatre maillots distinctifs du Tour de France en 2006, le thème s'imposait en 2007. La flamme de la bougie symbolise le vingtième anniversaire du pin's célébré le 7 octobre à Louviers.

C'est le nec plus ultra ! Ce pin's est signé pour la première fois par la société Arthus Bertrand, dont le nom résonne comme un mot mythique aux oreilles de tous les connaisseurs. Il est décliné en quatre versions différentes, tirées à 200 exemplaires chacune. Les membres de la Croix-Rouge vous proposeront trois versions distinctes, vendues au prix de 4 euros chacune. Vous aurez le choix entre la bougie blanche, la bougie orange et la bougie verte.

Mais il est vivement recommandé de prendre le lot complet, pour ajouter trois superbes pièces à votre collection, tout en accomplissant un geste solidaire au profit d'une noble cause.

Un quatrième modèle « VIP », numéroté au dos de 1 à 200, a été fabriqué et offert aux partenaires qui permettent l'organisation de ce salon et aux médias qui en assurent la promotion. Vous devrez vous lancer à sa recherche, si vous souhaitez réunir la série complète. C'est l'un des charmes de la collection. Il y a les modèles grand public que chacun peut acquérir et les pièces sortant de l'itinéraire qui'il faut se donner la peine de chercher... Bonne chasse !



■ On l'avait cru mort...

À 20 ans, le pin's entame une nouvelle vie !

■ À la veille de son vingtième anniversaire qui sera célébré dimanche, dans le cadre du 5e Salon international du pin's, retour sur les années folles du pin's !

Si les experts en généalogie se penchaient sur les origines du pin's, ils lui chercheraient sans doute des ancêtres du côté de la médaille, du badge ou des insignes montés sur une tige filetée qui se fixaient à la boutonnière à l'aide d'un écrou. Faute de registre d'état-civil fiable, la tâche serait bien plus rude pour tenter de déterminer sa date de naissance précise. L'association Pin's Collection et la ville de Louviers ont choisi l'année 2007 pour célébrer son vingtième anniversaire. 1987 est en effet considérée par les spécialistes comme l'année des prémices de la pin'smania qui s'empara de la France au début des années quatre-vingt-dix, pour devenir un phénomène de société incontournable, opposant les « pro » aux « anti-pin's » sous l'œil stupéfait et complice des médias.

Ne nous trompons pas, les pin's mis en circulation en 1987 ne peuvent pas être considérés comme les pionniers de cette formidable épo-

pée. Reconnaisable à l'attache papillon qui permet de le déplacer d'un simple geste, du revers de la veste à la visière de la casquette, ce signe ostentatoire d'appartenance à une entreprise, une communauté ou une passion a d'abord conquis les États-Unis. Il s'imposa en 1984 aux Jeux Olympiques de Los Angeles, après avoir pris son envol quatre ans plus tôt à Lake Placid en Californie.

Des JO de Grenoble à Roland Garros

En France, de nombreux pin's sont antérieurs à 1987. La maison Decat, bien connue des collectionneurs, en signa un ancêtre pour le compte de l'ORTP aux Jeux Olympiques de Grenoble en 1968 ! Dès l'origine, l'épinglette, comme on l'appelle joliment au Québec, a choisi le sport comme terrain privilégié. Pas étonnant qu'elle ait choisi le tournoi de tennis de Roland Garros pour se lancer à l'assaut de l'hexagone.

Nommé à la tête du marketing du temple de la terre battue en 1986, Gilles Bertoni est considéré comme le premier vecteur de cette terrible épidémie en France. « J'ai cherché quel présent offrir à des entreprises prestigieuses qui étaient nos partenaires de longue date, se souvient-il. L'idée m'est venue avec

un joli pin's en forme de paon arc-en-ciel qui m'avait été offert par la chaîne de télévision américaine NBC. Je l'ai épinglé sur ma veste et je me suis surpris à le déplacer d'une veste sur l'autre quand j'en changeais. Je portais le signe de communication d'une entreprise privée et j'en étais fier ».

Dès lors, Gilles Bertoni a compris le formidable potentiel de ce petit bout de métal monté sur épingle. Encore fallait-il imposer ce point de vue. « J'en ai parlé à mon ami Nicolas Arthus-Bertrand dont l'entreprise fabriquait des médailles, poursuit l'ancien responsable du marketing de Roland Garros. Il n'y croyait pas. Ne fais pas de pin's m'a-t-il répondu. Ça ne marchera jamais ». On connaît la suite ! Y compris pour la société Arthus Bertrand qui s'est imposée comme le plus prestigieux de tous les fabricants de pin's français. Il a toutefois fallu démarrer avec des broches sur l'Open de Bercy, avant de voir le pin's, plus commode à manipuler, s'imposer sur la terre battue de Roland Garros ! Gilles Bertoni n'en est toujours pas revenu. Tout le stock est parti en quelques jours, voire quelques heures. « A une époque, nous avions presque plus d'interviews de chaînes de télévision et de magazines étrangers sur le pin's que sur le tournoi proprement dit ! »

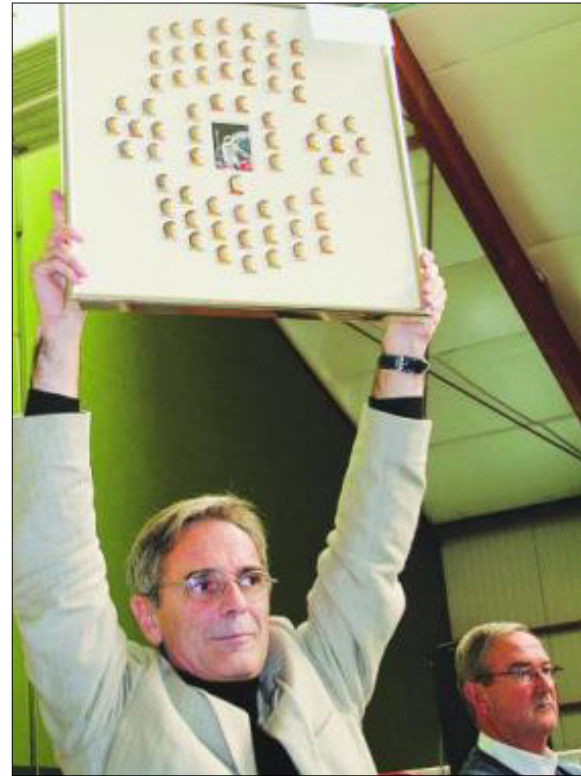
De la boutonnière à la vitrine

Attisée par les médias, la mode s'est propagée comme une traînée de poudre. Le support de communication, conçu comme un signe de reconnaissance et d'appartenance s'est muté en objet de convoitise, sujet de toutes les spéculations. La machine était lancée. Plus rien ne pouvait l'arrêter. Faire la razzia sur les paquets de nouilles, se goinfrer de pop-corn, s'abonner à un magazine, choisir la bonne station pour faire son plein d'essence... Tous les prétextes étaient bons pour accrocher de nouveaux pin's sur son gilet, dans son classeur ou sur son tableau en liège.

C'est l'un des paradoxes de ce succès foudroyant. En devenant un objet culte, le pin's a tourné le dos à sa vocation initiale. Impossible de le porter sur soi, sans être la cible de toutes les convoitises. Celui qui en arborait un à la boutonnière était sollicité du matin au soir. Les paquets expédiés par la Poste disparaissaient mystérieusement dans les centres de tri. Fruit de tous les désirs et de toutes les surenchères, le pin's a déserté notre garde-robe pour se cacher au fond de nos placards. En quelques mois, il s'était imposé comme un objet de collection à part entière, rivalisant d'égal à égal avec des valeurs sûres ancestrales comme le timbre-poste ou la monnaie ancienne.

Jusqu'à trois revues spécialisées

On a compté jusqu'à trois revues spécialisées en France, surfant sur cette frénésie collective. Leur objectif : offrir un aperçu très incomplet des millions de modèles mis en circulation et fédérer les amateurs à la recherche d'échanges et de transactions en tous genres. Pin's Up ouvrit le bal dès le mois de juin 1990, avec un premier numéro de 18 pages, traçant déjà la voie avec Roland Garros, Perrier, Lacoste, Coca Cola et un premier embryon d'argus du pin's en couverture. Pin's Collection fit son apparition dans les kiosques quelques mois plus tard en mai 1991,



Gilles Bertoni, directeur du marketing du tournoi de Roland Garros à partir de 1986, est considéré comme le « père du pin's » en France. Il est devenu un fidèle du Salon de Louviers. Il participait l'an dernier à la vente aux enchères de la collection de son ami Bruno Lebeuf, au profit de la recherche sur la sclérose en plaques.

imité à l'automne par le très éphémère Pin's Passion qui disparut après trois numéros.

On ne comptait plus les foires, les salons ou les bourses aux pin's, faisant le bonheur des acheteurs trop crédules et la fortune des plus malins. Il n'était pas rare à l'époque qu'un pin's double sa valeur chaque fois qu'il changeait de mains ! Au Carré Marigny d'où il fut ensuite refoulé, quelques semaines lui ont suffi pour submerger les paisibles philatélistes. Impossible d'évoquer cette époque sans parler du Bar Romain, à quelques pas de l'Olympia. Jacques Bescond fit de cet ancien fief du porte-clés l'un des rendez-vous les plus branchés du pin's. Il y lança le célèbre « Club des 100 » avec la complicité de Paul-Loup Sulitzer et s'imposa comme l'animateur incontournable des grand-messes du pin's attirant les visiteurs par dizaines de milliers à Villard-de-Lans ou à l'Espace Champerret. Le pin's était alors omniprésent à la une des magazines comme sur les plateaux de télévision.

Le feu couvrait sous la cendre

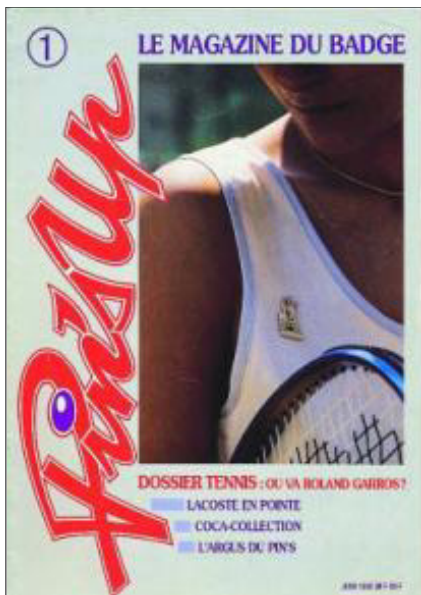
Le phénomène a connu son apogée en 1992 avec les Jeux Olympiques d'Albertville, avant de retomber comme un soufflé dont la cuisson n'aurait pas été maîtrisée. Très vite, les rangs des inconditionnels du pin's se sont clairsemés et les modèles acquis à prix d'or ont été abandonnés au fond d'un bocal ou dans la pénombre d'un tiroir. Seuls quelques milliers d'irréductibles qui avaient choisi un thème bien précis pour donner un sens à leur collection, face à la profusion des modèles mis en circulation, ont tenu bon en jetant leur dévolu sur une marque automobile, une

grande entreprise, un animal, une discipline sportive... Cette sélection impitoyable a recentré le marché autour de quelques thèmes fédérateurs bien identifiés, autour desquels se concentre aujourd'hui la quasi-totalité des transactions.

Le pin's n'était pas mort, mais quasi-agonisant quand le premier Salon international a vu le jour à Louviers en 2003. « Le feu couvrait sous la cendre » écrivait alors Franck Martin. Ce maire visionnaire a eu l'audace de parier sur un objet moribond, pour faire de sa ville normande la nouvelle capitale du pin's à une heure où plus personne ne croyait en son avenir, même dans les rangs des collectionneurs les plus mordus.

Porté par le soutien de ses nombreux partenaires, la force d'Internet et une nostalgie bien ancrée dans le cœur des médias, ce rendez-vous s'est imposé d'emblée comme le nouvel Eldorado des passionnés d'épinglettes. Ils sont plus nombreux milliers à s'y retrouver chaque année à la même époque. La cinquième édition qui se déroule le dimanche 7 octobre confirmera que la flamme, ranimée par une poignée de passionnés reprend de l'éclat. Trop vite entré, le pin's retrouve de la vigueur. D'anciens collectionneurs qui lui avaient tourné le dos renouent avec leur passion et de plus en plus de jeunes se piquent au jeu. Il n'a que 20 ans et fait aujourd'hui figure de miraculé. Mais le pin's repart de l'avant, avec un cœur de jeune homme qui lui ouvre une nouvelle vie ! Il n'a pas fini de faire parler de lui !

Jean-Paul Adam
Président de l'association
Pin's Collection



Le premier numéro du magazine Pin's Up publié en juin 1990. Deux autres revues destinées spécifiquement aux collectionneurs d'épinglettes ont vu le jour par la suite : Pin's Collection et Pin's Passion.

Combien ça coûte aujourd'hui ?

Les pin's se négociaient à prix d'or au début des années quatre-vingt-dix. Les ouvrages de cotation publiés à cette époque évaluaient couramment les pièces les plus prisées à plusieurs centaines de francs. Il faut diviser ces estimations par cinq ou six, pour avoir une idée de leur valeur de nos jours.

L'immense majorité des pin's mis en circulation n'a plus aucune valeur marchande. Le collectionneur avisé est déjà ravi quand il parvient à dénicher quelques pièces qui lui conviennent sur un tableau de « vrac ». Faute de repères, seule une bonne connaissance du marché permet de trier le bon grain de l'ivraie. Les épinglettes dignes d'intérêt pour les amateurs, du fait de leur thème, de la qualité de leur fabrication et de leur tirage qui ne doit pas excéder quelques centaines d'exemplaires se négocient le plus souvent dans une fourchette de 2 à 5 € l'unité. Les modèles les plus rares peuvent atteindre quelques dizaines d'euros. On a même vu une pièce particulièrement convoitée s'arracher à prix d'or (plus de 800 €) il y a quelques années sur un site d'enchères en ligne. Mais il s'agit d'un cas tout à fait exceptionnel, pour ne pas dire unique.

Après avoir connu un crack bien plus spectaculaire que celui de la bourse, le marché du pin's s'est terriblement assagi et débarrassé de toute arrière-pensée spéculative. C'est sans doute ce qui fait son charme. Les talents de chasseur pour débusquer les pièces les plus rares priment aujourd'hui sur le compte en banque !