

UNIVERSITÉ BABEȘ-BOLYAI, CLUJ-NAPOCA
FACULTÉ DES LETTRES

THÈSE DE DOCTORAT

L'IMAGINAIRE VESTIMENTAIRE ZOLIEN DANS LE CONTEXTE
SOCIO-ÉCONOMIQUE DE SON TEMPS

Résumé

DIRECTEUR DE THÈSE :

YVONNE GOGA, Professeur des universités

DOCTORANTE :

DANIELA-IONELA COVRIG

Cluj-Napoca

2019

I. RÉSUMÉ

Entre 1867, l'année de la parution de *Thérèse Raquin*, le troisième roman de Zola, celui qui annonce la démarche scientifique du romancier et le présent où se situe notre recherche se sont écoulés plus de 150 ans, distance permettant aux critiques et aux chercheurs d'analyser et d'interpréter, à sa juste valeur, l'œuvre de Zola. Dans ce contexte, dire encore quelque chose de nouveau sur Zola est un véritable défi. Nous avons entrepris une recherche sur la problématique vestimentaire à travers l'imaginaire romanesque zolien, en mettant à profit les études récentes de génétique qui permettent un approfondissement et un élargissement du thème. La publication récente des dossiers préparatoires de Zola a ouvert de nouvelles pistes de recherche. Ainsi, notre thèse intitulée « L'imaginaire vestimentaire zolien dans le contexte socio-économique de son temps » en partant des notes des dossiers préparatoires de Zola, vise à mettre en évidence la manière dans laquelle l'imaginaire vestimentaire prend naissance sous la plume de Zola, les stratagèmes utilisés pour déclencher l'acte créateur et l'influence du contexte socio-économique sur l'écriture zolienne.

La première partie, « Zola dans son siècle : le XIXe siècle – époque des mutations importantes dans tous les domaines », envisage un passage en revue des transformations qui ont touché dans un premier temps le monde littéraire et commercial, mais aussi celui du vêtement et de la mode. Le bouleversement sans précédent de la fin du XVIII^e siècle, la Révolution industrielle - qui donne naissance à de nouvelles formes de travail, à de nouvelles structures sociales, à de nouvelles idéologies - est ressenti en France un peu plus tard par rapport à l'Angleterre. Les conséquences en sont d'autant plus visibles dans la deuxième moitié du siècle qui se trouve à la confluence de deux mondes - le passé avec ses traditions et le présent qui fait ses premiers pas vers la modernité. La littérature et le commerce essayent de s'adapter aux nouvelles tendances en proposant de nouvelles approches ou de nouvelles formes d'expression. Zola assiste à tous les changements de son époque, il les observe, les transpose dans ses romans et évolue avec son temps.

Ainsi, au niveau du commerce on assiste à une révolution qui impose un nouveau type de commerce. Après la révolution française les corporations sont abolies, le commerce se démocratise, les magasins de nouveautés font leur apparition donnant naissance aux grands

magasins dans la deuxième moitié du siècle. La disparition du commerce traditionnel et l'apparition des grands magasins vont imposer de nouvelles règles en matière de stratégies de vente, de promotion, d'approche du client. L'industrie vestimentaire semble avoir ressenti le plus puissamment ces changements, car l'objet d'activité principal de cette nouvelle forme commerciale est le vêtement. Le vocabulaire commercial qui en parle change, évolue, il est très proche du vocabulaire commercial de nos jours. Zola raconte d'une manière fictionnelle l'histoire d'une petite boutique de nouveautés devenue plus tard le plus important des grands magasins. Il copie en grandes lignes l'histoire du *Bon Marché* considéré le premier grand magasin du monde et on peut même voir que derrière l'esprit commercial de Mouret se trouve en effet l'image de Boucicaut le père des grands magasins.

Dans la mode, sous le Second Empire on assiste à un discours dialectique en matière de fabrication et commercialisation du vêtement. Deux types de commerce apparemment antagonistes, deux mouvements de modes opposés se développent parallèlement.

D'une part la couture élégante qui annonce la haute couture proposée par les maisons spécialisées et adressée à une élite. Zola transpose dans *La Curée* l'image de Charles Frederick Worth, considéré le père de la haute couture. Les tenues de Renée, devenues sujets pour la presse du temps sont conçues par Worms, sous lequel se cache la personne réelle Worth, le tailleur du génie, le grand couturier de l'Impératrice et de la haute société.

D'autre part, la confection proposée par les grands magasins amène une démocratisation de la mode. L'arrivée de la confection à petit prix, proposée par le nouveau commerce, donne à une plus grande partie de la population la possibilité d'acheter différents costumes et toilettes. Plus encore, l'habit confectionné engendre une façon nouvelle de considérer le vêtement, et, par-là, de se considérer, de se valoriser. La confection annonce le passage au prêt-à-porter. La mode est en même temps, d'un point de vue économique, social et culturel, un fait collectif, mais en même temps un fait individuel dans la mesure où elle redéfinit les rapports à soi-même et à son image. C'est à ce titre que le vêtement doit être appréhendé sous l'angle d'une culture matérielle. Observer le développement du vêtement et de la mode permet, en effet, de considérer l'évolution d'une société et de ses mentalités.

Au niveau littéraire, dans la deuxième moitié du siècle, le roman devient la forme littéraire la plus répandue. Par l'apparition du feuilleton, par l'essor de la presse, par le processus d'alphabétisation des Français, la littérature pénètre dans toutes les classes sociales, y compris

celles privées jusqu'à présent de culture. Zola s'adresse aux masses, il écrit pour le grand public, il ne se veut pas élitiste. D'ailleurs il publie tous ses romans en feuilleton, ce qui facilite l'accès d'un nombre croissant de lecteurs et à la fois permet à Zola d'être un écrivain qui vit de sa plume.

La littérature adapte aussi les sujets à ce public large. Ainsi, d'un côté on peut parler d'une littérature sociale autoréflexive qui a commencé déjà au siècle passé, mais qui occupe une place privilégiée dans la littérature réaliste et naturaliste par la préoccupation pour la vie sociale. De l'autre, étant donné le paysage industrialisé de l'époque, un vocabulaire technique d'une grande variété envahit le roman. Dans ce contexte la doctrine naturaliste joue un rôle important par sa nouvelle vision, sa nouvelle approche, ses nouveaux principes définis par Zola sous l'influence des grands maîtres du siècle, tels Hugo, Balzac, Flaubert, ou les frères Goncourt. L'univers romanesque zolien comporte des objets, des images, de nouveaux types de personnages inspirés de l'univers technique. Dorénavant la littérature commence à s'adapter de plus en plus à son époque, elle va avec le siècle, ce dont témoigne de manière illustrative la pénétration dans l'écriture d'un lexique technique.

La deuxième partie, « Du référent au texte » se propose tout d'abord d'éclaircir la méthode de travail de Zola afin de pouvoir comprendre les prémisses qui président à la naissance de l'imaginaire. L'enquête menée par Zola, les sources de documentation réparties par la critique dans trois classes (les choses vues, les choses lues et les choses entendues) constituent d'ailleurs les avant-textes zoliens et représentent la base « indestructible » de la création naturaliste. L'analyse en parallèle des notes et du texte romanesque témoigne de la rigueur spécifique pour la doctrine naturaliste. La mise en parallèle de toutes les versions : notes du dossier préparatoire – manuscrit – feuilleton – œuvre éditée montre le jeu de la création, les modifications, les ajouts, les suppressions, les corrections survenues le long du processus créateur. Cette approche renouvelle la connaissance des textes à la lumière de leurs manuscrits en déplaçant l'interrogation critique de l'auteur vers l'écrivain, de l'écrit vers l'écriture, de la structure vers le processus, de l'œuvre vers sa genèse, vu que le texte définitif est le résultat d'un travail complexe que nous nous sommes proposés de rendre.

Les dossiers préparatoires signifient la dimension temporelle du devenir texte. Notre hypothèse a été que ce processus a laissé des traces. Ce sont des indices matériels que la génétique textuelle se propose de retrouver et de comprendre. Les documents de genèse contiennent d'importantes informations non seulement sur la fabrication de l'œuvre mais aussi sur l'imaginaire

de l'auteur, le type d'imaginaire que nous osons nommer imaginaire matériel. La critique génétique nous a paru dans le cas de Zola, apte à rendre compte d'une sorte d'imagination matérielle, terme qui pourrait paraître contradictoire sinon paradoxal si nous n'avions pas en vue, dans les descriptions de Zola, la richesse extraordinaire d'un vocabulaire, marqué par la présence des termes techniques.

Zola accorde aussi une attention particulière à la profusion des lieux, au point qu'on peut imaginer son œuvre sans les lieux que ses personnages traversent. En outre, le monde des objets de mode s'étale dans l'espace. L'habitat protège l'habitant et nourrit ses obsessions qui se manifestent à travers le vêtement aussi. À travers les images de ces lieux se dévoile l'imaginaire de l'écrivain qui met ainsi en évidence comme un sens second le « vécu » des personnages. Chez lui cette copia thématique et stylistique se justifie par le souci de faire vrai, la volonté de parsemer le texte d'« effets de réel » qui authentifierait son ancrage dans la réalité et par la finesse de l'observation.

Dans les avant-textes de Zola on peut voir une préoccupation du romancier pour l'étude de l'espace. Il fait des visites sur place, il se promène dans tout Paris, il observe, il prend des notes, il discute avec des architectes, afin de concevoir le cadre de ses romans. Des fois il s'agit de notes techniques avec des listes de termes spécialisés, d'autres fois il s'agit de notes tremplin gardant un seul détail qui va déclencher l'acte créateur et va donner naissance à une ample description. La façade du magasin *Au bonheur des dames*, par exemple, est décrite suite à une note technique conçue par Zola à partir d'un projet de l'architecte Franz Jourdain. Ensuite, pour la fameuse exposition du blanc le romancier part de quelques lignes du dossier préparatoire pour imaginer une très ample description. Une note avec une liste de couleurs déclenche de variations de couleurs et de nuances exploitées le long du roman.

L'analyse de près du texte en partant de la note dressée dans le dossier préparatoire nous aide à mieux comprendre le passage vers l'imaginaire. Dans le contexte de notre thème se distinguent trois grandes catégories d'espace où la mode est exposée. Tout d'abord on peut parler des espaces ouverts comme les jardins publics, les rues, les grands boulevards ou les événements sportifs organisés en plein air. Tous ces endroits se transforment dans un véritable défilé de mode pour les Parisiennes. Ensuite, lors de l'apparition des grands magasins, les vitrines changent de visage. Espace ni clos ni ouvert, la vitrine attire les passants par la mise en exposition de dernières

tendances en matière de vêtement. Le vêtement est exhibé ensuite dans les espaces clos des grands magasins où les clientes peuvent toucher et essayer les robes, les chapeaux, les tissus mis en vente.

La maison des bourgeois, elle aussi abrite les tenues des belles dames. Les bals ou les théâtres, les activités préférées des bourgeois deviennent lieux où les plus belles tenues de Paris sont affichées. Zola est tellement marqué par l'essor industriel par le haussmannisme (tout se passe à Paris, tout converge vers Paris, tout le monde monte à Paris – « monter à Paris » devient une expression spécifique qui caractérise le siècle) et par l'essor de l'architecture : il s'attarde sur les bâtiments luxueux du Second Empire dont beaucoup sont en possession des riches bourgeois parvenus, tel l'hôtel de Saccard dans *La Curée*, qu'il revêt du luxe propre à une tenue féminine. L'extérieur annonce l'intérieur, la description de la chambre à coucher de Renée prend la figure lascive d'une femme dont la tenue comporte un arsenal de tissus et ornements, tout cela symbolisé à travers la charge des objets qui encombrant l'espace.

Il faut mentionner aussi qu'au XIX^e siècle on assiste à l'essor de la description. Et c'est grâce à la littérature réaliste et naturaliste que l'on peut parler d'un emploi scientifique aussi de la description. Cette approche scientifique de la description est complétée par le rôle artistique que Zola lui confère. C'est grâce aux relations étroites entre lui et les peintres impressionnistes car le romancier n'a pas seulement soutenu les impressionnistes, il les a traduits en littérature, par les touches, notes, colorations, par la riche palette de beaucoup de ses descriptions.

L'analyse du jeu de création zolienne et aussi l'analyse de l'espace ayant comme base toujours les dossiers préparatoires de Zola représentent la partie innovatrice de la recherche. Il n'y a pas, jusqu'à présent, d'études sur cette problématique. Les avant-textes de Zola étant mis assez récemment à la disposition du public, cette partie est restée très peu étudiée et jamais dans la perspective du vêtement. La description est d'ailleurs un des procédés privilégiés pour alimenter l'imaginaire romanesque, y compris l'imaginaire vestimentaire.

La troisième partie, « Zola visionnaire », est construite autour de l'idée de ce que Zola apporte de neuf dans le domaine qui nous intéresse. Même si l'œuvre zolienne se trouve entre tradition et modernité du point de vue de l'écriture ou des thèmes abordés, sa vision du commerce et de la publicité est projetée dans l'avenir, et l'on peut affirmer que par cela Zola rejoint les tendances actuelles dans le domaine. Zola, homme de lettres et de publicité transpose ses connaissances en la matière dans ses romans. Il comprend très bien qu'il n'est pas suffisant d'être un bon écrivain, il faut aussi vendre. Et pour vendre ses livres, il y faut du marketing. Le romancier

fait une publicité intense de ses romans, il crée autour du cycle des *Rougon-Macquart* une véritable campagne de marketing qui lui en a facilité la vente. Les principes de la vente et de la publicité sont repris d'une manière directe dans *Au Bonheur des dames* où le romancier veut mettre en évidence leurs bénéfices, mais aussi leurs effets négatifs. L'idée de marketing et de vente se retrouve aussi dans une perspective moins traditionnelle, Zola prenant en compte le corps paré de vêtement ou le corps nu comme objet de vente, voire de publicité.

Dans le contexte social du siècle on peut constater un goût prononcé pour montrer, pour exposer, mais aussi pour vendre et se vendre. L'image s'industrialise, on organise des expositions, la ville elle-même devient un espace d'exposition. L'image saturant le paysage du XIX^e siècle donne naissance à une culture visuelle. C'est dans ce contexte que Philippe Hamon parle d'imagerie comme production et commerce d'image. Cette culture de l'image fait le lien entre commerce et esthétique. L'image habille plusieurs formes comme le tableau, la photographie, l'image d'Épinal, la caricature, l'affiche, la carte postale etc.

La mode elle aussi est exposée. L'image de mode envahissait les vitrines des magasins mais aussi les revues du temps. Dans la présentation des tenues vestimentaires Zola se livre à une sorte d'exercice anticipé de marketing : laquelle des tenues est plus apte à attirer l'attention de ceux qui la regardent et qui sont la cible de la séduction. L'image mentale est forgée par la documentation et répond à la logique de construction du texte : les personnages féminins tels Nana ou Renée doivent leur position dans le roman à leur beauté – beauté du corps nécessaire à une prostituée, par exemple, et aussi au vêtement apte à la mettre en valeur. C'est grâce à ces éléments qu'elles sont convoitées et qu'elles créent des histoires autour d'elles. L'imaginaire de Zola sait « travailler » les prémisses et les effets des agissements de ces femmes qui veulent à tout prix parvenir sur l'échelle sociale.

En regardant la variété des personnages féminins, la minutie d'ajustement des tissus, leurs diversités en couleurs et motifs, on peut se demander ce qui a encore fécondé l'imaginaire de l'auteur. En feuilletant l'album de Guénolée Milleret une collection quasi exhaustive de la mode du XIX^e nous avons été impressionnées par une sorte de ressemblance entre des tenues décrites par Zola et certaines tenues dans les gravures de Jules David, par exemple. C'est ce qui nous a amené à entreprendre une sorte de confrontation texte-image. Le fait que Zola était au courant de tout ce qui était lié à la mode, aux revues de mode dans notre cas, est confirmé par des détails de sa vie personnelle et partant par la création de ses romans. La critique mentionne qu'il lisait les

revues de mode de son épouse. Plus encore comme la haute couture a été implantée en France par un Anglais, Charles Frederick Worth, on trouve dans ses textes la mention de son nom, « effet du réel » qui peut nous dire qu'il était au courant de l'impact du couturier à Paris. Si nous avons insisté sur l'image de mode dans les revues du temps, c'est en raison du fait qu'à notre avis l'imaginaire de Zola s'en nourrit, vu les descriptions détaillées des tenues de ses héroïnes. Il s'agit également d'un aspect qu'on n'a pas révélé jusqu'à présent en rapport avec l'œuvre de Zola.

Suite aux analyses entreprises une série de conclusions peuvent être tirées. Tout d'abord, les préoccupations des derniers temps pour la culture matérielle ont mis en évidence le rôle joué par ces découvertes sur la littérature. La technique entre en littérature. Si au temps de Zola il y avait à Paris de grands magasins, tel le magasin du Louvre, « Au Bon Marché » ou le « Printemps », l'écrivain imagine le sien, *Au Bonheur des Dames*, dont la description du point de vue architectural, de la structure intérieure, de la hiérarchie des marchandises, même des employés et de leurs fonctions rappelle de près nos magasins modernes. Le romancier fait de Mouret, le patron du magasin, un esprit commercial moderne, fin connaisseur de tous les rouages commerciaux, publicité et marketing y compris.

Le parcours les notes – le manuscrit – le feuilleton – le texte édité (définitif) rend compte de la démarche d'écriture zolienne. Mais cela permet aussi de voir comment s'exerce son imaginaire pour aboutir de quelques notes dans le dossier à des passages descriptifs étendus, riches en détails. Il était intéressant de voir justement dans le domaine du vêtement l'imaginaire zolien à l'œuvre : formes, couleurs, tissus, agencés dans des réseaux envisageant les futures tenues se prêtent à une analyse sous plusieurs angles : sociologique, idéologique, psychologique, psychanalytique et sémiotique.

L'espace chez Zola n'est pas seulement l'espace traditionnel des descriptions comme descriptions de nature, c'est l'espace parcouru par le personnage dans sa quête épique. Cela est révélateur aussi du point de vue qui nous intéresse, l'espace où s'étale la mode, et c'est ici que Zola s'avère être visionnaire. En recensant les espaces où le vêtement est exposé on est surpris du sens de la publicité et du marketing de l'auteur. En concevant cet espace sous les génériques : ouvert, semi-clos et clos nous avons voulu embrasser la diversité des endroits qui donne l'occasion à l'imaginaire de l'écrivain de se pencher sur la description du vêtement. Zola surprend dans son œuvre les changements que subit la publicité du vêtement suite aux transformations des boutiques en grands magasins qui élargissent leur vente au vêtement en série, le prêt-à-porter et les maisons

de mode de couturiers renommés, qui s'adressent à un public élitiste. C'est ici que se manifeste aussi la diversification sociale si l'on peut dire du vêtement : ce que l'on porte dans un bal, ce que l'on porte à une course de chevaux, ou ce que porte une courtisane, ou ce que porte Nana en actrice, sur la scène d'un théâtre de Variétés.

On peut voir la manière dont Zola serre au plus près la matérialité des objets et des événements et de ce point de vue il peint une bourgeoisie aux prises avec ses préoccupations matérialistes obsédée par la richesse, par « l'or et le rouge », c'est-à-dire le luxe et la chair.

Dans la présentation des tenues l'image ne peut représenter les dessous, les nombreuses couches de jupes et de jupons qui sont de mise au temps des crinolines. Mais le texte de Zola peut le faire. L'imaginaire zolien est à l'œuvre dans ce cas-là, mentionnant que tout le XIX^e siècle se passionnait pour la lingerie. Cela offre à son imaginaire un bon point de départ et une valorisation de son instinct de marketing.

Si grande que soit la distance que nous sépare de Zola, de sa manière à concevoir la mode et son commerce dans le domaine de la mode d'aujourd'hui beaucoup de choses n'ont pas changé. Le but reste le même : séduire la femme, cette femme « sans force contre la réclame », stimuler la vente par tout moyen, dans un monde où la concurrence est cruelle. Il est indéniable que la mode a acquis aujourd'hui des dimensions impressionnantes. Les modalités de promotion se sont diversifiées et la vitesse avec laquelle les modes changent offre aux créateurs de mode d'autres moyens d'exercer leur métier. Ceux-ci sont devenus des idoles et leur fortune est unanimement reconnue.

II. MOTS-CLÉS

commerce, critique génétique, culture matérielle, description, dossiers préparatoires, espace, exposition, image, imaginaire, littérature, marketing, naturalisme, publicité, vente, vêtement,

III. TABLE DES MATIÈRES

| | |
|--|-----------|
| INTRODUCTION..... | 6 |
| PRÉLIMINAIRES..... | 15 |
| 1. Problématique | 15 |
| 1.1. Pourquoi l’imaginaire ? | 15 |
| 1.2. Pourquoi le vestimentaire ? | 19 |
| 2. Questions de méthodologie..... | 25 |
| 3. Corpus et structure | 26 |
| PREMIÈRE PARTIE : ZOLA DANS SON SIÈCLE : LE XIX^e SIÈCLE – ÉPOQUE DES MUTATIONS IMPORTANTES DANS TOUS LES DOMAINES..... | 31 |
| Introduction | 31 |
| CHAPITRE 1 : Le paysage commercial du siècle | 33 |
| CHAPITRE 2 : La mode et son commerce : confection et haute couture | 41 |
| CHAPITRE 3 : Le paysage littéraire du siècle | 49 |
| 3.1. La diffusion du livre : le feuilleton..... | 49 |
| 3.2. La littérature face à une nouvelle société | 55 |
| CHAPITRE 4. Le crédo littéraire de Zola..... | 60 |
| 4.1. La « doctrine » naturaliste et la conception romanesque..... | 60 |
| 4.2. La dette de Zola à ses devanciers | 66 |
| Conclusion partielle..... | 71 |
| DEUXIÈME PARTIE : DU RÉEL À L’IMAGINAIRE - DU RÉFÉRENT AU TEXTE.... | 72 |
| Introduction | 72 |
| CHAPITRE 1 : Sur la méthode de travail zolienne | 75 |

| | |
|--|----|
| 1.1. Survol critique : critique d’auteur, des contemporains de Zola et de nos contemporains..... | 75 |
| 1.2. Les dossiers préparatoires : fondements de la documentation zolienne..... | 79 |
| 1.3. « Les choses sues » : la formation littéraire de Zola | 83 |
| 1.4. « Les choses vues » : l’esprit d’observation directe | 86 |
| 1.5. « Les choses lues » : les lectures – source riche d’information..... | 97 |
| 1.6. Le jeu de la création : dossiers préparatoires - manuscrit - feuilleton - œuvre éditée | |
| 102 | |

| | |
|--|-----|
| CHAPITRE 2 : Espaces de la mode et du commerce : de la documentation à la représentation | |
| | 111 |
| 2.1. Narratif et descriptif chez Zola : l’emprise du descriptif..... | 111 |
| 2.1.1. Narratif et descriptif dans le roman naturaliste : l’influence de la peinture impressionniste | 111 |
| 2.1.2. Sur la description : descriptif de l’espace..... | 121 |
| 2.2. Description de l’espace chez Zola | 124 |
| 2.2.1. Espaces ouverts ou la mode en plein air | 124 |
| 2.2.1.1. Jardins publics | 126 |
| 2.2.1.2. Rues et grands boulevards | 133 |
| 2.2.1.3. Les courses | 138 |
| 2.2.2. Espaces semi-clos ou la mode mise en exposition..... | 142 |
| 2.2.3. Espaces clos et son monde d’objets de mode..... | 147 |
| 2.2.3.1. Le magasin..... | 148 |
| 2.2.3.2. La maison | 153 |
| 2.1.1.1. Les loisirs : les bals et le théâtre des Variétés | 164 |
| 2.1.1.1.1. Les bals..... | 164 |
| 2.1.1.1.2. Le théâtre des Variétés..... | 170 |

| | |
|---|------------|
| Conclusion partielle..... | 174 |
| TROISIÈME PARTIE : ZOLA VISIONNAIRE ? | 175 |
| Introduction | 175 |
| CHAPITRE 1 : Zola entre tradition et innovation | 178 |
| 1.1. Bref historique de la publicité | 178 |
| 1.2. Zola et la publicité | 179 |
| 1.3. Vendre - stratégies de vente ou la philosophie du commerce : diversification de la marchandise, pratique de l'étiquetage, soldes, publicité. | 183 |
| 1.4. Se vendre – corps et vêtement, « un imaginaire du nu » | 192 |
| CHAPITRE 2 : Mode et publicité hier et aujourd'hui | 202 |
| 2.1. Visualisation et verbalisation de l'image de mode | 202 |
| 2.2. La mode dans les revues | 208 |
| 2.3. L'Image de mode comme image publicitaire | 222 |
| Conclusion partielle..... | 236 |
| CONCLUSION | 237 |
| INDEX DES NOTIONS | 243 |
| INDEX DES AUTEURS CITÉS..... | 248 |
| BIBLIOGRAPHIE..... | 253 |