

COLORS A MAGAZINE ABOUT THE REST OF THE WORLD

COLORS 85: ALLER AU MARCHÉ

Trévis, automne 2012. À partir de la chute du mur de Berlin en 1989, le marché libre a dominé le monde en maître incontesté. Aujourd'hui, nous pouvons vendre et acheter, prêter et emprunter, investir et faire du commerce d'un endroit à l'autre de la planète comme nous ne l'avions jamais fait auparavant.

C'est excitant mais c'est aussi dangereux. Spread et Nasdaq, délocalisation et blanchiment d'argent, inflation, stagflation et obligations pourries : plus le marché grandit et évolue, plus on risque de s'y perdre.

Pour retrouver l'orientation, **COLORS** est allé explorer les origines du commerce : du marché des produits électroniques usagés d'Alaba, en Afrique, à celui des mariages dans le Parc du Peuple à Shanghai ; de la vente aux enchères des cheveux au temple de Tirumala, en Inde, à la banque qui accorde des prêts en argent en échange de fromage, dans le Nord de l'Italie.

COLORS 85 – Aller au marché est un voyage entre les balances, les monnaies, les clients, les produits et les marchands, à la poursuite du fil invisible qui relie Wall Street et main street dans le chaos irrésistible du marché mondial.

La **Line of control** au **Cachemire** est une ligne de démarcation militaire à la frontière entre l'Inde et le Pakistan qui était infranchissable il y a quelques années encore. En 2005, un tremblement de terre a ouvert une brèche et avec l'accord des deux gouvernements, un service de navette a été créé pour réunir les familles séparées par la frontière. Trois ans plus tard, **un système de troc transnational** a été organisé, basé sur des règles rigoureuses : seulement vingt et un produits, quatre jours par semaine, pas plus de cinquante camions par jour (dans les deux sens), pas de taxes (vu qu'aucun des deux états ne reconnaît la frontière comme officielle) et pas d'espèces car les deux gouvernements n'arriveraient jamais à se mettre d'accord sur la monnaie à utiliser. Aujourd'hui, ce commerce sans argent qui traverse la frontière représente l'équivalent de 120 millions de dollars par an.

Au **Togo**, un tiers des habitants se tournent vers le vaudou quand la médecine traditionnelle est impuissante. Au **marché aux fétiches de Akodessewa** à Lomé, des tas de crânes de singe et de têtes de léopard sont exposés sur les étals en bois. Akodessewa est célèbre pour la variété et la qualité de ses stocks et les fidèles arrivent même du Congo pour trouver une solution aux problèmes les plus disparates : stérilité, malaria, SIDA, peines de cœur, difficultés financières. Le cadavre d'une tortue coûte 12 000 CFA (24 dollars), celui d'un babouin avec les yeux et la peau 65 000 CFA (129 dollars) et un pied d'éléphant 150 000 CFA (300 dollars). L'effet de nombreux ingrédients prescrits par les loas (les esprits) est secret mais certains principes actifs sont très connus : le singe améliore la mémoire, le gorille donne de la force et le caméléon assure la chance dans les affaires.

Chaque jour, dans le temple indien du Seigneur de la montagne (Venkateswara) de Tirumala en **Inde**, 10 000 personnes vont se **faire raser la tête** par l'un des cinq cents barbiers du temple. Pour de nombreux pèlerins hindous, la coupe des cheveux est une expérience transcendante. L'offrande de leur cheveux leur assure la protection du dieu Venkateswara et les libère de

leurs dettes matérielles. Mais quand les cheveux tombent sur le sol du temple, le sacré cède le pas au profane. Les mèches sont ramassées, conservées dans de grands bidons en acier, lavées et classées suivant la longueur et la qualité. Ensuite, deux fois par an, elles sont mises aux enchères. Exportées surtout en Chine, aux États-Unis et au Royaume Uni, elles sont utilisées pour la fabrication d'extensions et de perruques. L'an dernier, craignant une entente entre les acheteurs pour contrôler les prix, le temple a abandonné le processus traditionnel des enchères et a choisi de vendre les cheveux en ligne avec la méthode par offre secrète. Jusqu'à présent, ce choix s'est révélé extrêmement rentable : en 2011 le temple a revendu 561 tonnes de cheveux, pour un montant total de 2 milliards de roupies (36,9 millions de dollars).

Fondé en 1991 sous la direction d'Oliviero Toscani et de Tibor Kalman, avec la conviction que les différences sont positives et toutes les cultures ont la même valeur, **COLORS** est un magazine trimestriel distribué au niveau international et publié dans six éditions bilingues (anglais+italien, français, espagnol, coréen, chinois et portugais). COLORS s'inscrit aujourd'hui dans les activités éditoriales de Fabrica, le centre de recherche sur la communication de Benetton Group.

www.colors magazine.com

Pour plus de détails :

Angela Quintavalle
COLORS MAGAZINE
angie@fabrica.it
Tél. +39 0422 516209