

PORTRAIT

**BERNARD HASQUENOPH** Créateur du blog Louvre pour tous, il publie « Ahae, mécène gangster », où il raconte l'enquête menée autour d'un photographe coréen qui s'était ouvert les portes du Louvre et de Versailles

# Pour l'amour de l'art

Barbe fleurie et regard bleu sombre derrière ses lunettes, il s'avoue, presque timidement, toujours surpris de l'affaire dans laquelle il s'est trouvé plongé pendant plusieurs mois et qu'il relate dans un livre passionnant, *Ahae, mécène gangster* (1). Ce vendeur en librairie devenu syndicaliste avait été conduit par la confection de tracts et d'affiches vers le graphisme en 2004. « Avec le statut d'artiste qui confère la gratuité dans les musées, je me suis mis à fréquenter le Louvre de manière addictive, se souvient-il. J'y allais tout le temps, pour deux heures ou cinq minutes. Je découvrais un autre rapport au musée. »

Mais après six mois de cet état de grâce, le Louvre met fin à ce régime de gratuité. Bernard Hasquenoph lance alors son blog, Louvre pour tous, afin d'organiser une pétition. Elle trouve de larges échos, y compris à l'étranger, et le musée renonce à sa mesure en quinze jours.

Dès lors, le graphiste consacre du temps à son site qu'il anime seul. Poil à gratter ou lanceur d'alerte, il enquête sur les dérives marchandes de musées et lieux culturels publics, dénonce l'augmentation des prix des billets, les accueils dégradés des visiteurs, les « publi-expositions » où des marques font passer une opération promotionnelle pour une exposition classique. Son audience auprès d'un public spécialisé s'accroît, sans pour autant qu'il tire un quelconque bénéfice financier de son patient et tenace travail d'investigation.

En août 2013, il visite au château de Versailles une exposition du photographe coréen Ahae. « D'emblée, j'ai été intrigué, explique-t-il. Je ne le connaissais pas du tout. Ses photos, banales, étaient présentées



**Bernard Hasquenoph** a été vendeur en librairie puis syndicaliste avant de devenir graphiste en confectionnant des tracts et des affiches. Aujourd'hui, il anime le blog qu'il a créé : Louvre pour tous.

avec des moyens considérables dans un lieu prestigieux. Un texte assez délirant décrivait Ahae comme doué en tout, sans qu'on sache son identité réelle. » Bernard Hasquenoph apprend qu'Ahae, mécène du château de Versailles, a été exposé au jardin des Tuileries qui dépend du Musée du Louvre, dont il est également mécène. Représenté par son fils Keith Yoo, l'artiste, que personne n'a rencontré, a eu les honneurs d'expositions à Prague, New York, Londres, Moscou et Florence. Par des recoupements successifs sur Internet, Bernard Hasquenoph découvre qu'Ahae est le pseudonyme de Yoo Byung-eun, un riche

homme d'affaires coréen, également prédicateur évangélique. Un scoop dont personne ne se soucie.

Mais huit mois plus tard, en avril 2014, le graphiste apprend que son blog est cité par les médias coréens. Le 16, le Sewol, un ferry, a fait naufrage, causant la mort de

**Poil à gratter ou lanceur d'alerte, il enquête sur les dérives marchandes de musées et lieux culturels publics, dénonce l'augmentation des prix des billets, les accueils dégradés des visiteurs...**

plus de 300 passagers, pour l'essentiel des lycéens en voyage scolaire. Son propriétaire, responsable de graves négligences, n'est autre que Yoo Byung-eun. Les grands médias coréens, qui sollicitent Bernard Hasquenoph pour des interviews, révèlent que Yoo Byung-eun, en fuite tout comme son fils, a passé quatre ans en prison pour escroquerie à la suite d'un suicide collectif de 32 membres de sa secte. « Les Coréens étaient extrêmement choqués que le Louvre et le château de Versailles, deux grandes institutions françaises qu'ils placent très haut, aient accepté de l'argent d'un escroc sans chercher à en savoir plus et exposé ses photos sans intérêt », rapporte notre blogueur. Reprenant

son enquête, il découvre que la Philharmonie de Paris sur le point d'ouvrir et le festival de musique de Compiègne vont consacrer des expositions à Ahae. Nouvelle indignation en Corée, nouveau silence desdits établissements, jusqu'à ce que le ministre des affaires étrangères, Laurent Fabius, se fende

d'une lettre pour enjoindre de cesser toute collaboration avec Ahae.

Des enseignements ont-ils été tirés de cette affaire ? « La seule réaction a été la rédaction d'une

charte éthique du mécénat par le ministère de la culture, mais elle reprend celle du Louvre qui n'avait rien empêché... », répond Bernard Hasquenoph. Invité parfois pour ses compétences dans des groupes de réflexion sur les activités des musées, cet autodidacte a fait preuve d'une sagacité et d'un sens critique que bon nombre de journalistes pourraient lui envier. Il a cessé ses activités de graphiste pour se consacrer à la rédaction de son livre qui se lit comme un polar, sans savoir comment il gagnera sa vie dans les mois à venir. Le trop lourd prix de l'indépendance.

CORINNE RENOUL-NATIVEL

(1) Éd. Max Milo, 320 p., 22 €.

LE BILLET



ALAIN RÉMOND

## Champagne !

« Je bois pour oublier tous mes emmerdements », chantait Boris Vian. Et Aznavour : « Je bois pour oublier mes années d'infortune ». Eh bien, on sait maintenant que ça ne marche pas, ni pour les emmerdements, ni pour les années d'infortune. Surtout pas avec du champagne. En effet, selon une étude de l'Université de Reading (Grande-Bretagne), non seulement boire du champagne ne permet pas d'oublier, mais au contraire, ça stimule la mémoire, tout ça grâce aux phénols qu'on trouve en masse dans le champagne, lesquels régulent les zones cérébrales responsables de la mémoire spatiale. Pour le prouver, les chercheurs de Reading ont lâché des souris dans un labyrinthe. Celles à qui ils avaient fait boire deux verres de champagne s'y sont retrouvées beaucoup plus facilement que les autres. Conclusion : boire deux verres de champagne par semaine, ce serait épatant pour la mémoire. Et contre Alzheimer. Allez hop, ça s'arrose ! Pas si vite, tempère l'agence de santé britannique : ça marche pour les souris, mais pour les hommes, on ne sait pas. Mince, alors. Il va falloir boire pour l'oublier.

## la Croix

18, rue Barbès,  
92128 Montrouge Cedex  
Rédaction : 01.74.31.68.36  
Fax : 01.74.31.60.02  
www.la-croix.com  
courriel : lecteurs.lacroix@bayard-presse.com

**POUR S'ABONNER** « La Croix »  
Contact du lundi au vendredi de 8 h 30 à 19 h et le samedi de 9 h à 18 h  
Tél. : 0.825.825.832 (0,18 € TTC/mn).  
Site internet :  
https://librairie.la-croix.com  
ou écrivez à : « La Croix »,  
TSA 70008 59714 Lille Cedex 9.

**CHANGEMENT D'ADRESSE 24H/24, 7J/7** dans l'espace  
librairie.la-croix.com/moncompte

**QUALITÉ RÉCEPTION**  
« La Croix » administration générale,  
service qualité réception,  
18, rue Barbès, 92128 Montrouge  
Cedex. (Si le journal vous arrive en retard de façon répétitive.)

**RENSEIGNEMENTS ABONNÉS**  
Tél. : 01.74.31.15.02  
Site : www.la-croix.com/contact

**PUBLICITÉ** Tél. : 01.74.31.60.60.

**CARNET** De 9 h à 18 heures.  
[du lundi au vendredi]  
Tél. : 01.74.31.66.06.  
Fax : 01.74.31.60.03. courriel :  
carnet.lacroix@bayard-pub.com

**PETITES ANNONCES** De 9 h à 18 heures.  
Tél. : 01.74.31.66.08. Fax : 01.74.31.60.00.

**CONTACT POUR LES MARCHANDS DE JOURNAUX** Tél. : 0.800.29.36.87.

SON INSPIRATION

## La défense de l'intérêt général

« Dans tous les domaines auxquels je me suis intéressé, j'ai cherché à comprendre le fonctionnement, à retourner la carte postale pour ne pas me contenter de ce qui est montré en façade, et à faire profiter les autres de mes expériences, explique Bernard Hasquenoph. Je veux me positionner du point de vue de l'intérêt général. La défense du service public me paraît essentielle, surtout dans le secteur culturel. La démocratisation culturelle est un leitmotiv des politiques. Pourtant, les musées deviennent de plus en plus inaccessibles, en raison notamment de l'augmentation des prix des entrées. »