

Les Potins d'Uranie

ASTRO BIZ

Al Nath

Le remarquable catalogue hiver 1985/86 des Sun Line Cruises (filiale new-yorkaise de la Sun Line grecque) offrait sur vingt-quatre pages hautes en couleurs tous les détails des croisières organisées pour observer le retour de la comète de Halley: "Expéditions de luxe pour saluer la légende". Rien n'y manquait: cartes célestes, historique, graphiques, description de la flotte spatiale vers Halley ⁽¹⁾, présentation des distingués conférenciers, évocation des aspects les plus alléchants de la vie à bord, ainsi que les indispensables horaires, itinéraires, schémas des différents ponts et liste des prix. D'autres compagnies, comme la Royal Viking Line, avaient également occupé le créneau avec des offres similaires.

Il y en avait pour tous les goûts et tous les comptes en banque. Les prix étaient en général dans la large fourchette de 1.500 à 30.000 dollars et dépendaient évidemment du trajet de la croisière ou de l'excursion (souvent combinée air-mer-sol), de son niveau de confort et, bien sûr, de la qualité des accompagnants. Les destinations couvraient les Caraïbes, les Antilles, les Baléares, les Canaries, l'Afrique du Nord, mais également l'Afrique et l'Amérique du Sud, l'Australie, la Nouvelle-Zélande, le haut Amazone, ...

Mais ce ne fut là qu'un des nombreux exemples de commerces qui fleurirent avec le retour de la comète de Halley. Il faut citer les inévitables badges, pendentifs, monnaies, médailles, timbres, autocollants, posters, T-shirts, casquettes, sacs de voyage, crayons, épingles à cheveux, ... Certains logos conçus spécialement furent déposés et couvrirent des produits plus imaginatifs comme des cocktails, des chaussures de sport ou encore des dragées cométaires parfumées au yoghurt dans une réminiscence de l'apparition précédente de 1910-11.

Pilules et inhalateurs avaient alors aidé à lutter contre l'empoisonnement par les vapeurs du cyanogène qui ne devaient pas manquer de dévaster la Terre lorsque celle-ci allait être caressée par la queue cométaire. Mais on trouvait aussi à cette époque les petits chapeaux et bâtons de marche à l'emblème de Halley, sans compter son inspiration sur les publicistes de pains de savon et boîtes de café ⁽²⁾.

Alors qu'une bonne paire de jumelles était plus utile pour observer l'astre chevelu qu'un télescope, les ventes de ceux-ci montèrent en flèche, bien avant la phase la plus médiatique de la dernière approche. Pour Kim Davey de Celestron International, "La comète [était] une excuse permettant d'acquérir le télescope souhaité depuis toujours".

Grosso modo, on estime que cette manne céleste se prêta à un chiffre d'affaires de, au bas mot, quelque 500 millions de dollars et cela, rien que pour le territoire des Etats-Unis. Owen Ryan, président des General Comet Industries, l'une des nombreuses compagnies commerciales nées du retour de Halley, exultait: "C'est la version céleste des Olympiades"!

Et en fait, les apparitions de la comète de Halley dans nos cieux ne sont pas les uniques occasions pour l'exploitation commerciale d'événements astronomiques. Les éclipses totales de Soleil ont aussi leurs tour-operators spécialisés.

Nous avons déjà évoqué dans cette chronique les "ventes" d'étoiles organisées par des sociétés distribuant, contre espèces sonnantes et trébuchantes, des certificats de propriété dont l'authenticité et l'enregistrement sont de pure fantaisie [3].

Mais bien d'autres types de commerces "astronomiques" plus ou moins adroits existent et il n'est pas possible de les passer tous en revue ici. Citons seulement un autre exemple: celui de l'astrolabe Ungerer distribué l'an dernier en séries limitées numérotées. Chacune de ces "horloges sidérantes" (selon le prospectus) coûtait 8000 FF et montrait le mouvement apparent des astres, du Soleil et de la Lune. Elle présentait également le ciel pour un point géographique donné et indiquait l'heure moyenne locale, l'heure sidérale, les levers solaires et lunaires, les phases lunaires, les éclipses, les signes du zodiaque occupés par le Soleil et la Lune, ainsi que la date quel que soit le calendrier choisi (occidental, chinois, hébreu, ...).

A quand la production de la Starwatch, montre-bracelet sidérale, pratique pour les astronomes observateurs et "must" pour les snobs en quête d'originalité et désireux de "vivre aux étoiles"?

La preuve n'est certainement plus à faire que des thèmes astronomiques peuvent être prétextes à des affaires lucratives des plus intéressantes lorsqu'elles sont menées habilement. De quoi faire rêver les adeptes d'une discipline scientifique en proie à de très sérieuses difficultés financières. Et qui coûte de plus en plus cher.

Faut-il rappeler les changements dramatiques survenus dans la profession en trois décennies? Multiplication sans précédent des astronomes, de la surface collectrice et de la variété instrumentale, gestion nationale et internationale des grands télescopes, avènement de l'astronomie spatiale, adaptation aux médias modernes, ...

Des sociétés professionnelles ont ressenti la nécessité d'une gestion plus ... professionnelle et ont établi des bureaux permanents dotés d'un secrétariat stable, compétent et efficace. Ce fut notamment le cas pour l'Union Astronomique Internationale (UAI [4]) et l'American Astronomical Society (AAS). Pour celle-ci, un des buts importants annoncés était aussi la communication dans les deux sens entre ses adhérents d'une part et les milieux politiques et administratifs d'autre part [5].

Dans son rapport présenté à la XIXe Assemblée Générale à New Delhi en novembre 1985 [6], le Comité des Finances de l'UAI attirait l'attention sur la nécessité de rechercher de nouvelles sources de financement pour les activités de l'Union. Celle-ci est en quelque sorte prisonnière de son statut de société savante et ne peut pas se lancer aveuglément dans des entreprises lucratives. Certains pourront peut-être le regretter, mais sur ce postulat de départ, tout ce que les experts du sous-comité ad hoc appointé pour rechercher les meilleures voies à suivre ont pu suggérer, fut la création d'un fonds de donations. Il est douteux que celui-ci résolve définitivement les problèmes financiers de l'UAI quel que soit le succès qu'il rencontre, mais c'est tout ce qui semble pouvoir être fait dans les conditions actuelles.

Les problèmes de manque de crédits pour les recherches astronomiques ne sont pourtant pas nouveaux. Parfois contraints de le faire, certains astronomes se sont tournés vers l'industrie. Et il est intéressant de se pencher sur leur expérience et leurs témoignages. Ceux-ci ne manquent pas.

Des possibilités d'emploi de plus en plus nombreuses pour des personnes avec une formation astronomique sont offertes par ce que l'on appelle plus généralement "le privé" dans des domaines couvrant l'analyse mathématique, la modélisation, la détection à distance, la conception d'instruments, l'extraction de l'information de faibles signaux, l'étude des plasmas, les effets des températures extrêmement basses ou hautes, ... en plus des branches habituellement ouvertes aux astronomes comme celles touchant à l'optique, l'espace, etc.

Il ressort également de réelles potentialités de collaborations entre des groupes de recherches astronomiques et l'industrie. Ceci implique évidemment l'obtention de contrats intéressants et/ou le dépôt de brevets dont les rapports ne peuvent que faciliter le développement de la mission primaire de recherche de ces laboratoires, sans parler de l'expérience gagnée par l'intermédiaire de ces collaborations. Faut-il rappeler que les conceptions de base du scanner, tellement utile en médecine de nos jours, viennent de la radioastronomie qui les avait forgées pour mieux étudier les galaxies?

On observe également dans plusieurs pays un désengagement de l'Etat ou des institutions publiques, argentiers traditionnels de la recherche fondamentale, en faveur du mécénariat ou de sources de financement trouvées par les scientifiques eux-mêmes. La France vient ainsi de découvrir le sponsoring après l'avoir longtemps ignoré.

On en revient ainsi à une nécessité déjà évoquée dans ces chroniques [3], à savoir l'ouverture de plus en plus grande de la recherche fondamentale, et astronomique en particulier, sur la société. C'est de celle-ci que dépend finalement notre support et il est important de maintenir son intérêt par une information la plus adroite, la plus soutenue et la plus complète possible. Mais il est aussi indispensable de lui faire partager en retour les expertises développées au sein de notre corporation.

L'époque où de doctes chercheurs retranchés dans leurs univers cristallins se voilaient la face à la simple évocation du nerf de la guerre et attendaient tout d'un Etat patron et bienveillant, est probablement révolue. Les grosses institutions s'entourent de personnes spécialisées dans la communication, l'étude des retombées (industrielles et autres) de leurs activités, ainsi que dans l'obtention de subventions par interaction avec la société au sens large.

Notes:

[1] Voir "Le Ciel", septembre 1985, p. 189

[2] ... tout comme sur les fanatiques de la secte d'Henry Heinmann qui avaient failli lui sacrifier une jeune vierge dans l'Oklahoma (sic).

[3] Voir "Le Ciel", avril 1987, p. 123

[4] Voir "Le Ciel", octobre 1982, p. 204 ou "Potins d'Uranie", p. 34

[5] Voir "Le Ciel", avril 1985, p. 91 ou "Potins d'Uranie", p. 120

[6] Voir "Le Ciel", avril 1986, p. 148