

zippo

La ligne " D-Day ", en hommage au débarquement sur les plages de Normandie, une série commémorative pour les collectionneurs, les passionnés et les amateurs.

Contact Presse :
CDB Communication
Catherine Benizri :
email : c.benizri@wanadoo.fr
Dominique Grou-Radenez :
email : d.grou-radenez@wanadoo.fr
41, rue de Bourgogne - 75007 Paris
Tél. : 01 45 55 57 26
Fax : 01 45 55 08 25
• Ektas sur demande



Briquet ZIPPO chromé brossé et sérigraphié de la célèbre **Jeep** qui devint après le débarquement aussi mythique que le briquet ZIPPO.
Prix de vente conseillé : 45 €



Briquet ZIPPO commémoratif chromé brossé et sérigraphié du célèbre **Typhoon** qui, avec ses quatre canons et ses roquettes, est le plus redouté de tous les avions engagés dans la bataille du débarquement.
Prix de vente conseillé : 45 €



Briquet ZIPPO commémoratif chromé brossé et sérigraphié **Omaha Beach** du nom de la célèbre plage de Normandie où débarquèrent les alliés le 6 juin 1944.
Prix de vente conseillé : 45 €



Briquet ZIPPO commémoratif chromé brossé et sérigraphié **Pegasus Bridge**, pont légendaire du village de Bénouville dont s'empare avec éclat les troupes anglaises.
Prix de vente conseillé : 45 €



Coffret collector 10 000 exemplaires pour le monde
Dans ce coffret " Sands of Normandy ", une fiole de sable d'Omaha Beach accompagne le ZIPPO dont la finition " Black Crackle Finish " (noir craquelé) est une fidèle reproduction des briquets fabriqués durant la Seconde Guerre Mondiale.
Il est orné de l'emblème sérigraphié " D-Day ", fait de laiton vieilli et inspiré du fameux insigne que les Forces Alliées portaient sur la manche de leur uniforme.
Prix de vente conseillé : 120 €

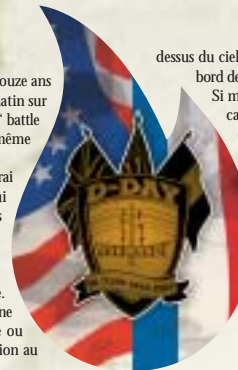


LA FLAMME DES HÉROS

60 YEARS 1944-2004

La flamme de la liberté

D-day, le jour J est arrivé. Nous sommes le 6 juin 1944. Douze ans après avoir été breveté, je me retrouve à l'aube d'un petit matin sur les plages de Normandie, empaqueté ou dans une poche de " battle dress ", prêt à faire brûler la flamme des héros. Ceux-la même qui délivreront l'Europe occidentale du joug nazi.
En allumant la mèche de la liberté, non seulement je deviendrai partout dans le monde un acteur incontournable du feu qui aura participé à sa manière à la délivrance du peuple, mais aussi un mythe. Un mythe qui perdure aujourd'hui, immortalisé à maintes reprises au cinéma, passé à la postérité après mes exploits guerriers.
Si je n'ai tué personne, en revanche j'ai sauvé la vie. Témoins ces GI's qui me portaient dans leur poche de poitrine dont les balles adverses ont été stoppées par ma présence ou encore ce pilote, Harry Slatter, qui put revenir d'une mission au



dessus du ciel italien sain et sauf grâce à ma flamme qui éclaira le tableau de bord de son zinc après que celui-ci fut endommagé par la DCA ennemie. Si ma vocation première est d'allumer des cigarettes ou des feux de camp, maintes fois ma flamme a servi de signal ou d'éclairer, épargnant ainsi la vie à de nombreux boys.

Et puis, lors des moments d'accalmie, fréquemment je suis devenu objet de réconfort, ranimant les mains frigorifiées et, à plusieurs sous un casque transformé en marmite, j'ai servi de réchaud, permettant au soldat d'avoir un repas chaud. Tout juste 60 ans après, voici retracée ma folle épopée dont, le débarquement sur les côtes françaises, fut un tournant historique.

Indéfectible, irrésistible, indémodable, je suis cet objet fétiche, témoin et véhicule de l'histoire, qui a su transmettre sa flamme incandescente par-delà vents et marées, par-delà les temps.

Je suis le célèbre briquet tempête Zippo.



zippo

ZIPPO débarque

Naissance d'un mythe

Bradford, 1932. Au cœur des forêts, dans cette petite ville de Pennsylvanie, un homme du nom de George Grant Blaisdell, va avoir une idée de génie : créer le Zippo. Ce bricoleur avant-gardiste, imaginaire et visionnaire, consterné par l'aspect vulgaire du briquet tempête autrichien que lui tendait un ami, entreprend dès lors de fabriquer un briquet qui allie pour le grand bonheur des allumeurs de tous feux, esthétique et solidité. Sensibilisé par l'importance que revêt le nom dans le succès d'un produit, il le baptise " Zippo ". Un substantif inspiré par l'appellation de la toute nouvelle invention de la fermeture éclair, le " Zipper ". En 1932, G.G Blaisdell assemble le premier Zippo qu'il a conçu d'après ce modèle grossier de l'armée régulière autrichienne du XIXe siècle et il en dépose le brevet. Là commence l'épopée du plus petit objet symbolisant l'Amérique.

Zippo entre en guerre

Peu avant d'entrer en guerre, en 1938, Zippo se réforme. L'emboutissage, technique désormais au point, remplace la soudure. Le Zippo adopte alors la forme aux angles arrondis qu'on lui connaît encore aujourd'hui.

Suparavant les angles étaient droits. Si avec l'entrée en guerre de l'Amérique à Pearl Harbor, le Zippo va gagner des galons sur le front asiatique, il est loin encore de connaître le succès phénoménal et l'extrême popularité que va provoquer quelques années plus tard le Jour J.

A l'aube du 6 juin 1944, le débarquement va faire passer la firme à l'échelle planétaire. Enfoui dans le paquetage ou rangé dans l'une des poches de la tenue d'assaut, il va accompagner les efforts de tous les libérateurs américains au cours de leurs rudes et dangereuses attaques.

Un mythe est né.

Le " black crackle finish "

Dès l'annonce de son entrée dans le conflit de la Seconde Guerre Mondiale, le gouvernement américain interdit la mise sur le marché de nombreux produits de consommation et de matières premières, tel le lait qui servait jusqu'alors à la fabrication des Zippo. Qu'importe, le prévoyant et astucieux G.G Blaisdell utilise des matières premières non réquisitionnées et consacre l'intégralité de sa fabrication à l'approvisionnement de l'armée afin d'éviter d'abandonner la production de briquets.

Les Zippo sont alors conçus dans un acier poreux de mauvaise qualité dont on cache l'esthétique douteuse par une couche de peinture noire qui prend un aspect craquelé après un bref passage au four. Cette finition, intitulée " black crackle finish ", va devenir célèbre et restera liée d'une manière impérissable à cette cruciale période historique. Pure coïncidence le " black crackle finish " est anti-reflets. Une chance pour les soldats qui, grâce à ce procédé évitent de se faire repérer. Sachant que les militaires en guerre fument beaucoup, l'armée américaine va acheter toute la production de Zippo. Et ce jusqu'en 1945. Fantassins, marins, aviateurs, tankistes, tous les " boys " ont leur Zippo. Quand les restrictions seront levées, que l'acier sera " libéré ", chaque bateau, chaque base, chaque division, chaque corps d'armée va commander des Zippo à ses armes, son sigle, sa devise, son nom.

Tout GI peut ainsi affirmer son appartenance à son groupe, sa tribu.

Objet de culte

Les qualités du briquet tempête sont multiples, sa solidité le préserve de toutes les épreuves, il est toujours à portée de main, présent à tout moment, utile à chaque instant. Inusable et fidèle, il est quelquefois le compagnon de route ou de peine.

Très souvent gravé au couteau par son propriétaire, chaque briquet est personnalisé par un motif, une pensée ou un simple nom. Ainsi " tatoué ", le Zippo se transforme en talisman de guerre, objet fétiche ou tout simplement porte-bonheur. Les anecdotes se comptent par centaines pour accrédi- ter le rôle et la popularité acquis par Zippo durant la guerre.

Les Zippo noir mat, offerts aux officiers de haut niveau, sont parallèlement vendus dans les " PX stores ", magasins militaires, où les GI's les découvrent pour la première fois. Immédiatement séduits, les soldats les adoptent pour leur coût modéré, leur robustesse et leur indéfectibilité. Signe patent de leur attachement, voire de leur adulation, ils en font leur plus chers et fidèles compagnons.

Si les troupes US vont se voir ultérieurement engagées en Corée, au Vietnam ou dans le Golfe, c'est bien la Seconde Guerre Mondiale qui scelle la popularité du Zippo. Durant cette



Zippo et " l'Américan Way of Life "

Difficile est d'évoquer Zippo, symbole d'une Amérique forte et victorieuse, sans le corréler immédiatement au GI, enfant vénéré du Nouveau Monde. La dénomination " GI " désigne à l'origine tout ce qui était " fourni par le gouvernement (Gouvernement Issued). Pendant ce deuxième conflit mondial, les soldats furent ainsi baptisés GI's en raison de leur équipement militaire ; l'intégralité de leur paquetage, vêtements et nourriture confondus, étaient estampillés des lettres " GI " conformément aux spécifications militaires et gouvernementales. Pourtant, un objet très souvent inclus dans leur bagage ne portait pas cette mention : le Zippo qui, diffusé à des millions d'exemplaires à tous les " boys " tout au long de la guerre, ne fut jamais officiellement adopté par l'Armée; au contraire des lunettes Ray-Ban, des rasoirs Gillette, des montres militaires Hamilton, du ketchup Heinz, des jeeps Willis, des Talkie-Walkie Motorola, des chewing-gums Chicklets, dûment estampillés par les autorités gouvernementales. Ces produits made in USA feront leur apparition sur le vieux continent au même titre que le corned-beef, qu'on arrosera de Budweiser et de Coca-Cola dans leurs toutes nouvelles canettes avant de fumer l'une de ces blondes toujours en vogue comme Pall Mall, Lucky Strike ou Camel. Lesquelles s'allument évidemment grâce au célèbre clic du Zippo au son du Rock'n Roll naissant et du Boogie Boogie.

Porte-parole des Etas-Unis, synonyme de Victoire et de Liberté, la Seconde Guerre Mondiale allait jouer un rôle fondamental dans l'histoire du mythe Zippo. En débarquant en Normandie il y a tout juste 60 ans, les 57 gr. du briquet garanti à vie n'allaient pas seulement sonner le glas du triomphe, mais éclairer l'humanité de la flamme de la liberté.

