Table des matières

Introduction9
I. Marchés
Patrick Eveno Entreprises et marché de la presse sous l'Occupation
Olaf Simons Bertelsmann sous le Troisième Reich
Florian Triebel Les Éditions Eugen Diederichs de 1933 à 1945 : une maison d'édition dans l'Allemagne nazie
Jeroen Euwe Le marché de l'art aux Pays-Bas de 1940 à 194585
Gérard Régnier Le marché du disque de jazz sous l'Occupation
II. Entreprises
Bruno Dubot La Librairie Larousse pendant la Seconde Guerre mondiale, le temps d'un blé noir ?
Marie-Cécile Bouju L'Imprimerie Georges Lang, 1940-1947
Claire Maingon La galerie Charpentier, à Paris, en 1942 : un effort de propagande nationale au service de l'opportunisme individuel
Stéphanie Salmon Le groupe Pathé pendant l'Occupation : dépendance, indépendance et renaissance
Aurianne Cox Le journal <i>Signal</i> . Presse illustrée et propagande allemande en France

III. Culture et économie215
Agnès Callu Les music-halls et cabarets ou les petites entreprises du « Gai Paris » sous l'Occupation217
Myriam Chermette La photographie dans les quotidiens « repliés » : une progressive asphyxie
Françoise Taliano-des Garets Presse, culture et propagande à Bordeaux sous l'Occupation243
Yannick Simon La SACEM et les enjeux de la gestion du droit d'auteur259
Caroline Chaineaud Le comité d'organisation de l'industrie cinématographique271
IV. Contrôles 293
Côme Fabre L'« aryanisation » des galeries juives parisiennes : le cas de la société Wildenstein & C ^{ie}
Les ondes aux ordres de Goebbels : la Reichs-Rundfunk- Gesellschaft sous le Troisième Reich
Karine Le Bail Radio-Paris ou Radio-Vichy? Le milieu artistique français face au nouveau marché des ondes
Dominique Pinsolle L'entreprise Le Matin sous l'Occupation
Yves Guillauma Séquestre des journaux interdits et presse de la Libération : l'exemple du <i>Granvillais</i>
Conclusions
Les auteurs
Table des illustrations