

J'attends la prochaine guerre

Alexandre Santos

*PROLOGUE**C'est sur fond blanc**Le cordon ombilical surgit de la gauche de l'image**Mène tout droit au ventre du bébé**Une fille**Elle a les yeux fermés - par la première lueur qui brûle les yeux - et la bouche ouverte - par la première inspiration qui brûle les poumons - sa peau a l'air craquelé**C'est le liquide amniotique le sang la sueur de la mère**Ce bébé vient de naître**Tenu par deux mains gantées sur la droite de l'image qui sortent d'une blouse médicale bleu turquoise**C'est sur fond blanc**Et c'est tout**Un long silence**Le patron fixe**Le photographe hoche la tête**Content de son travail*

LE PATRON : Et le logo on le met où ?

Explose un air d'opéra italien puissant comme un cri primitif

1. Un village de Lombardie

1945

LE PHOTOGRAPHE : Quand mes parents se sont lassés des bombes on a déménagé pas loin de Bergame, dans un petit village près des montagnes que personne, normalement, ne pense à bombarder. On est en 1945, c'est quand même un peu la guerre, j'ai 3 ans, et il n'y a pas de télévision, pas de cartoons, pas de bandes dessinées... Puis un jour ma mère accroche sur le mur en face de mon lit un sacré cœur. Un sacré cœur c'est une représentation du cœur du Christ, c'est tout rouge tout beau, tout parfait. Il est cerclé de flammes orange vif, et leur incandescence, avec les jeux d'ombres, fait presque illusion d'optique : on a l'impression que la feuille va se contracter à cause de la chaleur, commencer à brûler. Et au-dessus de ce cœur en feu flotte la couronne d'épines... Pour moi gamin c'est un choc : je sens qu'on veut me transmettre quelque chose d'important, mais sans dire un mot, rien qu'avec une image... Et ça me bouleverse d'autant plus que je ne comprends rien, tout ce que je sais c'est que ce cœur est à un gars qu'on appelle Jésus-Christ. Mais qui c'est ce mec ? Comment il a fait pour que son cœur fasse des flammes ?

*Quelqu'un fait le photographe à la messe qui prie dévotement
Demande une autre hostie au cas où la première ne suffirait pas*

LE PHOTOGRAPHE : Bon niveau prosélytisme j'ai jamais été croyant donc c'est un échec total. Par contre sur l'image...

Le quelqu'un part déçu

LE PHOTOGRAPHE : Certains disent que Goebbels a inventé la communication moderne, avec Bernays celui qui a fait fumer les femmes pour mieux les « émanciper ». Ok. Ça se discute. Moi je considère que c'est le christianisme qui a posé les bases de la publicité, avec le meilleur produit d'appel de tous les temps, Jésus, et tout ce qui va avec, la maman qui accouche sans avoir copulé, le traître forcément juif (vous me direz, tous les apôtres sont juifs), le Romain qui se lave les mains etc. Qu'il me jette la première pierre celui qui n'est pas admiratif devant un tel storytelling.

Là il faudrait des assistants qui font défiler un PowerPoint intitulé « God Brand Strategy »

LE PHOTOGRAPHE : Ensuite vous avez le slogan : amen. Simple, efficace, peut se décliner, prend peu de place sur une affiche. Vous avez le logo : la croix. Vous avez le testimonial, avec les stars comme Michel-Ange qui font une excellente promotion dans leurs tableaux. Et le plus fort c'est que tout ça baigne dans une violence inouïe : le calvaire, Satan, l'Enfer.. L'Église n'a rien enjolivé, c'est un flot de dégueulasseries... Qui s'est vendu quand même. Alors comment on en est arrivés à ces pubs à la con ? Les serviettes hygiéniques au sang bleu, les dents blanches comme les nuits d'un insomniaque, le gamin tête à claques que même ses parents doivent avoir envie de tuer tellement qu'il est beau, tellement qu'il fait plein de sport, tellement qu'il a même pas un seul putain d'épi dans ses cheveux ? Quand la publicité est-elle devenue cette chiasse stérile, bombardement hallucinogène pour masquer la mort cérébrale ? Je dis ça parce que certains scientifiques pensent qu'avant de mourir le cerveau nous balance des hallucinations pour qu'on ne sente pas la mort passer... Vous croyez que ces hallus sont aussi délirantes qu'une pub pour de la

lessive ?

2. Cannes

1989

Festival International du Film Publicitaire

C'est l'effervescence d'après le palmarès

Le patron champagne au bord des lèvres

Une grande cheffe d'agence publicitaire à ses côtés

Bande son infernale de rires d'exclamations factices et surjoués

LE PATRON : Bien sûr que je suis heureux. Il a prouvé qu'il n'était pas seulement un grand photographe mais aussi un réalisateur de films publicitaires de haute volée. Ce Lion d'Or est mérité, après j'espère que le prochain sera pour son travail avec nous. Sa folie, son immense talent, on en avait besoin...

LA PUBLICITAIRE : Il vous a sauvés.

LE PATRON : Sauvés de quoi ? Tu veux voir nos chiffres d'avant qu'il arrive ?

LA PUBLICITAIRE : Toute entreprise a besoin d'être sauvée quelque part.

LE PATRON : On sait ça, c'est votre fond de commerce aux publicitaires, comme les chirurgiens esthétiques : quand il n'y a pas de défaut, vous en trouvez.

LA PUBLICITAIRE : C'est pour ça qu'après une opération esthétique on est plus beau.

Une femme passe comme par hasard devant eux

Une caricature des ratés de la chirurgie

Elephant Man avec du rouge à lèvres

Lève son verre en direction du patron et de la publicitaire

Tout sourire

Lèvent leur verre en direction de la femme qu'ils semblent déjà connaître

Tout sourire

LE PATRON : Tu devrais avoir peur de la révolution qu'on amène. C'est la Bastille qui se prépare dehors pendant que toi tu restes cloîtrée dans ton agence.

LA PUBLICITAIRE : Mon pauvre... Les révolutions on les comprend mieux que ceux qui les font...

LE PATRON : Ah bon, comment ça se fait ?

LA PUBLICITAIRE : Parce qu'on lit les mêmes auteurs qu'eux.

LE PATRON : Oh alors votre secret c'est d'aimer les livres...

LA PUBLICITAIRE : Non, ce que je te dis c'est qu'on se nourrit de tout, mais surtout de ce qui nous

attaque. Comme la mode, tiens.

LE PATRON : Justement n'oublie pas que quand Oliviero est arrivé, notre entreprise existait déjà depuis 30 ans et que c'est à la mode qu'on doit notre succès. Nos couleurs en particulier, c'est notre ADN nos couleurs, c'est notre chair, on en connaît l'odeur, dans les usines, on connaît jusqu'au bruit qu'elles font nos couleurs. Nous ne sommes pas nés avec Oliviero.

*Un mauvais sosie du patron apparaît
Vêtu tout comme lui mais avec une gestuelle maladroite
Parodie involontaire par un mauvais acteur
Accent italien grotesque*

LE SOSIE : Vous me reconnaissez ?

LE PATRON : Vous me reconnaissez ? La publicité que j'ai faite il y a quelques années. C'était malin : je marchais dans un pré, avec des moutons de toutes les couleurs, je vantais les mérites de la carte American Express, mais je ne disais pas mon nom une seule fois. Maintenant on dirait que c'était « subliminal », une publicité pour un autre tout en étant pour nous, parce qu'il suffisait de montrer nos couleurs pour faire notre pub, parce que nous étions la couleur. Et on avait eu un prix aussi d'ailleurs. Sans Oliviero.

*Le sosie reste sur scène connement
Les bras le long du corps
La publicitaire lui fait signe de s'éclipser*

LE PATRON : Cela dit, les temps ont changé.