

Le marketing s'intéresse à la prestidigitation

GRENOBLE. Des prestidigitateurs parmi les meilleurs régionaux se sont présentés au casting organisé par une société de marketing. "Joseph Magic Media" recrute des artistes d'une discipline en pleine mutation. Mais, qu'on se rassure, la magie est toujours là.

Ou ! Je m'intéresse à la magie à titre personnel, pas du tout professionnel. J'adore rêver... "Géraldine Lafond est lyonnaise. Elle est venue à Grenoble mercredi pour donner un coup de main à "Joseph magic media", une agence de marketing opérationnel installée à Paris qui utilise la magie comme outil de promotion des ventes, dans la grande distribution ou le luxe. Admirative de la prestidigitation, elle est chargée du casting organisé par la société pour recruter 200 artistes sur toute la France. Plusieurs profils sont à dénicher, depuis les comédiens ou magiciens sans niveau technique particulier aux prestidigitateurs très confirmés. Des marques renommées ont déjà fait appel à la société : Hermès, Zippo, Philip Morris, Hennessy ou L'Oréal pour des opérations sur les lieux de vente ou de consommation. Pour chacune d'entre elles, trois tours de magie sont conçus. Ils seront enseignés aux artistes. A l'occasion du casting, Géraldine est Madame Tout-le-Monde ! "Je suis là pour voir quel plaisir les candidats provoquent chez le spectateur. Et relever leur tenue, leur aisance à parler, la sympathie qu'ils inspirent."

Une dizaine de candidats se sont présentés mercredi. Leur épreuve ? Montrer un tour libre et un tour imposé sous les yeux ébahis de la jeune femme qui, chaque fois, n'en revient pas. Alexandre Favre — Artmik pour le public — et Pierre-Louis Germain — Pilou — sont venus ensemble. Ils sont intermittents du spectacle et autodidactes. "Choisissez quatre cartes, proposez Pilou. Puis, de ces quatre cartes, retirez-en une. Il en reste toujours quatre ! On en enlève une... Toujours quatre. Prêtez-moi votre stylo. Tiens... Le bouchon a disparu. Non, le voilà ici. Ah, c'est le stylo qui est parti !" L'art s'appelle le "close-up" : une magie rapprochée que le prestidigitateur exerce avec des objets du quotidien. Un cordon, par exemple, pour Alexandre. Un cordon ou deux ? Impossible de le savoir. En voici deux, et puis une boucle, et puis un seul à nouveau avec ses bouts. Que se passe-t-il ? On ne sait pas. On se prête volontiers au jeu, pour le plaisir de n'y rien comprendre. Alexandre et Pierre-Louis sont animateurs, de formation. Passionnés par la magie, ils se sont beaucoup



Alexandre Favre — Artmik pour le public — joue avec les cartes. Et s'amuse à les brouiller...

Photo Patrick GUYOT

exercés — "des milliers d'heures ! Une pratique quotidienne" — ont suivi des conférences, des congrès. Alexandre a appris la mise en scène au cirque, il a un oncle magicien. Pilou, lui, a "un grand-père champion de France de bridge. On est toujours dans l'amour des cartes. Avec 52 cartes, on peut faire des milliers de tours !" Quelles qualités pour être bon en "close-up" ? "D'abord des qualités relationnelles avec le public. Il faut aussi de la patience : parfois, on bute sur une manipulation, il faut refaire et refaire. De l'agilité, aussi, bien sûr, mais elle s'acquiert : tout le monde peut y arriver. Il faut... une bonne vision ! Afin de maîtriser ce qui se passe autour. Et une sacrée confiance en soi. Pour s'approcher d'une table de gens qui dînent et s'imposer, il faut être sûr de soi." "La magie rapprochée, c'est le créneau porteur aujourd'hui", confirme Bernard Gil. Cet instituteur de formation est membre de l'amicale Robert Houdin de Grenoble, elle-même adhérente à l'Association française des artistes presti-

digitateurs (Afa). "Le public avait l'habitude de voir le magicien de très loin. Ces spectacles, qu'on appelle « de grande illusion », existent toujours mais sont moins nombreux, plus difficiles à monter. Les arbres de Noël diminuent terriblement. Ils sont remplacés par des spectacles de cirque au Palais des sports. En revanche, on invite de plus en plus un magicien pour animer une soirée de séminaire ou un mariage." Le métier a changé : "Aujourd'hui, le seul manipulateur ne vaut rien. L'artiste vaut par son don de comédien. Il fait la même chose qu'avant mais il a quelque chose en plus." Récemment, David Copperfield a révolutionné les mentalités : "Il a secoué les artistes. Et le public avec. Il se présente en jeans, fait des tours de « close up » sur scène, devant des milliers de personnes, sur écrans vidéo. La distance est abolie. Le prestidigitateur n'est plus un « dressé de cartes » mais un comédien qui se met en scène." Pas étonnant, alors, que la promotion commerciale s'empare de leurs talents. Même si les artistes avan-

cent vers elle prudemment. "C'est la première fois que je fais un casting, explique Bernard Gil. Je me suis présenté car la société qui recrute se lance sur ce créneau avec le concours de l'Afa et qu'elle vend des produits haut de gamme." Damien Bertrand, cofondateur de "Joseph magic media" avec Edouard Dauchez, est d'ailleurs lui-même un magicien. Bernard Gil travaille dans des clubs de magie pour enfants, des centres familiaux de vacances. "J'ai la chance, explique-t-il, de pouvoir choisir mes activités. Je ne suis pas obligé de travailler « au bouchon », quand le cachet est établi selon le nombre de bouteilles partagées avec les clients qui vous invitent à leur table... Pourtant, je suis un flambeur", raconte-t-il en ouvrant son portefeuille... qui s'enflamme aussitôt ! Heureusement, pour trouver de l'argent, le magicien a sa technique : il découpe des bouts de papier vert. "Il suffit pour moi de les rassembler, comme cela... Et je peux montrer que j'ai autant de billets de 100 €..."

Brigitte CHAUMEREUIL ■