

A stylized, high-contrast illustration of a woman's profile in shades of grey and white. She is wearing a large, light-colored hat with a dark band. Her hair is black, and she has a red earring and red lips. The background is a mix of light blue and black.

Héloïse
CLUZEL

**VICTOIRE
À BABYLONE**

Récit d'une âme
sauvée *in extremis*

EdB

AGENCES EN EAUX PROFONDES

Qu'est-ce qu'exister ? Se boire sans soif.

*Jean-Paul Sartre*⁶

Starting from now⁷

À l'âge de vingt-quatre ans, après six années d'études artistiques, j'entre dans le monde de la pub, où j'espère trouver un gagne-pain autant qu'une raison d'exister. Un ami de mon père, haut placé, m'invite à postuler dans une grande agence internationale, sous le titre de *Directrice artistique junior*.

Nous sommes en plein été. Lors de mon entretien d'embauche, le Directeur de création semble comblé par notre tête-à-tête. Je ressemble à une grande tige longiligne, d'un mètre soixante-seize, vêtue d'un petit short rose pâle et d'un haut blanc près du corps, le tout planté dans des baskets en coton blanc. La *belle plante* affiche des jambes qui n'en finissent pas et un sourire si timide qu'il contraste étrangement avec l'ensemble de la scène. Je bafouille une phrase avant de m'asseoir. Puis, dans une sorte d'auto-panégyrique ininterrompu, le *Grand Directeur* m'évoque ses brillantes études, la fulgurance d'une

6. Dans *L'Être et le Néant*.

7. Premier emploi.

carrière jalonnée de prix créatifs, ses très hautes fonctions au sein de l'agence. Croisant et décroisant nerveusement mes grandes jambes, je me contente de sourire à ce petit homme – un mètre soixante-quinze en levant les bras – omniscient et omnipotent, et qui semble se prendre pour Dieu le Père, pas moins.

Enfin, à l'issue de notre entretien, le *big boss*⁸ juge ses propos si brillants qu'il s'octroie sans hésiter la meilleure note. Le grand homme a passé un moment si délicieux avec lui-même qu'il embauche instantanément la débutante, toujours sans voix et sans *curriculum vitae*, qui se tient là, comme un pauvre piquet, plantée devant lui.

Mon premier emploi consiste à concevoir et à réaliser des campagnes de presse, d'affichage de rue – mais aussi des *story-boards*⁹ de télévision – pour des annonceurs présents dans toutes les cuisines et les salles de bain du monde. Je travaille pour les plus grandes marques de lessive, dentifrice, thé, crèmes glacées... Dès le premier jour, le ton est donné. Sur chacun des deux cents bureaux de l'agence, du PDG à la standardiste, un petit mot m'accueille avec bienveillance.

Héloïse, nouvelle recrue à la Création. Messieurs, si elle vous donne des idées, c'est normal, elle est payée pour ça.

Je ne tarde pas à beaucoup souffrir. Je connais le mannequinat pour avoir exercé, plusieurs années de suite, des petits jobs d'été très bien payés. Dans ma première agence internationale, je transforme donc aisément mon corps en *cintré vivant*, sur lequel, chaque matin, j'accroche à peu près tout et n'importe quoi. Mes supérieurs attendent de moi une belle plastique ? Je réponds naïvement à leurs désirs. L'agence recrute des dizaines de jeunes femmes, et toutes, sans exception, jouent

8. Le grand patron.

9. Découpages en textes et en images d'idées de films TV ou cinéma (10, 15 ou 30 secondes) pour les présenter aux clients.

le jeu d'une *séduction quotidienne exigée*. Un esprit de compétition exécration s'installe très vite entre nous.

Love my fashion job¹⁰

Avec mon physique de *fausse mannequin*, je n'ai pas beaucoup d'efforts à fournir. Tous les matins, je traverse la longue passerelle vitrée qui me conduit à mon bureau, participant ainsi à un défilé de mode imaginaire. Dans ma volière dorée, le lundi, je me déhanche gratuitement, habillée en Sonia Rykiel customisé ; le mardi, je défile en Agnès B. ; le mercredi, j'exhibe ma dernière paire de chaussures à quatre Smic de Christian Louboutin...

De l'assistante du directeur jusqu'aux commerciales, en passant par nos jeunes et jolies stagiaires, toutes les femmes de l'agence participent tacitement au jeu stupide du *Miroir, miroir, qui est la plus belle aujourd'hui ?*

En plein cœur de Paris, nous ressemblons à de petites starlettes locales, adulées pour nos plastiques affriolantes, chair fraîche livrée aux esprits salaces de nos collaborateurs-prédateurs. Harcelées à longueur de journée. De la chair fraîche à la chair à saucisse, il n'y a qu'un pas, que je me garde bien de franchir. Ma conscience m'avertit que je ne serai *plus rien* si je dépasse cette limite non autorisée, précipitant au rayon des proies faciles celles qui acceptent d'être *dévorées* toutes crues par nos directeurs.

Mon agence ressemble à un détaillant de mobilier bien connu, dont le magasin phare se situe dans le même immeuble, juste en dessous de nos locaux. Sur les vitres de la célèbre enseigne Conforama, comme dans nos couloirs, la même information circule en silence :

10. J'adore mon job !

Les promos canapés durent toute l'année ! Avis aux amatrices.

Un jour, un événement pitoyable se produit. Le joli corps d'une commerciale de vingt-cinq ans, *mâchouillé* par son directeur lors d'un *cinq à sept* à l'hôtel d'en face, se retrouve réduit en bouillie psychique. À leur retour, l'amant de deux heures s'amuse à colporter avec obscénité, et dans chaque bureau, les détails salaces de ses ébats intimes. Le jeu excite aussitôt toute une galerie de jeunes mâles, en perpétuelle quête de nouvelles pratiques sexuelles. La traînée de poudre verbale provoque un incendie qui ravage brusquement la pauvre victime, un peu fragile, jusqu'à la réduire en cendres. *La femme chewing-gum* sombre vite dans un *burn-out* si sévère qu'on ne la reverra jamais plus.

Le marché du travail se porte plutôt bien. Pourquoi ne pas prendre mes jambes à mon cou et fuir ce milieu dépravé ? À l'issue d'une formation, je pourrais peut-être changer de voie et devenir photographe ou, pourquoi pas, décoratrice d'intérieur ? Mais quels monstres me retiennent prisonnière de mes peurs ?

Ce matin, dans le couloir, en croisant l'ex-amant de *la femme chewing-gum*, je ressens un malaise. La langue cynique de ce grand séducteur cherche à nouer contact avec moi. Son esprit lubrique se lit dans ses yeux verts, tachés d'une hypocrisie sournoise. À cet instant, Méphistophélès scanne mon *corps objet* de haut en bas. Avec son sourire en coin, le prédateur ressemble à une bombe à retardement. Qui veut être le prochain *cadavre vivant* épinglé sur le tableau de chasse du grand directeur ? Non merci.

I can do it¹¹

Avec ce premier emploi, mon corps m'offre de jouer à la poupée Barbie. Chaque samedi, engloutie dans mon dressing de princesse, une grosse moitié de mon salaire disparaît. Je consomme pour exister. Séduire me rassure et m'illusionne. Ma boulimie de fringues ressemble à une totale addiction. J'achète, j'emporte, je porte, je stocke et puis je jette. Mais ma *faim* justifie-t-elle vraiment mes moyens ? La jeune créative décide de tout se permettre. Eh bien ! Voyons si j'ai froid aux yeux ou non, et où se situe la limite de mes limites. Une accroche pour la célèbre marque de lunettes Alain Mikli me séduit. Je décide de l'appliquer à la lettre, comme à l'œil : *Autant se cacher derrière quelque chose qui se voit*, affirme la publicité.

Au cœur d'un célèbre magazine de mode féminin, je tombe en arrêt devant une double page détonante. Un jeune photographe anglais – pourvu d'une audace rare – y présente ses nouvelles créations. L'expression de son délire ? À partir de tissus et d'objets détournés, l'artiste crée une nouvelle séduction. Trois sublimes mannequins sur papier glacé lancent un défi aux grands couturiers. Tout à coup, la beauté devient accessible aux *sans-le-sou*. Le photographe dérouté et dépoussière tous les codes de la mode, en sublimant des matériaux aussi banals qu'hétéroclites : un rideau de chez Toto se transforme ainsi en un large manteau du soir, un torchon de cuisine se noue en ceinture façon carré Hermès, de vulgaires anneaux de rideaux se retrouvent sublimés en B.O. (prononcer *boucles d'oreilles*), une serpillière se métamorphose en minijupe ultra-tendance... Pour moins de dix euros, chaque femme affiche une beauté hors norme, au sommet.

11. Je réussirai.

En un instant, je décide d'entrer moi aussi dans l'idéologie de la performance créative. Je veux m'amuser à être *belle et pauvre* à la fois, dans une attitude de surenchère vis-à-vis des femmes de l'agence. Les autres me remarquent, donc j'existe. Mon corps devient un jouet incassable avec lequel je fais ce que je veux. L'image que je donne, qui s'en soucie ? Dans un magasin Monoprix, j'achète donc une serpillière de couleur écru et la moins chère du rayon. Puis, sans laver le morceau de tissu afin d'en préserver l'aspect amidonné, je décide de *customiser* la toile épaisse. Avec une large épingle à nourrice de kilt écossais, je crée une minijupe totalement délirante. Enfin, mon visage affiche une expression aussi glacée que les pages du magazine *Elle* dans lequel je puise mon inspiration. Avec audace, je veux ressembler à la ravissante jeune femme imprimée en quadrichromie. Ce jour-là, à l'agence comme dans la rue, j'attire, avec une candeur décalée, un nombre incalculable de regards. J'étale au grand jour ce corps qui semble plus divertir mon entourage que m'appartenir. Je m'offre naïvement aux yeux de tous, dans une forme d'exhibitionnisme plébiscité par tout mon milieu professionnel. Non, je ne m'habille pas dans une poubelle ! Oui, je me cache derrière une jupe qui se voit. Cela ne se voit pas ? Les critiques pleuvent autour de moi, jusqu'au soir. J'affirme alors haut et fort, à tous ceux qui me jugent sans me comprendre :

– Il faut dépoussiérer la mode ! Et puis, ma serpillière est propre. Elle n'a jamais servi. Regardez : j'ai laissé l'étiquette dessus !

Derrière une attitude provocatrice et ces quelques centimètres de tissu se cache toujours mon *mal*, inséparable de mon *être*. Je ne me respecte pas. Quand je m'assois, mon *mal-être* colle toujours à ma serpillière. Mais quelle est son origine ? Qu'est-ce qui m'empêche de me construire dans ce

corps de femme ? Ce milieu professionnel m'offre de bâtir mes fondations sur du *faux*. Y a-t-il, pour moi, une autre issue ?

Chaque jour, je m'efforce de lutter, coûte que coûte, pour *aller bien*. De toute évidence, mon problème d'identité continue à me pousser sur une pente mortifère. En moi se livre un combat dont j'ignore toujours le pourquoi du comment. Et devant, un brouillard à couper au couteau : mon avenir.

L'épisode de la serpillière provoque le début de ma chute. Depuis ce jour, je me sens ridicule, sale et perdue. Alors, comme d'habitude, un bedo¹² bien tassé et un ballon de rouge se précipitent à mon secours.

All you need is love... and drugs¹³

Je m'épuise. Cette lutte contre mes démons intérieurs me prend une énergie considérable. Je m'agite. Je cherche des aides, sans pouvoir discerner le bon du mauvais, sans comprendre les conséquences de mes choix, ni celles de mes non-choix.

Je compte sur les doigts d'une seule main les créatifs à l'agence qui ne se droguent pas. La marijuana, le haschisch – et la cocaïne pour certains d'entre nous – tiennent une place privilégiée dans le quotidien de nos journées. Ces substances illicites – mais tacitement autorisées par nos patrons – représentent un merveilleux instrument d'exploration mentale. Notre consommation s'étend jusqu'à trois bedos par après-midi et par salarié. Elle propulse fièrement nos *egos* malades au rang d'autres illustres artistes : Jean Cocteau, Charles Baudelaire, Jean-Michel Basquiat, Eugène Delacroix... et tous semblent

12. Appellation pour désigner un joint : mélange de tabac et de cannabis, engendrant une dépendance, par la nicotine pour le tabac, et par le tétrahydrocannabinol (THC) pour le cannabis (drogues-info-service.fr).

13. Variation sur le titre d'une célèbre chanson des Beatles. Ici : « *Tu n'as besoin que d'amour et de drogues* ».

cautionner silencieusement notre débauche. J'entretiens moi aussi le même leurre. Ces artifices pervers améliorent sans cesse ma créativité. Ils donnent un essor redoutable à mon imagination. Je travaille en binôme. Les idées brillantes de mon *team*¹⁴, joliment maquettées et défendues en présentation client par de grandes stratégies commerciales, rapportent des sommes considérables à l'agence. Mais l'argent couronne nos illusions, bien plus que notre talent éphémère. Certains jours, je m'interroge. Ne suis-je pas trop cher payée pour fumer des bedos ?

– Pas du tout ! m'affirme un collaborateur.

Et très vite, il ajoute :

– Héloïse, tes idées amusent beaucoup nos clients ! En plus, elles payent le fauteuil en cuir du patron et ses week-ends avec sa maîtresse. Te voilà rassurée, j'espère ?

Je souris. Je n'ai pas le choix. Il faut bien que je rentre une masse d'argent, car ma penderie me coûte un bras et mon dealer, l'autre. J'appartiens très vite à une petite élite. Elle empeste la réussite facile et l'autosuffisance. Quel beau couple ! Bienvenue dans le cercle privé des *rois du pétrole* bourrés d'idées : jeunes et beaux, créatifs reconnus et *pleins d'oseille*.

J'avance tout naturellement, moi aussi, le volant de ma vie en main, sur l'autoroute d'une réussite facile. Le pied sur l'accélérateur, je possède tout et je me perds. Voici que je fonce tout droit en direction de *nowhere land*¹⁵.

Delirium pas mince

Ce matin, tous les créatifs de l'agence sautillent de joie dans leurs bureaux. Chacun s'apprête à rejoindre Cannes. Le Festival du Film publicitaire se déroule chaque année dans la ville

14. Équipe en binôme.

15. Le pays de nulle part.

éponyme, juste après le célèbre Festival du Cinéma. Mon contrat m'oblige à suivre le mouvement. Visionner plusieurs centaines de films publicitaires venus du monde entier représente un devoir professionnel. Je dois absolument enrichir ma culture du métier. Curieuse de découvrir ce *cadeau de trois jours*, je saute dans l'avion avec toute l'équipe.

Dès le premier jour, l'événement, réputé dans toute la profession pour ses frasques quotidiennes, me plonge dans un univers qui s'apparente à un gaz asphyxiant, hautement toxique. Je n'en crois pas mes yeux.

« Place à l'orgie sociale. Du moins le premier soir. Parce que, dès le lendemain matin, les clans se reforment, on ne se mélange plus, sauf la nuit, dans les couloirs où s'échangent les clés de chambre : le vaudeville devient alors la seule utopie. Il y a une juriste ivre morte qui pisse accroupie dans le jardin ; une secrétaire qui déjeune seule parce que personne ne veut lui parler ; une directrice artistique sous calmants qui casse la gueule à tout le monde dès qu'elle a bu un verre de trop [...]. La vie dans l'Entreprise reproduit la cruauté de l'école, en plus violent, car personne ne vous protège. Vannes inadmissibles, agressions injustes, harcèlement sexuel et guéguerres de pouvoir : tout est permis comme dans vos plus affreux souvenirs de cour de récréation¹⁶. »

Je le confirme. Notre cour de récréation cinq étoiles autorise, durant ce long week-end et à tout moment, une large panoplie de risques. Un bain de minuit dans une piscine de champagne où l'on joue à boire la tasse, une soirée cocaïne, une soirée poker déshabillé... Chacun est invité à participer à ces jeux de mauvais goût. Une frivolité flotte dans l'air. Partout, la jouissance règne en maître. Cannes, envahie par des centaines

16. Frédéric Beigbeder, *99 francs*, Poche, 2000.

de professionnels de la communication en vacances et en délire, brille de lumières délétères. Vieux, jeunes, mariés, célibataires, tous des bêtes sauvages affamées et en rut. Je me sens bien seule. Jeune, naïve et muette, je représente la proie idéale, exposée au pire. Chaque soir, je me débats contre les assauts des dirigeants des plus grandes maisons de production et des agences de communication concurrentes. Terrorisée, je me barricade dans ma chambre d'hôtel, comme à l'intérieur de moi-même, à triple tour. Le deuxième jour, je repousse encore une dizaine de paires de bras et je refuse catégoriquement de voir des girafes rouges et des crocodiles dorés sous ecstasy¹⁷ ou sous cocaïne. J'échappe ainsi, par miracle, à une soirée échangiste avec les collaborateurs de mon agence, dans une suite royale au fond du couloir, à trois chambres de la mienne. Durant les deux derniers jours, le *mal* se présente à moi sous tant de visages obscènes et contrastés que les mots me manquent pour en broser tous les portraits.

Le retour à Paris prolonge la fête. Après avoir été logée et nourrie pendant trois jours dans un palace, une prime conséquente m'attend dans une enveloppe blanche, posée sur mon bureau. Je gagne plus d'argent à *faire la fête* qu'à travailler. Sur le bureau d'un binôme créatif voisin, une affichette retient mon attention : *Ne dors pas trop longtemps sur ton fauteuil ce matin, tu ne sauras pas quoi faire cet après-midi !*

Attention ! La réussite facile affiche un *code barre* prix très spécial. Dans le monde impitoyable des grandes agences de communication, emprunter les voies privilégiées de

17. Stimulant du système nerveux central, possédant des caractéristiques psychédéliques. Les usagers de ce stupéfiant recherchent la sensation d'énergie, de performance, et la suppression de leurs inhibitions (les blocages, les défenses et les interdictions tombent). Cette consommation peut révéler ou entraîner des troubles psychiques sévères et durables (cf. drogues-info-service.fr).

l'addiction – sous toutes ses formes – permet d'atteindre les plus hauts sommets. Pour obtenir un gros salaire, pas besoin de baccalauréat, ni d'heures de présence inutile au bureau. Je trouve des idées n'importe où : dans la rue, dans le métro, à la piscine, dans mon lit et même aux toilettes. Ensuite, je vends mes créations avec beaucoup d'humour, autrement dit, je trace de jolis ronds de jambes – si possible en minijupe – en jouant les histrions devant une petite cour de grands dirigeants bedonnants. Leurs gros cigares empestent l'atmosphère et polluent nos esprits pendant des heures. En eux, tout me dégoûte. En général, à cause de mon manque d'assurance légendaire, je fume un bedo avant d'entrer en salle de réunion et un autre en sortant, pour fêter ma *pseudo performance créative*.

Dans le milieu des années quatre-vingt – et même après l'arrivée d'internet, en 1995 – la foudre du *mal* qui s'abat sur cette profession frappe ses victimes de cinq terribles éclairs : le pouvoir, l'argent, le sexe, l'alcool et la drogue. Sans oublier ce vieux couple légendaire *nicotine-café* qui, consommé tous les jours et de préférence sans modération, ravage l'organisme en lame de fond, en quelques années et pour de bon.

À l'époque de Jacques Séguéla, des poupées gonflables, des bouches siliconées et des faux gros seins, le monde de la pub grand public affiche une éthique digne des coucheries et tromperies tous azimuts : *no limit life*.

Dark blue slim ¹⁸

Dans ce milieu débordant de compliments intéressés, je rêve d'une *famille* qui m'offre enfin une vraie place et qui m'aime telle que je suis. Mais je confonds sans cesse *être désirée* et

18. Pantalon de couleur bleu noir, avec une coupe très près du corps.

être aimée. Ma frivolité m'aveugle, et toujours à l'insu de mon plein gré. Le mensonge à moi-même tutoie mon quotidien et, avec les années, derrière une image de façade en carton, je développe une vraie *fausse identité*, prête à s'écrouler à tout instant. Comment trouver ma vérité ?

Cet été-là, une campagne pour une célèbre marque de jeans américains – le leader mondial – couvre le territoire national. Les murs de la capitale affichent partout un visuel très impactant : un paysage de désert marocain et, en son centre, posé sur le sable, un superbe jean Levi's® 501 *dark blue*¹⁹. La lumière caresse avec subtilité la dune, aux reflets chauds et mordorés. Enfin, les restes d'un squelette d'homme émergent du jean tout neuf et frappent tous les regards. Au-dessus, l'accroche titre avec autant de force que d'insolence : *Taillé pour l'aventure*. Pendant toute la durée de cette campagne, chaque fois que mon directeur m'aperçoit, il me crie haut et fort :

– Hey, Héloïse ! Tu sais que t'as un corps taillé pour l'aventure ?

Tout le monde s'esclaffe. Je rougis. Ai-je l'air d'un produit de grande consommation, d'un jean sexy ou d'une crème au chocolat onctueuse et périssable ?

Un autre jour, tandis que j'accueille dans mon bureau quelques créatifs pour fêter mon anniversaire autour d'un verre, un jeune rédacteur entre soudain dans la pièce et me lance fièrement au visage, devant tout le monde :

– Héloïse, j'ai un cadeau pour toi ! Je te préviens, tu ne peux pas le refuser...

Silence de la petite assemblée. Mon interlocuteur arbore un large sourire et les mains vides.

19. Couleur bleu noir.

« *Baby alone, in Babylone, noyée sous les flots... »*

Serge Gainsbourg

Exilée d'elle-même, Héloïse mène une existence vide de sens. L'autrice relate ici son naufrage dans la cité corrompue du Prince de ce monde, où elle finira par tutoyer la poussière.

Mais l'Adversaire, terrifiant et rongeur, n'aura pas le dernier mot...

Un combat immémorial entre le Bien et le Mal, sur une scène invisible : l'âme humaine.

Un récit de haute lutte, porté par une puissance narrative qui saisit le lecteur dès la première page et ne le lâche plus.

Héloïse Cluzel, *jongleuse de mots en agences de com pendant plus de 25 ans, se consacre ici à l'écriture pour approcher l'Absolu. Elle nous livre son premier « thriller autobiographique ».*



17 €

ISBN : 979-10-306-0723-9

www.editions-beatitudes.com

EdB