

# Dominique Ziegler flingue les fils de pub

Dans «Les rois de la com'», il règle leur compte aux émules de Séguéla.

LIONEL CHIUCH

**C'est entendu,** Dominique Ziegler déteste la pub. Du coup, le voilà un brin embarrassé pour assurer la promotion des *Rois de la com'*. Une pièce dans laquelle il est notamment question de manipulation et d'abrutissement des masses. On le laisse se débrouiller avec ses contradictions et on le soumet à la question.

**Pourquoi tant de haine? Il y a sûrement une pub qui vous a marqué dans votre jeunesse?**

Honnêtement, je n'ai jamais supporté la publicité. Enfant, j'avais l'impression d'être un ovni. Quand un artiste se prête au jeu, même si je l'apprécie, je trouve qu'il se prostitue.

**Qu'est-ce qui vous dérange dans la pub?**

Son but, c'est tout de même de transformer le citoyen en veau consommateur. On table sur les instincts les plus bas: le cul, le pouvoir.

**Est-ce un sujet qui vous titille depuis longtemps?**

Il entre dans la lignée de mes autres pièces, qui traitent toutes de la manipulation. Pour moi, la pub fait partie d'une volonté délibérée de vider les cerveaux. C'est vrai pour le capitalisme, mais aussi avec la propagande dans les systèmes totalitaires.

**Dans «Les rois de la com'», on a affaire à un clone de Séguéla.**

Ce à quoi je m'attaque, c'est aux enfants de 1968 devenus les serveurs du consumérisme. Ils ont même réussi à récupérer les slogans d'une idéologie qu'ils ont trahie.

**Vous établissez un parallèle avec la communication politique...**

Je dis deux choses: on abrutit les gens, on les acculture et ça crée les conditions pour annihiler la pensée analytique et critique. Ça laisse ensuite la place à des hommes politiques qui, pour être élus, font usage des mêmes méthodes. La pub, c'est le flou des idéologies



**Dominique Ziegler.** «Les publicitaires multiplient les études psychosociologiques pour accoucher de trucs affligeants.» (LAURENT GUIRAUD)

**Vous dites que Sarkozy est l'incarnation de ce système. Mais Obama aussi, non?**

Oui, parce que le drame, c'est qu'on ne peut plus faire sans. Ce qui m'intéresse aussi, c'est la personnalité de ces types qui gravitent autour du pouvoir, et qui sont de véritables girouettes. Comme Séguéla, qui fait la campagne de Mitterrand puis se tourne vers Sarkozy.

**Vous reprochez également à la pub de vendre un monde idéal...**

Oui, auquel le citoyen est censé adhérer. La publicité nous dicte l'image d'un bonheur formaté. A force d'être matraqué, on finit par se déprécier. Personne n'est comme Claudia Schiffer ou Brad Pitt. Pour ceux qui ne sont pas

solides, ça peut contribuer à un mal-être.

**Dans la pièce, les rapports entre les personnages sont assez violents...**

Entre eux, ils se comportent comme des petits roquets. Ils sont très policés en apparence, surtout face aux clients, mais d'une rare violence verbale quand ils parlent.

**On est proche de l'univers de Lauzier, qui dénonçait l'hypocrisie de certains utopistes...**

Son univers a beaucoup influencé la pièce. Comme lui, j'ai un peu les bobos - même si à l'époque ils ne s'appelaient pas comme ça - dans le collimateur. Voilà pourquoi mes personnages sont tous bouddhistes. Ils

flashent là-dessus parce que ça prône avant tout l'épanouissement personnel. Pour eux, un bon prétexte pour s'en mettre plein les feuilles...

**Pour faire venir les spectateurs, il faut bien faire de la pub sur la pièce?**

Non, j'informe juste qu'il y a une pièce du tant au tant à tel endroit. Et qu'elle traite de tel sujet. On peut faire de l'info sur la culture. Il n'y a là aucun mensonge.

■ **Les rois de la com'**, avec Caroline Cons, Jean-Alexandre Blanchet, Gérard Moll et Daniel Vouillamoze. Au T/50, 11 bis, ruelle du Couchant. Jusqu'au 22 février. Rés. 022 735 32 31 et [www.t50.ch](http://www.t50.ch)