

L'invité

Le Théâtre du Rond-Point à Paris et sa programmation détonante, l'émission culte *Palace*, c'est lui : Jean-Michel Ribes. L'un des auteurs et metteurs en scène les plus reconnus du théâtre français et de la comédie en général. Il réalise la campagne Sofinco. Rencontre.

BIO EXPRESS

1966 : fonde la compagnie du Pallium, avec Gérard Garouste et le comédien Philippe Khorsand.

Années 1990 : avec Roland Topor et d'autres, il crée *Merci Bernard* et *Palace*

1995 : Grand Prix de l'humour noir pour *Brèves de comptoir*

2001 : Prix Plaisir du théâtre.

Depuis 2001 : directeur du Théâtre du Rond-Point

2002 : Grand Prix Théâtre de l'Académie française et Molière du meilleur auteur francophone pour *Théâtre sans animaux*, également Molière de la meilleure pièce comique.

2006 : Prix créateur sans frontières.

Pourquoi la publicité alors que votre emploi du temps est déjà bien rempli ?

Pas "la" publicité mais "cette" publicité, car c'est avant tout une comédie. J'ai refusé toutes les publicités qui n'en étaient pas et j'aime travailler avec cette équipe qui m'a laissé carte blanche. Lorsque nous avons créé *Merci Bernard* et *Palace* dans les années 1980 avec Roland Topor, nous nous sommes vite rendu compte que la publicité nous prenait toutes nos idées ! Alors, notre rêve était de nous venger en faisant que ce ne soit plus la publicité qui s'empare de nos idées, mais que *Palace* ou *Merci Bernard* s'emparent de la publicité. Il y a six ans, l'agence Aubert et Storch est venue avec l'idée de reprendre *Palace* pour une saga publicitaire... L'envie de Roland Topor et la mienne allaient se réaliser... d'autant que je pouvais choisir mon équipe, mes

comédiens, modifier les textes ; j'étais en totale osmose avec l'agence qui me laissait faire les films en grande liberté. Autant dire que cela a bien marché. Pour Sofinco, la comédie continue : le ton, tout en restant quotidien dans le café de l'Étoile, est toujours légèrement décalé. Cette petite touche d'ironie me semble pouvoir rajouter du désir pour le produit présenté.

Mais pourquoi Sofinco ?

Là encore, la confiance, la fidélité. Je travaille avec Didier Bourdonnais, le Directeur Marketing et Communication Clients de CA Consumer Finance depuis de nombreuses années. Et je sais qu'il souhaitait que ces spots soient de vrais petits films avec les vrais ressorts de la comédie. Nous avons la même façon de voir les choses. En outre, l'idée de monter une véritable saga est très tentante

avec des gens que nous allons découvrir au fur et à mesure. Avec qui nous allons partager des moments de vie, des tranches de vie, des "tranches de crédits". Tout cela via la comédie.

Fidélité au niveau des équipes également, non ?

En effet, avec Aubert & Storch, l'agence de publicité, je travaille toujours avec la même équipe. Avec Patrick Dutertre, le directeur artistique, ou Juliette Chanaud, la styliste, nous collaborons depuis plus de vingt ans. Chaque campagne, chaque travail représente donc de vraies retrouvailles. Nous avons ici un esprit d'équipe, de troupe. Quant aux acteurs, je suis content de travailler à la fois avec des comédiens confirmés mais aussi avec de jeunes talents. Je souhaite que le grand public les découvre à travers ces films courts.