

PARCELLES DE RÊVE...

Rien n'est impossible pour le magicien professionnel Marco Smacchia faisant naître des étincelles dans le regard des spectateurs. De quoi le rendre heureux

Sonya Mermoud

Ni lapin tiré d'un chapeau, ni assistante découpée en deux. Pas davantage de costume pailleté ou de décorum. Marco Smacchia utilise pour ses tours des accessoires simples. Et c'est bien là toute sa force. Sa marque de fabrique. Parvenir avec deux bouts de papier et trois allumettes à bluffer son public. Interloquer son monde avec un banal jeu de cartes, quelques pièces, des crayons et des foulards, jusqu'à lui en faire perdre son latin. Déstabiliser et énerver gentiment les plus cartésiens des participants. Bref, rendre l'ordinaire extraordinaire tout en recourant à des objets du quotidien. Se passionnant pour la magie impromptue, le jeune homme de 31 ans est un adepte du «close up», en d'autres termes il adore se produire directement ou presque sous les yeux des spectateurs. Et surtout au nez et à la barbe de leur bon sens. Non sans arborer un air énigmatique, renforçant encore la prestation d'une aura de mystère...

DEXTÉRITÉ ET BLUFF

«J'apprécie la proximité. Elle donne une tout autre ampleur aux tours. Et prouve que tout est possible», sourit Marco Smacchia citant, parmi les qualités requises à la pratique, dextérité, audace, curiosité. Et, bien sûr, une bonne dose d'épate et de théâtre comme un entraînement soutenu. Sans oublier, naturellement, la nécessité d'aimer les gens. «Ma motivation? Offrir des parcelles de rêves au public et voir naître des étincelles dans les regards. Ouvrir des parenthèses joyeuses dans le quotidien et se sentir utile. Des moments d'échange qui me rendent heureux», affirme le prestidigitateur qui pratique aussi le mentalisme, créant l'illusion de facultés paranormales. «On lit dans les pensées d'autrui... Enfin... Le procédé se base surtout sur un mélange de psychologie, de programmation neurolinguistique, de suggestions et de déductions visant à influencer l'interlocuteur», poursuit-il sans en révéler davantage, convaincu par la «puissance phénoménale du

cerveau». Et alors qu'il étoffe encore sa formation avec l'apprentissage de tours de pickpocket. «Mais ce n'est pas ma branche favorite. Je préfère clairement le bluff au vol.»

SOUS LE CHARME

Se produisant dans le cadre de spectacles et d'événements particuliers – soupers d'entreprise, anniversaires, mariages, etc. – Marco Smacchia donne aussi des cours et vend des articles de magie. Il s'est lancé en professionnel il y a quatre ans sous le nom de «Red Curtain» (Rideau rouge). L'illusionniste consolide ses revenus en travaillant quelques heures par semaine dans un magasin de jouets, à Lausanne. L'enseigne même où a été acheté son premier coffret de magie, reçu à l'âge de 8 ans. Premier coup de foudre, confirmé, deux ans plus tard, par la découverte d'une représentation des *Anneaux magiques* à Morges. Si le gosse d'alors est totalement sous le charme, il est toutefois trop jeune pour suivre une formation dans le domaine. Mais la magie opère... Un maître du domaine prend l'enfant sous son aile et lui permet de suivre des séances dans le cercle qu'il préside. Avant qu'il n'intègre l'académie de magie à Lausanne et décroche son diplôme. Un sésame d'un genre particulier qui sera complété par un CFC de gestionnaire de commerce. Mais revenons à la passion de Marco Smacchia qui, il l'espère, sera demain son unique gagne-pain, et au plus beau tour qu'il aimerait exécuter. «Ce serait de réussir ma vie. De fonder une famille. D'être heureux. Et, sur scène, de voler», répond le Lausannois se définissant comme un être curieux, rêveur parfois mélancolique et colérique. Et assurément d'une grande sensibilité, lui qui confie pouvoir s'émouvoir aux larmes devant un couple de personnes âgées se tenant la main.

L'AMOUREUX DES CHATS

Naturalisé suisse, le jeune trentenaire d'origine italo-espagnole relève avoir conservé de ses racines des «valeurs latines»: les grandes tablées familiales, la joie, le partage... «De l'amour, quoi! Bienvenu, alors qu'il porte un regard

relativement sombre sur la vie. «J'aimerais la voir en rose, mais elle ne l'est pas. C'est aussi une des raisons qui m'ont poussé à exercer ce métier.» Et l'artiste de dénoncer pêle-mêle la pollution, les mers blindées de plastique, la faim dans le monde, la guerre, les armes, etc. Autant de maux que le prestidigitateur souhaiterait faire disparaître. «La planète est foutue», lance-t-il, révolté, ne voyant plus d'intérêt à voter, fustigeant encore au passage les politiciens qui brandissent la déculpabilisation comme fer de lance. Heureusement qu'il y a la famille, les amis et la nature

pour le ressourcer. L'humour comme joker. Les chats, qu'ils adorent pour leur indépendance et leur élégance, et le sien en particulier, son «psy». La musique assistée par ordinateur qu'il compose, sa seconde passion. Et bien sûr, l'envie de vivre plein de choses qui incite Marco Smacchia, interrogé sur sa plus grande peur, à répondre la mort. «J'y songe souvent. Pourquoi? Mystère. L'idée de perdre des proches m'est tout aussi insupportable», confie l'artiste peut-être alors d'autant plus réceptif à la magie de la vie. Et d'inviter chacun à ouvrir les yeux et à prendre le temps

de l'observer. «La magie est partout», affirme Marco Smacchia. «On en a la preuve chaque jour. Le mirage d'oasis dans le désert, les extraordinaires aurores boréales ou encore une pensée qui se porte sur une personne et la voilà qui appelle... Rien n'est impossible.» Dubitatif? Vous pourrez dans tous les cas recourir au talent de Marco Smacchia. Il saura faire illusionner... ■

www.redcurtain.ch



Marco Smacchia, l'art de bluffer son monde...



DE BIAIS

Daniel Süri

QUE DU BONHEUR!

Hans Im Obersteg, dit HIO. Cadre âgé de la Manip (Mission d'action novatrice de l'industrie privée). Plan de carrière: bientôt retraité. Situation émotionnelle: légèrement décalé par rapport à la réalité, constate chaque jour que les choses continueront à se faire sans lui. Ce qui n'est pas pour lui déplaire. Surtout depuis qu'il a appris que la Manip allait se mettre en quête d'un CHO. Qu'est-ce que c'est ce te bête? Un CHO, c'est un sous-CEO qui s'occupe d'un secteur particulier. Vous ne savez pas ce qu'est un CEO

(à prononcer *si-i-euo*)? Vous n'utilisez pas régulièrement cette abréviation dans vos diners en ville? Vous ne lisez pas *Le Temps*? Ni le défunt *Hebdo*? Bon, alors tout est à refaire.

Un CEO, suivez-moi bien, c'est compliqué, c'est un Chief Executive Officer. Donc un directeur général (DG) ou un administrateur délégué. Le patron, quoi. Un CHO, c'est un Chief Happiness Officer. Comme vous avez déjà pigé que Chief Officer voulait dire à peu près directeur ou responsable de quelque chose, ne reste plus qu'à résoudre l'énigme du Happiness. Des chansons comme *Oh Happy Day* (hommage à Aretha Franklin au passage) ou encore *Happy Birthday to You* (avec ou sans Marilyn Monroe), ça doit bien vous aider, non? Mais oui: *happy*, c'est joyeux, heureux, et *Happiness*, c'est le bonheur. Donc, un CHO, c'est un directeur ou un responsable du bonheur. Dans une entreprise? Dans une entreprise.

Vous imaginez bien, dans le monde cruel qui est le nôtre, que si une bouffonnerie pareille a pu voir le jour, c'est parce qu'il y avait du fric à la clef. Et

c'est bien le cas. On a effectivement trouvé une université — dans le beau pays d'Alexander Boris de Pfeffel Johnson, dit Boris Johnson — capable de démontrer que le bonheur permettait d'augmenter la productivité de 12%! Dis donc, le filon! Même que l'ONU a décrété que le 20 mars serait la Journée internationale du bonheur. Il existe donc un rendez-vous international de tous ces professionnels du bonheur, le World Happiness Summit, et des labels, comme le «Happy at Work», qui fait la liste des entreprises où l'on bosse sourire aux lèvres. Même Coca-Cola s'y est mis en fondant le Coca-Cola Happiness Institute, qui publie dans de nombreux pays des baromètres de l'humour nationale. Alors, comment ça va? Ça gaze!

Il existe aussi une vaste enquête internationale, appelée «Truck Your Happiness» visant à mesurer le bonheur. Si vous voulez y participer, pas de problème: vous téléchargez l'application et relative sur votre téléphone portable et c'est fait. En vous rappelant, comme le veut la règle du Net,

que si c'est gratuit, c'est que vous êtes le produit.

Mais au fond, quel mal y aurait-il à créer des conditions de travail rendant heureux les collaborateurs et les collaboratrices de Monachon & Dumauthioz Sàrl, installations sanitaires? Ben, justement il ne s'agit absolument pas de conditions de travail. On n'est pas chez les bolchos, ici, on est chez Coca-Cola! D'abord, le bonheur, c'est in-di-vi-duel. C'est votre pétrole à vous, que vous devez aller forer, pour faire fonctionner la machine à produire. C'est de votre responsabilité. Compris? Et si malgré tous les efforts du CHO, malgré les baby-foot dans la salle de détente, malgré les «happy drinks» du vendredi soir, malgré les événements ludiques de toutes sortes, vous n'y arrivez pas? Mais, c'est de votre faute! C'est vous qui faites de la résistance, qui n'arrivez pas à être assez heureux quand on vous le demande, qui n'embardez pas vos courriels de multiples smileys, frimousses ou binettes, censés traduire vos états d'âme, nécessairement positifs! Du coup, ceux et celles

qui n'arrivent pas à répondre correctement à cette injonction permanente au bonheur, à ses signes extérieurs du moins, développent une... hapycondrie. Comme vous avez toutes et tous vu le film *Supercondriaque* de Dany Boon, vous vous y connaissez donc en hypocondrie, cette trouille de tomber malade. L'hapycondrie, c'est la trouille de ne pas être assez heureux. Etape suivante: la déprime. Bref, l'exact inverse de l'objectif des CHO de tout poil.

Mais quel-le-s empoté-e-s, ces salarié-e-s! On leur concocte un plan bonheur du plus beau jaune chaleureux qui soit, on leur file des tuyaux pour réguler leurs émotions et n'en exprimer que les plus positives et qu'est-ce qu'ils font? Paif! Ils partent en déprime. Humeur au sous-sol et gâté d'un glaçon en dentif. Pas simple, la tâche d'un CHO. CHO bouillant, même. M'enfin, comme dirait Gaston, z'avait qu'à pas tripataillier nos zygomatiques, aussi! ■