





**LA FACE CACHEE
DE LA
Star Ac'**

A PARAITRE CHEZ LE MEME EDITEUR :

- document -

LE CAMELEON

l'in vraisemblable histoire de Frédéric BOURDIN

Christophe D'ANTONIO

- biographie -

YOUSSOU N'DOUR,

La voix de la médina

Michelle LAHANA

© Patrick Robin Editions/ROL, 2005
231, rue Saint-Honoré, 75001 Paris
robin@rol.fr

La Face Cachée de la Star Ac' est une coédition :
Patrick Robin Editions/Editions SW-Télémaque
Couverture : Thierry Gracia
Fabrication : Forlini-Baratier & ASS
Dépôt légal : 1^{er} trimestre 2005
ISBN 2-7533-0011-9

Toute reproduction même partielle de cet ouvrage est interdite
sans l'autorisation préalable de l'éditeur.

Geneviève PETIT

**LA FACE CACHEE
DE LA
Star Ac'**

PATRICK ROBIN EDITIONS



AVANT PROPOS

«Le livre que TFI et Endemol ont voulu éviter...»

En commençant cette enquête, j'avais envie de coller au phénomène, de le comprendre, sans pour autant le vilipender. Pour moi, écrire un livre sur les «cassés de la télé-réalité», comme certains me l'avaient proposé, revenait à faire de l'édition-réalité. Tout pour le spectacle. Je me suis intéressée à la machine Star Ac', imaginant que c'était à cause d'elle que j'étais devant mon écran tous les soirs, moi qui n'étais vraiment pas dans la cible. Et puis, chemin faisant, je me suis rendue compte que, mère de trois enfants, récemment débarquée d'un journal où j'ai passé onze ans, je profitais du côté hypnotique du programme. *«Elle vit sa vie par procuration, devant son poste de télévision»*. Au passage, j'ingurgitais les préceptes de la sélection hebdomadaire des candidats comme un reflet inversé de mon destin anonyme de journaliste en disponibilité.

Au fil des semaines, j'amassais patiemment mes petits cailloux d'informations, sans me poser de questions sur le sens global de tout cela. L'enquête était ludique, elle me passionnait puisqu'elle touchait à la

société, à la chanson et aux médias, trois de mes domaines de prédilection. Elle n'était pas non plus de tout repos : les professeurs, les élèves, les décorateurs, les consultants, tout ce qui touche l'émission de près a signé un contrat avec le producteur de la Star Ac'. Qui dit contrat, dit motus et bouche cousue. Le milieu du show business est tout petit, mieux vaut ne pas cracher dans la soupe concoctée par des acteurs aussi puissants que la maison de disques Universal, le tourneur Thierry Suc ou la société de production GLEM.

Pendant six mois, j'ai donc avancé par cercles concentriques. Pour commencer, j'ai rencontré Pascal Nègre, le PDG d'Universal. Ce qui m'a permis de voir Gérard Louvin, le directeur de la Star Ac' 4, avant l'été. Axel Duroux, le DG d'Endemol jusqu'en juin 2004, a accepté de me recevoir avant d'apprendre qu'il quittait la société (il est aujourd'hui en procès avec Arthur et Stéphane Courbit, ses anciens associés). Merci à tous les trois de leur confiance.

De son côté, Alexia Laroche Joubert, la directrice des programmes et la maman de l'émission chez Endemol, n'a pas souhaité me rencontrer. Françoise Doux, son attachée de presse, m'a expliqué qu'Alexia craignait que notre livre ne «casse la magie» de l'émission. TF1 a également refusé tout entretien.

En tout état de cause, le producteur et le diffuseur de la Star Ac' auraient bien voulu s'éviter ce livre, qui ne fait en somme qu'énoncer les mille et une manières dont ils préparent nos cerveaux de téléspectateurs à consommer l'émission en apéritif, et ses produits dérivés en plat principal.

Et pourtant, même s'il n'est pas désiré, ce livre est encore l'enfant de la Star Ac'. Les banderilles plantées par les médias et les spec-

tateurs dans le dos de l'émission participent paradoxalement à son succès. Au pays de la manipulation, rien ne se perd, tout se recycle : son producteur et son diffuseur ont montré qu'ils avaient l'estomac pour digérer toutes les critiques et le talent pour les exploiter au mieux de leurs intérêts. Ils rêvent pourtant d'un paysage sous contrôle où rien ne leur échapperait ; ils auraient sans doute préféré écrire ce livre eux-mêmes. L'enquête sous contrôle, aurait alors allongé la liste déjà très longue des déclinaisons de la marque.

L'émission est incontestablement la plus rentable de France, si ce n'est d'Europe. Elle génère à elle seule 30 % du chiffre d'affaires d'Endemol, grâce à ses innombrables déclinaisons : presse, mode, téléphonie, accessoires divers comme ces barrettes avec de fausses mèches de cheveux, jeux vidéo, karaoké, livres...

Endemol exploite tout de la Star Ac'. Le spectateur est son complice, son bras armé, il applique la règle, il exécute les sentences. Mais attention, il conserve son libre arbitre, du moins en est-il persuadé. Ne lui a-t-on pas donné le pouvoir de faire tomber les têtes, celui de décider ? Le voilà enfin sur le même plan que les plus grandes stars. Plus rien ne le sépare de la lumière. C'est beau la démocratie surtaxée. Bien sûr, il ne faut pas le déranger, surtout ne pas briser le rêve. Il vaut mieux ne pas s'approcher de trop près de la part d'ombre de ce meilleur des mondes.

Après six mois d'enquêtes et après avoir interrogé plus de 70 témoins, j'ai pourtant tenté de soulever un coin du rideau. Alors bienvenue dans la face cachée de la Star Academy.



1 HISTOIRE

«*La télévision a mangé ma famille...*»

Big Brother est le maléfique démiurge du célèbre roman « 1984 », écrit en 1948 par le visionnaire George Orwell. « 1984 » décrit un pays totalitaire, l'Océania, dirigé par un parti unique et sa figure emblématique Big Brother dont le portrait, ainsi que la phrase « Big Brother vous regarde » tapisse les murs et surveille tout le monde. Toute liberté individuelle est exclue. La police de la pensée enlève, torture, rééduque, condamne puis exécute quiconque a une attitude qui ne correspond pas à la norme. La majorité de sa population est maintenue dans un état de privation, d'ignorance et de désinformation. Les appartements sont équipés d'un télécran allumé en permanence qui diffuse la propagande officielle et permet au Parti de surveiller le citoyen. Winston Smith, le personnage principal de « 1984 », pense toutefois avoir trouvé un endroit dans son appartement qui échapperait à la surveillance du télécran, pour y rédiger son journal intime. Un vrai crime au pays d'Océania.

Résumé du livre 1984, de George Orwell

Nous sommes en 1996 aux Pays-Bas, dans le bureau du producteur John de Mol, le fils du « Franck Sinatra hollandais ». A quarante et un ans, ce producteur de télévision vient de fusionner avec son concurrent Joop van den Ende. L'introduction d' « Ende/Mol » en Bourse a consacré leur union. Un soir de novembre, donc, lors d'une réunion de créativité, l'un de ses collaborateurs tombe sur l'un des innombrables articles parus sur *Biosphère 2*, et propose

d'en faire un jeu de société. John a un véritable flash. Il est, de son propre aveu, « hypnotisé ». *Biosphère* va faire un carton en télévision. Il en est sûr et certain. Au point qu'il consacre trois ans à adapter le concept à la petite lucarne.

Souvenez-vous : construit à la fin des années 80, Biosphère 2 a été financée par le milliardaire Texan Edward P. Bass, un mécène passionné d'écologie. Celui-ci met 200 millions de dollars sur la table pour construire ce laboratoire. Le but de ce projet est de simuler l'écosystème terrestre - Biosphère 1 -, en créant un monde isolé autosuffisant en eau et en nourriture. Son promoteur veut déterminer si des hommes peuvent survivre dans un environnement clos. En septembre 1991, peu après son inauguration, Biosphère 2 annonce qu'une équipe de huit chercheurs, quatre hommes et quatre femmes, se sont volontairement enfermés dans la serre pour une durée de quatre ans.

Dans la biosphère de John de Mol, il n'y aura pas quatre, mais cinq hommes et cinq femmes, qui seront filmés 24 heures sur 24.

Ce qui va faire la fortune de John s'appelle le « fish tank », aquarium, en anglais. Dans la langue des professionnels de la télévision, cette expression signifie « personnes enfermées dans un aquarium de glaces sans teint et filmées 24 heures sur 24 ».

La notion d'aquarium date d'une vingtaine d'années : *Notre bain quotidien*, un rapport de 1982 fait à la commission fédérale suisse des médias par le sociologue Alfred Willener, comparait déjà le poste de télé-

vision à un aquarium. A l'intérieur, de gros poissons et autour, le menu fretin des téléspectateurs. Avec la télé-réalité, le menu fretin est bel et bien rentré dans l'aquarium. Soyons honnêtes : John de Mol n'a pas inventé la télé-réalité, il a juste poussé le concept, en introduisant la notion de direct et de filmage 24 heures sur

24. Le premier programme du genre a été diffusé par la chaîne américaine PBS en janvier 1973. *An American Family* met à nu la famille Loud, qui n'a pas forcément la vie facile. Deux parents en train de divorcer et cinq enfants sont filmés pendant sept mois par Alan et Susan Raymond. Le fils aîné de la famille, Lance, sera le premier homosexuel à faire son « coming-out » à la télévision, dans un cadre familial, inspiré par Andy Warhol, l'artiste new-yorkais. Le même Andy avait prophétisé qu'un jour, tout le monde aurait son « quart d'heure de célébrité ». Il devient le père spirituel du premier enfant de la télé-réalité. L'artiste phare du Pop Art avait déjà correspondu avec Lance, quelques années avant le show.

Cinquante ans avant John, le mythique réalisateur de Citizen Kane, Orson Welles, s'était lui aussi réveillé en pleine nuit pour noter sur un papier le scénario du siècle. Le lendemain, il se rendit compte que le concept « boy meets girl » (un garçon rencontre une fille) était un peu mince pour faire un film de cinéma. Et pourtant, si un garçon qui rencontre une fille, au cinéma, c'est moins qu'une ébauche de scénario, à la télévision, cela suffit pour réaliser un programme passionnant.

Mais après la diffusion de l'émission, Lance, débarquant à New York, devient le protégé d'Andy, ce prophète moderne. Lance avait déclaré : « la télévision a mangé ma famille ». Il est mort en 1983, du sida.

An American Family a accouché de douze heures de programmes, et d'une suite, dix ans plus tard. Sacré l'un des cinquante meilleurs programmes télévisés de tous les temps, ce show a eu un retentissement considérable et changé en profondeur la représentation de la famille à la télévision : les Simpson et leur mauvais esprit sont les rejetons des Loud et de leurs problèmes. Il a aussi créé un genre qui appartient uniquement à la télévision : alors

que les fictions renvoient au cinéma, et les journaux télévisés et les jeux à la radio, la télé-réalité invente un programme sur mesure pour la petite lucarne.

Les shows du réel prennent leur véritable essor à partir de 1985, date de la fameuse grève des comédiens à Hollywood. Ils font grève ? Les producteurs les remplacent par des « jaunes », les spectateurs eux-mêmes. En 1992, aux USA, MTV franchit une étape supplémentaire en diffusant *The Real World*, où les joueurs partagent six mois de vie communautaire, dans un loft.

Le cinéma s'empare à son tour naturellement de ce sujet en or. Dans le *Truman show*, Peter Weir décrit l'expérience ultime, puisqu'il fait de son héros un cobaye dès sa naissance. Truman, interprété par Jim Carrey, est filmé dans un décor inventé pour lui par les producteurs de l'émission *The Truman Show*. Mais il est le seul à ne pas savoir que le monde dans lequel il évolue et les gens qu'il fréquente forment la toile de fond d'un programme regardé par tous.

Un certain 11 septembre, le réel prend pourtant l'avantage sur la fiction. L'attentat d'Al Qaïda contre les *Twin Towers*, grand show orchestré par Ben Laden, télédiffusé en direct dans le monde entier, fait dire à Pascal Josèphe qui dirige IMCA, un institut d'études et de conseil en programmes télévisés : « Depuis le 11 septembre, on ne peut même plus parler de télé-réalité ».

Même si le mot prête à discussion, il fait aussi des émules en France. Marie-France Brière, alors sur la Cinq de Silvio Berlusconi avait bien envisagé, dans les années 80, d'adapter le programme japonais *Endurance*, une sorte de Koh Lanta avant l'heure, où des candidats sont soumis à une surenchère d'épreuves physiques et morales, en milieu hostile. Mais le fromage Meule d'or, pres-

senté comme sponsor, n'avait finalement pas souhaité financer un programme où les candidats devaient avaler des mets aussi répugnants que des tartes aux fourmis. De son côté, sur TF1, la productrice Pascale Breugnot imagine *Changer de vie*, avec Sheila dans le rôle-titre. Mais la chaîne recule devant la nouvelle «quête de sens», phénomène majeur de l'année 1994, fruit du scandale des animateurs producteurs.

Nagui, Arthur et Jean-Luc Delarue font leur apparition chez les *Guignols de l'information* sur Canal+ en « voleurs de patates ». Au cœur du scandale, Arthur, l'un des futurs patrons d'Endemol France, qui vient de créer Case production avec Stéphane Courbit, pour fournir clés en main *les Enfants de la télé* à France 2. La révélation des mirifiques contrats avec les chaînes de télévision publiques fait passer ces sympathiques animateurs pour des voleurs de l'argent du contribuable. Pourtant, le phénomène correspond bien à une réalité de marché : comme les joueurs de foot, les animateurs sont devenus de véritables stars, qui font monter ou baisser l'audience, et monnayent cher ce pouvoir. La France, qui n'aime pas l'argent trop vite gagné, découvre les ponts d'or offerts aux producteurs pour produire des divertissements. Du coup, TF1 doit songer à son image, pas seulement à ses courbes d'audience. Exit donc les projets de télé-réalité, place aux programmes qui ont du sens, qui édifient le peuple. C'est la raison pour laquelle la France met deux ans à importer le sulfureux programme de télé-réalité *Big Brother*, que les Hollandais ont adopté avec une ferveur mêlée d'effroi.

Le 16 septembre 1999, John de Mol a en effet rendu sa copie. La Hollande, ce petit pays protestant, a inventé les fenêtres sans rideaux, pour que les habitants puissent vérifier la conduite irréprochable de leurs voisins. C'est aussi la patrie de John de Mol,

l'inventeur de la télé-réalité. John de Mol a inventé un programme calviniste. CQFD. *Big Brother* est diffusé par la chaîne hollandaise *Véronica*. On ne peut pas dire que *Véronica* soit « chaude bouillante » pour ce programme, qu'elle diffuse à une condition : John de Mol finance tout. En contrepartie, le producteur récupère la moitié des recettes publicitaires.

John de Mol enferme donc seize personnes, en espérant qu'ils vont copuler sous l'œil des caméras. Oui, c'est mal. Il tire sa fortune de cette idée, ça n'est pas bien du tout. Il intitule son émission *Big Brother*, et ça, c'est juste très fort. Car en annonçant la couleur, John coupe l'herbe sous le pied des détracteurs du programme. John de Mol a-t-il vraiment lu *1984* ? Et s'il l'a lu, pense-t-il que le téléspectateur a fait de même et qu'il regardera quand même l'émission ? La réponse ne tarde pas à tomber. Le 16 septembre 1999, donc, cette émission vraiment pas bien du tout est regardée par 55 % des spectateurs. Autrement dit un téléspectateur sur deux se régale en regardant par le trou (de la serrure). Le programme est pourtant vomé par les médias comme par le public. Il croule sous les critiques. Cette volupté honteuse fait le succès planétaire de *Big Brother*.

Le phénomène est tel qu'il se répand partout dans le monde. « C'est la première fois qu'un programme est exporté dans autant de pays », explique Axel Duroux (DG d'Endemol France jusqu'en juin 2004). « Nous sommes bien dans un univers télévision mondialisé ».

En février 2000, CBS achète *Big Brother* pour vingt millions de dollars la première année et quinze millions de dollars les suivantes. L'Amérique que John de Mol cherchait à conquérir depuis

dix ans s'ouvre à lui. La messe est dite. Le monde a maintenant une religion, et une bible, qui codifie tous les aspects du programme-phare d'Endemol. Jusqu'à présent, les Etats-Unis exportaient dans le monde entier des fictions télé comme Dallas, produites une bonne fois pour toute. Aujourd'hui, Alleluia, une société européenne, Endemol, exporte un phénomène de société, sous forme d'émission de flux (contrairement aux fictions qui sont stockées et rediffusées, les émissions de flux ne se regardent qu'une fois).

Un pays osera pourtant faire le schisme dans cette religion unique. Il est 21 h, toute l'Espagne est devant sa télé, quand les candidats de *Big Brother* («*Gran Hermano*» chez eux) décident de changer les règles du jeu. Ils refusent de désigner l'un des leurs pour l'élimination, mettant le téléspectateur dans l'obligation d'assumer seul la responsabilité de l'exclusion. Endemol s'incline.

La Suisse romande, elle, impose un nouveau concept, la vraie-fausse télé-réalité. Dans *Génération 01*, Fred, Prisca, Lazare, Marie et Kévin vivent ensemble durant six semaines, en se livrant corps et âme. A la nuance près que ce sont des acteurs.

Les candidats espagnols de Big Brother décident de changer les règles du jeu. Ils refusent de désigner l'un des leurs pour les éliminations.

Et la France, dans tout cela ? En pleine quête de sens, donc, les chaînes françaises hésitent à plonger. Nicolas de Tavernost, le PDG de M6, relève finalement le pari, mais en enfilant des gants de chirurgien, un pince-nez et une pince à sucre. Primo, le programme ne va pas s'appeler, comme dans tous les autres pays du monde, *Big Brother*, trop inquiétant, mais *Loft Story*, beaucoup plus mignon. Parenthèse exclusivement réservée aux lecteurs nés après l'année 1970. Le film *Love Story*, mélodrame culte des années 70, raconte l'histoire d'amour déchirante entre un étudiant, in-

carné par Ryan O Neal et sa promise, Ali Mc Graw, qui porte un kilt, des chaussettes et un petit bonnet et qui meurt à la fin. C'est beau, c'est pur, c'est émouvant. *Love Story* lave *Loft Story* plus blanc. Deuxième condition posée par Nicolas de Tavernost : pas question que ce soit la sulfureuse Endemol qui signe l'émission. Endemol opte pour sa filiale ASP International, la société créée par Arthur et Stéphane Courbit quand ils se sont associés à la filiale de Téléfonica, en juillet 1998. Nicolas de Tavernost demande enfin que l'on retire le mot « International ».

Résumons le message de Nicolas : cette nouvelle émission est un programme frais, romantique et bien de chez nous. *Loft Story* c'est juste huit filles et huit garçons qui vont apprendre à vivre ensemble...

Le 26 avril 2001, à 21h30, Delphine entre dans le salon du Loft et lance : « C'est qui qu'a pété ? ». Une phrase banale dans la vie de tous les jours, mais inouïe à la télévision : de mémoire de programmeur, on n'avait jamais entendu cela. Le 28 avril dans la nuit, Jean-Edouard et Loana fornicent dans la piscine, sous les yeux de Christophe et de Julie, et des spectateurs insomniaques abonnés au live du canal 27 de TPS. La vidéo de ces ébats circule librement pendant une semaine, avant que M6 ne fasse des recours juridiques. *Loft Story* est né. Une tempête médiatique sans précédent s'abat sur la France.

Notre pays défend sa vertu audiovisuelle. Roselyne Bachelot, qui était alors simple député UMP, y va de son franc-parler habituel : « S'il y a des malfaisants pour produire l'émission, des débiles pour y participer et des manipulés pour la regarder, finalement, ce n'est pas pire que Pamela Anderson. »

Pas pire que quoi ? Pamela Anderson jouant dans *Alerte à Malibu*?

Pamela Anderson et son petit ami Lee en pleins ébats, que les internautes du monde entier s'échangent par e-mail ? Dites, Roselyne, y-a-t-il des arguments derrière cette sainte colère ?

Mais revenons en France. Comment Patrick Le Lay, le PDG de TF1, réagit-il au succès foudroyant des figures aquatiques de Loana et Jean-Edouard, chez son concurrent M6 ? Le président a-t-il assisté à la scène ?

Seuls ceux qui avaient payé, recevaient la version live. Ont-ils seulement profité du spectacle en pleine nuit ? Mais l'extrait de la scène primitive, piraté sur le site de M6, a ensuite été très largement diffusé sur Internet. Patrick Le Lay ne faisait vraisemblablement partie ni de la première vague, ni de la seconde vague des amateurs de

Loana et Jean-Edouard. Mais il est indigné quand même. La tribune qui suit a été publiée en mai 2001 dans *Le Monde*, le grand quotidien du soir qui vient de succomber à la « Loftmania ». Le journal expie maintenant avec le président de la première chaîne. « *Peut-on tout montrer à la télévision ? Comme deux Français sur trois, à TF1 nous répondons non. Une grande chaîne gratuite, disponible en clair pour l'ensemble des Français, y compris les plus jeunes d'entre eux, a des règles éthiques et déontologiques à observer. TF1 s'est forgé les siennes au fil de son presque demi-siècle d'existence, dont quatorze ans comme chaîne privatisée, au cours*

Dans son ouvrage L'empire du Loft, François Jost relie ces émissions à l'ordinateur et aux caméras de télésurveillance : « De l'ordinateur des années 60 qui était central et exerçait un pouvoir vertical, on est passé à l'ordinateur personnel, où chacun devenait à la fois le centre et la périphérie, où un individu pouvait décider d'être le centre du monde. Le centre étant nulle part et la circonférence partout (Web).

Ce type d'émissions est la fille des Webcams, comme celle qui mettait en scène Jenny, la première inconnue célèbre grâce au net..»

desquels beaucoup de travail et quelques erreurs nous ont permis de baliser notre chemin. La transgression par M6 de la règle observée jusqu'à présent par tous les diffuseurs privés ou publics de ne pas toucher à la télé-poubelle est une très forte interpellation.»

La charge prend de l'ampleur. Le président de la première chaîne accuse sa concurrente de diffuser des programmes pornographiques pour les jeunes : «... *Aux responsables d'associations familiales de décider si «Loft Story» et ses sous-produits pornographiques mettent en cause la protection de l'enfance. Aux défenseurs de la personne et de la dignité humaine de s'interroger sur la situation psychique et juridique des jeunes participant à Loft Story. Au CSA de dire si une chaîne généraliste en clair peut diffuser à une heure où une majorité d'enfants regardent la télévision un programme incitant des jeunes gens à former un couple temporaire par l'appât du gain.*»

Comme le business n'est jamais loin, Patrick Le Lay en profite pour porter l'estocade:

« Aux responsables politiques de réfléchir à la mainmise d'un groupe étranger, fût-il européen, sur un grand réseau de télévision, et cela à un moment où il est question d'attribuer un grand nombre de fréquences en mode numérique terrestre. Cette évolution est-elle compatible avec la sauvegarde de l'exception culturelle française ? »

Trois semaines après la publication de cette tribune, TF1 se marie en grandes pompes avec l'amoral « groupe étranger », pas rancunier.

Il faut dire que la dot met du baume sur l'amour propre endolori de la société d'Arthur, d'Axel Duroux et de Stéphane Courbit : la chaîne investit chaque année 80 millions d'euros pour qu'Endemol produise pour elle un certain nombre d'émissions et lui soumette ses projets en priorité. Comment expliquer un tel revirement, en si peu de temps? Pour Axel Duroux, alors DG d'En-

demol, quand il fait paraître sa tribune dans *Le Monde*, Patrick Le Lay n'a pas regardé le programme. Trois semaines plus tard, il est converti à la télé-réalité, familiale s'entend. Il faut donc produire, et vite. Fraîche émoulu du *Loft*, Alexia Laroche Joubert et Ara Aprikian, tout juste nommé directeur adjoint des programmes de divertissement de TF1, après avoir été à la direction marketing de la chaîne, imaginent une émission qui soit aussi efficace que le Loft mais pour toute la famille, vous voyez ? Faudrait pas confondre les torchons et les serviettes, ou M6 avec TF1...

Finis le farniente du *Loft*, place au travail. Star Academy sélectionne et forme des chanteurs-danseurs sous les yeux des téléspectateurs. C'est le principe du radio-crochet accommodé à la sauce télé-réalité, déjà testé par M6, en 1997, quand la chaîne avait formé le girls band *Just for*

you, en recrutant les candidats dans l'émission *Fan de*. Un premier bide, avant de trouver les formules à succès.

Alexia et Ara s'inspirent du projet d'Endemol Espagne, *Operacion Triunfo*. En Espagne, l'école et le spectacle se déroulent au même endroit. Mais pour se démarquer du *Loft*, la production française

Comme le reconnaît Roberto Ciurleo, le directeur des programmes de NRJ « On s'est fait piquer le concept de radio crochet que l'on croyait ringard ».

Un concept vieux comme la nuit des temps, mais aussi comme Le petit conservatoire de Mirville, le petit théâtre de Boulevard, L'école des fans de Jacques Martin, Graine de Star de Laurent Boyer, les soirées du Golf Drouot ou les mercredis soir à l'Apollo, mythique théâtre londonien qui autorisait le public à tenter sa chance sur scène. En 1956, Yolanda Gigliotti, est repérée par Eddie Barclay lors d'un radio crochet d'Europe 1 à l'Olympia. Bambino, son troisième 45 tours, la consacre l'année suivante comme l'éternelle Dalida.

choisit de tourner dans un Château. L'édifice avait été repéré par le promoteur Bouygues, qui fait partie du même groupe que TF1. Patrick le Lay et Etienne Mougeotte sont invités par Endemol à déjeuner sur place, pour valider ce choix.

Le Château des «Vives-Eaux» se trouve près de Melun à Dammarié-lès-Lys, à cinquante kilomètres de Paris ce qui évite à la production d'être importunée par des intrus comme à la Plaine Saint Denis, aux portes de Paris, pour le *Loft*...Mais oblige aussi à prévoir des chauffeurs pour les professeurs. Cette demeure, construite

«Au bout de 3 semaines, on nous a dit que l'émission ne marchait pas très bien et qu'on allait peut-être rentrer chez nous».

au XVIII^e siècle par l'architecte de Louis XV Jacques Goindoin, comporte un bâtiment principal (détruit par un incendie à la fin du XIX^e et reconstruit peu après) et cinq pavillons disposés en fer à cheval. D'une surface de 5 000 m² de plancher, il est situé sur dix-huit hectares de terrain. Le lieu a déjà un certain passé artistique : les Lopez, anciens propriétaires, y avaient logé gracieusement Rudolf Nouriev. TF1 a hésité à acheter le Château (estimé entre 30 et 40 millions d'euros), pour finalement le louer à l'année à la société Siprobat. «Beaucoup de curieux nous appellent raconte François Dussault, le président de la société immobilière. Ils veulent visiter le Château, mais bizarrement, uniquement pendant les périodes de tournage.»

Le Château n'est pas la seule originalité du programme français : Alexia Laroche Joubert, tout droit sortie de Loft Story, installe des caméras dans le dortoir commun et dans la salle de bain (mais pas dans les douches). La version espagnole, elle, se contente des images des élèves au travail.

Les règles du jeu sont identiques dans les deux versions : les pro-

fesseurs effectuent les évaluations, le lundi. Dès le lendemain et jusqu'au prime time, le public vote pour sauver son poulain parmi les trois nominés. Le vote est révélé lors de l'émission de prime time, le vendredi ou le samedi, et les deux nominés restants sont départagés par les élèves. A la Star Ac', il faut à la fois soigner son image auprès du public et auprès de ses camarades.

La première saison, les spectateurs ont constitué eux-mêmes le plateau du casting. Du 1^{er} septembre au 12 octobre 2001, deux candidats s'affrontaient en chantant dans des clips de quatre minutes, diffusés à 19 h 45. Le 20 octobre, le paquebot Star Ac' a embarqué trente-deux élèves issus de ce premier tri, qui n'étaient plus que seize à la fin de l'émission et un seul le 12 janvier. Mais l'émission peine à démarrer, aussi bien auprès du public que des professionnels, journalistes et publicitaires. La télé-réalité et ses intrigues sentimentales ne passionnent pas les foules.

Jean-Maxence Granier, qui dirige un institut d'études spécialisé dans les médias, explique comment TF1 et Endemol ont redressé la barre : «Au début, Endemol était parti sur un format proche du *Loft*, période “qui c'est qu'a pété” et drague. Au fil du temps, ils se sont rendus compte qu'il fallait jouer la carte “contrat d'apprentissage”, comme dans le long métrage *Fame*, avec des profs méchants. Mais bien sûr, s'il y a une histoire d'amour, c'est encore mieux». Tout est dit.

L'émission démarre donc péniblement pour Endemol et TF1 : «Au bout de trois semaines, on nous a dit que l'émission ne marchait pas très bien et qu'on allait peut-être rentrer chez nous » se souvient la candidate Olivia Ruiz. Star Academy ne passionne pas non plus les journalistes. Gaëlle Placek, qui a suivi les trois saisons de la Star Ac' pour *Télé Loisirs*, est la seule à assister dans

les studios de la Plaine St Denis, aux émissions de prime time du samedi :

«...personne ne croyait vraiment à la Star Academy. L'audience n'était pas très bonne, quatre millions de spectateurs, quatre millions et demi ... Résultat, pendant un mois et demi je me suis baladée seule sur le prime ».

Du côté des agences média, ces professionnels qui achètent la publicité pour leurs clients annonceurs, c'est aussi le calme plat. Emmanuel Charonnat, qui dirige le département Carat Expert de la principale agence média française, Carat, se souvient : «Les acheteuses d'espace, qui sont des jeunes femmes, préféraient *Popstars*, qui démarrait également, mais sur M6. C'était la première édition, celle qui constituait les L5. J'étais assez seul à défendre le programme. Mais ce qui m'avait frappé, c'était l'impact d'une émission où des débutants chantaient avec des grandes stars de la chanson.»

De fait, quand la *Star Ac'* chantait le samedi, les L5, groupe formé pour la première édition de *Popstars*, prenaient le dur sentier de la gloire avec l'« incroyable » Mia Frye, le jeudi soir sur M6. Et dans le cœur des acheteuses d'espace, le groupe féminin, créé de toutes pièces par M6, écliprait la *Star Ac'*, qui n'avait pas encore trouvé son concept. Des moments de solitude, pour l'expert-média, la journaliste et les candidats, mais surtout pour TF1 et Endemol, jusqu'à ce qu'un maître-nageur vienne sauver l'émission de la noyade.

Jean-Pascal Lacoste est né le 21 juin 1978 à Toulouse. Après son bac, JP s'inscrit en BTS Force de vente, mais il échoue. Pompier volontaire, sauveteur et maître nageur à Saint-Jean-de-Luz, il est décoré en 1997 de la médaille de l'Ordre national du mérite pour «acte de courage et de dévouement», après avoir sauvé deux en-

fants de la noyade. Recruté sur une plage de Saint Jean de Luz pour Star Academy 1, il pisse sur les rosiers du Château, déconne et, humilié d'être le dernier de la classe – il chante comme une casserole et les professeurs le « nominent » trois semaines de suite – menace de partir. La production comprend alors qu'elle tient là son joker. Elle organise l'exil de Jean-Pascal en Angleterre, digne du retrait du général de Gaulle à Baden en 1968 et demande au public s'il souhaite que JP reste. Le débat médiatique démarre, relayé sur Internet. Laissons la parole aux archives (plus précisément, le site objectif-cinema.com) : «... Alors qu'Alexia Laroche Joubert, la directrice, n'a fait aucun problème pour appeler un taxi en deux minutes pour l'élève Amandine qui désirait partir, elle octroie deux jours de réflexion à JP. On ne lâche pas comme ça le chouchou du public...» Pour convaincre le prince des gros lourds de rester, la production lui offre donc un petit séjour à Londres, pendant lequel il fait du shopping pour ses copains, aux frais de la prod'. Pendant ce temps, le suspense monte : reviendra, reviendra pas ? Le public est en haleine. On nous montre tout de ce jeune homme « nature », le pire comme le meilleur. En début d'émission, le public penche pour son départ. Au milieu, c'est 50/50. Et à la dernière minute, on apprend que 62% des votants (500 000 appels ont été enregistrés ce soir-là) ont choisi qu'il reste à l'académie. « Reviens JP reviens, parce que la France, elle a besoin de toi ». Sur les forums, les internautes se déchaînent pour exprimer leur dégoût face à ce bidonnage qui ne fait aucun doute. De retour au Château, JP offre à ses alliés des petits cadeaux achetés à Londres. Non seulement il a refait sa garde-robe, mais en plus, il était certain de revenir... et savait en plus quels candidats étaient pour son retour, puisque seuls ses quatre « amis » ont eu droit à un petit cadeau souvenir de son escapade. Adieu crédibilité, pour le n'importe quoi, ne quittez pas l'écran... Le couple Jean-Pascal-Jenifer est clairement favorisé, au détriment de tous les autres. On se demande d'ailleurs comment le Basque a pu offrir une bague Cartier d'un montant de 5 000 F à sa dulcinée alors qu'il prétend n'être qu'un simple maître nageur.» Commentaires innombrables dans la presse

et sur Internet, soupçons de manipulations, héros récurrents : la Star Academy a trouvé son rythme de croisière. Alors que le *Loft* s'éteint après sa deuxième édition, la Star Ac' prospère toujours aujourd'hui. Non seulement l'émission est devenue un phénomène de société, mais elle s'est transformée en machine à cash, grâce aux produits dérivés.

Le paquebot est lancé, pour une très longue traversée. Avec comme premier équipage : Djalil, Amandine, François, Jean-Pascal, Jessica, Jenifer, Gregory, Cécile, Khalifa, Stéphane, Sidonie, Mario, Patrice, Olivia, Catherine, et Carine.

En route pour la salle des machines et ses cuisines.

ENTRETIEN

Gauthier de la Star Ac' 4

« Je leur répétais, vous allez me prendre, je vais faire pêter l'audimab »

Chaque année, le choix des candidats est un véritable casse-tête pour la production. Gauthier, élève à la Star Ac' 4 nous explique comment il est passé entre les mailles du filet et nous fait part des espoirs d'un candidat fugace, resté deux semaines au Château. Le rendez-vous est pris au « Père Tranquille » ce bistrot des Halles dont le nom lui va si bien. Ce jeune garçon de 22 ans originaire de l'Aude et polyglotte est dans la vie comme à l'écran : limpide, gai, un peu donneur de leçons, pour tout dire, rafraîchissant.

Comment avez-vous décidé de tenter le casting de la Star Ac' ?
J'ai vu une publicité sur Internet disant que la Star Academy allait commencer. Je ne me suis pas demandé si cela me conviendrait, mais si j'en serais capable. J'ai fait ce casting comme un défi personnel. A partir du moment où j'entrais dans le Château, ce défi était relevé.

Aviez-vous déjà regardé l'émission ?
Je n'avais vu que la Star Ac' 1 parce qu'Olivia Ruiz, une amie de ma région avait fait cette émission. Pendant la Star Ac' 2 j'étais en Chine, et pendant la 3, en Nouvelle-Zélande.

Quels conseils vous a donnés Olivia ?
Elle m'a conseillé d'être moi-même, de ne pas m'étaler sur ma famille, et de ne pas rester trop longtemps, même s'il fallait éviter de partir les premières

semaines, et d'en profiter pour me constituer un carnet d'adresses, de prendre ce qu'il y avait de bon, et d'occulter le reste.

Mis à part le défi, quelle était votre motivation ?

J'ai un tempérament polyvalent, je fais du théâtre, de la batterie, de la guitare, du trombone. J'ai eu envie de regrouper tout cela. Et puis, j'avais dit un jour que je serais célèbre...

Qu'avez-vous envoyé dans votre vidéocassette ?

La tirade du nez de Cyrano de Bergerac, je jongle, je fais de la batterie, du reggae et à la fin des quelques minutes, je leur dis :

« Vous allez me prendre. Je vais faire péter l'audimat ». A partir du moment où j'ai envoyé la vidéo, dans ma tête, j'étais déjà pris. J'ai expliqué à Alexia Laroche Joubert et Angélique Sansonetti, pendant le casting que je me voyais bien entrer dans ce jeu, que je me sentais vraiment de le faire. Je n'étais pas né pour cela, mais je savais que cela faisait partie de ma trajectoire. Et je leur répétais : à bientôt, au re-voir, en décomposant les mots.

Comment utilisiez-vous la salle CSA ?

J'y allais pour être tranquille, pour boire un verre sans être filmé. Mais de toutes façons, les caméras essaient d'éviter de nous filmer en train de boire et de fumer. La salle CSA sert aussi à se confier, se lâcher, parler librement de sujets dont on ne peut pas parler à l'écran, les problèmes de famille, de petites amies, des éliminations.

Comment les groupes se sont-ils constitués ?

Un peu vite à mon goût. Les groupes se forment avant que les gens aient pris le temps de se connaître. La première semaine, tout le monde cherche à prouver des choses aux autres. Tout le monde surjoue. Certains déconnent pour être sûrs de passer à l'image. Dix huit personnes ensemble, vingt-quatre heures sur vingt-quatre, c'est difficile à gérer.

Certains sites Internet ont pensé que vous étiez l'émissaire de la production ?

Oui, je sais, c'est venu du fait que je ne pouvais regarder certaines choses sans réagir. Mettre du ketchup sur un micro qui coûte X milliers d'euros, c'est contre mes valeurs. On m'a élevé dans le respect des choses offertes. J'étais dans l'émission comme je suis dans la vie, et ça m'a fait passer pour un rabat-joie. Je suis passé pour un donneur de leçons parce que j'ai engueulé un élève qui avait cassé une guitare.

Enrique ?

Enrique. Depuis le premier jour, j'ai eu du mal avec lui. Dans le fond il est gentil, mais il transporte une grande méchanceté inconsciente qu'il ne contrôle pas. J'avais eu une explication avec lui, et l'avais convaincu de se maîtriser. Mais le soir même il s'est énervé à nouveau contre Francesca, puis Emilie, Lucie... et les autres.

C'est un peu paradoxal de combattre le gaspillage dans une émission de télévision qui rapporte des millions, non ? N'avez-vous pas confondu avec la vraie vie ?

Non, pour moi ce sont des valeurs qui font que la vie en communauté est possible. Hoda et moi nous étions choqués que personne ne fasse la vaisselle ou qu'on laisse traîner des affaires sales dans la salle de bain. Pour moi, ce n'était pas le travail de Fati, la femme de ménage.

Quelle perception avez-vous eue des professeurs ?

Milo et Tiburce ont réussi me faire pleurer en trouvant les bons mots. Mais j'ai aussi beaucoup appris avec Oscar Sisto. J'ai aussi apprécié le travail de stylisme d'Hiron et Noy qui réfléchissaient aux vêtements par rapport à notre personnalité et à la chanson que nous allions interpréter.

Vous n'avez vécu que des prime de nominés. Comment cela se passe ?

On se lève à sept heures du matin. On voit passer dans le couloir des danseurs, des gens connus. La seule occupation qu'on ait, c'est d'aller voir le styliste, la maquilleuse et le coiffeur. Mais ce n'est pas grave.

Pourquoi êtes-vous sorti en deuxième semaine ?

J'étais nommé en même temps que Morgan et Tina, deux personnes que j'appréciais beaucoup. Je ne peux pas me battre contre des gens que j'aime bien. J'ai dit que les caméras me saoulaient déjà, et les autres me disaient que cela ne leur donnait pas envie de me sauver.

Après que s'est-il passé ?

Pascal Nègre est venu me voir dans ma loge. Il m'a dit « OK tu veux faire de la musique. Mais il va falloir que tu te bouges ferme, que tu composes une chanson par jour. Tu n'es pas un bon interprète des chansons des autres. Fais du Gauthier ». J'ai vu aussi la psychiatre. Elle m'avait dit la semaine précédente qu'elle ne me reconnaissait pas à l'écran. Que j'étais vivant, intelligent et qu'il ne fallait pas rester dans mon coin. Mais l'émission est allée à son rythme et moi au mien. Là, elle a bien vu que je ne prenais pas ma sortie de manière dramatique, loin de là. Ensuite, il y a eu la soirée à la « Villa Star Ac' ». Il y avait tout le monde, les publicitaires, toute la production, Jasmine, Mathieu Gonet, ça a été grandiose. Je suis parti à trois heures sans avoir fait d'excès, et pendant trois jours après la sortie, j'ai enchaîné interview sur interview.

Etes-vous libre de vos propos dans les interviews ?

Chaque élève est responsable de ce qu'il dit. A chaque interview, je dis qu'il n'est pas question pour moi de cracher dans la soupe. Je suis content d'y être allé. Pour moi, le seul vice de l'émission est sa scénarisation, cette façon qu'a la production d'interpréter nos faits et gestes et d'en faire des histoires. Il suffit que Mathieu dise à Tina qu'il la trouve jolie et qu'elle chante bien pour qu'on les fasse chanter ensemble en mettant en scène un début de romance.

J'ai rencontré beaucoup de gens bien chez TFI et Endemol et je garde le contact.

Comment étiez-vous préparé à cette vie dans le Château ?

Alors qu'il y avait des enfants uniques qui n'avaient jamais quitté le nid, mes voyages dans des pays étrangers, l'expérience du pensionnat et de la colocation m'avaient préparé à cette vie en collectivité.

Comment vous en sortez-vous financièrement ?

Je n'ai pas un sou. Je n'ai pas fait de unes de magazines. Mais heureusement, j'ai chanté sur six des douze chansons de l'album «musique de films». C'est même moi qui ai le plus chanté. Je m'entendais bien avec l'ingénieur du son. En novembre, décembre et janvier, TFI organise des séances de dédicaces dans les clubs, payées 800 euros. Je me donne jusqu'en décembre pour faire ma route dans la chanson et la comédie. Après, si ça ne marche pas, je vais en Chine faire de l'interprétariat pour les JO de 2008.

retrouvez l'auteur de LA FACE CACHEE DE LA STAR AC'
sur son *blog*

www.facecacheestarac.typepad.com

Vous pouvez commander en ligne
LA FACE CACHEE DE LA STAR AC'
sur les sites de:
AMAZON
FNAC
ALA PAGE ...

ou dans toutes les librairies de France, Suisse et Belgique.