

Note d'intention - *Mieux vaut prévenir*

Mieux vaut prévenir est une série de fiction pensée sur le format court 5X2 mn. 2mn, telle la durée potentielle d'un réel spot de campagne publicitaire du gouvernement qui passe à la télévision.

A travers cette série, l'idée est de décaler le regard hautement dramatique posé habituellement sur une campagne de sensibilisation dite « choc ». L'idée n'est pas de désensibiliser mais plutôt de déculpabiliser.

Rendre responsable des citoyens et citoyennes sur des maux de notre société contemporaine peut, je pense, aussi passer par d'autres registres émotionnels. En fonction de la thématique abordée dans l'épisode, le registre sera différent. Je me permets d'apporter plus de comédie quant au sujet de la sécurité routière, d'avoir un regard davantage « poétique » sur le sujet de l'inceste ou un prisme plus social sur l'épisode de la santé au travail.

Mieux vaut prévenir est conçu comme une unique saison dans laquelle chaque épisode aborde la thématique d'une campagne publicitaire d'un réel sujet de société, et qui suit la trajectoire de mon personnage principal Rose, réalisatrice éphémère de cinéma qui se retrouve dans la « publicité » pour gagner sa vie. Mon personnage, volontairement désenchanté, est pour moi le témoin privilégié de l'absurdité du monde auquel nous pouvons tous et toutes être confronté un jour. Les désillusions professionnelles de Rose la conduisent à répéter des schémas comportementaux qu'elle est elle-même censée dénoncer à travers le travail alimentaire pour lequel elle est engagée.

L'entièreté de la série se déroule dans un lieu unique, un studio cinéma sur fond vert. L'arène d'un plateau de tournage et le microcosme qu'il reproduit est pour moi le jeu de miroir idéal pour parler de la société de façon plus général, ses mœurs et ses paradoxes, entre le discours et l'action.

Le format très court du 5X2' est un format de fiction intéressant pour aborder autant de thématiques aussi vastes, dans la mesure où cela n'a aucun sens.

En effet, on ne peut pas, en deux minutes chrono, développer toute une pensée complexe et nuancée sur la thématique de l'inceste, des violence sexistes ou encore de la santé au travail. Et c'est pourquoi je reprends la temporalité des codes de la publicité sur la forme, non pas pour aborder ces sujets de manière superficielle, mais pour aborder la superficialité du traitement médiatique que l'on peut réserver à ces mêmes sujets.

Je souhaite avec ce projet de série, sur le temps d'une publicité, non pas de faire peur ou de choquer, mais d'inviter à prendre du recul et surtout à prendre son temps, sur des problématiques qui mériteraient de ne pas être réduits à de simples objets de consommation d'images comme les autres.