

LES LETTRES DE BORON (3)

ou Comment l'objet d'un mail, le titre d'un dossier ou la première ligne d'une note d'intention décident, en deux secondes, du sort de votre projet



Comment le sieur Godard, attendant derrière une vitre qu'on le fît entrer, comprit que tout se jouait avant même la première phrase.

Il advint, il y a quelque temps, que le sieur Godard fût convié dans les bureaux d'une chaîne, et qu'on le priât de patienter un instant dans le couloir, le temps que la directrice littéraire qui devait le recevoir achevât ce qu'elle faisait. Or son bureau était vitré, et de là où j'étais, je la voyais. Elle dépouillait son courrier. Elle ouvrait un dossier, le parcourait, le reposait. En ouvrait un autre, le parcourait, le reposait. À la cadence d'un battement de cœur. Je la regardais faire, et machinalement, je comptais. En trois minutes, une vingtaine de projets étaient passés entre ses mains. Deux, peut-être, avaient été mis de côté. Le reste avait

rejoint une pile qu'on devine sans peine.

Quand on me fit entrer et que je lui posai la question, elle sourit. « *C'est comme ça tous les lundis* », dit-elle. « *J'en reçois une soixantaine par semaine. J'en lis vraiment trois.* »

Trois sur soixante. Et de ces trois, une seule, peut-être, remonterait la chaîne — vers le comité de lecture, vers la décision. Le reste était mort avant d'avoir vécu. Mort, non pas parce qu'il était mauvais, mais parce qu'il n'avait pas franchi la première ligne.

C'est exactement ce dont Halbert prévenait son fils en 1984. La meilleure lettre du monde, lui écrivait-il, si elle ne franchit pas l'enveloppe, est morte. Halbert parlait de courrier postal, d'un temps où l'on jugeait une enveloppe à son poids, à son écriture, à son timbre, avant même de l'ouvrir. Mais le principe n'a pas vieilli d'un jour. Il a simplement changé de support.

L'enveloppe, aujourd'hui, c'est l'objet d'un mail. C'est le titre d'un dossier. C'est la logline qu'on lit en premier. C'est la première phrase d'une note d'intention. C'est ce qui se passe avant la lecture, et qui décide qu'il y aura, ou non, une lecture. Les Américains appellent cela le hook — l'hameçon. Les Anciens disaient plus simplement la captation. C'est la même chose : ce petit moment où l'on attrape, ou bien où l'on perd, l'attention de quelqu'un qui ne demandait rien.

Or voici la chose la plus injuste, et la plus vraie, que Halbert répétait à son fils. Ce petit moment-là fait le plus gros du travail. Pas la moitié. Le plus gros. On peut avoir, derrière, le meilleur projet du monde — si l'hameçon ne prend pas, personne ne le saura jamais. Un chef-d'œuvre dans une enveloppe banale meurt aussi sûrement qu'un texte médiocre.

Cela devrait nous conduire à une conclusion simple, que presque personne ne tire : il faut consacrer à cette première ligne un temps sans commune mesure avec sa longueur. Une logline de douze mots peut mériter trois heures. Un objet de mail peut mériter qu'on en écrive trente versions avant de choisir. Halbert, lui, récrivait ses titres trente, quarante fois, et n'en gardait qu'un. Nous, le plus

souvent, nous tapons la première phrase qui vient, celle qui nous arrange, et nous passons les trois heures économisées à peaufiner un cinquième paragraphe que personne n'atteindra.

Comment fait-on, alors, pour que l'hameçon prenne ? Halbert donnait à son fils deux ou trois règles que je vous livre telles quelles, parce qu'elles n'ont pas pris une ride.

La première : le précis bat le vague, toujours. Comparez. « *Proposition de série dramatique* » — et « *Six épisodes sur la femme d'un braqueur, racontés depuis sa cuisine* ». Le premier objet pourrait coiffer trois mille mails par an dans la même boîte de réception. Le second pose un sujet, une forme, un point de vue, et ouvre dans la tête du lecteur une question à laquelle seule l'ouverture du mail répondra. Halbert appelait cela *the specific power of the specific* — la force particulière du particulier. Vingt-trois pour cent est plus crédible qu'environ un quart. Un mardi de février est plus vrai qu'un jour d'hiver. La femme d'un braqueur dans sa cuisine est plus vivante qu'une série dramatique.

La deuxième : la curiosité bat la promesse. Le mauvais hameçon dit tout. Il résume, il explique, il vide le projet de son mystère — et le lecteur, ayant compris, n'a plus aucune raison d'aller voir. Le bon hameçon donne juste assez pour qu'il faille la suite. « *Comment j'ai sauvé mon tournage grâce à un coup de fil que je n'aurais jamais dû passer* » en dit moins, et donne plus envie, que « *Comment j'ai sauvé mon tournage* ». Parce qu'il ouvre, d'un coup, trois questions au lieu d'une.

Mais il est une troisième règle, et c'est la plus importante, parce qu'elle commande les deux autres. L'hameçon doit promettre une chose que la suite tient vraiment.

C'est ici que beaucoup se perdent. On a compris qu'il fallait accrocher, alors on accroche trop. On promet la série qui va révolutionner la fiction française, et l'on propose une comédie sentimentale honnête. On annonce un documentaire qui n'a jamais été fait, et l'on raconte un sujet déjà vu dix fois. Le lecteur l'ouvre, votre dossier — et c'est précisément là qu'on le perd. Car il sent aussitôt l'écart entre la

promesse et la chose. Et cet écart, il ne vous le pardonnera pas. Halbert le disait à son fils sans détour : on ne trompe un lecteur qu'une seule fois.

La règle, au fond, tient en deux temps. Si vous ne pouvez pas tenir, ne promettez pas. Et si vous pouvez tenir, alors osez la promesse la plus précise, la plus concrète, la plus inattendue que votre projet autorise. Car celle-là, vous la tiendrez — et c'est elle qui vous fera passer dans la pile de gauche. Celle qu'on lit.

La semaine prochaine, je vous emmènerai encore un cran en amont. Avant la voix, avant l'hameçon, il y a un travail que presque personne ne fait, et qui décide pourtant de tout le reste : savoir à qui l'on parle vraiment, et ce que cette personne désire déjà. Halbert appelait cela connaître son marché. C'est moins romantique que d'avoir une belle idée. C'est, le plus souvent, ce qui sépare une belle idée d'une idée qui se produit.

D'ici là, je vous propose un petit exercice. Reprenez l'objet du dernier mail important que vous avez envoyé, ou la première phrase de votre dernière note d'intention. Comptez les mots. Puis posez-vous une seule question : si je l'avais reçue parmi soixante autres, un lundi matin, est-ce que je l'aurais ouverte ? Si vous hésitez, vous savez déjà ce qu'il vous reste à faire.

Bonne semaine, et surtout, cultivez votre jardin jusqu'à lundi prochain.

Découvrir les formations DIRPROD : dirprodformations.fr