

L'humour, des réseaux sociaux à la scène

La notoriété d'un certain nombre de stand-upeurs, comme Moguiz ou Marine Leonardi, a démarré sur l'écran des smartphones

ENQUÊTE

Ses quarante premières dates de représentation ont été vendues en dix-huit heures ! Jean Robert-Charrier, directeur des théâtres des Bouffes Parisiens et de la Porte-Saint-Martin, à Paris, n'en revient toujours pas. *Coucou!*, le spectacle de Moguiz a fait salle comble au Petit Saint-Martin durant tout le mois de février et affiche déjà complet du 2 au 31 mai pour sa reprise. Vous ne connaissez pas Moguiz ? Rien de plus normal si vous ne suivez pas ses vidéos sur les réseaux sociaux.

Ce Montpellierain âgé de 29 ans n'aurait lui-même jamais imaginé se retrouver un jour sur scène. « *L'idée me terrorisait* », dit-il. Mais voilà : il est suivi sur Instagram par 1,1 million de personnes qui, agréablement, se régale de ses courtes pastilles humoristiques qu'il poste quotidiennement de sa chambre et parfois de dehors. Des petites tranches de vie banale racontées face caméra dans lesquelles Moguiz, souvent perruqué, met en scène des personnages ordinaires (collègue de travail, professeur de technologie, caissière, etc.).

Avec son regard tendre, ses yeux de cocker et sa voix de gentil, Moguiz le rondouillard, doux mélange de Jacques Villeret et de Karim Leklou, alliant jovialité et timidité, a conquis les réseaux sociaux. Alors, quand son chien Gohan – un golden retriever aussi star que son maître – s'est mis, dans une vidéo, à courir pour entrer dans un théâtre et annoncer *Coucou!*, sa communauté de followers s'est précipitée sur cette proposition de le découvrir « en vrai ».

Thibault alias Moguiz (pseudonyme issu de Gizmo) à l'envers, le petit personnage gentil des Gremlins) se définit comme « un ancien youtubeur de pâte à pout devenu humoriste ». Car avant ses mini-sketchs, il faisait des vidéos de pâte slime à faire soi-même. Désormais, il est un exemple emblématique de ces notoriétés fulgurantes nées sur Instagram et qui se prolongent en salles à guichets fermés. « *Jusqu'à aujourd'hui, ma seule expérience théâtrale était un spectacle de fin d'année en classe de 5^e. J'avais une phrase et un décor à changer. Observer le chemin parcouru et merci pour votre bienveillance* », résume sur scène Moguiz devant un pu-



Moguiz et son chien Gohan, en novembre 2024. BENJAMIN GUILLONNEAU

blic ravi de retrouver certains de ses personnages et de l'écouter raconter un peu sa vie.

C'est le réalisateur et scénariste Thibault Segouin, fan de ses vidéos, qui l'a contacté fin mars 2024 pour lui proposer d'écrire un spectacle et de le mettre en scène. Et c'est Jean Robert-Charrier, lui aussi inconditionnel de ses pastilles sur Instagram, qui l'a convaincu de monter sur un plateau. « *Je suis persuadé qu'il peut devenir acteur* », estime ce directeur de théâtre. « *Je ne connaissais pas du tout ce milieu. Merci à l'algorithme d'avoir mis mes vidéos sur le fil de ces professionnels* », résume Moguiz.

Sans relations presse

Il n'est ni le premier ni le dernier humoriste à passer directement du follower au spectateur, à transformer une expérience gratuite en tickets payants et salles pleines, quasiment sans relations presse. Signe des temps, la cérémonie des premiers Auguste de l'humour (qui tentent de devenir aux comiques ce que les Molières sont au théâtre), organisée, lundi 3 février, à Lille à l'occasion du festival Lilliarious, comportait une catégorie « artiste de vidéos Web d'humour de l'année ». Aux côtés de Marine Leonardi (environ 685 000 followers sans compter TikTok), Amandine Lourdel (152 000), Blandine Lehout (231 000) et Tom Baldetti (556 000), c'est Diane Segard (966 000) qui fut récompensée. Et durant les Etats généraux de l'humour qui se sont tenus en parallèle du festival lillois, il a souvent été question du poids des réseaux sociaux devenus depuis quelques années le meilleur des bouches-à-oreilles. « *Pour notre programmation, nous prenons en compte le nombre d'abonnés sur Instagram, à partir de 150 000, on sait qu'on va remplir la salle* », reconnaît Florian Hanssens, directeur du café-théâtre Le Spotlight, à Lille.

« A partir de 150 000 abonnés sur Instagram, on sait qu'on va remplir la salle »

FLORIAN HANSENS
directeur de café-théâtre

Les professionnels, qu'ils soient producteurs, programmeurs ou directeurs de salle, scrutent de plus en plus ce qui se crée sur les réseaux sociaux. « *On est évidemment devenu attentif à ce qui s'y passe* », confirme Fanny Jourdan, fondatrice de Tcholélie Productions. « *Il faut surveiller et aller vérifier la capacité d'un artiste qui produit des vidéos à tenir la scène* », complète Gilles Petit, cofondateur de la société Little Bros. Productions.

Il est vrai que mieux vaut être accro aux pastilles humoristiques de Marine Leonardi ou Moguiz, par exemple, pour les apprécier pleinement sur scène. A 90 % féminin, le public de Marine Leonardi connaît déjà l'histoire de cette mère de famille qui puise dans sa propre expérience pour se confier sans filtre sur les réseaux sociaux sur sa vie de jeune maman envahie par ses deux petites filles et critiquée sans complexe son conjoint. Son mantra « *Vous n'êtes pas seule(s)* », qui décomplexifie les femmes, a fait mouche depuis plus d'un an sur Instagram. L'ancienne étudiante en école de commerce a troqué sa vie de cadre supérieure pour celle de stand-upeuse et cartonne à la Comédie de Paris et en tournée avec son premier spectacle, *Mauvaise graine*.

« *Y a des hommes dans la salle* », interpelle-t-elle. A peine cinq minutes se lèvent. « *Tu me suis sur les réseaux* », demande-t-elle en connaissant déjà la réponse. « *Et elles sont où mes princesses ?* »

« Quelques minutes sur les réseaux ne disent pas si l'humoriste peut tenir sur la longueur d'un spectacle »

EMMANUEL PATRIGNANI
directeur de théâtre

qués fonctionnent si bien que Thomas Poitevin est contacté par la scène nationale de Sénart (Seine-et-Marne). Ainsi est né son excellent spectacle intitulé *Thomas joue ses perruques* qui comptabilise 300 représentations à travers la France, un beau « succès d'estime », relative-t-il, lui qui n'a « que » 93 000 followers.

« *Cela a été une expérience joyeuse qui m'a permis de rencontrer un public, mais je ne suis pas très doué avec l'utilisation des réseaux sociaux. Il faut comprendre comment fonctionne l'algorithme, quel est le meilleur moment pour poster une vidéo. Et puis j'ai eu du mal avec la brièveté. Les vidéos de moins d'une minute cartonnent plus, alors que les miennes étaient de deux à trois minutes. Mais c'est un laboratoire de création et un bel outil pour rester en contact avec son audience et avoir des retours.* »

En pleine préparation d'un nouveau spectacle – cette fois sans perruque –, Thomas Poitevin se dit à la fois « reconnaissant » de ce que lui ont apporté les réseaux sociaux et « inquiet » que cela devienne « une norme, un modèle », avec le risque de « léser » ceux qui ont « des bons textes, bien joués ». « *Des pastilles vidéo ne font pas un spectacle* », résume-t-il.

Une carrière éphémère

Et une carrière éclair peut devenir éphémère. « *L'attention des gens s'est déportée sur les réseaux sociaux. Tant mieux pour les artistes, ça évite les phases de galère, mais ils perdent une période formative* », considère Waly Dia, dont la carrière s'est construite sur scène pas à pas. « *Quelques minutes sur les réseaux ne disent pas si l'humoriste peut tenir sur la longueur d'un spectacle* », estime Emmanuel Patrignani, directeur du Théâtre Paul-Eluard à Bezons (Val-d'Oise) qui programme, chaque année, quelques one-man-shows et se sent « un peu perdu » face à la profusion de propositions.

« *Certains veulent aller trop vite. Ce n'est pas parce qu'il ont beaucoup de followers qu'ils vont remplir dans toute la France, une partie du public n'est pas sur Instagram* », constate Loïc Bonnet, programmeur et directeur des Théâtres à l'Ouest et président de l'association Théâtres privés en régions. « *On sait tous qu'il y a des spectacles qui ne sont pas à la hauteur du remplissage* », glisse Florian Hanssens.

Malgré son succès sur scène, Moguiz continue à poster des vidéos, « *pour ceux qui ne peuvent pas se déplacer au théâtre* » et pour ne pas être oublié. Après avoir cru « mourir de trac » avant sa première à Paris, il est désormais « très heureux ». « *Je ne réfléchis pas beaucoup, j'y vais mais je ne m'exécute pas d'être là* ». Lui qui rêvait de jouer le rôle de Jacques Villeret dans une reprise du *Dîner de cons*, en octobre, à l'affiche d'un film très attendu d'un réalisateur connu. Mais chut ! on lui a demandé de garder le secret. ■

SANDRINE BLANCHARD

Coucou!, de Moguiz et Thibault Segouin, avec Moguiz. Théâtre du Petit-Saint-Martin, Paris 10^e. Du 1^{er} mai au 28 juin.

Mauvaise graine, de et avec Marine Leonardi, à Paris (complet, dernières places au Théâtre de l'Atelier, du 20 novembre au 20 décembre) et en tournée. *Parades*, de Diane Segard et Mathilde Guéret-Rguieu, avec Diane Segard, en tournée.

BOUR SAUJOT, ANTONIO DE MENDIETA, BERNI BARRAZ, NERDOUT, B. COMBES, SZCZEPANOWSKI, BOUJOT ET BRUNO CHATIN.

13^e ÉDITION

LE PRINTEMPS DE L'ÉCONOMIE

EMPAREZ-VOUS DE L'ÉCONOMIE !

ACTION PUBLIQUE !

NOUVELLE ÈRE, NOUVEAUX DÉFIS

30 CONFÉRENCES-DÉBATS | 120 INTERVIEWMENTS | 0 AU CÉSE

DU 18 AU 21 MARS 2025

PRINTEMPSDELECO.FR

PROGRAMME ET INFORMATIONS