

••• BIENVENUE CHEZ LES PLOUCS

DE L'HORLOGERIE... (éditorial)

Jean Romain est un élu local lémanique, député PLR au grand conseil de Genève. Stéphane Berney est un journaliste volontiers poète [espèce qui se fait rare]. Ensemble, ils ont commis *Ploukitudes*, aux éditions Slaktine, un tableau ironique et dénué de la moindre révérence de notre société contaminée par la « plouc attitude ». Le plouc contemporain, ce n'est plus le rustique campagnard breton perdu dans les grandes villes de la France industrielle (plou, en breton, c'est la paroisse), c'est plutôt le bobo déraciné, le post-moderne hors-sol, le « sachant » qui étale sa science face à des interlocuteurs guère plus cultivés que lui. Plus rien à voir avec les joyeux « populistes » de Fantasia chez les ploucs (tant le livre de Charles Williams que le film de 1971 avec Mireille Darc, Jean Yanne et Lino Ventura : ci-dessous), mais une insupportable omniprésence dans les rédactions, sur les réseaux sociaux et au comptoir de tous les bars à tapas où ils commandent des Spritz Aperol...

Le plouc parle un étrange franglais managérial, il fait de la trottinette, il grignote des sushis, il s'indigne, il pétitionne et « il est de toutes les modes », nous dit Jean Romain, « c'est sa tenue de camouflage ». On l'a compris, le ploukisme est un conformisme – une maladie sénile de la décérébration médiatique, proche de cette épidémie spongiforme qui frappait les « mutins de Panurge » chers à Philippe Murray. Stéphane Berney nous jure que le plouc « ne penche ni à droite, ni à gauche, il est sur tout l'échiquier ». Normal, ce dévot de la multiculturalité craint trop de déplaire à la multitude dans laquelle il baigne, sans racines et sans autre identité que son angoisse d'être toujours dans les clous, bien au tiède dans le « camp

du bien » d'une époque trop molle qui ne supporte plus les rebelles qu'englués dans le conformisme ambiant.

Et les ploucs de l'horlogerie ? Au secours, ils nous cernent avec leur « pensée unique » globalisée, leurs réflexes pavloviens [« ça ne marchera jamais », « ça ne s'est jamais fait », « les montres connectées ne seront jamais un marché, ni une menace pour les montres suisses », « il n'y a pas de crise horlogère »], leur alignement systématique sur les oligarques du secteur [« si Nick Hayek le dit... », « si Jean-Claude Biver le fait... »], leur culte moutonnier du vintage anti-créatif, leur naïveté confondante vis-à-vis des « influenceurs » autoproclamés et autopromus sur les réseaux sociaux, leur adoration béate pour les « ambassadeurs » iconiques, leur incapacité à imaginer l'avenir autrement qu'avec leur logiciel obsolète hérité de la société de consommation de masse, leur sainte trouille de la disruption [cette Arlésienne dont tout le monde parle, mais qu'on ne voit jamais], leur angoisse du « grand basculement » de leur horizon familial vers un monde de Milléniaux où les montres ne seraient plus ce qu'elles étaient ! Horresco referens...

Ne demandez pas aux ploucs de l'horlogerie de nous aider à penser le changement : ils ne savent que changer le pansement ! Ne comptez pas sur eux pour reformater une industrie dont le passé ne passe plus : barreaux de beau temps, ils n'ont connu que de confortables navigations – palaces exotiques qu'on gagne en business, 4 x 4 et bonus de fin d'année – par vent arrière ! Il n'y a pas de pires conservateurs que ces « progressistes » qui ne comprennent plus que le monde a évolué sans eux et loin d'eux, sans pitié pour leurs schémas de pensée démodés : on comprend leur angoisse secrète du déclassement tellement ils n'ont plus leur place dans le nouveau paysage accouché par les mutations en cours. La plouc attitude, c'est de croire qu'Instagram est le nouvel Olympe des bisounours de la mondialisation : c'est de prendre la langue de bois des marques pour des

paroles d'Évangile ; c'est d'imaginer que l'intelligence qui vous fait défaut n'a plus vraiment d'utilité pour comprendre le monde qui vous entoure...

Et maintenant, ploukocrates de tous les pays, unissez-vous ! Dieu reconnaîtra les siens...

Gregory Pons