

GLENGARRY GLEN ROSS

ou l'autopsie d'une image modèle de l'économie américaine

Glengarry Glen Ross

(E.U. / 1992 / 100')

Réalisation : James Foley

Scénario : David Mamet (d'après sa pièce du même titre)

Interprétation : Alan Arkin (George Aaronow)

Alec Baldwin (Blake)

Ed Harris (Dave Moss)

Jack Lemmon (Shelley Levene)

Al Pacino (Ricky Roma)

Jonathan Pryce (James Lingk)

Kevin Spacey (John Williamson)

Production : Jerry Tokofsky et Stanley R. Zupnik

Musique originale : James Newton Howard

Photo : Juan Ruiz Anchía

Costume : Jane Greenwood

Après avoir travaillé un an dans une agence foncière chargée de vendre à des retraités désargentés des terrains en Arizona et en Floride, l'auteur David Mamet écrit en 1984 une pièce qui obtint le prix Pulitzer aux États-Unis, connu de nombreuses mises en scène – notamment en France par Marcel Maréchal au Théâtre National de Marseille en 1985 – et rencontra un vif succès : *Glengarry Glen Ross*¹. Lorsque le réalisateur James Foley assiste à la représentation théâtrale donnée à Broadway en 1984, il n'est pas touché outre mesure et n'envisage aucunement à ce moment d'en faire un film.

C'est bien plus tard, lors de la lecture du scénario écrit par David Mamet lui-même, qu'il juge bien supérieur à la pièce, qu'il est littéralement emballé par son caractère à la fois corrosif et humoristique² : il l'adapte au cinéma en 1992³. L'économie américaine vit alors depuis une dizaine d'années une progression spectaculaire que le monde entier lui envie. Toutefois, cette ère de prospérité considérable, amorcée sous la présidence républicaine de Ronald Reagan, est entachée par des inégalités et une corruption croissantes, ainsi que par le scandale de l'*Iran-Gate* en 1986⁴. Les années 1990 et 1991 connaissent une légère récession mais le marché du tra-

vail se fluidifie, l'emploi se canalise vers les secteurs en croissance et, corrélativement, la part de l'activité encore régulée par des monopoles syndicaux diminue de 15 à 30%. En 1992, l'Amérique est en pleine campagne électorale présidentielle. Une anecdote devenue légende veut que Bill Clinton ait fait installer une immense affiche dans une salle de presse de son quartier général avec l'inscription « *It's the economy, stupid!* »⁵ [C'est l'économie, abruti !] et qu'il se soit personnellement assuré que la totalité de ses communications contiennent le leitmotiv suivant : « *Jobs, jobs, jobs* » [Emplois, emplois, emplois].

1. David Mamet, *Glengarry Glen Ross : a play*, Paperback Reissue edition, 1992.

David Mamet, *Glengarry Glen Ross*, pièce traduite en français par Pierre Laville, Arles, Actes Sud-Papiers, 1992.

2. Voir les propos de James Foley recueillis par Christophe Gans, in *Le Cinéphage*, n°10, janvier-février 1993, p. 63.

3. James Foley, *Glengarry Glen Ross*, Laserdisc, Widescreen Edition, 1992.

4. Le 25 novembre 1986, le scandale de l'*Iran-Gate* (ou Iran-Contra) révélait que des personnes de l'entourage de Ronald Reagan étaient accusées d'avoir vendu des armes à l'Iran – alors qu'un embargo était en vigueur – et d'avoir aidé financièrement les « *contras* », les rebelles anticommunistes nicaraguayens.

5. Ce mot d'ordre a été le billet d'entrée de Bill Clinton à la Maison-Blanche en 1992. « *It's the economy, stupid!* » a fait la gloire de James Carville, conseiller en communication du candidat démocrate et auteur de ce slogan.



Al Pacino (Ricky Roma)

C'est dans ce contexte que le film de Foley sort sur les écrans américains. *Glengarry Glen Ross* raconte comment, dans une agence immobilière de Brooklyn, quatre vendeurs se voient contraints de s'engager dans une folle course aux contrats afin de conserver leur emploi. De quelle manière ce film démasque-t-il à travers cette fable l'économie américaine « modèle », constamment invoquée par les chantres de l'économie de marché ? Comment, par la dissection de ses mécanismes, *Glengarry Glen Ross* en dévoile-t-il un autre visage ? Ce film s'installe dans une lignée de films de genre, mais avec des caractéristiques qui lui sont spécifiques et qui l'inscrivent comme une œuvre à part, marquant la mutation d'un certain cinéma américain.

Le passage dans le champ de la fiction se fait d'une manière tonitruante. Les premières scènes du film constituent un début *in medias res*. D'emblée, les

règles du jeu sont exposées. Cette ouverture est placée sous le signe de la lutte, les vendeurs se voyant forcés d'entrer en compétition pour conserver leur emploi. La tension présente dans cet embrayage fictionnel rythmé ne se relâchera jamais et le spectateur ne connaîtra – comme les protagonistes de l'histoire – plus aucun moment de répit. Le paradigme de la vitesse, garante de productivité et d'excellence – *time is money* – est ainsi imposé à l'ensemble de l'intrigue, mais de façon perverse. En effet, la lutte ouverte ici contre les autres et contre la montre n'est pas le *rats'race*, cette « course des rats » qui oppose ceux qui souhaitent arriver au pouvoir et qui est régie par un cruel principe de sélection darwinienne, mais repose après tout sur un engagement volontaire. Au contraire, le combat ne vise au fond qu'à conserver la position occupée jusqu'alors. Il envahit l'ensemble de la vie d'entreprise et va s'imposer à tous, le simple refus de participer

valant disqualification et défaite. Les personnages se voient projetés dans un jeu de chaises musicales et ils sont soumis à un temps compté qui ne permet aucune pause réflexive. C'est bien une réduction d'effectifs qui est annoncée : pour le film comme pour l'agence, l'enjeu sera la mise en œuvre d'une contraction du personnel.

Fidèle à la construction littéraire des *incipit* réalistes, ce seuil fictionnel répond d'emblée aux trois fonctions sollicitées par ce type d'entrée en matière : Qui ? Où ? Quoi ? Un personnage on ne peut plus typé socialement, celui du cadre supérieur, Blake (Alec Baldwin), fait son apparition dans l'agence suite à une demande des dirigeants et il menace les vendeurs de licenciements dès les premières minutes du film. Il est affublé, tant au niveau physique que vestimentaire, de tous les stéréotypes représentatifs de sa fonction dans l'imaginaire collectif : *beau gosse*, physique athlétique et teint hâlé,

costume trois pièces (visiblement taillé sur mesure), brushing parfait, attaché-case, BMW dernier modèle (valant, apprendra-t-on, \$80.000) et montre imposante et clinquante (de type *Rolux*). Les cadrages le représentent souvent en contre-plongée, c'est-à-dire en position dominante. Il semble l'archétype même de la réussite sociale. Mais au-delà de l'image apparemment digne d'admiration qu'il est censé incarner, une autre image, pourtant partie intégrante elle aussi de son personnage, est proposée aux employés de l'agence immobilière, comme aux spectateurs. Cette face bien moins reluisante laisse voir, dès sa première prise de parole, à quel prix s'est construite la réussite sociale.

« Blake : *You see this watch ?* [Pause] *You see this watch ?*

Moss : *Yeah.*

Blake : *That watch costs more than your car.*

I made \$970,000 last year. How much you make ? [Pause]

You see pal, that's who I am, and you're nothing.

Nice guy ? I don't give a shit.

Good father ? Fuck you ! Go home and play with your kids !

[S'adressant à tous en criant] *You want to work here, close !*

[A Aaronow] *You think this is abuse ? You think this is abuse, you, cocksucker ? You can't take this. How can you take the abuse you get on a sit ?*

[A l'oreille de Aaronow] *You don't like it... Leave »⁶.*

Les revenus de Blake sont justifiés par ses qualités propres et viennent les

valider. Il se dépeint comme un être agressif, expéditif, intransigeant, dont le charisme a pour seul objectif de terroriser et de menacer autrui, l'autre ne pouvant qu'être un adversaire, un opposant à sa conception de la vie professionnelle. À partir de là, le règne du *tout est permis* – transposition narrative de la théorie du *laisser-faire* libéral – s'instaure et Blake se comporte telle une bête sauvage jetée dans une arène, celle de l'économie, dont la seule devise est *marche ou crève*. La compétition entre les vendeurs s'inscrit ainsi dans le cadre plus large d'une rivalité entre deux systèmes axiologiques, puisque le modèle récompensant une bonne tenue sociale ou familiale est présenté comme invalide ou périmé dans une sphère où le salaire seul semble fonder la valeur.

L'*incipit* se situe dans un espace fermé, les locaux de l'agence, dans lesquels se déroulera à huis clos la majorité du film. Malgré l'illusion d'espace donnée par la disposition ouverte des bureaux (*open-space*), une sensation de claustrophobie naît d'emblée. Loin des grandes étendues caractéristiques d'une image de l'Amérique aux frontières sans cesse repoussées, le film se passe dans l'architecture fermée de Brooklyn, à New York. La lumière ne fait qu'accentuer le caractère oppressant de ce lieu. Les scènes se déroulent de nuit, par un temps pluvieux, et le directeur de la photographie, Juan Ruiz Anchía, a choisi d'éclairer l'ensemble à l'aide de néons à dominante bleue, éclairage purement artificiel dans lequel la lumière du jour ne perce pas. L'horizon d'attente défini laisse

ainsi présager une descente aux enfers, dans les sombres méandres de l'économie américaine. Pour rester dans la métaphore antique des jeux du cirque, le bureau peut être aisément comparé à l'arène elle-même, lieu de bataille que le peuple va regarder depuis les gradins et que les spectateurs vont observer depuis leurs fauteuils.

Les conditions du jeu imposé aux vendeurs sont exposées d'emblée par Blake. Des fiches contenant le nom et les coordonnées d'acheteurs potentiels pour des terrains de Floride, situés au lieu dit *Glengarry Glen Ross*, les « *leads* », sont distribuées. Ce terme clé est répété de manière obsessionnelle. Il appartient au lexique argotique des vendeurs immobiliers⁷. L'immersion du spectateur dans ce microcosme, disséqué sous nos yeux, passe donc aussi par le langage et l'acquisition d'un vocabulaire codifié. Les acteurs du jeu se doivent de vendre le plus grand nombre de terrains possible.

Blake : « *You got leads. Mitch & Murray paid good money. Get their names to sell them. You can't close the leads you're given, you can't close shit : you are shit. Hit the bricks pal, and beat it, 'cause you are going out !*

Shelley Levene : *The leads are weak.*

Blake : *The leads are weak ? The fucking leads are weak ? You're weak. I've been in this business fifteen years...*

Dave Moss : *What's your name ?*

Blake : *FUCK-YOU ! That's my name !* [Moss ricane]

Blake : *You know why, mister ? 'Cause you drove a Hyundai to get here tonight, I drove an eighty thousand dollar BMW. That's my name »⁸.*

6. (Traduit par la rédactrice)

Blake : Tu vois cette montre ? [Pause] Tu vois cette montre ?

Moss : Oui.

Blake : Cette montre vaut plus que ta voiture.

J'ai gagné 970,000 \$ l'année dernière. Combien tu gagnes ? [Pause]

Tu vois, mon pote, voilà qui je suis et toi, t'es rien.

T'es un brave type? Je m'en fous.

Bon père de famille? Va te faire foutre! Rentre chez toi et va jouer avec tes gosses !

[S'adressant à tous en criant] Vous voulez travailler ici, concluez des contrats !

[A Aaronow] Vous trouvez ça injurieux ? Tu trouves ça injurieux, pédale ? Tu peux pas encaisser? Comment tu fais pour encaisser l'humiliation lors d'un contrat non signé ?

7. Il est intéressant de noter que ce terme appartient également au registre des romans policiers dans lesquels il est utilisé pour désigner les indices, les pistes d'une enquête. Il introduit donc aussi implicitement les notions de criminel et de victime.

8. Blake : Vous avez des fiches achetées chérot par Mitch et Murray. Prenez leurs noms et allez vendre. Vous pouvez pas conclure des contrats avec ces fiches, vous pouvez rien conclure : vous êtes des merdes. Bougez-vous et sortez battre le pavé les gars, parce que vous dégagez !

Shelley Levene : Les fiches sont faiblardes.

Blake : « Les fiches sont faiblardes ? » Ces putains de fiches sont faiblardes ? C'est toi qu'es faiblard. Je suis dans ce business depuis quinze ans...

Dave Moss : C'est quoi ton nom ?

Blake : Va te faire foutre ! C'est ça mon nom !

[Moss ricane]

Blake : Tu sais pourquoi, très cher ? Parce que tu es arrivé ici en Hyundai, et moi au volant d'une BMW de 80 000 dollars. C'est ça mon nom !

Les règles sont simples. L'issue aussi : le premier prix est une Cadillac, le deuxième un jeu de couteaux à steak et le troisième... le licenciement ! Malgré sa simplicité, l'ensemble est pourtant exposé selon des représentations propres à la communication dans la sphère de l'économie : des slogans et des graphiques. Blake retourne le tableau sur lequel figurent les chiffres atteints par les meilleurs vendeurs du mois. Sont écrits au dos les slogans suivants :

« ABC. A- Always, B- Be. C- Closing. Always be closing, always be closing⁹. AIDA, A attention, I interest, D decision, A action »¹⁰.

Parmi les schémas que Blake utilise, l'un représente une photographie du premier prix : la Cadillac. Quant au jeu de couteaux à steak, Blake le sort, tel un magicien, de son attaché-case. Le film recycle ainsi de manière sarcastique les techniques d'apprentissage ou de marketing couramment utilisées dans la profession. La compétition peut alors commencer et Blake se retire. Tous les coups sont permis pour fermer le client et être le premier. Les protestations des quatre protagonistes du jeu ne sont pas nombreuses. Ces esclaves modernes jetés en pâture aux règles de la compétitivité ne sont pas initialement envisagés dans leur individualité mais comme un lot de victimes impuissantes qui vont devoir perfectionner leurs arnaques afin de conserver leur emploi. *Que le pire gagne !*

Le schéma narratif se construit autour de cette idée de combat, de rabattage et de chasse. Les fauves sont lâchés. Les vendeurs vont effectivement combattre en une lutte sans merci dans un monde déshumanisé et exclusivement masculin. Différents types de comportements sont alors envisagés par le biais des quatre protagonistes. Dave Moss (Ed Harris) semble être le personnage le moins soumis. Il dénonce

l'inégalité des « leads » distribuées : dans une Amérique au discours politique durablement imprégné par la métaphore du jeu de cartes (que l'on songe au *New Deal* de Roosevelt, à la fois « nouveau contrat » et « nouvelle donne »), c'est un moyen pour le film de souligner, au rebours des théories de l'équité du marché, que les cartes dont dispose chaque concurrent sont, initialement, différentes. L'injustice sociale semble révolter Moss et c'est lui qui prononcera une phrase qui pourrait incarner à elle seule une bonne partie de *Glengarry Glen Ross* : « *The rich get richer, that's the law of the land* » [Les riches s'enrichissent, c'est la loi de ce pays]. Mais cette rébellion trouve son origine dans une insatisfaction toute personnelle et non dans un engagement altruiste global. Lors de l'odieux laïus de Blake, Moss proteste. Certes son opposition se traduit essentiellement par des contorsions faciales muettes qui ne rompent pas le silence de mort qui a alors envahi l'agence, mais ses réactions demeurent les seuls et uniques signes de contestation exprimés par les humiliés. Blake parti, il devient beaucoup plus loquace. Les insultes pleuvent : « *Bunch of fucking nonsense... Treat people like that (...)* *Fuck Mitch and Murray. Fuck'em ! I'm doing my job, not this childishness* » [Quel tas de conneries... Traiter les gens comme ça (...)] J'emmerde Mitch and Murray. Qu'ils aillent se faire foutre ! J'ai mon boulot à faire, loin de ces enfantillages]. Moss ne se précipite pas d'emblée dans la course aux contrats en se ruant vers son téléphone – comme va le faire par exemple le personnage de Shelley – mais il va fumer dans la salle exiguë réservée à cet effet. Il y est rejoint par son collègue Georges Aaronow (Alan Arkin). S'ensuit une longue discussion qui se poursuivra dans la voiture de Moss puis dans un café excentré où ils se sont rendus afin d'échapper au comptoir du restaurant chinois, véritable succursale de l'agence située en face.

Ce bar ressemble étonnamment à celui peint en 1942 par Edward Hopper dans une de ses toiles les plus célèbres *Nighthawks* [Oiseaux de nuit]. La mise en scène ordonnée représente, avec des lignes de séparation nettes, l'homme moderne dans son environnement. Cette image de la ville décrit parfaitement ce que Richard Sennett appelle le « *paradoxe de l'isolement de la transparence* »¹¹. Les façades du bar sont constituées de grandes vitres mais les hommes qui se trouvent à l'intérieur semblent avoir atteint un seuil extrême de solitude¹². Moss et Aaronow poursuivent donc leur discussion en ce lieu. Moss est très lucide quant à la situation dans laquelle son collègue et lui se trouvent. Il pense que cette manière de traiter les individus appartient à une époque antérieure : elle ressort du Moyen Age [*it's medieval*], voire de l'antiquité et des jeux du cirque puisqu'il emploie également les termes « *slave* » [esclave] et « *enslavement* » [esclavage]. Il conclut sa diatribe par « *We work too hard, George* » [Nous travaillons trop dur, George]. Aaronow boit littéralement ces propos et se contente d'acquiescer constamment en opinant du chef. Il ne prend quasiment jamais la parole, excepté pour prononcer des oui très approuvateurs, jusqu'au moment où, complètement paniqué, il pose une double question qui reste sans réponse : « *What do you do ? What can we do ?* » [Qu'est-ce que tu fais ? Qu'est-ce qu'on peut faire ?]. Ce n'est que quelques scènes plus tard que Moss lui proposera une échappatoire, immorale, qu'il refusera (semble-t-il plus par peur que par éthique) : voler les bonnes « *leads* », celles des clients importants, qui se trouvent dans le coffre de l'agence pour les vendre à un dénommé Jerry Graff, concurrent majeur de Williamson. Un autre acteur de cette folle course au contrat est Roma (Al Pacino). Il est le personnage qui se rapproche le plus de celui de Blake, à qui il ressemble étrangement, par sa tenue et sa coiffure

9. « Toujours conclure (les contrats) ».

10. « AIDA, A attention, I intérêt, D décision, A action ».

11. Richard Sennett, *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei des Intimität*, Francfort/Main, 1986, p.31.

12. Cette manière de percevoir trouve d'ailleurs un prolongement dans les photographies d'artistes comme Alexandre Rodtchenko ou Otto Umbehrr Meyerowitz.

notamment. Contrairement aux autres vendeurs, qui passent leurs communications depuis des cabines ou dans leur bureau, Roma possède un téléphone portable, accessoire encore peu répandu à l'époque. Certes, pour bien montrer qu'il n'est pas tout à fait (pas encore ?) un « héros¹³ » à l'instar de Blake, son mobile ne fonctionne pas parfaitement : il est obligé de se trouver à l'extérieur, dans la rue, pour pouvoir l'utiliser. Il est le meilleur élément de l'agence, celui qui figurait en tête du tableau glorifiant les meilleurs vendeurs, celui à qui on donne les meilleures « leads », celui aussi (le seul) à être absent lors du briefing de Blake. Pour convaincre un client, Roma se lance dans une logorrhée habilement menée, qui, de la part de Mamet, équivaut à une charge contre le traditionnel argument hédoniste du consumérisme. En effet, le démarcheur immobilier s'y dépeint comme une sorte d'esprit fort, presque sadien, chantre d'une quête du plaisir où l'achat du terrain deviendrait la manifestation d'un caractère autonome, insoucieux d'une éthique étriquée que ne respecteraient que les faibles :

« *When you die, you'll regret the things you don't do. You think you're queer, I'm gonna tell you something we're all queer. You think you're a thief, so what? You get befuddled by a middle-class morality, get, shut of it, shut it out. You cheat on your wife? You did it. Live with it. Fuck little girls! So be it. There's an absolute morality? Maybe. And then what? If you think there is, go ahead, be that thing. Bad people go to hell? I don't think so. You think that, act that way. Hell exists on earth? Yes.* »

I won't live in it. That's me ».

Sans doute pour que l'effet de mimétisme avec Blake soit encore plus frappant, on notera aussi que cette tirade se termine par le même « *That's me* » que Blake avait utilisé pour clore son *auto-définition* dans la première partie du film.

Le quatrième et dernier protagoniste engagé dans cette aventure est le plus complexe et sans aucun doute le plus intéressant : Shelley Levene (Jack Lemmon). Personnage le plus âgé du film, il n'a plus le courage ni l'assurance du *jeune loup* mais pour des raisons familiales il doit se battre aussi¹⁵. Il est pris à la gorge car sa fille se trouve à l'hôpital. Nous ne la verrons et ne saurons jamais de quel mal elle souffre, mais une phrase de Shelley « *I'll have the money there tomorrow* » [Je vous apporte la somme demain] nous apprendra qu'il a besoin d'argent pour la soigner, sans doute pour une opération. Il lui téléphone dès qu'il peut mais s'excuse toujours de ne pas pouvoir lui rendre visite à cause de son travail qui l'accapare. Le ton et le vocabulaire qu'il utilise avec elle se démarquent totalement du reste du film. Les « *fuck* » et autres insultes récurrentes incluses dans le langage guerrier du film sont alors remplacées par des « *honey* » [chérie] affectueux. Le discours de Blake terminé, un dernier coup de fil à sa fille passé, c'est la mine déconfite que Shelley téléphone aux potentiels clients. La caméra le traque en gros plan, pivote autour de lui et capture, avec l'agressif éclairage de la lampe de bureau, toute l'usure et la détresse du personnage tandis qu'un morceau de jazz débute. Après différents appels infructueux, la nuit

est déjà bien avancée. Shelley désespère. Il essaie d'engager une discussion avec Williamson et lui propose d'aller boire un verre. Ce dernier refuse. Shelley ne voit plus d'autres issues que la fraude pour conserver son emploi car « *Shit, I've got to eat* » [Merde, faut bien que je mange] et il demande alors à Williamson de lui allouer de meilleures « *leads* ». Ce dernier l'écoute à peine et continue de ranger ses affaires pour quitter l'agence. Shelley le supplie : « *I need those leads and I need these now or I'm out (...) I need your help* » [J'ai besoin de ces fiches et il me les faut maintenant ou je suis largué (...) J'ai besoin de ton aide]. Williamson refuse. Un train passe à ce moment à l'extérieur. Un plan serré et furtif montre alors symboliquement Shelley soudainement illuminé puis plongé dans la pénombre. Pour le personnage, le refus de Williamson semble retentir comme un arrêt de mort. Laissant tout orgueil de côté, il suit Williamson qui se dirige vers sa voiture sous la pluie – mais avec son parapluie tandis que Shelley ne porte qu'un misérable imper et un chapeau mou. Il lui fait alors une proposition qui atteint un degré supérieur dans la malhonnêteté puisqu'il s'agit désormais de corruption :

Shelley : « *I'll give you 10 %* »
Williamson : « *You think you're the only guy with a family? (...) 20 % and 50 bucks a lead* »¹⁶.

Williamson monte dans sa voiture, ferme sa portière et s'apprête à partir. Shelley demeure un instant immobile sous la pluie, totalement abasourdi. Puis il fait finalement le tour de la voiture pour prendre place sur le siège du passager et accepte la proposition de

13. Terme d'ailleurs employé par Moss pour désigner Blake.

14. Quand tu seras mort, tu regretteras toutes les choses que tu ne fais pas.

Tu crois que t'es pervers, je vais te dire quelque chose, on est tous des pervers.

Tu crois que t'es un voleur, et alors ? Tu tombes dans le panneau d'une morale de petits-bourgeois, oublie la, laisse la de côté.

Tu trompes ta femme ? C'est fait. Vis avec. Tu te tapes des petites filles ! C'est bien comme ça.

Il y aurait une morale absolue ? Peut-être.

Et après ? Si tu crois que c'est le cas, vas-y, respecte la. Les méchants finissent en enfer ? Je pense pas. T'es pas de cet avis, agis en conséquence. L'enfer existe sur terre ? Oui.

Mais j'y vivrais pas.

Moi je suis comme ça.

15. James Foley semble faire un clin d'œil à *La Garçonnière* de Billy Wilder, film de 1961 dans lequel Jack Lemmon interprétait un cadre moyen américain qui pourrait tout à fait être Shelley quelques années auparavant.

16. Shelley : Je te donne 10%

Williamson : Tu penses que tu es le seul gars avec une famille ? (...) 20% et 50 dollars la fiche.

Williamson. Mais ce dernier surenchérit. Shelley s'emporte « *You're a fucking asshole (...) I don't fucking believe this* » [T'es un vrai connard (...) Putain, j'arrive pas à le croire] mais finit tout de même par accepter alors que Williamson de son côté ne marche plus et déclare froidement « *I've got to go* » [Faut que j'y aille]. Ce dernier, qui avait dit à Shelley avant la conférence de Blake : « *Are you ready to do or die tonight ?* » [Alors t'es prêt à réussir ou à mourir ce soir ?], semble donc avoir fait son choix car comme il le lui déclarera lors du dénouement tragique « *I don't like you* » [Je ne t'aime pas]. Shelley reprend la voix de l'honnêteté et se rend chez un couple afin de vendre les terrains en essayant d'utiliser des techniques de sympathie et de familiarité. Il essuie un nouveau refus.

Apparaît alors brutalement un plan d'extérieur lumineux qui amorce le dernier acte du film. Il montre la rue de l'immeuble dans lequel se trouve l'agence. Des représentants de la police sont présents devant l'entrée quand Roma fait irruption dans le cadre. Questionné sur ce tohu-bohu, un agent lui annonce un cambriolage. Roma panique, craignant que le contrat qu'il a signé la veille au soir avec James Lingk, et qui le place en tête de la course, n'ait été dérobé. L'ambiance dans l'agence évolue de la consternation à une violente tension. Or Shelley arrive, complètement métamorphosé : « *I did it ! I closed him ! I closed the cocksucker ! Put me on the Cadillac board ! Williamson, boy, pick up the fucking chalk* » [J'ai réussi ! J'ai conclu le contrat ! Je lui ai fait signer à cette pédale ! Mets-moi sur le tableau pour la Cadillac ! Williamson, fiston, sers-toi de cette putain de craie]. Il a perdu toute faiblesse et toute humanité et raconte avec engouement comment il a su se muer en un prédateur redoutable et sans scrupule pour obtenir ce contrat. Roma l'écoute attentivement. Moss est quant à lui littéralement écœuré par ce récit et se retire :

« *Don't tell your fucking war stories (...) Fuck the leads. I'm going home* » [Nous raconte pas tes putains d'histoire de guerre (...) Je m'en fous des fiches. Je rentre chez moi]. Pendant tout ce temps, la police interroge un à un les protagonistes. Seul Shelley n'a pas encore été entendu. Mais il commet dans son emportement narratif une erreur qui permet à Williamson de déceler en lui le voleur. En pleurs, Shelley finit par avouer les faits et affirme que c'est Moss qui a eu cette idée. Nous n'avons aucun moyen de vérifier cette information parce que le point de vue proposé n'est pas omniscient et que Moss n'interviendra plus dans le film. Il avait eu effectivement cette idée mais Aaronow l'avait rejetée en refusant de dérober les « *leads* ». Aurait-il par la suite proposé ce subterfuge à Shelley ? Celui-ci essaie d'acheter son supérieur pour qu'il ne le dénonce pas à la police. Les larmes aux yeux, il lui rappelle « *My daughter, Williamson* » [Ma fille, Williamson], ce à quoi ce dernier rétorque « *Fuck you* » [Va de faire foutre]. Du jazz se fait à nouveau entendre de manière de plus en plus obsédante, corrélativement à la montée de la panique chez le personnage qui comprend qu'il est perdu et est appelé par la police pour être interrogé. Tout se passe ainsi comme si, dans la trajectoire inéluctable de Shelley vers le crime et la trahison, Mamet et Foley avaient transposé narrativement une réflexion de Hannah Arendt que Greil Marcus a pour sa part justement convoquée pour critiquer le néo-libéralisme reaganien, identifié à une habile gestion de la précarité des emplois : « Jadis membre responsable de la société, prenant part à toutes les affaires publiques, le père de famille s'est transformé en un « bourgeois » qui s'occupe exclusivement de son existence privée et ignore totalement les vertus civiques [...] Chaque fois que, par le chômage, la société atteint le petit homme dans son fonctionnement normal et dans le respect qu'il se porte

normalement, elle prépare à cette dernière étape où il est prêt à endosser n'importe quelle fonction, même celle du bourreau »¹⁷. On voit de quel poids peut alors se charger l'image d'un train qui roule (topos cinématographique de la conquête de l'Ouest et image d'une sorte d'emballement intemporel) – déjà utilisée sous forme de flash à effet stroboscopique deux fois auparavant – qui revient ici plus longuement et clôt le film. S'ensuit un générique avec une musique entraînante de Al Jarreau qui devient ici cynique « *Blue skies smilin' at me... Do I see in the mornin there's bluebirds singin' a song* » [Le ciel bleu me sourit... Est-ce que je vois au matin les oiseaux bleus qui chantent]. Le train passe. Est-ce pour dire que la situation ne brille pas pour tout le monde mais que la vie continue malgré tout, inlassablement, ou pour réaffirmer le caractère inéluctable des drames cachés qui se nouent ?

Glengarry Glenn Ross est un film dérangent, sulfureux, et amoral en ce sens qu'il dévisage l'euphorie économique américaine, crûment dépardée par le biais de la dissection du fonctionnement d'une agence immobilière, arène moderne d'un véritable jeu du cirque où quatre vendeurs se voient forcés, perdant toute intégrité et toute dignité, de se livrer une lutte infernale pour conserver leur emploi. Ce monde apparemment civilisé – si urbain – s'avère sans pitié et *Glengarry Glenn Ross*, on l'a vu, devient en quelque sorte un film de guerre, à l'instar de *Full Metal Jacket* (1987) de Stanley Kubrick : le mot d'ordre n'est pas « *Kill* » mais « *Close* ». Le film représente la disparition d'un « agent » repérable – sans qu'il y ait de désignation explicite de ceux qui décident de l'estocade ou de la mise à mort (les dirigeants de l'entreprise, les actionnaires, Blake ou le marché ?) – dans un espace de compétition « sauvage » que la législation usuelle ne parvient pas à encadrer : il n'y est

17. Hannah Arendt, « La culpabilité organisée » (1945), cité par Greil Marcus, *Lipstick Traces* (1989), Folio Gallimard, 2000, p.182.



Jack Lemmon (Shelley Levene) et Ed Harris (Dave Moss)

jamais question de droit du travail et la loi, qui n'est évoquée que par les clients mécontents qui cherchent à dénoncer les contrats dont la signature leur a été extorquée, sert finalement à condamner une victime désignée d'emblée pour ses faibles performances. Apparemment strictement naturaliste, la fable met en lumière les limites de valeurs issues du libéralisme qui laisse sur son passage de nombreuses victimes. L'exigence de rentabilité remplace le *fatum*. L'entreprise tient entre ses mains la vie de ces esclaves modernes qu'elle peut mettre à mort par un licenciement, véritable *pollice verso*¹⁸ contemporain.

Avec la même force et la même verve satirique qu'Arthur Miller dans son ouvrage *Death of a Salesman*, James Foley fait ainsi du vendeur le symbole de l'échec du rêve américain et met à mal l'*American way of life*, grande

star du cinéma. Son film refuse la « glamorisation » de l'économie, montrant les petits – soit la majorité – plutôt que les grands. Si ce style de critique a été abordée par des films tels que *Wall Street* d'Oliver Stone en 1987 ou encore *American Psycho* de Mary Harron en 2000 (très édulcoré par rapport au roman de Bret Easton Ellis), il semble qu'elle n'ait jamais été aussi acerbe et lucide, ciblée et mature, que dans *Glengarry Glen Ross*, qui effectue, à rebours des représentations contemporaines du cadre, un véritable travail de désenchantement apte à révéler une face cauchemardesque de l'économie américaine, et qui prend pour référentiel la gestion des ressources humaines dont James Foley et David Mamet suivent certaines des trames narratives types, en particulier les discours de motivation du personnel, pour en montrer les limites.

Carole AUROUET

18. Lorsqu'un gladiateur est touché (*hoc hobet*), il peut demander grâce à l'Empereur, qui l'accepte en levant le pouce ou la refuse en l'abaissant (*pollice verso*).