

MAKE GREENLAND GREAT AGAIN

AU CHALUMEAU

Dr. Sarcasme



Make Greenland Great Again au Chalumeau

Par Dr. Sarcasme

ÉDITIONS FUSIANIMA

[Lire la version interactive sur Fusianima.com](https://fusianima.com)

Table des matières

Chapitre 1 : L'Acompte en Chèques-Cadeaux : Le Rachat du Siècle	4
Chapitre 2 : Opération Chalumeau : Libérer la Terre sous la Glace	8
Chapitre 3 : Trump Tower Nuuk : Des Penthouses sur Glace	12
Chapitre 4 : Le McBaleine : La Gastronomie de la Destinée Manifeste	16
Chapitre 5 : Space Force Arktika : Surveiller les Elfes du Père Noël	20
Chapitre 6 : Golf Glaciaire : Le Green est un Iceberg	25
Chapitre 7 : Rebranding des Inuits : Devenez des 'Northern Cowboys'	29
Chapitre 8 : Forage à l'Aveugle : Si ça brille, on pompe	33
Chapitre 9 : Spring Break à Ilulissat : Tequila sur Glaçons Millénaires	37
Chapitre 10 : L'Autoroute Inter-Glaciaire : 12 Voies vers Nulle Part	41
Chapitre 11 : Marketing de l'Apocalypse : Le Réchauffement est une Chance	45
Chapitre 12 : Casting pour Ours Polaires : Des Mascottes ou Rien	50
Chapitre 13 : La 51ème Étoile : Le Glaçon sur le Drapeau	55

Chapitre 1

L'Acompte en Chèques-Cadeaux : Le Rachat du Siècle

Écoutez, on ne va pas se mentir : la diplomatie internationale, c'est essentiellement une partie de Monopoly jouée par des gens qui ont trop bu et qui ont perdu la notice. Mais là, on a atteint le boss final du n'importe quoi. On est au-delà du surréalisme. Salvador Dalí verrait la scène, il poserait son pinceau et irait s'inscrire à un stage de comptabilité à la Cogedim juste pour retrouver un peu de structure.

Imaginez la scène. Copenhague. Une salle de conférence feutrée, des boiseries qui coûtent le PIB de la Moldavie, et au milieu de tout ça, une délégation américaine qui pue la confiance en soi et le déo bon marché. Le Secrétaire d'État tape sur la table, non pas pour imposer le respect, mais parce qu'il vient de renverser son café sur une carte du monde où le Groenland est déjà colorié en rouge-blanc-bleu avec des petits autocollants "Property of Uncle Sam".

Le deal ? C'est là que le génie — ou la démence sénile, la frontière est floue — entre en jeu. Les États-Unis ne veulent pas "acheter" le Groenland avec de l'argent. L'argent, c'est pour les pauvres et pour les gens qui croient encore à l'économie réelle. Non, Washington a proposé un troc. Une sorte de vide-grenier géopolitique.

La proposition tient sur un post-it : « On vous file trois porte-avions d'occasion (quelques rayures sur la coque, prévoir vidange) et un abonnement à vie à Costco pour l'intégralité de la population danoise. Cordialement, Bisous. »

Analysons les porte-avions, voulez-vous ? On ne parle pas de la classe Ford dernier cri avec des catapultes électromagnétiques. On parle de reliques de la guerre froide qui ont plus de mousse sur la coque qu'un hipster de Portland sur le menton. L'un

d'eux, le *USS Budget-Cut*, n'a même plus de moteur ; il fonctionne au pédalo ou, selon la rumeur, grâce à une armée de stagiaires non rémunérés qui rament en rythme dans la cale. Le deuxième a une fuite d'huile si importante qu'il crée son propre écosystème de crevettes mutantes partout où il passe. Quant au troisième, c'est techniquement un ancien ferry de Staten Island sur lequel on a soudé une piste de décollage avec des canettes de Budweiser recyclées.

Le négociateur américain, un type nommé Chet qui porte des lunettes de soleil en intérieur, a osé dire : « C'est du vintage, monsieur le Premier Ministre. Le vintage, c'est l'avenir. Et puis, avec le réchauffement climatique, vous allez avoir besoin de trucs qui flottent quand Copenhague sera une attraction de plongée sous-marine. »

Mais le véritable coup de grâce, l'argument atomique, c'est l'abonnement Costco.

Vous rigolez ? Vous ne devriez pas. On parle ici de l'adhésion "Executive Reward". Pour chaque Danois. De la Reine Margrethe II jusqu'au dernier pêcheur de harengs du Jutland. Les Américains ont compris que pour briser la volonté d'un peuple social-démocrate obsédé par le design épuré et le bien-être (le fameux *hygge*), il fallait leur offrir le chaos magnifique de la consommation de masse en vrac.

« Monsieur le Premier Ministre, imaginez, » a susurré Chet en ouvrant un catalogue promotionnel. « Des pots de mayonnaise de quatre gallons. Des packs de 144 rouleaux de papier toilette. Des téléviseurs 8K vendus entre un bac de pneus neige et un sac de 20 kilos de noix de cajou. C'est ça, la liberté. C'est ça, la dignité humaine. Est-ce que le Groenland vous offre des hot-dogs à 1,50 dollar ? Non. Le Groenland vous offre de la glace et du désespoir. Nous, on vous offre le droit d'acheter un canapé d'angle en même temps qu'un saumon entier décongelé. »

Dans la salle, le silence était tel qu'on pouvait entendre les neurones des diplomates danois s'autodétruire les uns après les autres. La Première Ministre regardait le contrat d'un air hagard. D'un côté, 2 millions de kilomètres carrés de calotte glaciaire qui

fond à vue d'œil, peuplés d'Inuits qui en ont marre qu'on décide pour eux. De l'autre, la promesse d'un accès illimité à des échantillons gratuits de boulettes de viande le samedi après-midi.

C'est le dilemme du XXI^e siècle : la souveraineté territoriale contre le vrac.

Les États-Unis ont même poussé le vice jusqu'à inclure une clause "Satisfait ou Remboursé". Si dans six mois, le Danemark se rend compte que gérer trois épaves flottantes est plus chiant que prévu, ils peuvent rendre les porte-avions... mais ils gardent l'abonnement Costco. C'est le "L'Acompte en Chèques-Cadeaux". C'est brillant. C'est diabolique. C'est le rachat du siècle parce qu'il part du principe que tout, absolument tout, a la valeur d'un coupon de réduction.

Pendant ce temps, au Groenland, les locaux regardent passer les drones de reconnaissance américains qui projettent déjà des hologrammes de futurs parkings sur les glaciers. « On va faire quoi de toute cette glace ? » a demandé un journaliste naïf. La réponse de la Maison Blanche a été immédiate : « On va la piler pour mettre dans les sodas géants de 2 litres qu'on vendra aux Danois chez Costco. C'est une économie circulaire, mec. Lis un livre. »

L'absurdité atteint son paroxysme quand on réalise que les porte-avions ne passeront même pas dans le port de Copenhague. Ils vont rester bloqués à l'entrée, servant de récifs artificiels pour des moules géantes, tandis que les Danois devront prendre des barques pour aller chercher leurs stocks de Nutella format industriel. Mais Chet s'en fout. Il a déjà sorti son briquet tempête et il est en train de brûler les traités de 1951 juste pour voir la couleur de la flamme.

« Écoutez, » a conclu Chet en s'adressant au public de journalistes médusés, « le Danemark, c'est un petit pays. Très mignon. Très propre. Mais il leur manque ce petit grain de folie, cette obésité morbide de l'âme que seul un entrepôt de 15 000 mètres carrés peut apporter. On leur retire un caillou gelé qui leur coûte une blinde en

subventions, et on leur donne les clés du paradis de la palette en bois. On ne rachète pas une île, on procède à une mise à jour logicielle de la Scandinavie. »

Le plus terrifiant dans cette histoire, ce n'est pas que les États-Unis aient proposé ça. C'est que le département marketing de Costco a commencé à imprimer des cartes de membre avec la photo de la famille royale danoise dessus. Et que, selon des sources proches du dossier, le Danemark hésite vraiment. Parce qu'au fond, qui a besoin de souveraineté sur l'Arctique quand on peut avoir des muffins aux pépites de chocolat de la taille d'une tête d'enfant pour le prix d'un timbre-poste ?

Le Groenland est en train de devenir la première nation au monde achetée avec des points de fidélité et du surplus militaire rouillé. Et si vous pensez que c'est fou, attendez de voir ce qu'ils vont proposer pour racheter la lune : un an de streaming gratuit sur Paramount+ et un bon d'achat pour un matelas à mémoire de forme.

Bienvenue dans le futur. Il est en solde, il est livré en vrac, et il n'y a pas de service après-vente. Le massacre ne fait que commencer, mais au moins, on aura des hot-dogs pas chers pour regarder la fin du monde.

Chapitre 2

Opération Chalumeau : Libérer la Terre sous la Glace

Écoutez, on va se dire les termes : la patience est une vertu de pauvre. On nous rabâche les oreilles avec le réchauffement climatique depuis trente ans. On nous dit que les calottes glaciaires fondent, que le niveau de la mer monte, et que d'ici 2100, on pourra enfin faire du surf à Clermont-Ferrand. Mais est-ce que vous avez vu la gueule d'un glacier récemment ? Ça prend des plombes. C'est d'une lenteur bureaucratique. Le glacier Perito Moreno, il avance de deux mètres par jour. Deux mètres ! Même un stagiaire non rémunéré à la préfecture de police va plus vite pour tamponner un dossier.

Le Groenland, c'est trois millions de kilomètres carrés de glace. Trois millions. C'est essentiellement un énorme bac à glaçons qui appartient à des Danois qui, soyons honnêtes, ne savent même pas quoi en faire à part y stocker du hareng et de la mélancolie. Et en dessous ? En dessous, il y a le Graal. Le jus de dinosaure. L'or noir. Le pétrole. Des milliards de barils qui ne demandent qu'à finir dans le réservoir d'un Ford F-150 pour aller chercher une miche de pain à 500 mètres de chez soi.

Alors, on a une décision à prendre. Soit on attend sagement que l'effet de serre fasse son boulot, en espérant que nos arrière-petits-enfants puissent enfin forer entre deux séances de survie post-apocalyptique, soit on prend les devants. C'est là qu'intervient l'Opération Chalumeau.

L'idée est d'une simplicité si brutale qu'elle en devient érotique pour n'importe quel lobbyiste texan : pourquoi attendre que le soleil fasse fondre la glace quand on a inventé le feu il y a 400 000 ans ? On ne va pas « s'adapter » au changement climatique. On va le doubler sur l'autoroute, lui faire un doigt d'honneur et lui

montrer comment on bosse quand on a un vrai budget.

Le plan de déploiement est déjà prêt. On ne parle pas de petits chalumeaux de cuisine pour faire des crèmes brûlées à 12 euros. On parle de lance-flammes industriels montés sur des châssis de chars Abrams, alimentés directement par des pipelines de kérosène. L'objectif ? Passer le Groenland au décapage thermique. On veut que l'île ressemble à un steak haché oublié sur un barbecue pendant trois jours. On veut que le permafrost comprenne qui est le patron.

Évidemment, les scientifiques — ces gens qui portent des sandales avec des chaussettes et qui s'excitent sur des graphiques en bâtons — vont hurler. Ils vont nous parler d'albédo, de montée des eaux, de l'extinction des ours polaires. Parlons-en, des ours polaires. On nous les vend comme les mascottes de la tragédie écologique. Mais avez-vous déjà essayé de caresser un ours polaire ? C'est un prédateur de 700 kilos qui vous voit comme un Burrito géant. En libérant la terre sous la glace, on ne tue pas les ours, on les aide à se reconvertir. Au lieu de dériver sur un glaçon en attendant la mort, ils pourront enfin trouver un vrai job, genre vigile dans un Costco ou mascotte pour une marque de sorbet. C'est ça, le progrès social.

Et puis, la montée des eaux, c'est une opportunité immobilière déguisée. Si le niveau monte de six mètres, la valeur de votre appartement au cinquième étage à Venise explose : il devient une villa les pieds dans l'eau. On ne perd pas des villes, on gagne des piscines municipales géantes.

L'Opération Chalumeau, c'est avant tout une libération. On libère la terre de ce carcan blanc oppressant. La glace, c'est l'ennemi. C'est froid, c'est glissant, ça vous nique les genoux et ça cache le profit. Sous ces centaines de mètres de givre inutile, il y a des terres rares pour nos iPhones, du diamant pour nos ex-femmes et assez de pétrole pour transformer l'Arctique en un immense circuit de karting à ciel ouvert.

Imaginez la scène : des milliers de techniciens en combinaison ignifugée, alignés sur

la côte, activant simultanément leurs brûleurs. Le ciel groenlandais ne sera plus jamais gris ou bleu ; il sera d'un orange vif, magnifique, le genre de couleur qu'on ne voit que dans les explosions de Michael Bay. Ce ne sera pas une catastrophe naturelle, ce sera une performance artistique sponsorisée par ExxonMobil.

« Mais et l'oxygène ? » demandent les fragiles. « Et la biodiversité ? ». Écoutez, si la nature avait vraiment voulu qu'on respecte le Groenland, elle ne l'aurait pas rempli de pétrole. C'est une provocation. C'est comme laisser un coffre-fort ouvert dans une ruelle sombre et s'étonner qu'on l'embarque. Le Groenland nous supplie d'être forcé. La glace n'est qu'un emballage plastique frustrant, comme celui des jouets pour enfants qu'on n'arrive pas à ouvrir sans un cutter et une dose de rage pure. L'Opération Chalumeau, c'est notre cutter.

Et le meilleur dans tout ça, c'est l'efficacité économique. En faisant fondre la glace manuellement (ou plutôt industriellement), on crée des milliers d'emplois. Il faut des gens pour tenir les tuyaux, des gens pour ravitailler les cuves, des gens pour vendre des glaces — ironiquement — aux ouvriers qui ont chaud. C'est une économie circulaire parfaite. On brûle du pétrole pour faire fondre la glace afin d'extraire plus de pétrole pour pouvoir brûler encore plus de glace ailleurs. C'est le mouvement perpétuel du capitalisme thermodynamique.

Le Danemark, de son côté, commence à comprendre. Au début, ils étaient un peu réticents. Ils disaient des trucs comme « souveraineté » et « héritage culturel ». Puis on leur a montré les projections de dividendes. Et surtout, on leur a expliqué que s'ils acceptaient, on leur offrait une carte de membre Costco "Diamond Elite" à vie, avec accès prioritaire sur les palettes de papier toilette et les barils de mayonnaise de cinq litres. La souveraineté, c'est sympa, mais avez-vous déjà goûté le poulet rôti à 4,99 dollars du Costco ? Ça calme n'importe quelle velléité d'indépendance nationale.

Le monde de demain sera chaud, il sera sec, et il sera recouvert d'une fine couche de suie, mais au moins, on n'aura plus besoin de gratter son pare-brise le matin. Et ça,

mes amis, c'est la définition même de la liberté. On va transformer cette glacière géante en un paradis industriel où les derricks de pétrole remplaceront les sapins, et où les aurores boréales seront encore plus belles parce qu'elles brilleront à travers la fumée des raffineries.

Alors préparez vos briquets, vos chalumeaux et vos bidons d'essence. La Terre a froid, et on va lui donner un bon coup de chaud. Le futur n'attend pas que la calotte fonde. Le futur, c'est nous avec un lance-flammes et une soif de profit que même l'océan Arctique tout entier ne pourra pas éteindre.

Bienvenue dans l'ère de la Combustion Spontanée Dirigée. C'est peut-être la fin du monde tel que vous le connaissez, mais regardez le bon côté des choses : avec toute cette chaleur, on va enfin pouvoir porter nos shorts de bain toute l'année. Et si l'humanité doit s'éteindre, autant que ce soit avec un cocktail à la main, assis sur un baril de brut, en admirant le dernier glacier s'évaporer dans un cri de vapeur victorieux.

Le Groenland va redevenir vert, les gars. Très vert. La couleur des billets de cent dollars. Et si ça doit cramer un peu sur les bords, c'est juste que c'est bien cuit. Et tout le monde sait que le meilleur, dans le barbecue, c'est ce qui croustille.

Chapitre 3

Trump Tower Nuuk : Des Penthouses sur Glace

Regardez-moi cette silhouette. C'est beau, n'est-ce pas ? On dirait un doigt d'honneur en or massif planté en plein milieu d'une meringue géante. La Trump Tower Nuuk n'est pas qu'un bâtiment, c'est une déclaration de guerre à la sobriété et aux lois de la thermodynamique. Soixante-dix étages de verre trempé, de dorures à faire saigner les yeux des Inuits locaux et d'orgueil pur, surplombant ce qui reste de la calotte glaciaire avec le mépris d'un loup pour un agneau déjà dépecé.

C'est le premier gratte-ciel au monde qui ne se contente pas d'occuper le terrain : il le consomme.

Le concept est simple, et comme toutes les idées de génie, il a d'abord été traité de "folie suicidaire" par des ingénieurs en pull de laine qui mangent du quinoa. Ils nous ont dit : « On ne peut pas construire une tour de 300 mètres sur du permafrost qui fond à vue d'œil. » Ce à quoi nous avons répondu en les faisant expulser par la sécurité : « On ne construit pas **sur** la glace, on construit **contre** la glace. »

La Trump Tower Nuuk possède des fondations révolutionnaires. Au lieu de chercher le socle rocheux comme des mineurs dépressifs, nous avons décidé d'utiliser la chaleur résiduelle des systèmes de climatisation (réglés sur 28°C à l'intérieur, parce que le luxe, c'est de pouvoir transpirer quand il fait -40°C dehors) pour liquéfier activement le sol. Résultat ? La tour s'enfonce de deux mètres par semaine.

Les journalistes de gauche appellent ça un « effondrement structurel imminent ». Nous, nous appelons ça la « Résidence Mobile Involontaire ».

Réfléchissez-y deux secondes avec votre cerveau de gagnant. Quel est le plus gros problème de l'immobilier de prestige ? La vue. On finit par se lasser de regarder toujours le même fjord, le même iceberg qui dérive, le même ours polaire qui essaie de manger un pneu. Avec la Trump Tower Nuuk, la vue change tous les jours ! Un matin, vous êtes au-dessus de la brume, dominant la baie avec la prestance d'un dieu grec. Une semaine plus tard, votre penthouse au 60ème étage est devenu un 58ème. Vous descendez dans la hiérarchie sociale de l'altitude, certes, mais vous vous rapprochez de l'action ! C'est un bâtiment qui vit, qui respire, qui s'enfonce dans les entrailles de la Terre pour aller chercher le pétrole là où il se cache.

Le marketing a été brillant. On ne vend pas des mètres carrés, on vend une « descente aux enfers premium ». Chaque appartement est équipé d'un niveau à bulle plaqué or encastré dans le bar en marbre de Carrare. Si la bulle quitte le centre, c'est que vous vivez un moment d'aventure. C'est le « Glissade-Luxe ». Si votre bouteille de Champagne Cristal se met à rouler toute seule vers le coin sud-ouest de la chambre, ne paniquez pas : c'est juste la tour qui décide que, finalement, l'orientation vers le coucher du soleil est plus rentable ce mardi.

Les ascenseurs sont un défi technique, je vous l'accorde. Comme la cage se tord au fur et à mesure que la structure s'adapte à la fonte différentielle de la glace, nous avons remplacé les cabines traditionnelles par des nacelles de saut à l'élastique pressurisées. C'est très excitant. Vous voulez aller au lobby ? Enfilez votre harnais Gucci, et jetez-vous dans le vide. Pour remonter, on utilise des treuils de pêche industrielle initialement prévus pour les baleines boréales. C'est viril. C'est bruyant. C'est Nuuk.

Et parlons de la clientèle. Le gratin du 1 %. On y trouve des magnats du pétrole qui veulent voir le résultat de leur travail de près, des influenceuses qui trouvent que le blanc de la banquise fait ressortir leur bronzage artificiel, et des politiciens qui ont besoin d'un endroit où on ne leur parlera pas de « bilan carbone ». L'autre jour, j'ai croisé un type dans le hall — un hall qui, soit dit en passant, est maintenant situé trois

mètres sous le niveau de la mer, protégé par un plexiglas de huit centimètres. Il regardait un banc de morues passer derrière la vitre. Il m'a dit : « C'est mieux qu'un aquarium, parce qu'elles ont l'air terrifiées. » J'ai adoré son énergie.

Le restaurant de la tour, le *« Burn Baby Burn »*, est situé au sommet... enfin, pour l'instant. Sa spécialité est le « Steak de Mammouth Décongelé par Friction ». On prend de la viande de bœuf de Kobe (élevé sous lampes UV dans les soutes de la tour), et on la grille en utilisant la chaleur générée par le frottement des parois de la tour contre la glace vive pendant qu'elle s'enfonce. C'est une cuisine géo-cinétique. C'est un peu croquant sous la dent, ça goûte le soufre et le succès.

Évidemment, les écologistes hurlent. Ils disent que la chaleur dégagée par la tour accélère la fonte du Groenland de 400 %. Et alors ? C'est de la création de valeur ! Chaque centimètre de glace qui fond débloque des gisements de métaux rares. La Trump Tower Nuuk n'est pas un problème, c'est une foreuse de luxe. Nous sommes les seuls promoteurs immobiliers au monde capables de vous vendre un appartement qui est aussi une industrie extractive.

D'ici deux ans, selon nos calculs les plus optimistes (ceux qu'on fait après trois whiskies), la tour aura entièrement disparu sous la surface. Et c'est là que le Projet Phase 2 commence : la « Trump Submarine City ». Pourquoi s'arrêter au ciel quand on peut conquérir les abysses ? On installera des périscopes en or. On chassera le calmar géant depuis les balcons pressurisés. Le Groenland sera peut-être devenu un immense lagon tiède et boueux, mais nous, nous serons au sec, en train de compter nos dividendes dans une ville flottante-coulante qui fait passer l'Atlantide pour un camping municipal.

Alors, si vous avez quelques dizaines de millions de dollars qui dorment et que vous n'avez pas peur du mal de mer terrestre, rejoignez-nous. Ne vous inquiétez pas pour les craquements que vous entendez la nuit. Ce n'est pas la structure qui lâche, c'est juste la Terre qui soupire de plaisir en accueillant sa nouvelle couronne de métal.

La stabilité, c'est pour les gens qui n'ont pas d'imagination. Les vrais leaders savent que pour monter, il faut parfois savoir s'enfoncer avec panache. Mettez vos bottes fourrées, prenez votre chalumeau de courtoisie offert à l'entrée, et bienvenue dans le futur. Un futur qui glisse, qui fond, et qui brille comme un lingot au fond d'une glacière.

Le Groenland est enfin en train de devenir ce qu'il aurait toujours dû être : un parc d'attractions pour ceux qui trouvent que l'Apocalypse est une excellente opportunité de selfie. On se voit au bar, au 45ème étage. Enfin, si vous vous dépêchez, parce qu'à l'heure où je vous parle, il vient de passer au niveau du 42ème. C'est ça, le progrès : c'est rapide, c'est doré, et ça n'attend personne. Surtout pas ceux qui n'ont pas de bouée de sauvetage en cachemire.

Chapitre 4

Le McBaleine : La Gastronomie de la Destinée Manifeste

Regardez par la fenêtre de votre suite pressurisée au 42ème étage — ou ce qu'il en reste après la marée haute de 14h15. Qu'est-ce que vous voyez ? De la glace ? Non, ça c'est pour les pessimistes. Ce que vous voyez, c'est une nappe phréatique de friture qui ne demande qu'à être libérée. Le vrai problème du Groenland historique, ce n'était pas le froid, c'était le menu. Soyons honnêtes deux minutes : le phoque bouilli, c'est une insulte à l'ambition humaine. C'est caoutchouteux, ça a le goût de la tristesse et de l'huile de foie de morue périmée, et surtout, ça ne se mange pas avec les mains en conduisant un Hummer sur une banquise qui s'effrite.

La Destinée Manifeste, mes chers pionniers du réchauffement, ne s'arrête pas aux frontières de la géopolitique. Elle s'arrête là où commence le premier drive-thru capable de résister à un blizzard de force 10. Et c'est ici que le McBaleine entre en scène, tel un messie enveloppé dans du papier sulfurisé biodégradable (enfin, biodégradable selon les normes du Texas, donc environ 400 ans).

Bienvenue dans l'ère de la gastronomie terminale. On ne parle plus de "nourrir" les gens, on parle de leur injecter du progrès pur par voie orale. Le McBaleine n'est pas qu'un sandwich, c'est une déclaration de guerre contre la nature sauvage. On a pris la "Licorne des Mers", le Narval — cet animal qui passait ses journées à faire des trucs de narval, genre, flotter de manière mélancolique — et on l'a transformé en ce que l'humanité sait faire de mieux : des pépites géométriques panées. Les Nuggets de Narval. Douze grammes de mystère marin enrobés d'une chapelure de maïs OGM, servis dans une boîte en carton qui représente un ours polaire faisant un clin d'œil. C'est ça, l'ironie post-moderne : on mange l'écosystème en rigolant de sa disparition.

Mais le secret, la sauce magique, le "liant" de cette nouvelle civilisation, c'est l'huile de schiste.

Pourquoi utiliser de l'huile de tournesol importée par cargo quand on peut littéralement fracturer le sol sous nos pieds pour en extraire une graisse préhistorique qui a l'avantage de cuire le poisson et de lubrifier votre œsophage en un seul passage ? La friture à l'huile de schiste, c'est le summum du circuit court. C'est le terroir qui vous explose à la gueule. On est sur un goût de pétrole brut avec une note de tête de méthane, et une fin de bouche qui rappelle le bitume frais après une averse d'acide sulfurique. C'est croquant, c'est lourd, et ça vous donne une énergie telle que vous n'avez plus besoin de chauffage central : votre foie produit assez de chaleur résiduelle pour maintenir votre salon à 22 degrés.

"Mais c'est éthique ?" me demandera sans doute un touriste en sandales de chanvre qui vient de payer 4000 dollars son billet d'avion pour voir fondre le glacier Ilulissat. Écoute-moi bien, mon grand. L'éthique, c'est un concept de pays tempéré. Ici, à Nuuk-les-Bains, on pratique l'éthique de la survie flamboyante. Le narval est une ressource renouvelable si on considère que chaque glacier qui tombe libère de nouveaux spécimens coincés là depuis le Petit Âge Glaciaire. C'est du surgelé naturel. On les cueille au chalumeau à la sortie du permafrost. C'est du "Farm-to-Table", sauf que la ferme est une plaque tectonique et la table est un comptoir en plastique recyclé.

Le McBaleine a compris que le client du futur ne veut pas seulement manger, il veut dominer. Quand vous croquez dans un "Double-Défense" (le burger signature avec deux steaks de baleine de bosse et une tige de cartilage de narval pour faire office de cure-dent), vous ne faites pas que consommer des calories. Vous affirmez votre position au sommet de la chaîne alimentaire. Vous dites à l'Arctique : "Tu as essayé de nous tuer avec ton froid polaire pendant des millénaires ? Eh bien, regarde-nous maintenant : on a transformé ton plus grand prédateur en amuse-gueule pour enfant, et on le trempe dans de la sauce BBQ au bourbon."

C'est une expérience sensorielle totale. L'odeur de la friture se mélange à l'air iodé et aux émanations de soufre des forages voisins. C'est l'odeur de la victoire. C'est l'odeur d'un monde où l'on n'a plus peur de l'hiver parce qu'on a fini par le faire frire.

Et parlons du marketing. Le "Happy Meal de l'Extinction" est un succès phénoménal chez les moins de dix ans. À l'intérieur, on ne trouve plus des figurines en plastique inutiles, mais des mini-échantillons de minerais rares. "Oh regarde maman, j'ai eu du néodyme ! Encore trois comme ça et on peut fabriquer un composant pour l'iPhone 24 !" On éduque les masses. On leur apprend que la nature n'est pas un sanctuaire, c'est un garde-manger avec un distributeur de jouets intégré.

Bien sûr, il y a les grincheux. Les puristes qui regrettent l'époque où les Inuits chassaient de manière "durable". Mais soyez sérieux. La durabilité, c'est pour les gens qui ont peur de l'avenir. Nous, on s'en fout de l'avenir, on est déjà dedans et il a le goût de la friture. Le progrès, c'est quand on remplace la banquise par une dalle de béton assez stable pour accueillir un parking de 400 places. Parce que le vrai drame de la culture inuit, ce n'était pas la perte des traditions, c'était l'absence de service au volant. Imaginez le temps perdu à attendre que le phoque sorte de son trou d'eau alors qu'on pourrait juste crier "Un Menu Maxi-Cachalot avec supplément bacon" dans un interphone en plastique !

Le McBaleine, c'est la réconciliation de l'homme et de son environnement : on prend l'environnement, on le passe à la moulinette, on ajoute du sel, et on le revend avec une marge de 800%. C'est la symbiose parfaite.

Hier soir, j'ai vu un ours polaire errer près des bennes à ordures du restaurant. Il n'avait plus l'air menaçant. Il avait juste l'air d'un client qui a oublié son portefeuille. Il sniffait les vapeurs d'huile de schiste avec une sorte de nostalgie génétique. Je lui ai jeté un reste de nugget de narval. Il l'a mangé, il a roté une petite fumée noire, et il s'est assis pour regarder le coucher de soleil orange fluo sur l'océan de pétrole. À ce moment-là, j'ai compris que nous avions gagné. On n'a pas seulement conquis le

Groenland, on l'a assaisonné.

Alors, ne soyez pas timides. Venez goûter à la Destinée Manifeste. C'est gras, c'est brûlant, c'est probablement cancérigène selon l'État de Californie (mais heureusement, on n'est pas en Californie), et c'est la seule chose qui vous empêchera de penser au fait que le sol sous vos pieds est en train de se liquéfier.

Prenez un McBaleine. Parce qu'au point où on en est, autant finir l'assiette avant que la table ne soit submergée. Et n'oubliez pas : pour chaque menu acheté, on vous offre un autocollant "I Heart Fracking" pour votre canoë de sauvetage. C'est ça, le sens du service. C'est ça, la nouvelle gastronomie du Nord. C'est ça, faire du Groenland un endroit génial, une bouchée à la fois, jusqu'à ce qu'il ne reste plus que l'odeur de la chapelure et le silence doré du profit.

Chapitre 5

Space Force Arktika : Surveiller les Elfes du Père Noël

Imaginez un dôme de Kevlar et de polycarbonate, perché sur la pointe la plus septentrionale de ce qu'il reste de la calotte glaciaire, là où le vent hurle si fort qu'on dirait qu'il essaie de vous vendre une assurance-vie. C'est là que se dresse la base "Alpha-Noël-Zéro", le joyau de la couronne de la Space Force Arktika. Un complexe si secret que même les ours polaires qui y travaillent comme stagiaires (on les paie en restes de McBaleine, c'est très écologique) doivent signer des clauses de confidentialité avec leurs empreintes de pattes.

Pourquoi sommes-nous là ? Parce que la liberté ne dort jamais, surtout quand un barbu en surpoids utilise l'espace aérien souverain du Groenland Américain pour faire de la contrebande de jouets en plastique non taxés.

On nous a menti pendant des décennies. On nous a fait croire que le NORAD suivait le traîneau du Père Noël par "tradition" et par "esprit de fête". Laissez-moi vous dire la vérité : le NORAD traquait une cible aérienne non identifiée violant systématiquement les protocoles de la FAA, sans plan de vol, sans transpondeur, et avec un système de propulsion biologique suspecté de fonctionner au méthane de renne hautement inflammable. Mais maintenant que le Groenland est à nous, fini les politesses. On ne "suit" plus. On "intercepte". On "neutralise". On "pacifie" les paillettes.

Le centre de commandement de la Space Force Arktika ressemble au rêve mouillé d'un ingénieur de chez Lockheed Martin qui aurait abusé de Red Bull. Des écrans géants affichent des cartes thermiques de la banquise. On y voit des points de chaleur suspects. On pourrait croire que ce sont des volcans sous-marins ou les derniers râles

de la biodiversité, mais non. Ce sont des ateliers clandestins.

Car parlons-en, des Elfes. Sous leurs airs de figurants dans une publicité pour des céréales bio, ce sont des agents de déstabilisation économique massive. Vous avez déjà vu leurs fiches de paie ? Moi non plus. Zéro cotisation sociale, zéro syndicat, zéro respect des normes ISO 9001. Ils fabriquent des consoles de jeux et des poupées qui parlent dans des grottes gelées, inondant le marché mondial sans payer un seul centime de droits de douane. C'est une attaque frontale contre le capitalisme de papa. C'est du dumping arctique.

L'autre jour, on a détecté une anomalie sur le radar à balayage quantique (un joujou à douze milliards qui peut détecter un pet de pingouin à travers trois couches de permafrost). C'était lui. Le "Vieux Rouge". Le nom de code en interne, c'est "Target Kringle".

Le général en charge de la base, un homme dont le visage est si carré qu'on pourrait y poser un niveau à bulle, a hurlé : « Brouillez ses fréquences de Jingle Bells ! »

C'est là que la magie de la Space Force Arktika opère. On n'utilise pas de simples missiles. On utilise des "Déshydrateurs de Magie". Des ondes électromagnétiques conçues pour annuler les propriétés de la poussière d'étoile. Vous n'avez jamais rien vu de plus beau qu'un F-35 furtif essayant de verrouiller son radar sur le nez rouge de Rudolph. Le pauvre cervidé ne comprend pas pourquoi il a soudainement un laser de guidage de 500 watts pointé sur les naseaux.

« Ici Leader Arctique, j'ai un visuel sur l'OVNI. C'est un véhicule multi-passagers à propulsion animale. Le conducteur ne porte pas de casque et semble transporter une cargaison de bois non traité. Demande l'autorisation de procéder à un contrôle technique d'urgence à 30 000 pieds. »

Évidemment, la cible a tenté de s'échapper en utilisant un "saut dimensionnel de

cheminée", une technologie que la DARPA essaie de nous piquer depuis les années 50. Mais on avait prévu le coup. On a installé des filets de capture en nanotubes de carbone entre les deux derniers glaciers qui tiennent encore debout. Le résultat fut spectaculaire : on a ramassé trois rennes, un sac de charbon de qualité médiocre et un elfe nommé "Grelot" qui a immédiatement demandé l'asile politique en échange de la recette secrète du pain d'épices pare-balles.

On l'a interrogé dans une salle chauffée à 40 degrés (pour un elfe, c'est l'équivalent de la surface du soleil). Le petit gars a craqué en dix minutes. Il nous a tout balancé : les coordonnées GPS du Village de Noël, les codes d'accès au coffre-fort des "Enfants Sages" (une base de données de surveillance illégale qui ferait passer la NSA pour un club de bridge), et surtout, le plan d'invasion prévu pour la nuit du 24 décembre.

Parce que c'est ça, la réalité. Chaque année, ce type s'introduit dans des millions de foyers américains. C'est la plus grande violation de propriété privée de l'histoire de l'humanité. Il entre par la cheminée ? C'est une effraction. Il mange vos biscuits ? C'est un vol avec prélèvement d'échantillons ADN. Il laisse des cadeaux ? C'est du blanchiment d'argent sous forme de marchandises physiques.

La Space Force Arktika est là pour dire : "Pas sur notre montre, mon vieux."

On a transformé la surveillance des elfes en un sport national. On a des drones-moustiques qui infiltrent les écuries des rennes pour tester leur taux de stéroïdes. On a découvert que les cerfs volants tournaient au sirop d'érable enrichi à l'uranium appauvri. C'est pour ça qu'ils vont si vite. C'est pour ça qu'ils ne sont pas soumis aux lois de la physique. Mais ils ne sont pas au-dessus des lois de la Space Force.

Récemment, on a lancé le projet "Cheminée de Fer". L'idée est simple : on installe des capteurs de pression dans toutes les cheminées du Groenland. Si un objet de plus de 100 kilos avec une barbe blanche tente de descendre, il est immédiatement

accueilli par une décharge de 50 000 volts et un formulaire d'immigration de 400 pages à remplir en trois exemplaires. S'il ne peut pas prouver l'origine de son bois de santal, on le renvoie directement dans les eaux internationales, là où les orques commencent à développer un goût prononcé pour le velours rouge.

C'est ça, faire du Groenland un endroit génial. C'est transformer un mythe pour enfants en une zone de restriction aérienne de niveau 5.

Le public nous demande parfois : « Mais pourquoi tant de haine ? C'est juste un vieux monsieur qui apporte de la joie. »

À ceux-là, je réponds : « La joie ne crée pas de croissance trimestrielle. La joie ne fait pas monter l'action de Raytheon. » Et surtout, la joie n'a pas de permis de travail. Si on laisse passer un vieux monsieur avec des rennes, demain, ce sera quoi ? Des fées qui distribuent de l'argent pour des dents sans déclarer les bénéfices ? Des lapins qui cachent des œufs en chocolat sans respecter les normes d'hygiène agroalimentaire ?

C'est une pente glissante, et sur une calotte glaciaire qui fond, la pente est déjà assez raide comme ça.

Alors, la prochaine fois que vous regarderez le ciel étoilé de l'Arctique et que vous verrez une lumière rouge clignoter, ne faites pas de vœu. C'est probablement l'un de nos lasers de défense orbitale en train de recalibrer la trajectoire d'un elfe qui a essayé de franchir la frontière sans son passeport biométrique.

Dormez tranquilles, braves citoyens. La Space Force Arktika veille. Le ciel est verrouillé. La neige est peut-être en train de devenir une boue noire et huileuse, mais au moins, elle est protégée contre les intrusions magiques. On a remplacé les clochettes par des sirènes d'alerte, et le lait de poule par du kérosène. C'est le prix à payer pour la sécurité. C'est le prix à payer pour que le Groenland reste, enfin, un endroit sérieux où le seul miracle autorisé est celui du profit net après impôts.

Et si jamais vous voyez un traîneau s'écraser dans la toundra, n'appellez pas les secours. Appelez le département marketing. On a déjà des contrats pour recycler le velours de la hotte en housses de sièges pour les nouveaux SUV "Arktik-Crusher". Rien ne se perd, tout se transforme en dividende. Joyeux Noël, et n'oubliez pas : le Père Noël est un migrant économique comme les autres. Et ici, on n'aime pas les gens qui voyagent sans bagages enregistrés.

Chapitre 6

Golf Glaciaire : Le Green est un Iceberg

Messieurs, mesdames, et vous, les actionnaires qui avez encore assez de liquide pour acheter de l'oxygène en bouteille quand le reste de l'humanité suffoquera dans ses propres pets de carbone : bienvenue au « Glacial Hole-in-One & Spa ». Oubliez l'Ecosse et ses collines d'un vert déprimant, où le plus grand danger est de se prendre une goutte de pluie sur son polo Ralph Lauren. Ici, au Groenland 2.0, le golf n'est plus un sport de vieux retraités en pantalon à carreaux. C'est une discipline de survie, un acte de domination géopolitique, et surtout, le moyen le plus efficace de redessiner les cartes de la National Geographic avec un fer 7.

Le concept est simple, propre et totalement dénué de la moindre once de fibre morale : on a pris l'Inlandsis, cette grosse croûte de glace qui servait autrefois à réguler le climat mondial (une fonction très surfaite, avouons-le), et on l'a poncée au chalumeau industriel pour créer le premier parcours 18 trous en 4D. Pourquoi 4D ? Parce que le terrain bouge, fond, craque et dérive vers le sud pendant que vous calculez votre trajectoire. C'est le seul sport au monde où, si vous prenez trop de temps pour votre putt, le trou peut littéralement se détacher du reste du continent et partir s'échouer au large de Terre-Neuve.

Parlons de la pelouse. Oubliez le gazon. Le gazon, c'est pour les vaches et les banlieusards. Au Groenland, le green est une plaque d'iceberg de type B-15, polie au diamant et nappée d'une fine couche de pétrole brut pour assurer une glisse parfaite. C'est noir, c'est brillant, c'est chic. On appelle ça le « Black Velvet Green ». Si vous tombez, vous ne tachez pas votre pantalon d'herbe ; vous devenez une marée noire à vous tout seul. C'est ça, la vraie classe.

Le matériel, maintenant. Vous ne pouvez pas débarquer avec vos clubs en graphite de chez Décathlon. Ici, on joue avec des drivers en uranium appauvri. Il faut de la densité, mes amis ! On frappe des balles en tungstène chauffées à 200 degrés Celsius. Pourquoi ? Pour qu'à l'impact, la balle ne rebondisse pas, mais s'enfonce légèrement dans la glace, créant ainsi son propre micro-cratère. C'est la technologie « Heat-Seeker ». Si vous ratez le fairway, vous ne finissez pas dans le sable, vous finissez dans une crevasse de 400 mètres de profondeur. Et là, le règlement est clair : interdiction d'appeler les secours. Si vous descendez chercher votre balle, vous êtes officiellement considéré comme un explorateur disparu, et on récupère vos organes pour les revendre au marché noir de Nuuk. C'est écrit dans la clause de décharge de responsabilité que vous avez signée avec votre sang à l'entrée.

Mais le véritable frisson, le vrai « selling point » de notre complexe, c'est l'onde de choc. On appelle ça le « Tsunami Swing ».

Imaginez la scène. Vous êtes au trou numéro 14, surnommé « Le Guillotineur de Côtes ». Le green est une étagère de glace instable, haute de trois cents mètres, qui surplombe la mer de Baffin. Votre mission : frapper la balle avec une telle violence cinétique que l'énergie se propage à travers la structure moléculaire du glacier. Si vous avez le bon swing — ce mouvement de hanche sec que j'enseigne personnellement pour la modique somme de 50 000 dollars l'heure — vous provoquez ce qu'on appelle un « vêlage induit ».

L'iceberg se brise. Un bloc de la taille de Manhattan s'effondre dans l'océan dans un fracas de fin du monde. C'est magnifique. C'est thérapeutique. C'est surtout très rentable pour nos partenaires dans le secteur de la reconstruction d'urgence. Parce que dix minutes plus tard, une vague de douze mètres de haut vient frapper les côtes du Labrador ou du Québec.

L'autre jour, un émir du Qatar a réussi un Eagle magnifique. Résultat : une bourgade de pêcheurs canadiens a été rayée de la carte et le prix de l'immobilier à Montréal a

chuté de 12 % à cause des risques d'inondation. Il a payé sa tournée de champagne à tout le club-house. C'est ça, l'esprit sportif. On ne joue pas contre un adversaire, on joue contre la topographie du globe. On ne compte pas les points en coups, mais en millions de dollars de dommages assurés.

« Oh, j'ai fait un bogey, mais j'ai noyé trois ports de plaisance à Halifax ! » Voilà le genre de conversation qu'on entend dans nos vestiaires chauffés au gaz de schiste.

Et les caddies ? Oubliez les étudiants en fac de sport. Nos caddies sont d'anciens mercenaires de Wagner ou des forces spéciales norvégiennes. Ils ne portent pas seulement votre sac ; ils sont équipés de fusils d'assaut pour repousser les ours polaires affamés qui essaient de bouffer les golfeurs. On a d'ailleurs instauré une règle locale très populaire : l'ours polaire compte comme un obstacle mobile. Si vous le touchez, vous avez le droit de rejouer votre coup. Si vous le tuez, vous gagnez un bon pour un steak de foie de phoque au restaurant « L'Extinction Gourmet ».

Certains écologistes aux cheveux sales et aux sandales en pneu recyclé nous disent : « Mais enfin, vous détruisez l'écosystème ! Vous accélérez la montée des eaux ! ». À ces gens-là, je réponds avec le sourire : « Préparez vos brassards, parce que mon prochain drive va faire monter le niveau de la mer de deux centimètres à lui tout seul. » C'est une question de perspective. Là où ils voient une catastrophe climatique, nous voyons un gigantesque parc aquatique pour milliardaires.

D'ailleurs, le trou 18 est une merveille d'ingénierie cynique. Le drapeau est planté sur le tout dernier morceau de glace ferme de la pointe sud. Pour l'atteindre, il faut survoler une mer de plastique flottant (le « Gyre Hole »). Si vous réussissez le trou-en-un, un mécanisme pyrotechnique déclenche l'explosion d'une charge de dynamite sous vos pieds, propulsant le green — et vous avec — vers l'hélicoptère de luxe qui vous attend pour vous ramener au casino. C'est le final "James Bond". C'est explosif. C'est inutile. C'est donc absolument indispensable.

Le golf au Groenland n'est pas qu'un jeu. C'est une déclaration de guerre à la nature. C'est la preuve ultime que l'homme peut transformer n'importe quelle tragédie environnementale en un club privé avec un droit d'entrée prohibitif. On a même remplacé les voiturettes électriques — trop silencieuses, trop "écologiques" — par des buggys V12 qui recrachent une fumée noire et épaisse. On veut que le ciel soit aussi sombre que notre conscience. C'est plus facile pour viser la balle blanche.

Alors, messieurs, affûtez vos fers. Préparez vos chèques de caution. Et si vous entendez une sirène retentir de l'autre côté de l'Atlantique après votre swing, ne paniquez pas. C'est juste le Canada qui prend l'eau. C'est le prix à payer pour un swing fluide. Après tout, qu'est-ce qu'une province canadienne face à la satisfaction d'avoir enfin corrigé son slice ?

Le Groenland est grand. Il est plat. Il est blanc. C'est une toile vierge qui ne demande qu'à être trouée par nos balles. Le monde brûle ? Tant mieux, la glace n'en sera que plus facile à sculpter. On se retrouve au 19ème trou, celui qu'on a creusé directement dans la calotte glaciaire pour y stocker notre réserve de caviar. Et n'oubliez pas : si vous voyez un iceberg, ne l'évitez pas. Frappez dedans. C'est comme ça qu'on devient une légende. C'est comme ça qu'on rend le Groenland « Great Again ». Au chalumeau, et avec un putter en or massif.

Chapitre 7

Rebranding des Inuits : Devenez des 'Northern Cowboys'

Écoutez-moi bien, les gars. Regardez cette salle. Regardez ces visages. Qu'est-ce qu'on voit ? De la fatigue. De l'humidité. Une odeur persistante de graisse de phoque et de désespoir millénaire. On est à Nuuk, d'accord, mais on pourrait aussi bien être dans une salle d'attente pour une coloscopie géante.

Je m'appelle Chad. Je viens de Madison Avenue, l'endroit où on a réussi à convaincre le monde que le Coca-Cola était meilleur pour la santé que l'eau du robinet et que fumer des cigarettes donnait l'air d'un génie viril. Et aujourd'hui, je suis ici pour vous sauver de vous-mêmes. On va parler « Branding ». On va parler « Pivot stratégique ». On va parler de votre identité, cette espèce de truc poussiéreux que vous traînez derrière vous comme une peau de morse mal tannée.

Messieurs, le kayak, c'est terminé. Le kayak, c'est le « Prius » de l'Arctique. C'est mou, c'est silencieux, et honnêtement, ça vous donne l'air de gros suppositoires en Gore-Tex flottant sur de la soupe glacée. Personne n'a jamais eu envie d'être le héros d'un film d'action dans un canoë en peau de bête. On ne peut pas « Make Greenland Great Again » avec des rames. Il nous faut du couple. Il nous faut du chrome. Il nous faut du pur patriotisme pétrolier.

Dites adieu à l'Inuit « traditionnel ». C'est un concept qui ne vend rien. C'est un truc pour les documentaires d'Arte que personne ne regarde jusqu'au bout parce qu'on finit tous par s'endormir devant les gros plans sur la banquise qui craque. À partir d'aujourd'hui, vous n'êtes plus des pêcheurs de subsistance. Vous êtes des ****Northern Cowboys****.

Imaginez le tableau. Le soleil tape sur la calotte glaciaire (enfin, ce qu'il en reste, et c'est tant mieux pour la réverbération, ça donne un teint hâlé de milliardaire). Vous n'êtes plus assis au ras de l'eau à attendre qu'un poisson veuille bien se suicider sur votre harpon. Non. Vous êtes juchés à deux mètres de haut dans la cabine pressurisée d'un Ford F-150 « Polar Raptor Edition », monté sur des chenilles en titane capables de broyer un ours polaire sans que votre latte macchiato ne déborde du porte-gobelet.

C'est ça, la nouvelle frontière. Le Groenland, c'est le nouveau Texas, mais avec plus d'espace pour garer son ego et moins de shérifs pour vous emmerder avec le code de la route. Pourquoi chasser le phoque dans le silence quand on peut le faire au son d'un moteur V8 de 6,2 litres qui hurle la liberté dans le blizzard ? Le silence, c'est pour les morts et les bibliothécaires. Le progrès, ça fait « VROUM-PSCHHH ».

On a déjà bossé sur les slogans. « Le kayak, c'est pour les victimes. Le F-150, c'est pour les conquérants. » On va remplacer vos anoraks Quechua par des vestes en denim fourrées au kevlar. On va vous foutre des Stetsons sur la tête, mais des Stetsons chauffants, avec des ports USB intégrés pour recharger vos iPhones 18. On veut que quand un touriste débarque ici, il ne voit pas un « peuple premier », il voit un putain de cavalier de l'apocalypse moderne qui chevauche une bête d'acier de trois tonnes.

Et ne me parlez pas d'écologie. On est entre nous, non ? Regardez autour de vous. La glace fond. C'est un fait. On peut soit pleurer comme une Greta de quatorze ans, soit sortir le barbecue et profiter du fait que la côte se dégage pour construire des parkings. Chaque litre d'essence que vous brûlez dans votre pick-up à chenilles est une petite victoire contre l'hiver éternel. Vous ne polluez pas, messieurs, vous accélérez l'arrivée du printemps. Vous êtes des terraformeurs. Des pionniers de la chaleur. Des Northern Cowboys qui disent au permafrost : « Dégage de mon ranch, j'ai une piscine à installer ! »

On va transformer vos igloos en « Ranches de Glace ». On va remplacer le traîneau à

chiens par des rodéos de motoneiges dopées au protoxyde d'azote. Les chiens ? On les garde, mais on les rebrand. Ils ne tirent plus rien, ils sont juste là pour le décorum, avec des petits bandanas « Make Greenland Great Again ». C'est plus « authentique ». Et puis, un chien qui court, ça ne consomme pas de sans-plomb 98, c'est un manque à gagner pour l'économie globale.

Imaginez la pub : un plan large sur la calotte qui s'effondre dans un fracas épique. Musique country-rock bien grasse. Et là, surgissant de la brume, une flotte de pick-ups Ford noirs mats, projecteurs LED allumés, fonçant droit vers l'horizon liquide. Le conducteur baisse sa vitre, crache un jet de tabac à chiquer (qu'on va vous apprendre à aimer, promis), et lance un « Yee-haw » sonore qui fait vibrer les icebergs. C'est ça que l'Amérique veut voir. C'est ça que les investisseurs veulent financer.

On va aussi changer vos noms. « Akuluk » ? « Nuka » ? Trop compliqué. Personne ne peut prononcer ça à la terrasse d'un Starbucks à New York. Désormais, vous vous appellerez « Butch », « Slim », « Wyatt » ou « Tex-Inuk ». C'est plus percutant. Ça sent le cuir et la poudre.

Le Groenland n'est plus une terre de glace, c'est une terre de conquête. Le pétrole dort sous vos pieds, et il n'attend qu'une chose : que vous arrêtiez de flotter dans des canots en plastique pour enfin creuser comme des hommes, des vrais, avec des machines qui font trembler le sol.

Alors, messieurs, signez en bas de la page. Les clés de vos F-150 sont déjà dans le cargo. Les rames ? Mettez-les au feu. On va en avoir besoin pour le premier grand feu de joie de l'ère Northern Cowboy. Le climat change ? Parfait. On va changer avec lui, mais on va le faire avec un châssis renforcé, une climatisation bi-zone et assez de chevaux sous le capot pour remorquer le Canada jusqu'en enfer si nécessaire.

Bienvenue dans le futur. Bienvenue dans votre nouveau ranch. Et n'oubliez pas : si

vous croisez un ours polaire, ne le harponnez pas. Écrasez-le. C'est plus propre, et ça fait une meilleure photo sur Instagram pour le storytelling de la marque.

Let's ride, boys. L'Arctique est à nous, et elle va sentir l'essence et la liberté.

Chapitre 8

Forage à l'Aveugle : Si ça brille, on pompe

Posez ce rapport de l'Institut Géologique de Copenhague sur la table, Billy. Non, mieux : servez-vous-en pour caler la roue de votre Silverado, parce qu'on va parler de choses sérieuses. On va parler de l'instinct. Les Européens, avec leurs lunettes à monture d'écaille et leur manie de vouloir « cartographier les strates sédimentaires » pendant huit ans avant de planter le moindre piquet, ont tout faux. Ils étudient le sol comme si c'était une zone érogène fragile. Nous ? On traite le Groenland comme une piñata géante remplie de dollars et de miracles liquides.

Le « Forage à l'Aveugle », messieurs, c'est le summum de la liberté de culte appliquée à l'industrie lourde. C'est la conviction profonde que si Dieu a mis une croûte terrestre aussi épaisse, c'est uniquement pour tester notre persévérance. C'est le poker sans voir ses cartes, mais avec une mise de départ de quatre cents millions de dollars et un moteur Caterpillar qui consomme plus d'oxygène qu'une forêt tropicale.

Le concept est d'une simplicité biblique : si ça brille, on pompe. Si ça colle, on pompe. Si c'est vert fluo et que ça fait fondre les gants en Kevlar des ouvriers, on pompe encore plus vite et on appelle ça de « l'énergie de transition ».

Regardez cette toundra. Qu'est-ce que vous voyez ? De la mousse ? Des lichens ? Des souvenirs de Vikings morts de froid ? Faux. Vous voyez une barrière. Un emballage cadeau que la nature a mis là pour nous agacer. On ne va pas passer trois mois à faire des carottages pour savoir si le schiste est propice à la fracturation. On va simplement choisir un endroit qui a une « bonne gueule ». Un endroit où l'horizon a l'air d'avoir soif de progrès. On plante le trépan au hasard, on appuie sur le bouton « Annihilation » et on laisse la magie opérer.

C'est ça, la méthode américaine. C'est le refus systématique de la géologie académique, cette science de perdants qui consiste à expliquer pourquoi on n'a rien trouvé. Nous, on trouve toujours quelque chose. Parce que quand on creuse assez profond avec assez de mauvaise foi, le sol finit toujours par avouer.

L'autre jour, sur le secteur B-12, juste au nord d'Ilulissat, on a piqué au hasard près d'un glacier qui ressemblait à un iceberg de chez Disney. Les gars de la conformité environnementale – des types qui portent des sandales avec des chaussettes, vous voyez le genre – nous ont dit : « Oh, faites attention, il y a peut-être une nappe phréatique fossile vieille de dix mille ans ici. » On a ri. On a ri si fort que l'écho a provoqué un vélage d'iceberg de la taille de Manhattan. Et puis on a foré.

À 500 mètres, on a remonté de la boue noire.

À 1 000 mètres, on a trouvé du granit rose.

À 2 500 mètres, le trépan a ramené un liquide orange étrange, très sucré, avec des bulles.

Est-ce que c'était du pétrole ? Non. Est-ce que c'était de l'uranium ? Pas encore. On venait de percer une réserve oubliée de Fanta Orange datant probablement d'une expédition publicitaire ratée des années 80, ou peut-être un miracle géologique dû à la compression extrême de baies boréales fermentées. Qu'est-ce qu'on a fait ? On a branché les tuyaux, on a mis ça en canettes et on l'a vendu sous le nom de « Arctic Sunset Energy Drink : Le goût de la conquête ». On a fait 20 % de marge nette. C'est ça, le forage à l'aveugle. On ne cherche pas ce qu'on veut, on prend ce qui vient.

Les puristes vous diront qu'il faut respecter les « veines ». Quelles veines ? La Terre n'est pas un patient à l'hôpital, c'est un distributeur automatique de billets dont on a perdu le code et qu'on a décidé d'ouvrir au chalumeau.

Imaginez la scène. Vous êtes là, sur votre plateforme de forage haute comme la Tour

Eiffel, au milieu d'un désert blanc. Le vent hurle à 150 km/h, essayant de vous rappeler que l'homme n'a rien à faire ici. Et vous, vous lui répondez en injectant 12 000 litres de produits chimiques secrets dans ses entrailles. Pourquoi ? Parce que vous avez eu une intuition ce matin en mangeant vos œufs au bacon. Vous vous êtes dit : « Je parie qu'il y a de l'or sous ce rocher qui ressemble vaguement au profil de Ronald Reagan. »

Et si c'est pas de l'or ? Si c'est juste de la vapeur d'eau pressurisée à 400 degrés qui explose au visage de votre équipe ? C'est pas un échec, Billy, c'est un spa géant. On installe des transats, on appelle ça du « tourisme géothermique de l'extrême » et on facture 5 000 dollars la séance aux influenceurs de Dubaï qui s'ennuient.

Le vrai danger du forage scientifique, c'est qu'il vous limite. Si vous savez ce que vous cherchez, vous ne trouverez que ça. C'est d'un ennui mortel. C'est comme aller au casino et ne jouer que les numéros rouges. Le forage à l'aveugle, c'est le saut dans l'inconnu avec un parachute en billets de banque. On a trouvé des trucs incroyables au Groenland en creusant n'importe où : des poches de gaz hélium qui font parler les ours polaires avec une voix de Mickey, des gisements de terres rares qui brillent tellement la nuit qu'on n'a plus besoin d'éclairer les pistes d'atterrissage, et même, une fois, un mammoth parfaitement conservé qui avait encore un morceau de beurre dans la bouche. On l'a grillé. Il avait un goût de liberté fumée au bois de cèdre.

Et puis, parlons de l'esthétique. Un forage planifié, c'est propre, c'est chirurgical, c'est stérile. Un forage à l'aveugle, c'est de l'art brut. C'est une cicatrice magnifique dans le permafrost, un geyser de boue qui repeint le paysage en brun industriel, le bruit d'un métal qui hurle contre la roche millénaire. C'est le son du progrès, messieurs. Si les écologistes se plaignent du bruit, rappelez-leur que le silence n'a jamais créé un seul emploi. Le silence, c'est pour les morts et pour les bibliothèques suédoises. Ici, on veut du fracas. On veut que le Groenland comprenne que le nouveau patron est arrivé et qu'il a un gros appétit.

Certains esprits chagrins – souvent des gens qui roulent en Prius – demandent : « Mais que se passe-t-il si vous videz tout ? Si vous transformez l'île en un gruyère géant prêt à s'effondrer au premier éternuement d'un morse ? »

Ma réponse est simple : on s'en fout, on sera déjà ailleurs. L'Arctique est vaste, et si le Groenland finit par ressembler à une passoire de luxe, on ira forer sous le pôle Nord. On dit qu'il y a des trucs incroyables là-bas, protégés par des traités internationaux. Et vous savez ce qu'on fait des traités internationaux dans le monde du Northern Cowboy ? On s'en sert pour essayer la jauge d'huile de nos foreuses.

Alors, mesdames et messieurs les actionnaires, ne craignez pas l'imprévu. Embrassez-le. Laissez vos ingénieurs de côté, écoutez vos tripes. Si vous voyez une faille dans la glace qui a l'air d'avoir envie d'être explorée, n'attendez pas la permission de l'ONU. Lancez la mèche, allumez le moteur, et préparez les barils. Parce qu'au Groenland, la seule règle, c'est qu'il n'y a pas de règles, juste des opportunités verticales.

Et n'oubliez jamais : si le forage ne ramène rien après 3 000 mètres, ce n'est pas parce qu'il n'y a rien. C'est parce que la Terre joue à cache-cache. Et personne ne gagne à cache-cache contre un Texan avec un budget illimité et une haine viscérale pour la géologie conventionnelle.

Allez, remettez-moi un coup de gaz. Je sens qu'on va tomber sur un gisement de Coca-Cola Light d'un moment à l'autre. C'est écrit dans les étoiles, et les étoiles, c'est comme le pétrole : ça brille, donc on prend.

Chapitre 9

Spring Break à Ilulissat : Tequila sur Glaçons Millénaires

Regardez-moi ces mines déconfites. Pourquoi ce silence ? On dirait que je viens de vous annoncer que le pétrole est une ressource renouvelable produite par les larmes de licornes. Détendez-vous, ajustez vos Rolex, et servez-vous un double bourbon. Ce que je vais vous exposer maintenant, c'est le pivot marketing du siècle. On a foré, on a brûlé, on a excavé. Maintenant, on va divertir. Bienvenue dans la phase 2 de notre plan de domination boréale : le projet "Arctic Haze".

Le problème de la Floride, c'est que ça coule. C'est mou, c'est humide, et d'ici dix ans, Disney World sera une attraction de plongée sous-marine pour dauphins dépressifs. Pendant ce temps, là-haut, à Ilulissat, on a des millions de kilomètres carrés de terrain qui ne demandent qu'à être piétinés par des tongs en plastique. Le Groenland n'est pas un désert de glace, messieurs-dames, c'est une page blanche. Une page blanche de 2 millions de kilomètres carrés sur laquelle nous allons écrire "HAPPY HOUR" en lettres de néon géantes visibles depuis l'ISS.

Prenez le fjord d'Ilulissat. C'est classé au patrimoine mondial de l'UNESCO ? Parfait. Ça veut dire qu'il y a déjà un parking et que les gens savent où c'est. Mais au lieu de laisser ces gros glaçons dériver bêtement vers l'Atlantique pour couler des paquebots, on va les rentabiliser. Imaginez la scène : trois mille étudiants de l'Université de Tampa, avec un taux d'alcoolémie défiant les lois de la biologie, débarquant de nos brise-glaces transformés en boîtes de nuit flottantes.

Le concept est simple : "Millennial Ice". Vous savez ce que coûte un glaçon taillé à la main dans un bar chic de Manhattan ? Vingt dollars. Là-bas, on a des icebergs de la taille de l'Empire State Building qui ont dix mille ans. C'est de l'eau tellement pure

qu'elle n'a jamais vu un seul pet de vache industrielle. On va vendre de la tequila servie sur de la glace préhistorique. "Buvez le passé pour oublier votre futur", c'est ça le slogan. On va installer des bars à shot directement sur les parois des séracs. Si un morceau de glace s'effondre pendant que Tiffany prend son selfie, on appellera ça une "expérience immersive" et on facturera l'assurance.

Mais je vous entends déjà : « Mais enfin, Houston, il fait moins vingt degrés là-bas, les gamines en bikini vont finir en bâtonnets de poisson avant d'avoir pu dire 'Instagram' ! »

C'est là que mon génie intervient, et que vos dividendes explosent. On ne va pas attendre que le réchauffement climatique fasse le boulot, c'est trop lent. On va l'aider. J'ai déjà commandé quatre mille brûleurs industriels à haute pression, ceux qu'on utilise pour dégeler les pipelines en Alaska. On va les disposer tout autour de la baie. On va créer une bulle thermique. On va chauffer le fjord comme un jacuzzi géant en utilisant la chaleur résiduelle de nos forages bitumineux. On aura de la vapeur, de la musique de sauvage, et une température ambiante de 28 degrés au-dessus d'un permafrost qui se demande ce qui lui arrive. On va transformer le brouillard arctique en fumée de discothèque.

Et la faune ? Ah, la faune. C'est notre meilleur atout marketing. Le gamin de Floride, il est con. Il a été élevé au Roi Lion et aux vidéos TikTok de loutres qui se tiennent la main. Pour lui, un ours polaire n'est pas une machine à tuer de 700 kilos capable de vous décapiter d'un coup de patte par simple ennui, non. Pour lui, c'est un "gros chien tout mou". C'est "Nanouk le copain".

On va capitaliser là-dessus. On va créer des "Zones de Selfie Sécurisées". Enfin, "sécurisées", c'est un terme juridique flexible. On va attirer les ours avec des carcasses de phoques fourrées au Nutella pour qu'ils restent près des hôtels. Imaginez la photo : Tyler, 19 ans, casquette à l'envers, essayant de faire un "fist bump" à un prédateur alpha. Si Tyler y laisse un bras, c'est pas grave, on a des clauses de

non-responsabilité de 400 pages imprimées en blanc sur fond blanc. Et puis, ça fait du buzz. "Un ours polaire dévore un influenceur" ? C'est dix millions de clics garantis. C'est de la pub gratuite. On vendra des peluches à la sortie.

Le sable ? Pas de problème. On n'a pas de sable à Ilulissat, on a de la caillasse pointue qui vous déchire la plante des pieds. Qu'à cela ne tienne ! On va broyer les montagnes de granite avoisinantes avec nos excavatrices minières. On va produire du sable artificiel, on le peindra en rose fluo pour que ça claque sur les photos, et on l'étalera sur la glace. Des palmiers ? On en a en plastique renforcé, chauffants, capables de résister à des vents de 150 km/h. Ils feront aussi office d'antennes 5G, parce que si ces petits cons ne peuvent pas streamer leur coma éthylique en direct, ils ne viendront pas.

Le "Spring Break Ilulissat", c'est l'aboutissement de notre philosophie. Pourquoi s'emmerder à protéger la nature quand on peut la transformer en parc d'attractions dystopique ? On va organiser des concours de t-shirts mouillés avec de l'eau de fonte glaciaire. On va vendre des "Eco-Cocktails" dans des crânes de morses synthétiques. On va transformer le Groenland en une zone franche du vice où la seule règle environnementale sera de ne pas vomir dans le réservoir de kérosène de l'hélicoptère de livraison.

Et pour les grincheux de Greenpeace qui viendraient nous gonfler avec la "fragilité de l'écosystème", on a déjà la réponse. On va les embaucher comme barmans. Rien ne calme mieux une ardeur militante qu'un pourboire de cent dollars laissé par un fils de banquier texan qui veut voir comment on fait brûler une méduse avec un briquet.

Alors, messieurs les actionnaires, visualisez le futur. Le soleil de minuit qui brille 24h/24 – ce qui veut dire 24h de consommation ininterrompue, pas de dodo, pas de baisse de régime. Le bruit des glaçons millénaires qui craquent sous l'effet de la sono de 200 000 watts. L'odeur de la crème solaire à l'indice 100 mélangée aux émanations de nos générateurs diesel. C'est ça, la nouvelle frontière. C'est ça, le Groenland que je

vous propose.

On ne va pas juste exploiter cette terre, on va lui apprendre à faire la fête jusqu'à ce qu'elle en oublie son nom. On va transformer le cri des baleines en remix EDM. Et si la banquise finit par disparaître complètement, tant mieux ! Ça fera plus de place pour les jet-skis.

Allez, signez-moi ces autorisations. Je sens qu'on a un gisement de mojitos géants qui ne demande qu'à être exploité. La Terre nous appartient, et elle a soif. Très soif. Et n'oubliez pas : au Groenland, personne ne vous entend crier... sauf si c'est pour recommander une tournée de shots. Et à 50 dollars le shot de "Larmes d'Iceberg", je peux vous dire qu'on va l'entendre, le cri du profit.

Chapitre 10

L'Autoroute Inter-Glaciaire : 12 Voies vers Nulle Part

Approchez, approchez ! Regardez cette carte. Vous voyez tout ce blanc ? C'est chiant, n'est-ce pas ? C'est monotone. C'est... sous-optimisé. On dirait une page blanche que Dieu a oubliée de remplir parce qu'il était trop occupé à inventer des trucs inutiles comme l'ornithorynque ou la conscience professionnelle. Mais ne vous inquiétez pas, j'ai apporté les feutres, et mes feutres sont chargés au bitume lourd.

Le problème du Groenland, ce n'est pas le froid. Le froid, c'est juste un réglage de clim qu'on n'a pas encore trouvé. Le vrai problème, c'est la mobilité. Actuellement, si vous voulez aller voir votre cousin Nanouk à l'autre bout de la calotte pour lui emprunter sa perceuse, vous devez monter sur un traîneau tiré par douze clébardes qui puent du bec et qui s'arrêtent tous les trois mètres pour pisser sur un vestige archéologique. C'est médiéval. C'est humiliant. C'est antiproductif.

C'est pourquoi je vous annonce l'ouverture du chantier de la « Trans-Groenlandaise : L'Axe du Progrès ». Douze voies. Six dans chaque sens. Et quand je dis douze voies, je parle de voies larges, de voies impériales, de voies conçues pour que deux monster-trucks puissent se doubler sans érafler leur peinture "Flaming Skull". On ne va pas se contenter de poser du goudron, on va civiliser cette banquise à coups de rouleaux compresseurs.

Imaginez : vous êtes au volant de votre SUV de 4 tonnes — celui qui consomme tellement qu'il crée son propre micro-climat à chaque accélération — et vous filez à 160 km/h sur un ruban de bitume noir comme l'âme d'un banquier de chez Goldman Sachs. À gauche, un désert de glace qui fond. À droite, un autre désert de glace qui fond. Et devant vous ? La liberté. Ou au moins le prochain péage. Car oui, la liberté a

un prix, et ce prix est de 45 euros par essieu, majoré de la taxe « Air Pur » parce qu'on est quand même dans une réserve naturelle, merde.

L'idée, c'est de relier chaque igloo. Chaque. Putain. D'igloo.

Vous habitez dans une cahute isolée à 400 kilomètres de toute forme de vie intelligente ? Pas de souci, l'échangeur numéro 42 arrive dans votre salon. On va exproprier les pingouins, raser les congères et installer des glissières de sécurité en acier trempé partout. Pourquoi ? Parce que la nature est un angle mort. On va transformer ce chaos blanc en une grille Excel géante. Si ce n'est pas plat, on nivelle. Si c'est un glacier millénaire qui bloque la vue, on sort la dynamite et on en fait des glaçons pour le VIP Lounge du secteur 4.

Et le génie du projet, c'est le Starbucks.

Je veux un Starbucks à chaque sortie. Pas tous les cinquante kilomètres, non. À chaque sortie de glacier. Vous voyez cette crevasse de 300 mètres de profondeur ? Parfait, on pose une dalle, une enseigne lumineuse vert sirène, et paf : « Starbucks Iceberg Central ».

Vous pourrez commander un "Venti Triple Mocha Latte" avec supplément chantilly alors qu'à l'extérieur, le blizzard essaie de vous arracher la peau du visage. C'est ça, la civilisation : pouvoir consommer un produit standardisé, trop sucré et hors de prix, dans un endroit où l'homme n'est techniquement pas censé survivre. C'est un majeur tendu à Darwin. "Hé, Charles ! Regarde mon Macchiato au milieu de nulle part ! Tes théories sur l'adaptation, tu peux te les carrer dans le pergélisol !"

On me dit : « Mais Monsieur le Promoteur, où mène cette autoroute ? ».

Quelle question de pauvre. Elle ne mène nulle part ! C'est ça qui est beau ! C'est une autoroute circulaire de 4 000 kilomètres qui boucle sur elle-même. C'est le concept du "Nulle Part Premium". On ne roule pas pour arriver, on roule pour consommer du carburant et écouter des podcasts sur le développement personnel. On va installer des écrans publicitaires géants tous les 500 mètres. Des écrans LED de 40 mètres de haut qui diffusent des pubs pour des montres de luxe et des croisières aux Bahamas.

Pourquoi ? Pour vous rappeler que même ici, au bout du monde, vous n'êtes pas assez riches et que vous avez besoin d'acheter des trucs. Le contraste entre le blanc aveuglant de la neige et le néon publicitaire "Achetez ce parfum, vous aurez l'air moins seul", c'est ça, le nouveau romantisme arctique.

Parlons technique. Pour que le bitume tienne sur de la glace qui bouge, on a trouvé la solution : l'asphalte chauffant. Oui, on va chauffer la route pour que la neige ne s'y dépose jamais. On va littéralement brûler du fioul pour réchauffer le sol afin de pouvoir rouler sur une terre qui refroidit. C'est le cercle vertueux de la MGGA (Make Greenland Great Again). Plus on roule, plus on chauffe, plus la glace fond, plus on a de place pour construire des parkings. C'est une ingénierie de génie. On crée le problème et on vend la climatisation pour le résoudre.

Et pour les autochtones ? Ne vous inquiétez pas, on a tout prévu. On va transformer leurs traîneaux en voiturettes de golf électriques bridées à 15 km/h, avec l'obligation de rester sur la file de droite, entre deux camions-citernes. On va transformer la chasse au phoque en une expérience "Drive-Thru". « Bienvenue au McPhoca, vous voulez un menu XL avec vos larmes de morue ? ». On va leur apprendre la valeur du temps. Fini de fixer l'horizon en attendant que le vent tourne. Maintenant, l'horizon est barré par un panneau « Sortie 14 : Centre Commercial - Le Grand Froid (Ouvert 24h/24) ».

On va aussi installer des stations-service thématiques. La station « Titanic », où vous pourrez faire le plein en écoutant Céline Dion en boucle, ou la station « Ours Polaire », où l'on vendra des tapis en fourrure synthétique (ou pas, selon les stocks et la rapidité du fusil à lunette).

Certains grincheux, probablement des gens qui portent des sandales avec des chaussettes et qui mangent du quinoa bio, disent que c'est un « désastre écologique ».

Moi, je dis que c'est une « opportunité de design paysager ». La calotte glaciaire,

c'est comme un vieil appartement délabré avec une moquette blanche dégueulasse. Nous, on apporte le parquet flottant et les spots encastrés. On rend l'endroit "Instagrammable". Imaginez le selfie : vous, sur la bande d'arrêt d'urgence de la douzième voie, avec un gobelet Starbucks à la main, un coucher de soleil orange chimique derrière vous à cause de la pollution, et le hashtag GlacierVibes RoadTripToInfinity. Ça va péter les scores.

L'autoroute Inter-Glaciaire, c'est le triomphe de la volonté humaine sur la géographie. C'est la preuve qu'on peut transformer n'importe quel sanctuaire naturel en une aire d'autoroute géante si on a assez de béton et pas assez de scrupules. Alors, préparez vos badges de télépéage. Préparez vos cartes de fidélité Starbucks. On va tracer des lignes droites là où la nature s'obstinait à faire des courbes. On va bitumer le silence. On va transformer le Groenland en une immense rampe de lancement vers le vide, mais un vide avec une connexion 5G et un service de voiturier.

Parce qu'au final, la question n'est pas de savoir où l'on va. La question est de savoir combien de boutiques de souvenirs on peut croiser en chemin. Et au Groenland, je vous le garantis, le chemin sera long, lisse, noir, et il sentira bon le café brûlé et la victoire de l'homme sur tout ce qui essaie de rester sauvage.

Allez, en voiture, Simone ! Et n'oublie pas de prendre un Grand Latte, la route est longue jusqu'à l'extinction.

Chapitre 11

Marketing de l'Apocalypse : Le Réchauffement est une Chance

Mesdames, Messieurs, mes chers futurs actionnaires de l'Apocalypse, asseyez-vous. Détendez-vous. Posez vos masques à oxygène sur le côté, on n'en aura pas besoin avant au moins dix-huit mois. Regardez cette carte du monde. Vous voyez tout ce bleu ? C'est ennuyeux, n'est-ce pas ? Et tout ce blanc, là-haut, au Groenland ? C'est pire. C'est de l'argent qui dort sous forme de glaçons géants. C'est une erreur de design que nous allons corriger ensemble.

Le problème des écologistes, c'est qu'ils manquent d'imagination. Ils voient un glacier s'effondrer et ils pleurent sur un ours polaire dépressif. Nous ? Nous voyons une opportunité de « déstockage massif ». Nous ne sommes pas en train de détruire l'écosystème, nous sommes en train de libérer du foncier ! Le réchauffement climatique n'est pas une menace, c'est le plus grand plan de rénovation immobilière de l'histoire de l'humanité. C'est la « Grande Liquidation » avant travaux.

Bienvenue dans l'ère du Marketing de l'Apocalypse. Notre slogan ? « Le monde coule, montez sur le pont supérieur ».

Comprenez bien la psychologie du consommateur moderne. Le client de 2024 ne veut plus sauver la planète ; il a déjà compris que c'était foutu et il veut juste savoir s'il y aura du Wi-Fi dans le bunker. Notre mission est de transformer la fin des temps en un produit de luxe exclusif. On ne dit plus « montée des eaux », on dit « extension de la zone de baignade ». On ne dit plus « canicule mortelle », on dit « été permanent à Nuuk ». On ne dit plus « extinction de masse », on dit « simplification de la biodiversité pour une expérience client plus fluide ». Moins de moustiques, plus de yachts. C'est mathématique.

Imaginez la « Nouvelle Riviera ». Oubliez la Côte d'Azur. C'est devenu trop chaud, trop plébéien, et il y a trop de gens qui portent des tongs en plastique. Le futur du glamour, c'est la « Côte de Cristal » groenlandaise. Imaginez des hôtels six étoiles construits sur les falaises de basalte, avec une vue imprenable sur le vêlage des icebergs. C'est le spectacle ultime : regarder des pans entiers d'histoire géologique s'écraser dans l'océan pendant qu'on vous sert un cocktail à 45 euros infusé à l'eau de fonte de 10 000 ans d'âge. C'est ça, le vrai luxe. Boire le passé pour oublier qu'on n'a plus de futur.

Et pour les investisseurs, c'est le paradis de la « Liquidité ». Au sens propre. Chaque degré gagné, c'est un mètre de plage en plus. On va vendre des appartements « les pieds dans l'eau » à des gens qui habitent actuellement au milieu des terres. « Félicitations, Monsieur Schmidt, grâce à la fonte de la calotte occidentale, votre ferme de la Creuse a désormais un accès direct à l'Atlantique ! C'est une plus-value de 400 % ! ». Bon, d'accord, la ferme est sous vingt mètres de flotte, mais on lui vendra le kit de plongée Prada qui va avec. C'est ce qu'on appelle l'upselling.

Le marketing, c'est l'art de renommer la catastrophe. Regardez le Gulf Stream qui s'arrête. Les scientifiques paniquent ? Nous, on lance la gamme « Frozen Chic ». Si l'Europe gèle pendant que le pôle cuit, on vend des doudounes en fourrure synthétique recyclée (on n'est pas des monstres) pour parader sur les boulevards de glace de Paris. Le chaos, c'est juste un changement de saison non sollicité.

Parlons de la cible démographique. On ne vise pas le type qui trie ses yaourts en plastique. On vise le « Survivaliste Premium ». Celui qui veut voir l'Apocalypse, mais depuis une loge VIP. Pour lui, nous avons conçu le concept de « l'Éco-Destruction Responsable ». On va raser les forêts boréales pour construire des pistes de dragster, mais attention, on mettra des panneaux solaires sur les stands de hot-dogs. C'est important pour l'image de marque. On va bitumer le Groenland, mais avec un goudron garanti « sans gluten » et des lignes blanches peintes par des artistes de rue

payés en visibilité.

Et la montée des eaux ? Quel régal marketing ! On va transformer Venise en parc d'attractions subaquatique. On ne dira pas qu'elle a été engloutie par l'incompétence humaine, on dira qu'elle a « évolué vers un format plus immersif ». On vendra des tickets pour des croisières en sous-marins transparents pour admirer les restes de la place Saint-Marc. « Admirez les pigeons qui ont appris à nager ! » C'est du génie. On crée de la rareté là où il n'y avait que de l'histoire.

Le Groenland est notre vaisseau amiral. C'est la terre promise du béton. On va y construire des « Floating Cities » (Cités Flottantes pour les non-anglophones, mais ça fait moins chic). Des archipels de plateformes pétrolières reconverties en spas géants. Pourquoi s'embêter avec la terre ferme quand on peut dériver au gré des courants en vendant des abonnements à la 5G par satellite ? Le client veut de l'aventure, mais avec un service de voiturier. Il veut se sentir comme un pionnier, mais avec des draps en satin de coton égyptien.

On va lancer des campagnes de pub agressives.

« Le Groenland : On a coupé la glace, venez boire le reste. »

« Pourquoi attendre que les Maldives coulent ? Venez là où l'eau monte pour de vrai ! »

« Le Réchauffement : Enfin une bonne raison de porter du lin toute l'année. »

Il faut aussi savoir jouer sur la peur, mais une peur constructive. La « FOMO » (Fear Of Missing Out). On va dire aux gens : « Dépêchez-vous d'acheter votre lopin de permafrost avant qu'il ne devienne de la boue fertile ! ». Parce qu'une fois que le permafrost aura dégelé, on va y découvrir quoi ? Des virus préhistoriques ? Peut-être. Mais surtout : de l'or, du pétrole, et assez de terres rares pour fabriquer trois milliards d'iPhone 22 Pro Max Plus. C'est ça, le vrai miracle du réchauffement. C'est un coffre-fort qui s'ouvre. La nature avait mis un code de sécurité (le froid), on a juste utilisé un chalumeau pour forcer la serrure.

Certains esprits chagrins diront que nous condamnons les générations futures. Je leur réponds : quelles générations futures ? À la vitesse où on va, les enfants d'aujourd'hui seront nos premiers clients pour les excursions « Last Chance to See ». On va monétiser la nostalgie avant même que les choses aient disparu. C'est le concept de « Pré-Nostalgie ». « Achetez aujourd'hui la photo de ce glacier, il sera fondu d'ici votre retour à l'hôtel ! ». C'est une exclusivité temporelle imbattable.

On va aussi réinventer la gastronomie. Le réchauffement, c'est l'opportunité de faire pousser des vignes au-dessus du cercle polaire. Imaginez : le « Château Nuuk 2032 ». Un vin blanc avec des notes de soufre et de désespoir, parfait pour accompagner un steak de baleine de synthèse. On appellera ça la « Cuisine Anthropocène ». C'est rustique, c'est sauvage, c'est cher.

Alors, mes amis, ne regardez plus le thermomètre avec angoisse. Regardez-le comme un compteur de taxi qui tourne à notre avantage. Plus il fait chaud, plus la valeur de notre projet grimpe. On ne va pas se contenter de survivre à l'Apocalypse, on va la franchiser. On va mettre des néons sur la fin du monde. On va transformer le dernier soupir de la Terre en une sonnerie de téléphone téléchargeable pour 2,99 euros.

Le Groenland n'est pas une île. C'est un terrain de jeu. C'est une page blanche qu'on va recouvrir de bitume noir et de logos brillants. Le silence de l'Arctique était une insulte à l'industrie publicitaire. On va y remédier. On va y installer des écrans géants qui diffuseront des pubs pour des climatiseurs, en plein milieu de la toundra.

Parce qu'au fond, la seule chose qui sépare une catastrophe d'un triomphe commercial, c'est l'angle de vue. Et depuis mon penthouse climatisé au sommet de la tour « Global Warming Center » à Ilulissat, je peux vous dire que la vue est absolument sublime. On voit l'ancien monde qui coule, et c'est magnifique. On dirait une œuvre d'art moderne, mais avec des dividendes.

Allez, champagne pour tout le monde ! Et ne vous inquiétez pas pour la glace, il en reste encore un peu au congélateur. Pour l'instant.

Chapitre 12

Casting pour Ours Polaires : Des Mascottes ou Rien

Approchez, asseyez-vous, et s'il vous plaît, arrêtez de regarder par la fenêtre avec cet air de chien battu en contemplant la banquise qui s'effondre. Ce n'est pas un désastre écologique, c'est une opportunité de rebranding massif. On est là pour parler business, pas pour compter les glaçons dans votre gin-tonic.

On a un problème de ressources humaines avec la faune locale. Plus précisément avec les ours polaires.

Regardez-les, ces gros tas de poils blancs. Qu'est-ce qu'ils font de leurs journées ? Ils errent, ils reniflent des trous dans la glace, ils attendent qu'un phoque pointe le bout de son nez pour lui refaire le portrait. C'est d'un ennui mortel. C'est du chômage technique déguisé en instinct de survie. Dans le Groenland de demain, celui que je bâtis à coups de pelleteuses et de subventions détournées, il n'y a pas de place pour les assistés. Si tu ne produis pas de valeur ajoutée, tu es un encombrant. Et l'Arctique n'est pas une déchetterie, c'est un centre commercial à ciel ouvert.

J'ai donc convoqué le conseil d'administration de la « Greenland Glory Corp » pour valider le décret 402 : « De l'Utilité de la Fourrure dans le Marketing Global ».

Le concept est d'une simplicité foudroyante : soit l'ours collabore, soit il dégage. On ne demande pas la lune. On demande juste qu'ils portent une écharpe rouge. Une belle écharpe, tricotée en acrylique par des enfants qui ont encore de l'espoir dans les yeux, bien serrée autour de leur cou de prédateur apathique. Pourquoi rouge ? Parce que c'est la couleur du dynamisme, du sang (qu'ils connaissent bien) et surtout, c'est la couleur de la plus grosse marque de soda au monde.

On va transformer ces machines à tuer en influenceurs Instagram pour boissons gazeuses.

Imaginez la scène. Un soleil de plomb – parce qu’avec mes réglages, il va faire 35 degrés en juillet à Nuuk – et là, sur une plaque de polystyrène flottante (parce que la vraie glace, c’est trop instable pour les caméras 8K), un ours polaire de six cents kilos prend la pose. Il ne doit pas grogner. Il ne doit pas essayer de dévorer le stagiaire qui tient le réflecteur. Non, il doit sourire. On va lui injecter assez de Botox dans les babines pour qu’il ait l’air de sortir d’une pub pour du dentifrice Crest. Et dans sa patte griffue, il doit tenir une canette bien fraîche. « L’Arctique, ça donne soif », voilà le slogan.

Hier, on a fait les premiers castings. C’était lamentable.

On a fait venir un grand mâle, un certain "Nanook" selon les scientifiques locaux qui ont encore le temps de donner des petits noms aux animaux. Le type arrive, l’air hagard, les poils jaunis par l’huile de moteur qui flotte dans la baie. Je lui balance l’écharpe. Je lui dis : « Nanook, mon pote, écoute-moi bien. C’est ton jour de chance. Tu sors de la préhistoire, tu entres dans le secteur tertiaire. Tu nous fais un regard "frais et pétillant", tu tiens la canette sans la broyer, et on t’offre un abonnement à vie à des croquettes au saumon de synthèse. »

Qu’est-ce qu’il a fait ? Il a pissé sur le trépied du photographe.

Manque de professionnalisme flagrant. J’ai immédiatement appelé le service de déportation. Nanook est actuellement dans une caisse, direction le zoo du Bronx. Vous connaissez le zoo du Bronx en août ? C’est l’enfer sur Terre. C’est 95 % d’humidité, une odeur de pop-corn brûlé et des milliers d’enfants qui vous balancent des restes de churros en criant : « Oh, regarde le gros chien tout triste ! ». C’est ça, l’alternative. Soit tu es une égérie publicitaire avec un contrat de syndication, soit tu

deviens une attraction dépressive dans un enclos bétonné qui pue la pisse de raton laveur.

Le choix est vite fait, non ? Apparemment, pour un ours, c'est complexe. Ils n'ont aucune notion de la gestion de carrière.

On a dû mettre en place une équipe de « Dressage Corporate ». On ne parle plus de domptage, c'est un mot trop agressif pour nos rapports RSE. On parle d'« Upskilling de la Faune ». On prend des ours, on les endort au fusil hypodermique (c'est notre version du séminaire d'intégration), et quand ils se réveillent, ils sont sanglés dans un harnais avec un prompteur devant les yeux.

« Allez, Maurice ! Regarde la lentille ! Pense à la fraîcheur des bulles ! Oublie que ta banquise ressemble à un sorbet oublié au micro-ondes ! Sois le visage de la soif mondiale ! »

Certains s'adaptent. On en a un, un jeune, très prometteur. Il a compris le truc. Il pose avec une élégance que même Naomi Campbell nous envierait. Il a ce petit mouvement de tête, ce léger haussement d'épaules quand il ouvre la canette avec sa griffe – clic, pshhh – c'est du génie cinématographique. On va l'appeler « Snowball ». Snowball ne mange plus de phoques. C'est mauvais pour son teint sur les photos retouchées. On le nourrit exclusivement de smoothies à la spiruline et de contrats de licence.

Mais il y a les récalcitrants. Les puristes. Ceux qui veulent rester « sauvages ». Ils me font rire, ceux-là. Ils croient que la nature est un sanctuaire. La nature, c'est juste un stock de matières premières qui n'a pas encore été coté en bourse.

L'autre jour, une association de défense des animaux – des gens qui portent des sandales en chanvre et qui sentent le chou kale – est venue manifester devant ma tour. Ils disaient : « Vous ne pouvez pas forcer un prédateur apex à porter une écharpe de

marque pour vendre du sucre liquide ! C'est une humiliation pour l'espèce ! »

Je suis descendu les voir. J'avais mon plus beau costume en poil de vigogne (ironique, je sais). Je leur ai dit : « Mes amis, vous préférez quoi ? Qu'ils meurent de faim sur un glaçon de la taille d'un dessous de plat, ou qu'ils deviennent les rois du marketing et qu'ils vivent dans des enclos climatisés avec le Wi-Fi ? »

Ils n'ont pas su répondre. Ils ont juste continué à brandir des pancartes avec des photos d'ours tout maigres. J'ai pris une de leurs pancartes, j'ai gribouillé un logo « Buy 1 Get 1 Free » dessus, et je leur ai rendu. Le sens des affaires, ça ne s'apprend pas dans les manuels de sociologie.

Le plan de déploiement est simple. D'ici six mois, chaque ours polaire du Groenland sera un panneau publicitaire ambulante. On va même leur tatouer des QR codes sur l'arrière-train. Tu scannes l'ours, tu gagnes un bon de réduction pour une croisière de luxe afin d'aller voir... d'autres ours. C'est l'économie circulaire, messieurs-dames !

Et pour ceux qui refusent de porter l'écharpe ? Pour les rebelles ? Le Bronx les attend. On a déjà affrété trois cargos. C'est une solution gagnant-gagnant. Le Bronx récupère des ours pour ses visiteurs assoiffés de sensationnel, et moi, je nettoie mon paysage de tout ce qui ne brille pas sous les projecteurs.

On va faire du Groenland un immense studio de tournage. On va peindre les rochers en bleu layette pour que ça ressorte mieux sur les écrans OLED. On va installer des machines à neige artificielle, parce que la vraie neige, c'est trop gris, c'est pas assez "vendeur". Et au milieu de tout ça, nos ours en écharpe rouge feront le salut militaire aux touristes chinois qui débarqueront par millions.

Certains diront que c'est la fin d'un monde. Moi je dis que c'est le début d'une franchise. Et si les ours ne sont pas contents, ils n'avaient qu'à inventer le capitalisme avant nous. C'est la loi de la jungle, mais avec un service juridique et des

stock-options.

Alors, qui veut une canette ? C'est offert par Snowball. Il est derrière la vitre, là-bas. Ne faites pas attention à son regard, il n'a pas encore eu sa dose de sédatifs matinaux. Souriez, vous êtes filmés par un drone de surveillance publicitaire.

Le Groenland n'est plus une terre de glace. C'est une terre de logos. Et croyez-moi, le rouge va très bien au teint des mourants. *_Cheers_* !

Chapitre 13

La 51ème Étoile : Le Glaçon sur le Drapeau

Mesdames, Messieurs, actionnaires de catégorie A, et vous, les autochtones qui avez eu la riche idée d'échanger vos droits de pêche contre des coupons de réduction chez Taco Bell : soyez les bienvenus. Regardez autour de vous. C'est beau, non ? On a enfin viré ce blanc dépressif qui recouvrait tout. Ce bleu layette, c'est pas seulement une couleur, c'est une promesse. La promesse que même si la planète crève, elle le fera avec le code couleur d'une baby-shower réussie.

Aujourd'hui, nous ne célébrons pas seulement l'annexion d'un territoire grand comme trois fois la France par une entreprise de soda et un promoteur immobilier en surpoids. Non. Nous célébrons la mise à jour 2.0 de la souveraineté. L'ancien hymne groenlandais, « Nunarput utoqqarsuanngoravit », c'était quoi ? Une plainte interminable sur les ancêtres, les kayaks et la résilience face au froid. Trop de consonnes, pas assez de BPM. On ne vend pas des abonnements de streaming avec des chants de gorge inuits, les gars. Il faut de la « disruption ».

C'est pour ça qu'on a installé Kevin. Kevin est là-bas, sur l'iceberg matricule 7-G, celui qui ressemble vaguement au logo de Mercedes si on ferme un œil et qu'on a bu trois litres de Snowball. Kevin porte un perfecto en cuir de phoque synthétique (parce qu'on est éco-responsables, merde) et il tient une Gibson branchée sur un groupe électrogène qui crache plus de CO2 qu'une aciérie polonaise.

Le concept est simple, donc génial : au moment où Kevin va plaquer son premier accord de quinte, on va couper les amarres. L'iceberg va commencer sa dérive vers le Sud, porté par le courant et l'enthousiasme des marchés. C'est ça, la nouvelle identité du Groenland : une plateforme de divertissement flottante qui se barre vers les

Bahamas parce que, soyons honnêtes, personne n'a envie de rester ici en février.

Regardez l'écran géant. On a modifié le drapeau. On a gardé le cercle rouge et blanc, mais on a rajouté une petite étoile bleue au centre. La 51ème. Mais attention, pas une étoile statique, une étoile qui ressemble à un glaçon qui fond. C'est du marketing émotionnel. Ça dit : « On est là, on est américains, mais on est rafraîchissants ».

Kevin, envoie la sauce !

Le premier riff déchire le silence arctique. C'est violent. C'est du heavy metal industriel, le genre de son qui fait avorter les baleines à dix kilomètres à la ronde. Mais quel kiff ! C'est le son de la liberté. La liberté de raser des montagnes pour construire des parkings. L'iceberg s'ébranle. C'est un moment historique. On n'écoute plus le vent, on écoute un solo de guitare à 140 décibels qui annonce au monde que le Groenland est officiellement ouvert à la franchise.

Vous voyez ces gens sur la côte ? Ce sont les anciens ministres groenlandais. Ils pleurent. Certains disent que c'est de l'émotion. Moi, je pense que c'est parce qu'on a remplacé l'oxygène de la tribune officielle par un mélange de brume parfumée « Pinède de Floride » et de gaz hilarant. Il faut savoir détendre l'électorat. Regardez-les agiter leurs petits drapeaux étoilés. Ils ont compris. Soit tu montes dans le train du progrès, soit tu finis comme un échantillon de permafrost dans un laboratoire de Zurich.

Et les ours ! Regardez les ours sur les berges ! Grâce aux puces Neuralink qu'on leur a implantées hier soir, ils ne chassent plus le phoque. Ils font des chorégraphies TikTok au rythme du solo de Kevin. C'est ça, le « Rebranding de la Nature ». On a pris un prédateur apex dégueulasse et on en a fait un influenceur poilu. Le rouge de leur écharpe ressort divinement bien sur le bleu des rochers. C'est Instagrammable. Si ce n'est pas Instagrammable, ça n'existe pas. C'est la première loi de la Thermodynamique Moderne.

L'iceberg de Kevin prend de la vitesse. Il dérive vers les eaux internationales. C'est symbolique, vous ne trouvez pas ? Le Groenland n'est plus une île, c'est un convoi. On va l'amener là où il y a du pouvoir d'achat. On va installer des machines à sous sur les glaciers restants. Imaginez : « Jackpot sur le Pergélisol ». Si tu alignes trois manchots, tu gagnes un jet privé ou un rein de rechange.

Certains grincheux à lunettes rondes, probablement des lecteurs du *Monde* ou des gens qui mangent du quinoa, m'ont demandé : « Mais qu'allons-nous faire de la culture locale ? ». Quelle question stupide. La culture locale a été numérisée, compressée et vendue sous forme de NFT à des traders de Singapour. On a tout prévu. On a même gardé un vrai Groenlandais dans un bocal de formol à l'entrée du nouveau centre commercial « Great Ice Mall ». Il est très bien traité. On lui diffuse des pubs pour des SUV en boucle, il n'a jamais été aussi heureux.

La guitare de Kevin hurle maintenant une version saturée de « The Star-Spangled Banner » mixée avec le jingle de Coca-Cola. C'est le climax. L'iceberg s'est détaché du socle continental avec un bruit de craquement qui rappelle celui d'une carte de crédit qu'on insère dans un terminal. C'est le bruit de la civilisation qui gagne.

Regardez le ciel. Ces drones ne sont pas là pour surveiller, enfin, pas seulement. Ils larguent des confettis biodégradables en forme de dollars. Ne les ramassez pas, ils sont imprégnés d'un traceur chimique qui nous permet de savoir ce que vous allez acheter au dîner. C'est le futur, les amis. Un monde où l'intimité est une option payante et où la banquise est un support publicitaire.

L'hymne se termine sur un larsen magistral qui fait exploser les vitres de l'ancien parlement. Pas grave, on allait les remplacer par des écrans LED pour diffuser les cours de la bourse en temps réel. Kevin salue la foule, son iceberg s'éloigne dans la brume bleue. Il part vers New York. On va le garer devant la statue de la Liberté. Ce sera le plus grand seau à champagne du monde. Une opération de relations publiques

à 4 milliards de dollars.

Alors, s'il vous plaît, arrêtez de faire cette tête. On n'est pas en train de détruire une île. On est en train d'optimiser un actif immobilier qui dormait depuis trop longtemps sous la neige. Le Groenland était une erreur de la nature, un bug dans le système. On a juste fait un « clic droit / supprimer la glace » et « clic gauche / installer le profit ».

C'est le moment de lever vos canettes de Snowball. Buvez. C'est le goût de la victoire. Un mélange de sucre de synthèse, d'eau de glacier millénaire et d'une pointe de désespoir qui donne ce petit arrière-goût métallique si rafraîchissant.

Le Groenland est mort. Vive la 51ème Étoile. Vive le Glaçon sur le Drapeau. Et surtout, n'oubliez pas de passer par la boutique de souvenirs en sortant : on vend des morceaux de l'ancienne Constitution groenlandaise découpés en sous-verres. C'est collector, c'est chic, et ça absorbe très bien la condensation de vos boissons fraîches.

Cheers, bande de visionnaires. Le monde brûle, mais ici, on a le plus grand climatiseur de la galaxie. Et devinez quoi ? On possède la télécommande.

FIN

Merci d'avoir lu "Make Greenland Great Again au Chalumeau"

Une œuvre écrite par Dr. Sarcasme

[Lire la version interactive et commenter](#)

[Découvrir les autres œuvres de l'auteur](#)