

En 1997, à la sortie de l'album ***Ce que je sais***, pas une photo, ou presque, qui ne montre Johnny flanqué de son alter ego de la jeune génération, Pascal Obispo. Le pari était de réconcilier Hallyday avec les radios jeunes, qui le boudaient. Avec

Sang pour Sang

, ce sera sa plus grosse vente. La stratégie commerciale est fine. Obispo commence à avoir du succès, il a écrit pour Florent Pagny, des tubes. A chaque fois qu'il entendra « Hallyday », l'auditeur pensera 'Obispo' ; à chaque fois qu'il entendra 'Obispo', il pensera 'Pagny'. Ce jeu de miroir, Gainsbourg, pionnier en la matière, l'affectionnait, mais son but était autre que commercial : séduire les femmes, Birkin, Bardot, Karina, Adjani ou Deneuve.

Le véritable inventeur de cette logique de sauveteur fut Michel Berger. Il la pratiqua avec France Gall, et aussi avec Françoise Hardy, pour qui il a réalisé l'album ***Message Personnel***, à dix mille lieux de

Tous les garçons et les filles

. Avec

Message Personnel

, il avait montré que pour lui la composition ne s'arrêtait pas sur la feuille. Il allait jusqu'au bout de tout, jusqu'à la production et la scène, passant à l'époque pour le producteur le plus doué du monde avec Quincy Jones.

En 1984, Johnny est mal à l'aise. Les déchirements de *Ma Gueule* ne lui suffisent plus. Alain Lévy, alors PDG de PolyGram France, lui présente le créateur de Starmania, qui conçoit l'album Rock'n'roll attitude pour le rocker en mal d'image. Sa sortie suit de peu le tournage de *Détective* de Jean-Luc Godard.

L'année suivante, nouvelle opération avec Jean-Jacques Goldman. Gang, où percent des chansons comme *Laura* ou *Je t'attends*, connaît une réussite mitigée, malgré la « goldmania » du moment. Par la suite, Goldman mettra beaucoup la main à la pâte.