



# LOGORAMA

## H5 (François Alaux, Hervé de Crécy et Ludovic Houplain)

**Animation** — France — 16' — 2009

**Avec les voix** d'Omar Sy, Elli Medeiros, Alexis Dolivet (entre autres)

**Production** Autour de Minuit

Dans un Los Angeles entièrement constitué de logos, deux policiers Bibendum engagent une course-poursuite avec un trafiquant d'armes, qui a les traits de Ronald McDonald's. Ce dernier prend en otage la mascotte de Big Boy, qui sortait d'un zoo où travaillent le Géant Vert et Mr Propre.

### QUELQUES QUESTIONS SUR LE FILM

Repérer les éléments qui font de ce film un blockbuster ou superproduction (identifier avant les codes, les gestes spécifiques de ce genre).

personnages par rapport à la couleur.

Quels éléments donnent au début du film un ton idyllique ?

Pointer la relation entre les décors (rue, autoroute) et les

*Logorama*, dont la conception a duré près de 6 ans, a remporté l'Oscar et le César du meilleur court métrage d'animation. Ce succès international tient sans doute au fait que son univers est rempli de solides références accessibles dans l'ensemble du monde capitaliste. Son but est bien de détourner les logotypes, parasites colorés qui envahissent notre quotidien, en leur donnant une âme, parfois différentes de celle voulue par les entreprises. Le plus frappant est celui de Ronald, utilisé ici comme clown sadique présent dans de nombreux films d'horreur, loin de la figure accueillante à l'entrée des fast-foods. Ronald prend en otage Big Boy (autre symbole de fast-food) mais sera vaincu par Weight Watchers (marque de produits de régime).

L'aspect subversif s'ancre dans un scénario de blockbuster (super-production) : le méchant, les flics héroïques, la jolie serveuse Esso Girl subissant le sexisme mais qui a un grand cœur, les gamins insupportables... La mise en scène renvoie au genre de film catastrophe avec des plans au sol ou aériens, des mouvements rapides, une alternance entre gros plans (pointant une réaction ou l'origine d'une action) et plans larges (montrant la propagation dans l'ensemble de

la ville). Tout cela nourrit les caractères des personnages. À la manière des films anthropomorphiques de Disney, il est question ici de nous présenter une série de personnages évoluant dans leur univers singulier, et à qui l'on transfère des caractéristiques humaines. Les réalisateurs ont d'ailleurs en partie utilisé la même technique que certains Disney : la rotoscopie, que consiste à filmer de vrais acteurs, puis de les dessiner en restant fidèle à leur expression, leur geste...

Tout se recycle dans *Logorama*, pêle-mêle, sans distinction si ce n'est une recherche visuelle donnant du plaisir au spectateur susceptible de reconnaître un maximum de référence (en gros, 3000 logos différents composent les décors et les personnages du film) : le logo RAF de la Fraction Armée Rouge côtoie sans vergogne la virgule de Nike que forme la Californie. Tous les logos ont été utilisés sans autorisation des entreprises, ce qui renforce l'aspect populaire (appartenant à tous) de ces signes, leur présence démesurée et leur capacité à symboliser simplement des produits identifiables, devenant ainsi vite désirables.



**films passerelles** *Selfies* de Claudius Gentinetta • Massacre de Maïté Sonnet