

CASHBACK

DE SEAN ELLIS

FICHE TECHNIQUE

GRANDE-BRETAGNE - 2006 - 1h34

Réalisation & scénario :
Sean Ellis

Image :
Angus Hudson

Montage :
Scott Thomas et Carlos Domeque

Musique :
Guy Farley

Interprètes :
Sean Biggerstaff
(Ben Willis)
Emilia Fox
(Sharon Pintey)
Shaun Evans
(Sean Higgins)
Michelle Ryan
(Suzy)
Stuart Goodwin
(Jenkins)
Michael Dixon
(Barry Brickman)
Michael Lambourne
(Matt Stephens)
Marc Pickering
(Brian)



SYNOPSIS Ben Willis, étudiant aux Beaux-Arts, se fait plaquer par sa petite amie Suzy. Devenu insomniaque suite à cette rupture, il se met à travailler de nuit au supermarché du coin. Là, il fait la connaissance de quelques personnages hauts en couleur qui cultivent, chacun à leur manière, l'art de tromper l'ennui pendant les longues heures de travail. L'art de Ben consiste à imaginer qu'il suspend le temps, ce qui lui permet d'apprécier la beauté du monde «en mode pause» et des êtres qui le peuplent. Il est particulièrement sensible au charme de Sharon, la discrète caissière qui détient peut-être la clé de ses insomnies.

CRITIQUE

Au départ, *Cashback* est un court métrage de dix-huit minutes réalisé en 2003 par Sean Ellis, jeune inconnu de trente-quatre ans. Aujourd'hui, c'est devenu un long métrage très étonnant. Entre les deux formats, les enjeux dramatiques se sont teintés de complexité. Le cinéaste



nous parle toujours de Ben, un jeune homme affligé par une rupture sentimentale, partagé entre un romantisme viscéral et une désillusion lucide, dont les désirs se consomment dans le vide. Son don ? Arrêter le temps pour déshabiller les filles, chose que n'importe quel autre mec de son âge ferait. L'arrogance formelle adomasque une vraie détresse adulte (on pouvait déjà voir ça dans l'adaptation des *Lois de l'attraction*, par Roger Avary, avec sa terrible scène de suicide qui venait ternir les split screen accélérés et autres afféteries visuelles). En opposant la rude réalité de la vie à travers un boulot tantant dans un centre commercial et l'univers presque fantasmagorique d'un artiste sur le point de naître, Ellis alterne avec quelques effets voyants issus du clip et de la photo les bouffées euphoriques de l'instant présent et la tristesse des lendemains de fiesta. (...)

www.avoir-alire.com

L'affiche de *Cashback* que l'on peut voir ces temps-ci dans le métro ou le long des colonnes Morris est attirante, faut pas se mentir : on y voit une fille, ou plutôt un mannequin, faire ses courses dans un supermarché, en petite culotte, les seins à l'air. Qu'est-ce que ça peut être ? Un naveton naturiste post- *Camping* ? Une nouvelle séance d'hystérie nordique néo-Lars Von Trier ? En fait, le réalisateur Sean Ellis est aussi peu connu des cinéphiles qu'il

est respecté dans le milieu de la mode, où le jeune Anglais est un photographe en vue depuis une décade. Ayant usé tous les supports en glamorama de la planète, il a eu envie, en 2004, de faire autre chose, et a tourné en quatre nuits un court métrage dans un supermarché du quartier de White Chapel, à Londres, qui s'appelait déjà *Cashback*.

(...) [avec le passage au long métrage] On est content, c'est toujours aussi drôle et glam, mais ça ne sert pas à grand-chose au niveau du goût. Sean Ellis, pris de scrupules, a voulu broder autour de son œuvrette quelque chose de différent : en prologue, il s'est lancé dans l'exploration des rêves d'un garçon effondré par une rupture amoureuse. Il y arrive bien, glissant avec tendresse dans des flash-back inspirés et fabriquant au passage un cinéma gorgé de style qui a dû naître avec *Virgin Suicide*, de Sofia Coppola, et *La Famille Tanenbaum*, de Wes Anderson.

Hélas, la dernière demi-heure, lancée un peu aventureusement dans la comédie romantique, perd toute bizarrerie et affadit l'ensemble. *Cashback*, en français, pourrait se traduire par «donnant-donnant», et c'est le sentiment mitigé que laisse le film : inoffensif mais pas antipathique, il perd à vouloir jouer la séduction à tout prix.

Philippe Azoury
Libération - 17 janvier 2007

CE QU'EN DIT LA PRESSE

Score n°26
Julien Welter

Même s'il ne convainc pas sur la longueur (...), le jeune réalisateur anglais capte dans ses plus beaux moments une douceur nostalgique.

Le Figaro
Dominique Borde

Une comédie en demi-teinte, en équilibre instable entre la morosité et le burlesque, sans jamais tout à fait tomber dans un genre bien défini.

Le Parisien du 17/01/2007
Malgré un scénario un peu trop léger, qui fait la part trop belle aux effets spéciaux esthétisants, *Cashback* se regarde agréablement.

L'express n°2898
(*Cashback*) est un savant mélange de raffinement anglais et de fausse insouciance, composantes essentielles des meilleures comédies.

Score n°25
Julien Welter

Cashback dégage cette même sensation d'avoir devant soi un monde suspendu et inaccessible. Ici, c'est celui de la beauté féminine.

Studio n°230
Patrick Fabre

Son histoire (...) souffre de quelques longueurs (...). En revanche, son sens du cadrage, de la poésie



visuelle et même du romantisme plaident finalement en sa faveur.

Crossroads n°50

Bon, ceci étant, on a vite fait le tour de la question. Amusant sans plus, lassant si plus...

Elle n°3185

Hélène Villovitch

Encourageons-le à persévérer.

Ouest France

Une comédie fantasque et imaginative, dans le ton décalé, pour ses personnages comme pour sa mise en forme.

VSD n°1534

L'avalanche d'effets visuels nuit parfois à cette romance originale.

CinéLive n°108

Le bal des clichés pour lecteurs de «FHM» s'égrène sans complexe.

Première n°360

En dix-huit minutes, le film avait produit son petit effet (...), incitant l'auteur à l'étendre en long-métrage. Tout ce qu'il a rajouté manque de souffle autant que de vision (...).

Les Inrocks n°581

Amélie Dubois

Inepte au possible, ce film sans aspérité glisse sur nous comme un pet sur une toile cirée.

Télérama n°2975

Joli point de départ du premier court-métrage, devenu long (...). Dommage toutefois que le scénario ait davantage été étiré qu'en-

richi.

Le Monde

Isabelle Regnier

Redondances, interludes clipsques et séquences hétérogènes s'agrègent dans une mise en scène télévisuelle, sans autre nécessité que celle de rajouter des minutes.

ENTRETIEN AVEC SEAN ELLIS

Vous êtes un photographe internationalement reconnu, vous avez réalisé des clips, des publicités... Est-ce que toutes ces activités menaient naturellement à la réalisation d'un long métrage ?

Aujourd'hui, grâce à la vidéo, on peut réaliser des films pour rien. Mais quand j'étais jeune, le seul moyen de s'exercer à faire des films, c'était via le processus onéreux du 16 mm. Alors, pour réaliser les images que j'avais en tête, je me suis d'abord tourné vers la photographie - bien que le but ait toujours été de devenir cinéaste.

*Mais avez-vous dû apprendre un nouveau métier à l'occasion de la réalisation de **Cashback** ?*

On apprend en faisant, tous les jours, surtout sur un plateau. Mais ma principale formation a été de regarder des films. J'ai toujours été obsédé par cette question : «Pourquoi tel film m'a-t-il plu ?» Dès le plus jeune âge, je notais dans un cahier ce qui m'avait séduit, que ce soit dans la manière de filmer, les effets spéciaux, ou même le générique.

Vous n'aviez donc pas de pression particulière au moment de réaliser ce premier film ?

Vous savez, quand vous êtes photographe, vous avez une douzaine de personnes sur le plateau qui attendent que vous fassiez quelque chose avec votre appareil. Alors qu'en tant que réalisateur, vous êtes entouré d'un chef opérateur, d'un ingénieur du son, d'un costumier, d'un décorateur, etc. Et c'est vous qui vous reposez sur eux ! De ce point de vue, on peut dire que la pression est moins forte pour un réalisateur que pour un photographe. C'est d'ailleurs ce que j'aime dans la fabrication d'un film : travailler avec des collaborateurs.

Pour une première, vous signez en plus le scénario...

Je ne suis pas un scénariste. Mon désir d'écriture est venu du fait que je ne lisais rien qui m'intéresse. Quelqu'un m'a alors dit : «Pourquoi n'écris-tu pas toi-même ?» C'est ce que j'ai fait. Mais n'étant pas écrivain, j'ai besoin de d'abord visualiser mentalement l'intégralité du film avant de le coucher sur papier. C'est ma façon de procéder, un peu laborieuse, étrange. Ce film s'est monté incroyablement vite... Ayant réalisé le court-métrage (NDR : qui a été intégré dans le film), je me demandais comment j'allais développer cette histoire pour en faire un long. Une fois trouvés le début et la fin, je me suis dit : «A partir de maintenant, j'écris dix pages par jour». Du coup l'écriture en elle-même a

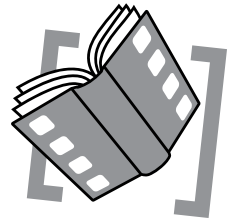


**CINÉMA[s]
LE FRANCE**

8 rue de la Valse 42100 Saint-Étienne

Le centre de Documentation du Cinéma[s] Le France, qui produit cette fiche, est ouvert au public du lundi au jeudi de 9h à 12h et de 14h30 à 17h30 et le vendredi de 9h à 11h45 et accessible en ligne sur www.abc-lefrance.com

Contact : Gilbert Castellino, Tél : 04 77 32 61 26
g.castellino@abc-lefrance.com



pris sept jours. Et on est entré en pré-production.

Vous vous rendez compte que ce genre de chose n'arrive jamais dans le milieu ?

J'avais été contacté par des studios, mais tous leurs projets prenaient un temps fou à se monter. Je ne comprenais pas : «On a un scénario, pourquoi est-ce qu'on ne tourne pas ?» On me répondait que tout n'était pas si simple, qu'il fallait faire encore du développement, de la réécriture, etc. J'en ai eu marre, j'ai écrit un scénario et j'ai dit : «Voilà l'histoire. Trouvons les acteurs, budgétisons et tournons». C'est ce qu'on a fait.

Tout simplement.

Mais c'est comme ça que ça s'est passé ! Bon, j'ai une théorie qui dit que si les choses doivent se faire, elles se font... Et si elles ne se font pas, c'est qu'il y a une bonne raison.

A quel point l'histoire de Ben est-elle votre histoire ?

Elle l'est d'une certaine manière. Je n'ai jamais travaillé de nuit dans un supermarché. Mais dans la faculté de Ben à arrêter le cours du temps, à le suspendre, à capturer des émotions, je retrouve mon travail et mes préoccupations de photographe. Et les souvenirs de jeunesse de Ben sont plus ou moins les miens. Celui de la Suédoise au pair par exemple est authentique (rires) Et dire que certains pensent que c'est un stéréotype !

Le discours de Ben sur la beauté est donc le vôtre ?

En partie. C'est vrai que la beauté peut avoir quelque chose de déprimant. Quand on la surprend, c'est tellement intense... Que ce soit une œuvre, une femme ou un homme croisés dans la rue... Il m'arrive de passer les quelques heures qui suivent bloqué sur de tels moments... Et il y en a tellement ! Ça peut vous monter à la tête tant c'est fort.

Avec Cashback, on a le sentiment que vous avez voulu travailler sur la subjectivité...

Les films que j'aime sont des films qui jouent à fond sur les émotions. C'est ce que je recherche, ces histoires dans lesquelles on plonge, on s'immerge émotionnellement. Du coup, je voulais moi aussi avec **Cashback** entraîner le spectateur dans un flot ininterrompu de pensées et d'actions – celles de Ben. Il fallait que chaque scène découle de la précédente, une sorte de courant de perceptions qui emporte le spectateur sans que celui-ci ne s'en rende compte. Ainsi les flashbacks par exemple devaient demeurer presque imperceptibles, sans rupture, afin qu'on suive le cheminement de Ben. C'est aussi le sens des séquences dans lesquelles on passe d'un décor à l'autre sans coupe.

Vous diriez que faire du cinéma c'est «fabriquer du temps» ?

Oui. Et il faut avoir quelque chose à dire. Quand on fait un film, on travaille sur la durée, ou sur une

série de moments, alors qu'en photo, tout le travail est concentré sur la capture d'une fraction de seconde... Le supermarché est un décor commun dans nos vies, mais peu utilisé au cinéma. (...)

Dans ce souci d'observation, vous avez particulièrement soigné l'écriture des seconds rôles...

Pour moi, les seconds rôles doivent être vivants, ou alors ils n'ont pas de raison d'être. Je voulais qu'on s'identifie à eux, qu'ils aient des comportements dans lesquels on se reconnaisse, ou dans lesquels on reconnaisse nos amis. Je me suis inspiré de connaissances, ou de connaissances de connaissances... D'autres se sont imposés via les acteurs qui les interprétaient, comme Jenkins, le manager. Le comédien nous a fait tellement rire sur le court métrage que j'ai eu envie d'écrire pour lui. L'ambiance étant très bonne sur le plateau, on a également pu profiter de quelques improvisations...

Dossier de presse

FILMOGRAPHIE

Long métrage :
Cashback 2006

Documents disponibles au France

Revue de presse importante
CinéLive n°108
Fiches du cinéma n°1849/1850