

## Fiche technique

**USA - 2004 - 1h38**

Réalisateur :

**Morgan Spurlock**

Image :

**Scott Ambrozy**

Montage :

**Stela Gueorguieva**

**Julie Lombardi**

Musique :

**Steve Horowitz**

**Michael Parrish**

Interprètes :

**Morgan Spurlock**

(le cobaye)

**Alexandra Jamieson**

(Alex, copine du réalisateur)

**Dr. David Satcher : ancien ministre de la santé**

**Tommy Thompson : Secrétaire d'Etat à la santé**

**John Robbins : auteur de Diet for a New America**



## Résumé

Le fast-food est partout. 37 % des enfants et des adolescents américains ont un problème de poids. Deux adultes sur trois sont atteints de surcharge pondérale ou d'obésité. Comment l'Amérique est-elle devenue aussi grosse ?

Pour mener son enquête, Morgan Spurlock a traversé les Etats-Unis et interrogé des spécialistes dans plus de vingt villes. Un ancien ministre de la santé, des profs de gym, des cuisiniers de cantines scolaires, des publicitaires, des avocats et des législateurs lui confient le résultat de leurs recherches, leurs sentiments, leurs craintes et leurs dou-

tes. Mais le fil rouge de ce documentaire est une expérience que Morgan Spurlock décide de mener sur lui-même. Sous la surveillance attentive de trois médecins, le voilà donc au régime MacMuffin, Big Mac, Royal Cheese, frites et coca.

## Critique

(...) «Si j'avais fait un documentaire classique sur la malbouffe, personne ne serait allé le voir.» Morgan Spurlock, 33 ans, a donc payé de sa personne : régime McDo exclusif pendant un mois : «J'ai voulu montrer, en accéléré, les effets de cette alimentation sur toute une vie.

**L E F R A N C E**

Les kilos en trop, les problèmes de santé...» En tournée mondiale pour défendre cette première oeuvre qui fait du bruit, le grand gaillard rouquin de passage à Paris a l'air parfaitement rétabli. «J'ai mis huit semaines pour avoir des analyses médicales normales.» Et plus d'un an à perdre les 12 kilos pris chez McDo.

Ce disciple avoué de Michael Moore se délecte aujourd'hui de l'embarras des dirigeants de McDonald's : «Ils n'ont pas voulu parler pendant le tournage. Après, ils ont juste déclaré que **Super size me** était une blague irresponsable. Mais... ils ont annoncé qu'ils allaient supprimer le menu Super size [menu hypercopieux, indisponible en France, NDLR]. Mais la veille de la sortie du film, ils ont lancé le menu Go active, avec de la salade et un podomètre... Une coïncidence, paraît-il. Et ils viennent d'annoncer que Ronald McDonald, le clown maison, allait faire une vidéo de gym... comme Jane Fonda !... C'est clair : quand des études marketing ont montré que les consommateurs trouvaient leur silence très louche, ils ont changé de tactique. En Australie, en Suisse et ailleurs, les pdg locaux me poursuivent tout au long de ma promo. Il en sort de partout, des placards, de sous les coussins ! »

Morgan Spurlock s'esclaffe... Et finit tout de même par rappeler le vrai sujet de son film : «Les Américains ne savent pas ce qu'ils mangent, prennent 50% de leurs repas à l'extérieur, et ne font pas de sport. Dans les cantines, les gosses bouffent n'importe quoi... C'est un problème de société dont McDo est le sym-

bole. Derrière, il y a les géants de l'agroalimentaire. Ces compagnies sont tentaculaires, il n'y a pas d'alternative.» (...)

*Cécile Mury*

*Télérama n° 2842 - 3 juillet 2004*

(...) Voilà une arme de combat qui nous arrive la crosse marquée d'une encoche : **Super size me**, documentaire consacré aux méfaits de McDonald's, n'était pas encore sorti que la firme renonçait à proposer son option «Super Size», qui, pour une somme modique, permettait d'augmenter la taille de chacun des ingrédients du menu.

Deux litres de boisson gazeuse sucrée et caféinée, par exemple, au lieu d'un litre et demi, pour arroser les 250 grammes de hamburger et la livre de frites.

McDonald's a annoncé l'abandon des menus Super Size quelques jours après la présentation du documentaire de Morgan Spurlock au festival américain de cinéma indépendant de Sundance, en janvier, tout en précisant que cette décision n'avait rien à voir avec la prochaine sortie du film, par ailleurs dénoncé comme partisan et sans rapport avec la réalité.

Il faut convenir que **Super size me** est de ces documentaires qui fabriquent une réalité. Pendant un mois, Morgan Spurlock, créateur de l'un des shows originels de la télé-réalité - *You Bet You Will* - a pris tous ses repas chez McDonald's. Pendant cette expérience, il a essayé toutes les propositions de la carte, et, à chaque fois qu'on lui a proposé l'option Super Size, il l'a acceptée. Avant

d'entamer ce régime, il s'est soumis aux examens de son généraliste, d'une gastro-entérologue, d'un cardiologue et d'une diététicienne, qui l'ont ensuite suivi pendant un mois.

La firme aux arches dorées (on traduit littéralement ici la périphrase en vigueur outre-Atlantique pour désigner le «maquedean» français) fait aujourd'hui valoir que ces comportements ne sont pas ceux de la vie réelle.

Il n'empêche, la démonstration de Morgan Spurlock est impressionnante. Elle repose sur la sainte terreur que voulaient susciter les tableaux comparatifs d'organes internes qui ornaient les salles de classe françaises jadis : fig A., foie d'homme sain ; fig. B., foie d'alcoolique. Sauf qu'il ne s'agit pas ici d'une image en carton, mais du corps d'un jeune Américain en pleine forme (il fait du sport, et sa petite amie est cuisinière végétarienne d'obédience végane - c'est-à-dire refusant toute exploitation animale : ni cuir ni laine ni animaux domestiques) que l'on voit se dégrader à une vitesse confondante : il se ramollit, s'agrémente d'une ceinture adipeuse et son teint devient cireux, un effet encore accentué par les tristes couleurs de la vidéo. Mais tout cela n'est rien comparé aux résultats de ses analyses sanguines : son taux de cholestérol s'envole, son foie réagit comme s'il avait affaire à de vastes quantités d'alcool, et Alex, sa compagne végane, se plaint de la dégradation de leurs rapports sexuels.

Le récit de cette diète infernale occupe à peu près la moitié de **Super size me**, le reste étant consacré à l'épidémie d'obésité

qui frappe les Etats-Unis. La première séquence du film donne quelques indications quant à l'origine de ce tsunami de cellulite. On y voit des enfants chanter une comptine mimée qui égrène les grandes marques de la restauration américaine. Ils dessinent le toit de Pizza Hut et les arches de McDonald's sans hésitation. Plus tard, Morgan Spurlock filme quelques femmes devant la Maison Blanche et leur demande de réciter le serment d'allégeance au pays que tous les enfants apprennent à l'école. Elles n'y arrivent pas, mais interprètent sans une erreur les publicités qui égrènent le menu d'une grande chaîne de restaurants.

La thèse de Spurlock, nourrie de chiffres, d'entretiens, ne surprendra pas : l'industrie agroalimentaire déploie tous les artifices du marketing pour fidéliser des clients dont les plus assidus sont baptisés «heavy users», un terme généralement utilisé dans l'analyse des dépendances. Les entreprises dirigent cette agressivité en priorité vers les enfants et utilisent les propriétés addictives des matières grasses et du sucre. Plusieurs séquences sont consacrées à l'état catastrophique des cantines scolaires. Le spectateur français ressentira sans doute un frisson en constatant que l'un des fournisseurs des cantines scolaires américaines en repas défiant le bon sens diététique est une société hexagonale, Sodexo.

Ce mélange d'immédiateté issue de la télé-réalité et de démonstration militante se révèle irréfutable et parfaitement accessible au cœur de cible commun à la restauration rapide et à Morgan Spurlock : la jeunesse. Il faudrait

un effort surhumain pour se précipiter au McDonald's quand les lumières se rallument. Le spectacle de la régurgitation du premier repas Super Size absorbé par Spurlock induit un effet quasi pavlovien : à l'avenir, il suffira d'y penser pour s'empêcher de succomber à la tentation des arches dorées.

Reste que ce type de film propagandiste, qui partage bien des procédés avec les deux derniers films de Michael Moore, se prive d'une dimension essentielle commune à la plupart des grandes œuvres du cinéma documentaire : la liberté. Rien ici n'arrive qui n'ait été organisé, prévu, voulu. Tout ou presque concourt à la démonstration d'une thèse, sans que les êtres et les lieux aient d'autre raison d'être à l'image. Morgan Spurlock et Michael Moore feront valoir que, face à la violence médiatique de la publicité ou de la communication gouvernementale, il ne faut pas lésiner sur les moyens de la contre-attaque, et la disparition des menus Super Size tend à leur donner raison. (...)

Thomas Sotinel  
*Le Monde - 30 juin 2004*

## L'avis de la presse

*Télérama - Aurélien Ferenczi*  
Entre Michael Moore et «Jackass», Morgan Spurlock suit un mois de régime McDo et filme les dégâts. Impressionnant !

*TéléCinéObs - Bijan Anquetil*  
Au-delà d'une mise en scène divertissante et pleine d'humour, Morgan Spurlock interroge les habitudes alimentaires des Américains et dénonce les méthodes douteuses de la toute-puissante industrie agroalimentaire. La malbouffe a trouvé son Michael Moore.

*Fluctuat.net - Agathe Moroval*  
**Super size me** est un film super-size. Spurlock a parfois tendance à en faire un tout petit peu trop : les inserts en animation ou les collages sur l'écran ne sont pas toujours du meilleur goût. Mais le documentaire, doublé de cette hallucinante auto-fiction expérimentale, est efficace, drôle et surprenant. Un chef-d'œuvre de politically incorrect, sans pitié pour l'Américain moyen - surtout s'il est obèse.

*Télérama - Aurélien Ferenczi*  
Morgan Spurlock en appelle à la raison, statistiques et témoignages d'experts à l'appui, mais aussi pas mal à l'émotion, dégoût garanti à plusieurs reprises, notamment au moment du "Mac Vomi"... Tel est le "néo-docu" à l'américaine, où la part ludique est essentielle, sans nuire pour autant à l'engagement et à l'analyse. (...) En sortant de **Super size me**, l'estomac au bord des lèvres, bien malin qui saura désormais choisir ses menus en

étant certain d'exercer son libre-arbitre...

*L'Express - Christophe Carrière*  
**Super size me** décrit si bien les ravages que provoquent les fast-foods qu'il coupe l'appétit.

*Le Figaro - Dominique Borde*  
Un documentaire choc, **Super size me** (textuellement : Grossissez-moi). Ou pourquoi et comment deux Américains sur trois sont obèses ou en surpoids tandis que la chaîne des McDo représente 43% du marché des fast-foods aux Etats-Unis. L'équation est imparable comme son film.

*Ciné Live - Laurent Djian*  
Un docu décapant, saisissant et délirant sur les dangers de la malbouffe. Voilà ce qu'on appelle un tract anti-fast-food réussi sur toute la ligne.

*MCinéma.com - Franz Miceli*  
Si **Super size me** s'avère extrêmement bien documenté, on regrettera qu'il ne s'intéresse qu'à McDo, et ne puisse effectuer la prise de recul nécessaire à ce type d'exercice. **Super size me** fait, certes, souvent mouche (des McDo dans les hôpitaux !). Dommage que le miroir, loin de toujours atteindre la finesse escomptée, se fasse un peu trop grossissant.

*Aden - La rédaction*  
A la manière d'un Michael Moore qui impose sa silhouette patoude dans le champ et donne sans

retenue dans la subjectivité, Morgan Spurlock met son corps en première ligne, sans peur de sombrer dans la blague de potache. Il apparaît vite que ce réalisateur de films publicitaires et de vidéos clips manie sur le bout des doigts les méthodes qu'il dénonce...

## Le réalisateur

Morgan Spurlock sort diplômé de la New York University en 1993. En 1994, il décroche un travail d'assistant de production sur le tournage du film **Léon**, de Luc Besson. En près de douze années, ce véritable touche-à-tout conçoit et réalise plus de 60 projets, parmi lesquels des films publicitaires, vidéo-clips et émissions de télévision. A ce titre, il travaille régulièrement pour les chaînes MTV, NBC ou encore FOX. En 1999, il monte une pièce de théâtre, *The Phoenix*, qui rencontre un franc succès : elle remporte le Prix du public au New York International Fringe Festival, puis est élue meilleure pièce à l'occasion de la Route 66 American Playwriting Competition. En 2000, son film institutionnel **Do You dream in Sony ?** est récompensé par le Chicago Film Festival et par le U.S Film and Video Festival. La même année, il lance, avec sa compagnie *The Con* (« l'arnaque ») le programme sur internet baptisé *I Bet You Will*. Devant son succès, ce con-

cept est adapté en 2002 pour la télévision, pour la chaîne MTV. Après en avoir produit 53 épisodes, la compagnie décide de réinjecter les bénéfices dans son premier long métrage, un documentaire : **Super size me**, consacré aux ravages des fast food sur la santé des consommateurs.

[www.allocine.fr](http://www.allocine.fr)

## Filmographie

Longs métrages :  
**Do You dream in Sony ?** 2000  
**Super size me** 2004

### Documents disponibles au France

Revue de presse importante

**Pour plus de renseignements :**  
tél : 04 77 32 61 26  
[g.castellino@abc-lefrance.com](mailto:g.castellino@abc-lefrance.com)