



The big one

de Michael Moore

Fiche technique

USA - 1999 - 1h26 -
Couleur

Réalisation et scénario :

Michael Moore

Image :

Brian Danitz

Chris Smith

Montage :

Meg Reticker

Son :

Sarah Price

Interprètes :

Michael Moore

Garrison Keillor

Rack Nielsen

Phil Knight



Résumé

Il y a dix ans, General Motors fermait ses usines de construction automobile à Flint dans le Michigan, la ville où vit Michael Moore. Doté d'un fort potentiel d'indignation et un sacré sens de l'humour, il s'interrogeait : où était donc Roger Smith, le Pdg de General Motors, quand Flint devenait une zone économiquement sinistrée ? Cette question est au cœur de **Roger et moi**, son premier film. Michael Moore s'attaque dans **The Big One** au reste du patronat américain. En cherchant la réponse à une autre question : à l'heure où les sociétés affichent des bénéfices, pourquoi le travail devient-il précaire ?

Critique

(...) Le pays connaît une phase de croissance historique. Le chômage est au plus bas. En tournée dans les grandes villes américaines pour promouvoir son best-seller, *Downsize this ! (Dégraissez-moi ça !)*, Michael Moore montre une réalité tout autre : des entreprises certes florissantes, des bénéfiques records, mais des patrons virant des employés pourtant payés au lance-pierre - cinq ou six dollars de l'heure - pour réimplanter leurs usines au Mexique ou en Indonésie. Aussitôt, la locomotive Michael Moore se met en branle, la chasse au pdg reprend tous azimuts...

En France, un tel sujet nous aurait valu au mieux un documentaire documenté de six heures, au pire un pensum de sociologue dans un grand quotidien. Mais on est en Amérique, pays de *l'entertainment*, et

L E F R A N C E

www.abc-lefrance.com

Michael Moore est un type qui «*préfère voir des gens heureux et qui s'amuse*». Dès les premières images, on est fixé : son enquête ne sera pas seulement trépidante, mais gaguesque, émouvante, féroce. En clair... cinématographique !

Comme dans un film hollywoodien, il y a un héros, un bonhomme gargantuesque qui revendique le plaisir de la notoriété, se met en scène avec jubilation, se moque de ses kilos en trop (dont son éditeur fait un argument de vente, «*Vous devez continuer à ressembler à ça*»), assume ses contradictions - confier la distribution de son livre aux drugstores plutôt qu'aux librairies indépendantes, quitte à devoir prendre la défense des vendeurs exploités.

Cette locomotive fait feu de tout bois : entre séances de signature et One-man shows tendance Coluche, Michael Moore, talonné par son cameraman, débarque à l'improviste dans les halls des entreprises rapaces pour des happenings impitoyables. Car en face du héros, il y a les *bad guys*, spécialistes des relations publiques et autres directeurs des ressources humaines qui tentent de lui faire obstacle, bien plus pathétiques que méchants d'ailleurs. C'est que, face à la locomotive Michael Moore, ils font figure de wagons de marchandise : «*Vous auriez dû nous prévenir, on aurait été mieux préparés.*» La réponse " *Vous auriez dû prévenir les ouvriers [de leur licenciement], ils auraient été mieux préparés.*"

On comprend rapidement que ce type est leur cauchemar - vous lui parlez, vous êtes foutus. Vous refusez de lui parler, vous êtes aussi foutus... Ses raisonnements par l'absurde sont implacables - «*Vous fermez parce que les bénéficiaires sont très élevés. Me permettez-vous de dire à vos ouvriers que s'ils avaient moins bien travaillé ils n'auraient pas été licenciés ?*» Vient l'estocade : Michael Moore ne débarque jamais sans ses «*cadeaux*», des diplômes de «*meilleur réducteur d'emplois de l'année*», des chèques géants de 80 cents «*pour payer*

le premier Mexicain qui fera la première heure de travail pour vous»...

Et puis il y a, comme chez Capra, le bon peuple américain, «*ces gens honnêtes et travailleurs*» à qui Clinton avait promis des jours meilleurs ; salariés licenciés, spectateurs de ses shows ou acheteurs de son livre qui sont bien souvent les mêmes. Il est à leur côté, il les soutient dans leur malheur, il les fait rire, il leur redonne un peu de dignité.

Dans cette distribution des rôles presque trop parfaite, ne manque plus que l'affreux pdg... Et c'est là que la machine gagne en subtilité, et l'on se dit que ce Michael Moore est décidément un fieffé rusé, ou un sacré chanceux en lieu et place d'un rapace de Wall Street en costume-cravate, il nous sort de son chapeau Phil Knight, Pdg de Nike. Comme par magie de passage à Portland, Michael Moore, qui désespérait de trouver son patron, apprend que «*Phil aimerait lui parler*». Or, Phil n'est pas seulement un formidable homme d'affaires, c'est un type vraiment sympa, hyper cool, tee-shirt, jean - et je ne vous parle pas de ses chaussures -, barbiche, l'éclat de rire facile, le genre à décompresser le soir en fumant des pétards. D'ailleurs, sa femme, sûrement une progressiste, lui a offert le bouquin de Michael Moore.

Et l'on assiste à son «*assassinat*», en deux coups de cuillère à pot : Phil va s'enfoncer grave, très grave. Ne ratez surtout pas sa dernière image, son regard final : c'est celui d'un petit garçon pris en faute, d'un gamin qui a compris qu'il a perdu la partie. Ultime rouerie du prédateur ou réel désarroi d'un homme devant l'irréversible perte de son sens moral ?

Du cinoche, du grand cinoche : face aux méthodes de voyous des capitalistes fin de millénaire, Michael Moore, artiste de l'agit-prop, revendique les trucs, les pièges et tous les artifices du cinéma. En bon élève de Dziga Vertov, (...) il manipule, met en parallèle, rebondit, et donne à sa démonstration, sur fond de rock pim-pant, un rythme trépidant. Il s'autorise

tout, ne se refuse rien, pas même des zooms bien voyants pour pointer là où ça fait mal. Et ça fait mal. Ça nous fait du bien. " *J'espère que les gens ressortiront de ce film en colère*", Michael Moore, qui n'hésite pas à convoquer les mânes de ses ancêtres : " *J'ai lu la Constitution américaine : le mot actionnaire n'y apparaît nulle part.*" On n'en ressort pas forcément en colère, mais heureux. Bêtement heureux. Allez, camarade, encore un effort pour être révolutionnaire.

Vincent Remy

Télérama n°2600 - 10 Novembre 1999

(...) Dans **The Big One**, de ville en ville, il réalise (...) en miniature la situation de **Roger et moi**, et cherche à rencontrer le pdg d'une firme qui vient de licencier, sans réel espoir de réussite mais plutôt avec l'intention de filmer sa défaite programmée face aux puissants. L'écriture documentaire - un montage serré, trépidant, d'un matériau audiovisuel mêlant le métrage de première main et les images d'archives - n'a rien perdu de son efficacité. Mais là où **Roger** se voulait aussi soigné que possible, **The Big One** expose les signes officiels du cinéma-vérité : images floues, fouillis sonore, caméra tremblante ou détournée de son objectif. Une ostentation un peu vaine, à mettre au compte des méthodes parfois douteuses de Moore : à l'époque de **Roger**, on l'avait accusé de triturer les faits et la chronologie ; aujourd'hui, on pourrait mettre en doute sinon la sincérité, du moins la spontanéité de son attitude.

D'autant qu'il prend davantage de repères par rapport au cinéma dominant ; **The Big One** est une variation sur un modèle reconnu, le «film de tournée» qui, tout en les raillant, n'en inclut pas moins les stéréotypes du genre (voir le **Wild Man Blues** de Barbara Kopple). Au cœur du *road movie* se trouve un Michael Moore toujours en représentation : dans **Roger et moi**, l'enquêteur s'effaçait physiquement, souvent en amorce, relégué dans un contrechamp invisible ou dans le seul champ de la voix *off* ; **The Big One** est en revanche un vrai travail de stand-up comic, qui mêle étroitement show-biz et show social dans un dispositif de spectacle permanent.

C'est que l'homme, naguère journaliste de la presse alternative, est maintenant fort connu, et bombardé porte-drapeau des laissés-pour-compte du boom économique. Même si ses émissions télévisées (*TVNation*, *The Awful Truth*) connaissent des déboires, il est devenu une icône de l'indignation, donnant une voix aux petits et aux chômeurs contre les firmes impitoyables. Il contribue d'ailleurs active-

ment à construire sa propre mythologie, à l'aide de livres qui immortalisent son travail (par exemple les dix-sept épisodes de sa première émission de télévision, *TV Nation*), d'apparitions qui fixent les contours de son personnage public (voir son récent *cameo* dans **Ed TV** de Ron Howard), enfin d'un site Internet très actif, où l'on voit que ce militant du troisième type s'adresse plus à la *web nation* qu'à la *working-class*.

Cette vedettarisation entraîne une légère baisse d'agressivité - la cruauté et le cynisme visuel du premier film se sont beaucoup atténués, cédant au crépitement de bons mots d'un humour plus consensuel. On n'écorche plus les lapins en temps réel dans **The Big One**, et le niveau satirique est un peu moins du côté de Voltaire et de Swift, un peu plus du côté d'un Pee-Wee bavard ou d'un Woody Allen version classe ouvrière. Cela ne fait pas oublier pour autant que Moore, dans une cinématographie qui laisse si peu de place à la non-fiction et au politique, réussit à imposer encore une fois un manifeste social grand public, et à pulvériser l'image médiatisée de l'Amérique comme paradis de la croissance où les patrons courtisent leurs salariés à coup de BMW et de *stock-options*. On se laisse envahir par l'euphorie de cette croisade menée par un géant débonnaire et prêt à tout même à se laisser piéger par la rouerie du pdg de Nike, Phil Knight, qui espère neutraliser le trublion en l'accueillant à bras ouverts. Aurait-on imaginé, à l'époque de **Roger**, que Roger Smith ouvre à son poursuivant l'étage directorial de General Motors ? La tentative de récupération échoue, bien sûr, car l'avantage du cinéaste est de n'être asservi à aucune raideur militante. Il pratique une stratégie du compromis qui le met à égale distance de la lutte politique et du grand capitalisme, dont il dénonce l'avidité ("N'ont-ils donc jamais assez d'argent ?" se plaît-il à demander), mais pas les principes fondateurs. Comme il n'est pas question de remettre ces principes en cause, ni de proposer de

réelles solutions politiques, Moore réajuste sans cesse le tire avec une souplesse qui déconcerte son adversaire, et en vient à se contenter de petites victoires - il ne peut pas forcer Phil Knight à fabriquer ses chaussures aux États-Unis, mais peut lui arracher 10 000 dollars et lui faire avouer publiquement que Nike emploie dans ses usines indonésiennes des enfants de 14 ans.

Inutile de se répandre en reproches de démagogie : cette démarche se place surtout sur le plan du symbolique, qu'il s'agisse du «baiser au chômeur», du chèque de 80 *cents* offert aux pdg pour payer la première heure de travail délocalisé au Mexique, ou de rebaptiser les États-Unis. Les documentaires «alternatifs» de Michael Moore nous ramènent, en fait, au cœur de la tradition hollywoodienne : le cinéma comme grand pourvoyeur de symboles, comme véhicule d'une sorte de pensée utopique modérée, privilégiant l'épanouissement de l'individu dans la communauté. Pour le dire vite, on est dans la lignée d'un idéalisme à la Capra, provocation en plus, merveilleux en moins. Car le *happy ending* de conte de fées, évoqué à la fin du film, n'est hélas que virtuel : Moore est le premier à savoir que son combat ne peut avoir ni fin heureuse ni fin tout court.

Jacqueline Nacache
Positif n°466 - Décembre 1999

Rendu célèbre par **Roger and Me** et **Canadian Bacon**, Michael Moore a écrit un best-seller et, devenu une star de la contestation, a effectué une tournée promotionnelle à travers le pays. Là, il a tourné ce documentaire dont la première fonction est de vérifier son livre - ville après ville, il retrouve cela même qu'il y a dénoncé, les licenciements massifs, les fermetures d'usines, le pipeau monocorde des cadres ; même absurdité partout : plus on gagne d'argent, plus on «réduit». Mais l'essentiel, c'est bien la certitude d'emblée proclamée et toujours reprise d'être dans le vrai, et son autosatisfaite mise en spectacle. Moore en fait le fonds de commerce de ses pérégrinations, où il alterne signatures, *shows* et visites aux entreprises, recevant tout frémissamment de censure comme la marque de son triomphe personnel, la preuve très délectable que décidément, il a raison d'avoir raison. D'un point de vue politique - bien que le constat soit juste -, ça ne va pas loin. D'un point de vue de cinéma, c'est zéro : ce souci de constante confirmation entraîne une construction fastidieuse et vite fatigante, où les étapes s'enchaînent au pas de charge, sans que jamais le problème soit abordé autrement que sous l'angle de la compassion humide (*give me a Big hug*) et du scandale. Le spectateur, obligatoirement, est du bon côté-, celui des rieurs et des mécontents, comme si sur terre il y avait deux mondes : celui des acteurs sociaux, clairement partagé en deux ; celui des spectateurs unis, homogène tous révoltés : tous des petits Michael Moore. Chez lui, il y a un peu du prêtre, de l'assistante sociale, du nounours consolateur, du comique itinérant, mais rien du cinéaste et *leader* politiques auxquels pourtant il pose. Lorsqu'il rencontre le patron de Nike, il cherche seulement à refaire la caméra cachée ou à mettre en boîte un bêtisier mai-

son, comme Pierre Carles et son trop célèbre **Pas vu pas pris**. (...)

Emmanuel Burdeau
Cahiers du Cinéma n°540 - Novembre 99

Filmographie

Paradise, Hawaiian style Paradis hawaïen	1966
M. Deathman Le liquidateur	1983
Roger and me Roger et moi	1989
Canadian Bacon	1995
The Big One	1999

Documents disponibles au France

Positif n°466 - Décembre 1999
Cahiers du Cinéma n°540 - Nov. 1999
Télérama n°2600 - 10 Novembre 1999
Les Inrockuptibles n°220 - 10 Nov. 1999
Dossier distributeur