





-  Discuter sur le lien argent/travail : il faut travailler pour gagner de l'argent, pour s'acheter ce que l'on veut... Parler des gains des footballeurs, en prenant des comparaisons : l'attaquant du Paris-Saint-Germain Zlatan Ibrahimovic gagnera cette saison 14 millions d'euros nets par an, calculer combien de fois en plus cela représente-t-il par rapport à un salaire de professeur, par exemple (plus de 600 fois !).
-  Que signifie "être fan" de quelqu'un ? Quels types de personnalités peuvent être des idoles (sport, musique, cinéma) ? Jusqu'où peut-on aller pour elles ? Parler du mimétisme du look, par exemple...
-  La construction du film repose sur le principe du flashback, puisqu'on fait connaissance avec les deux garçons sur le quai de la gare et on les retrouve au même endroit par la suite. Expliquer le procédé, qui existe aussi en littérature. Comment est utilisée la voix off et à qui correspond-elle ?
-  La crise est un élément important dans le film : pourquoi le comparatif avec la fable de La Fontaine, *La Cigale et la fourmi* ? Pourquoi la référence à la Grèce à travers les deux frères gérants du fast-food ? Qui est touché en premier lieu ?

Les cahiers pédagogiques ainsi que de la documentation sur les films sont téléchargeables dans la rubrique Jeune Public du site internet.

Rédaction : Christophe Chauville

Dès 8 ans

# DES CONTES ET DES COULEURS

## LE MAILLOT DE CRISTIANO Vincent Bruno



17' / 2011 / Belgique

Tom et P'tit Lu, onze ans, rêvent de s'acheter le maillot de Cristiano Ronaldo. Il va leur falloir trouver un moyen de se le procurer.



Les deux garçons qui sont les héros du court métrage belge *Le Maillot de Cristiano* offrent une possibilité d'identification aux gamins du monde entier et le film a d'ailleurs été présenté dans des festivals sur tous les continents. Quoi de plus commun, en effet, lorsqu'on a onze ans, que d'être fan absolu d'un footballeur vedette ? Tom et Louis, dit "P'tit Lu" (car il croque en permanence des biscuits de cette marque) ont pour idole commune le joueur portugais Cristiano Ronaldo, qu'ils appellent d'ailleurs, en signe d'affection supplémentaire, "Cristiano" (ce qui permet aussi de le distinguer de l'autre Ronaldo, brésilien pour sa part, qui fut l'un des plus grands noms de la génération précédente).

**Sur le registre d'une comédie très enlevée, Vincent Bruno entremêle plusieurs thèmes et porte un regard savoureux sur l'enfance, sur l'époque et sur l'enfance de l'époque !** Avant tout, les deux amis ont choisi de porter leur admiration sur ce joueur et pas un autre – et le réalisateur dans le même temps –, ce qui a aussi un sens "inconscient" : au contraire de Lionel Messi ou de Kaka, garçons discrets et plutôt lisses, Cristiano Ronaldo a un tempérament de feu, balade son arrogance et son air de perpétuelle défiance sur les terrains, il ne cache pas aimer l'argent et personnifie l'ère du règne d'un "bling-bling" ostentatoire. De manière subliminale, il n'y a pour les deux gosses de la cité pas seulement la réalité d'aduler simplement le "meilleur" de son sport, mais aussi une posture, une classe supposée, une fortune décomplexée (lorsque Cristiano reçoit le Ballon d'or, P'tit Lu insiste sur le métal dans laquelle est moulée cette récompense suprême).

Le rapport à l'argent, Tom et P'tit Lu le côtoient et l'expérimentent en permanence puisque le réalisateur choisit naturellement de faire se dérouler son histoire à l'époque contemporaine qui est, pour les pays européens, celle de la Crise, venue des États-Unis à partir de 2008. Si l'on se fie aux éléments du contexte livrés dans le film, c'est précisément le moment de l'action, car le footballeur a reçu son Ballon d'or cette année-là. L'argent, c'est donc avant tout celui qui sera nécessaire à acquérir le maillot correspondant à celui de l'idole, à savoir la somme de 89 euros, ce qui est conséquent, surtout pour des enfants... C'est tout le consumérisme du mode de vie occidental, en régime capitaliste, qui est au passage pointé du doigt : on fait saliver les consommateurs dès leur plus jeune âge, par le biais de produits dont le prix apparaît réellement disproportionné... Puisque nous sommes dans une sorte de "feel good movie", il n'est jamais question de délinquance pour les deux gamins : ils ne vont pas voler, mais se contenter de récupérer des objets chez leurs parents respectifs pour les revendre "en seconde main", le marché de l'occasion étant florissant pendant toute période de précarité économique... La malhonnêteté du duo est donc très relative et semble même justifiée, puisque que ceux qui sont censés leur offrir l'objet de leurs rêves en sont incapables (ce qui est aussi parfaitement compréhensible !).

C'est donc le roman d'un apprentissage du monde actuel que nous propose le récit, la séquence au bureau de Pôle Emploi, du moins son équivalent belge, étant non seulement délicieuse de drôlerie, mais également révélatrice : on vient y chercher ce qui n'existe plus, le travail, ce qui constitue une sacrée révélation pour nos héros, encore assez angéliques en la matière.

**D'un point de vue cinématographique, les outils de mise en scène utilisés installent une forte proximité avec l'attachant tandem, ce que médiatisent avant tout de nombreux regards caméra, particulièrement de la part de Tom, qui est le narrateur du film et s'adresse régulièrement au spectateur de façon directe, en le "regardant"...** Des accélérations du rythme de défilement de l'image, comme lorsque les deux enfants tournent d'un coup la tête vers la télévision de leur fast-food préféré, alors qu'ils entendent prononcer le nom de leur "dieu", donnent énergie et cocasserie à la narration, tout comme la direction d'acteurs. Les jeunes interprètes font en effet preuve de beaucoup de naturel et rappellent les enfants des films de la grande époque de la comédie italienne – les musiques convoquées, celles du compositeur transalpin Nicola Piovani, accentuant la ressemblance.

La conclusion du film, qui est aussi en un sens une chute, en dit à son tour beaucoup sur la société et la gangrène ayant gagné le monde d'un sport ultra médiatisé (comme l'est désormais devenu le football). Cristiano Ronaldo quitte le club de Manchester United pour celui du Real Madrid et le maillot durement acquis par Tom et P'tit Lu est d'un coup obsolète ; la fidélité et la ferveur qui existent pour de jeunes supporters de onze ans est une valeur irrémédiablement envolée dans l'esprit de celui qu'ils vénèrent, d'abord et avant tout mené par l'appât du gain. La bonne nouvelle, c'est que l'on peut tout de même encore en rire...

