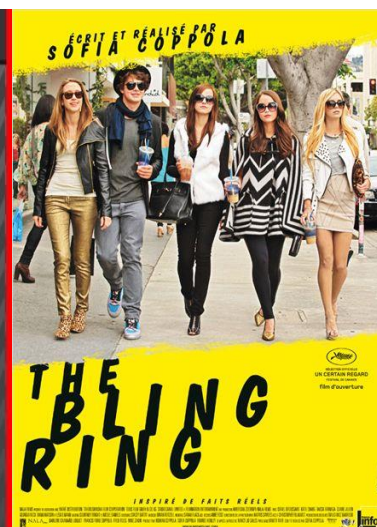


## Fiche pédagogique

## The Bling Ring

Sortie en salles :  
12 juin 2013



Film long métrage, USA, 2013

Titre original : The Bling Ring

Réalisation : Sofia Coppola

Interprètes : Israel Broussard, Emma Watson, Taissa Farmiga, Katie Chang, Claire Julien, Georgia Rock, Leslie Mann.

Version originale anglaise - sous-titres allemand/français

Durée : 1h30

Distribution en Suisse :  
Pathé Films Distribution

Public concerné :

Âge légal : 14 ans

Âge conseillé : 16 ans

[www.filmages.ch/](http://www.filmages.ch/)

[www.filmrating.ch/](http://www.filmrating.ch/)

Festival de Cannes 2013 :

Film d'ouverture de la section  
Un Certain regard

## Résumé

Ce film fait la chronique d'une jeunesse dorée, narcissique, obsédée par les marques et les célébrités, inspirée d'un vrai gang d'adolescents cambrioleurs à Los Angeles dans les années 2008 et 2009. Les protagonistes - un garçon et quatre filles - vivent dans l'opulence avec des parents absents ou permissifs à l'extrême, s'intéressent peu à l'école et passent leur temps à décortiquer les marques portées par les *people*. Le vrai gang, surnommé par la presse le «Bling Ring», traquait l'agenda des célébrités sur Internet pour ensuite cambrioler leurs résidences en leur absence, réussissant au final à s'emparer de plus de 3 millions de dollars de bijoux, vêtements et chaussures. Sofia Coppola en a tiré un scénario aux dialogues minimalistes, présentant des gosses de riches désarmants de vacuité, évoluant dans une bulle insouciance. Leur première victime n'est autre que Paris Hilton, l'incontournable héritière *bimbo*, qui a scellé son statut de *fashion victim* en prêtant sa maison pour le tournage.

Sofia Coppola promène sa caméra dans les recoins de cette caverne d'Ali Baba de la consommation de luxe, où le gang fait des incursions répétées, prenant la clef sous le paillason comme dans une série de *télé-réalité*. Les adolescents visitent aussi les villas d'autres personnalités : Lindsay Lohan, Orlando Bloom ou Rachel Bilson. Avant de passer, à leur grand effarement, par la case prison, les jeunes s'admirent dans la glace avec leur butin. Ou alors ils sniffent de la *coke* lors de soirées en discothèque bien arrosées, au cours desquelles ils se prennent en photo afin de les diffuser aussitôt sur *Facebook*. Le vol d'objets de marque devient peu à peu un passe-temps majeur, frénétique et caricatural. La réplique : «*Je veux du Chanel, allons faire du shopping (Let's go shopping !)* » restituée à elle seule toute la désinvolture, l'insolence tragi-comique de leur situation qui se résume au fond à un désir mimétique obsessionnel à l'égard de personnages certes connus dans le monde entier, mais dramatiquement creux.

## Disciplines et thèmes concernés :

### Education aux médias, FG MITIC Echanges, communication et recherche sur Internet

Connaître, évaluer et utiliser Internet comme source d'information et moyen de communication et exercer un regard critique sur les sites et sur la navigation Internet.

Application des règles de sécurité sur ses données personnelles et celles de ses pairs (problème de chat, forum, blog, ...) en se sensibilisant aux types de sollicitations.

### Education aux médias

La représentation de l'adolescence au cinéma. Les références à l'art contemporain chez Sofia Coppola. Sa manière de filmer et de restituer les nouveaux médias, *YouTube*, *Facebook* etc...

### Objectif FG 31 MITIC du PER

### FG, Santé et bien-être

Perception et reconnaissance des situations à risque (violences, racket, consommation de tabac-cannabis, alcool, dépendances ...) et des possibilités d'y répondre.

Prise de conscience de ses qualités, aptitudes, intérêts personnels et mise en évidence des liens entre ses choix et leurs conséquences.

### Objectif FG 32 du PER

### FG, Vivre ensemble et exercice de la démocratie :

#### Reconnaître l'altérité et la situer dans son contexte culturel et social :

Analyse du phénomène de groupe par opposition à l'action individuelle, réflexion sur les valeurs véhiculées et la description d'éléments extérieurs (habits, attitudes, musiques, langages, ...) qui rendent un groupe identifiable.

### Objectif FG 36 du PER

### FG, Interdépendances :

Prendre conscience de ses comportements de consommation et de leurs conséquences

### (Objectif FG 37 du PER)

## Commentaires

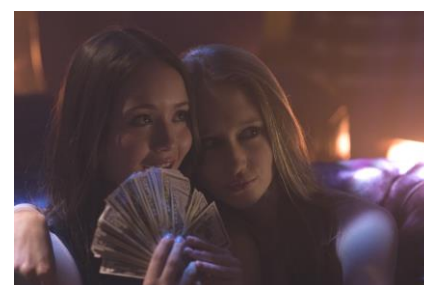
A l'origine de ce film, un article paru dans le mensuel américain *Vanity Fair*, intitulé « Les suspects portaient des Louboutin », rédigé par Nancy Jo Sales, avec une interview d'une des membres du « Bling Ring ». Interpellée par ce récit, Sofia Coppola a contacté la journaliste, laquelle lui a donné accès aux interviews des autres membres du gang ainsi qu'aux rapports de police s'y rapportant. Par la suite, la rencontre avec ces adolescents s'est révélée déterminante dans le démarrage du projet car « ça disait quelque chose de la culture actuelle », ce qui a emballé la maison de production familiale.

Il s'agit du premier film de Sofia Coppola qui s'inspire de faits réels contemporains. Après *Virgin Suicides*, réalisé en 2000, la fille du grand Francis Ford Coppola a connu un immense succès avec *Lost in Translation* en 2004, puis une réussite plus modérée avec *Marie Antoinette* en 2006 et *Somewhere* en 2011. Si l'on veut trouver un dénominateur commun à ce début de carrière flamboyant, il faut le chercher derrière la fragilité de cette jeune femme bien née, devenue, comme malgré elle, une icône branchée de la scène hollywoodienne. Ce thème récurrent est le décalage de l'adolescence avec le monde réel, rude et cruel, des adultes. *The Bling Ring* poursuit l'exploration de ce choc entre générations puisque tous ses protagonistes profitent (et souffrent) d'un abysmal vide parental, à l'origine de leur dérive.

### Génération « on line »

Internet, Twitter et *Facebook* (littéralement : *le livre des visages*) ont une grande importance dans le fait divers à l'origine de ce long-métrage. Notre époque se caractérise en effet par l'apparition d'une information immédiate et souvent superficielle au moyen de

laquelle on peut vérifier en permanence, en continu, l'état de son statut social, celui de ses proches et de ses idoles. Les filles et le garçon du film vivent dans ce monde de l'accès perpétuel, où ce qui a été vu sur *la toile* – les habits de marque des *people*, leurs luxueuses villas, leurs bijoux et leur argent de poche – devrait pouvoir se télécharger dans le réel. Un peu comme si dévaliser le luxe était la meilleure façon d'en jouir. Mais le danger rôde autour des nouveaux médias car si les téléphones sont devenus *smart* (intelligents), la matière grise des utilisateurs n'a pas forcément suivi la même courbe. Les images des larcins et du butin récolté ne peuvent rester intimes bien longtemps. Le désir de notoriété se révèle contagieux, comme s'il était attaché, à la manière d'un anti-vol, aux objets dérobés, lesquels retournent ainsi, via les réseaux sociaux, à la case départ, celle de l'exhibitionnisme compulsif de la richesse.



**Du star system à la « peoplisation »** (néologisme dérivé de « people » - faux anglicisme pour personnage public, en anglais on parle de *celebrities*).

C'est le producteur indépendant Carl Laemmle que l'on considère comme l'inventeur du *star system* vers 1911. Il est en effet le premier à employer de nouveaux moyens publicitaires liés à ses acteurs sous contrat, en développant un commerce d'informations à leur sujet. Rapidement les grands *Studios* hollywoodiens vont rationaliser ce système de capitalisation de l'image privée que l'on a préalablement fabri-

quée. La *star* devient ainsi peu-à-peu première par rapport au film, celui-ci étant alors réduit au statut de « véhicule » pour celle-là. Les auditions (*castings*) afin de dénicher la perle rare font passer jusqu'à plus de deux mille candidats devant les commissions des *Studios*. La *star* sélectionnée sera ensuite formée, à la fois au jeu d'acteur mais aussi à sa capacité de fasciner les foules. Toutefois, une contradiction se fait rapidement jour entre la perfection (beauté, charisme, théâtralité...) demandée aux vedettes et le côté naturel que l'on attend d'elles afin qu'elles soient proches du public.



Au fil des décennies, c'est bien cet aspect vulgaire (précision : *qui est admis, pratiqué par la grande majorité des personnes composant une collectivité, appartenant à une culture*) qui va prendre le dessus jusqu'aux extrêmes de la *télé-réalité*, permettant à d'illustres inconnus de se réclamer de leur propre banalité pour entrer dans le jeu et y décrocher parfois le titre tant convoité de *star*. Mais ce qui compte avant tout aujourd'hui, ce sont la rumeur, les ragots liés à ces personnages, leurs signes extérieurs de richesse, beaucoup plus que ce dont ils sont artistiquement capables. Le régime de corruption généralisée que ce système implique, son absence de contenu ainsi que la structure sociale trop inégale qui l'accompagne commencent à agacer son public jusque-là amu-

sé. On peut dès lors se poser cette question paradoxale : alors que les *stars* ne peuvent exister sans médiatisation, n'arrive-t-on pas à un stade où l'excès de médiatisation pourrait se retourner contre elles ?

### **Le re-enactment ou l'art à mi-chemin entre réalité et fiction.**

Très influencée par l'art vidéo, Sofia Coppola emprunte pour la première fois dans *The Bling Ring*, les chemins du *re-enactment*, en vogue depuis une quinzaine d'années. Contrairement au *remake*, ce mode de narration consiste, non pas seulement à rejouer, mais à déplacer des faits historiques, politiques ou artistiques pré-existants. Dans le cas présent, cela consiste à procéder, dans un premier temps, à un examen approfondi des faits (rapports de police, témoignages etc...), puis à étudier le contexte culturel de ses protagonistes à travers les *reality-shows* et les réseaux sociaux, afin de les restituer le plus fidèlement possible à l'écran.



Par ce biais, en tentant de coller au plus près de ce qui a bien pu fasciner ces jeunes gens sur le plan formel et esthétique, la cinéaste contribue à combler un peu de la vacuité qui les habite en même temps qu'elle conforte sa propre image, peut-être un peu trop lisse, d'artiste contemporaine.

## Objectifs pédagogiques :

- Prendre conscience des tentations, puis des problèmes et dangers liés à l'usage des réseaux sociaux et d'Internet
- Comprendre le lien entre l'éducation, le contrôle parental et la délinquance
- Analyser le phénomène du *star system* (vedettariat) et son évolution dans le temps
- Débattre de la question de la sphère privée : ses limites, son respect, ses violations ; au propre (objets, domicile) comme au figuré (intimité, réputation)
- Identifier les comportements consuméristes liés à l'apparence (vêtements, bijoux, chaussures etc...) et mesurer leur impact sur l'environnement et la vie sociale sous nos latitudes et dans les pays producteurs (Bangladesh par exemple)
- Se pencher sur la doctrine du « Secret », dont la mère de Nicky, Sam et Emily dans le film est une adepte. Le livre de Rhonda Byrne a connu un immense succès commercial et donné lieu à de nombreuses suites et à un film. Cette théorie du succès facile, à la portée de tous, énonce par exemple : « *Il s'agit là du Secret de tout - le secret de la joie illimitée, de la santé, de l'argent, des relations, de l'amour, de la jeunesse : de tout que vous avez jamais voulu avoir.* »

---

## Pistes pédagogiques

1. Sofia Coppola déclare : « *J'aimerais que le spectateur se forge sa propre opinion. Je n'aime pas dire aux gens ce qu'ils doivent penser* ». De votre côté, jugez-vous que cette manière neutre d'aborder/filmer un tel sujet de société est plutôt :
  - une démission irresponsable de sa part car cela pourrait donner des idées à des jeunes de faire la même chose ?
  - une démonstration claire d'une société malade de son opulence dans laquelle la justice finit quand même par l'emporter ?
  - une succession de faits-divers sans grand intérêt ?

**S'interroger sur la question de la morale dans le récit.** Est-elle plus évidente et convaincante lorsqu'elle est implicite ou explicite ? Le cinéma doit-il tout donner à voir ou, au contraire, comme le suggère la cinéaste, laisser le spectateur libre de son choix ?



2. Quel est votre sentiment face à la quantité et aux prix démesurés des marchandises étalées au domicile des *stars* ?

- L'idéal des jeunes gens du film vous semble-t-il, dans l'ensemble, partagé par votre génération ?
- S'agit-il d'un phénomène plutôt américain, occidental ou universel ?
- La mode favorise-t-elle l'identification, le développement de la personnalité et l'estime de soi ?

**Mettre en regard cette débauche de luxe et la vie des populations**, à la fois en Occident et dans les pays en développement où la plupart de ces marchandises sont fabriquées.

3. **Établir une relation entre la consommation d'alcool ou de drogues et les « dérapages » que cela occasionne.**



Plusieurs scènes nous montrent les jeunes en train d'exhiber leurs trophées dans des boîtes de nuit après avoir consommé de l'alcool et des produits prohibés. Ils se prennent continuellement en photo et font circuler ces images sans aucun filtre ni contrôle, ce qui finira d'ailleurs par les piéger. Les nouveaux médias, par leur faculté d'exposition permanente, ne requièrent-ils pas une grande maîtrise de soi et de ses comportements ? Interroger les élèves : où fixent-ils la barrière entre ce qui peut entrer dans le domaine public (visible de tous, visible du cercle d'amis) et ce qui reste du domaine privé (voire intime) dans les informations qui les concernent. Sont-ils

d'avis que la notion de "vie privée" est dépassée ?

4. **Comment jugez-vous le rôle des parents ?** Quelle est leur part de responsabilité dans les faits incriminés ? Estimez-vous légitime que dans certains pays, comme la Canada par exemple, les parents puissent être condamnés s'il est prouvé qu'ils n'ont pas suffisamment encadré leurs enfants mineurs, les laissant ainsi sombrer dans la délinquance ?

Estimez-vous que le fait d'avoir des parents permissifs à ce point est une chance pour leurs enfants d'accéder plus vite à l'âge adulte ou, au contraire, que l'encadrement familial est le meilleur garant d'un développement en harmonie avec son temps et son environnement ?

5. **Les célébrités ont choisi de vivre sous les feux des projecteurs. Se poser la question de leur responsabilité en matière de comportement public et privé.**

Si l'on prend l'exemple de Paris Hilton, richissime héritière de l'empire hôtelier éponyme, force est de constater que sa célébrité n'est due qu'au simple fait qu'elle soit déjà célèbre, un peu comme une sorte de princesse contemporaine du monde des affaires. Depuis ses frasques de jeune fille indigne, elle a persisté dans les registres à sa portée : *télé-réalité*, mise en ligne de ses ébats sexuels, conduite en état d'ébriété avancée, interviews sur son mode de vie dissolu, etc... Son vide intérieur n'a d'égal que le profit financier qu'elle en retire, estimé à plusieurs dizaines de millions de dollars par an, lesquels viennent s'ajouter à

son pactole familial qui se chiffre, lui, en milliards.

**Comment s'expliquent cette notoriété et cette réussite, en particulier auprès des jeunes ?**

Pourquoi ne se trouve-t-il pas plus de monde, sur les réseaux sociaux où elle règne, pour développer un point de vue critique encourageant, par exemple, à boycotter ses frasques ?

6. « **Le Secret** », (livre ou film) **peut-il être pris au sérieux** ou constitue-t-il un coup de marketing, voire une mystification à large échelle ? Son mode de diffusion et son discours ne s'apparentent-ils pas aux langages sectaires, comme celui de la scientologie ? Quels sont les buts de ces vulgarisations philosophico-religieuses ?

---

## Pour aller plus loin :

**Le dossier de presse officiel :**

<http://www.festival-cannes.fr/assets/Image/Direct/048205.pdf>

**Dossier :**

**Esquenazi Jean-Pierre, Du star system aux people**

<http://communication.revues.org/index1247.html#entries>

Sur « **Le Secret** », le site de propagande :

<http://www.loi-d-attraction.com/node/6948>

ou

<http://www.lesecretdelaloidattraction.com/lp/?med=p&src=gaw&ref=s-loa-b&kwp=film%20le%20secret>

## Livres

**AGEL Henri, L'univers du star-système**, Le cinéma, Paris, Bordas, 1983.

**DYER Richard, Le star-système hollywoodien**, Paris, L'Harmattan, 2004.

**FRIEDMANN Georges et MORIN Edgar, Sociologie du cinéma**, Revue Internationale de Filmologie, Paris, avril-juin 1952.

**BENHAMOU Françoise, L'économie du star system**, Paris, Éditions Odile Jacob. 2002

**BOORSTIN, Daniel, L'image**, Paris, Éditions UGI. (Coll. « 10/18 ».) 1971

**BOURDIEU, Pierre, La distinction**, Paris, Éditions de Minuit. 1979

**ESQUENAZI, Jean-Pierre, Télévision et démocratie**, Paris, Presses universitaires de France. 1999

---

**Marc Pahud**, programmeur, membre de la commission nationale du film et de l'OCCF, mars 2013

