

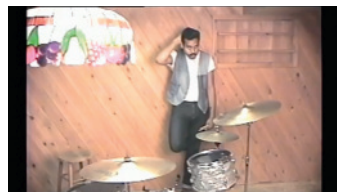
# LE CHEAP C'EST CHIC

FONDS VERTS DOUTEUX, MASH-UP D'IMAGES GRAPILLÉES SUR LE NET, EFFETS VISUELS DÉSUËTS ET LOOKS DÉCONCERTANTS : LE CLIP CHEAP FAIT SON COME-BACK !

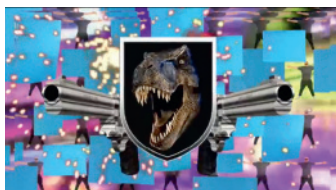
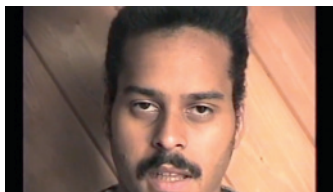
PAR **BLANCHE CABANEL-SÉO**



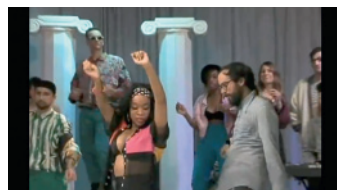
Naive New Beaters *Live Good*



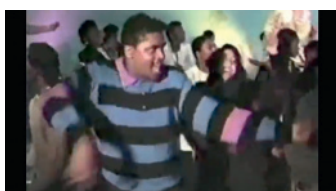
Twin Shadow *Slow*



Teki Latex *Dinosaur with Guns*



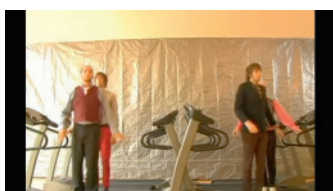
The Miracles Club *Church Song*



Carte Blanche *Gare du Nord*



Ok Go *Here It Goes Again*



Des années 70 à 90, on ne faisait pas exprès de faire des clips cheap. Aujourd'hui, la crise de l'industrie musicale aidant, le cheap est devenu une véritable tendance assumée. L'esthétique du « fait maison » cheesy, du mauvais goût rétro et de la culture geek réalise un carton sur la toile. Sans mauvais esprit, on peut citer par exemple *Flashback* de Laurent Garnier, *We're Through* de James Pants, *Church Song* de The Miracles Club ou *Crystal Cat* de Dan Deacon, la palme du kitsch revenant à *Slow* de Twin Shadow. Quand il n'y a plus d'argent dans les caisses, une seule solution : rivaliser d'ingéniosité, de créativité et surtout d'autodérision.

## WE LOVE KITSCH

Les vidéos « chics et pas chères » se démultiplient et savent désormais créer le buzz. Les champions en titre du petit budget malin qui peut rapporter gros sont sans conteste les membres d'OK Go avec *Here It Goes Again*. Dans un autre genre, les vidéos *Baby, Baby, Baby* de Make The Girl Dance (dont l'idée osée semble empruntée à *Lessons Learned* de Matt & Kim) et *You Can Dance* de Chilly Gonzales se sont allègrement

échangées sur le web sans avoir mis en branle la grosse machine de production habituelle. Bref, parfois, une bonne idée suffit.

## LES AS DE LA RÉCUP'

L'ancêtre d'Internet, à savoir la télévision, n'a plus beaucoup d'intérêt pour les labels qui misent désormais sur le pouvoir du viral. Dans ce contexte, les droits d'auteurs peuvent être malmenés sur le web et les banques d'images sont pillées à loisir pour notre plus grand plaisir. Le vintage, remis au goût du jour, fonctionne donc à merveille : la preuve avec *I Will Fade Away* de Koudlam ou bien *Gare Du Nord* de Carte Blanche. Le réalisateur de cette vidéo, Marco Dos Santos, revient sur la genèse de ce teaser réalisé à partir d'images d'archives 80's des dancefloors de Detroit : « Nous avons peu de temps donc il fallait trouver une bonne idée qui ne mobilise pas trop de gens. Je crois que les images avaient été mises en ligne par des protagonistes de l'époque. C'était évidemment très compliqué de savoir si nous avions le droit de les utiliser ou pas mais ça valait le coup : ce petit teaser qui ne fait de mal à personne a fini par faire plus de 250 000 vues. » Pour Marco, l'idée

et la sincérité du projet priment sur la qualité de l'image et le verdict final reste celui de l'internaute : « Le côté crado, pixelisé, broadcast old-school, est un parti pris. Quand on voit Hardest Button To Button des White Stripes "clipé" par Gondry, on constate que l'aspect très amateur de la vidéo est finalement une valeur ajoutée, le but étant de mettre en valeur la démarche "home-made". Je crois qu'il n'y a pas de règle, l'important c'est d'être honnête et juste. Au final, c'est l'internaute qui choisit si tu vas devenir populaire ou pas. Avant, il y avait les sondages IPSOS, maintenant il y a le clic de souris. Une belle image ne suffit pas, je dirais même qu'elle a tendance à desservir l'œuvre si on fait n'importe quoi avec. Le cheap intervient quand les auteurs ne savent pas de quoi ils parlent ou ne sont pas intègres dans les intentions de réalisation. Dans *Runaway* de Kanye West, ils partent dans un délire héroïque et romantico-fantastique mais n'ont absolument aucune culture de ça. Malgré leurs gros moyens, l'image est ringarde. Je préfère regarder *Pourvu Qu'elles Soient Douces* de Mylène Farmer où tout est assumé et finalement réussi. Pour moi le cheap est avant tout un problème de fond, pas de forme. »