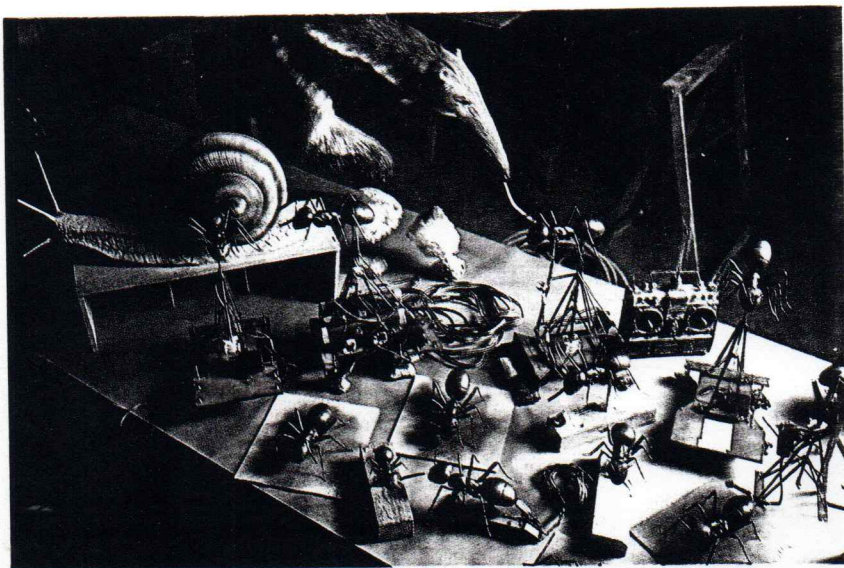


Chaque d'images
n° 99 - jan/fev 88

LA PUB DÉCORTIQUÉE

QUAND LA POLO DEVIENT FOURMI!

La Volkswagen Polo s'est transformée en fourmi travailleuse dans un film publicitaire époustouflant que vous avez pu admirer sur votre petit écran. Grande qualité de réalisation, étonnantes maquettes télécommandées, il y a de quoi exciter la curiosité des "publivores". C.I vous dévoile les secrets de cette pub pas comme les autres.



TOUT A COMMENCE, comme toujours dans la pub, par une réunion de travail entre l'annonceur, VAG France, et l'agence, DDB. Un "brief" (de briefing) où l'annonceur expose les atouts de son produit, la Polo: petite voiture, économe mais souple, rapide et terriblement efficace!

Parmi les nombreuses idées issues de ce postulat, Eric Galmard et Anne de Maupéou, respectivement rédacteur-concepteur et directrice artistique de la campagne, sélectionnent une "trame" à partir de "La Cigale et la fourmi" de Jean De La Fontaine: la Polo sera une fourmi, symbole d'économie, d'efficacité et de vivacité!

Le résultat est là: avec un score IPSOS de 70%, cette campagne écrase ses concurrentes dont la moyenne d'appréciation et de mémorisation par un panel de téléspectateurs ne dépasse pas 37%.

Succès légitime quand on mesure le travail colossal effectué tant au niveau création que réalisation. La mise au point des bestioles a nécessité 68 jours à plein temps à l'équipe spé-

cialisée des frères Gastineau (9 personnes)! On ne voit qu'une fourmi dans le film mais en fait il y en a 17, différentes par la taille et par le mécanisme. Et cela pour deux raisons : compenser les différences de perspectives liées au point de vue choisi pour chaque séquence (la plus petite fourmi ne mesure que 8 cm, tandis que celle qui dépasse le scolopendre géant — près de 2 m de long — mesure, elle, 25 cm ; ensuite, optimiser les différents types de déplacements : on a donc imaginé des fourmis "lignedroite", "saute-rivière", "sautebosses" et "virages-en-dérapiage" !

Jacques et Frédéric Gastineau sont bien connus des cinéastes pour leurs



robots, monstres et autres machines que l'on retrouve dans de nombreux films fantastiques (Terminus avec Johnny Hallyday, la pub pour les économies d'énergie, etc.). Leur société, Animatronic, est à nouveau à l'honneur : les bestioles de la pub Volkswagen seront exposées jusqu'en mars 1988 avec d'autres "objets fantastiques du cinéma" à la Villette. A visiter absolument !

Pour améliorer le réalisme des mouvements et permettre aux pattes de bouger à contretemps, Frédéric Gastineau a placé un mécanisme complexe dans le thorax des fourmis. Le déplacement est obtenu sur des rails placés sous le décor. Le corps des bestioles est relié aux boggies d'entraînement par une tige passant par une fente dans le décor et rendue invisible par la perspective choisie pour le tournage, effectué bien évidemment "au millimètre" ! La "fourmi-dérapiage" est, en outre, munie d'une soufflerie télécommandée permettant de soulever des nuages de poussière à chaque virage.



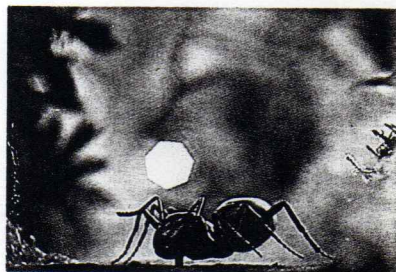
Les décors ont également réclamé un travail énorme : le premier paysage du film, la campagne tranquille, a été réalisé en "green" synthétique. Les séquences suivantes, en gros-plan, nous emmènent au cœur du paysage, dans les champs, à ras de terre pour suivre la folle course de notre fourmi. Pour encore plus de réalisme, on a utilisé de véritables graminées replantées une à une dans du polystyrène expansé. Le film se termine dans une sorte de canyon creusé dans le sol (l'empreinte d'un pneu !) qui a été entièrement sculpté dans le plâtre.

Pendant les dix jours de tournage dans les studios de la SFP, à Bonneuil, Patrick Sautet a réalisé un reportage photo à la demande de VAG France :



" mon travail a été plus long, car j'ai également suivi la fabrication des maquettes chez Animatronic. Cela ne figurait pas dans la commande initiale, mais le sujet était tellement passionnant !"

Ce photographe spécialisé dans l'automobile, travaille beaucoup pour les constructeurs : "VAG me connaît."



"C'est une question de confiance. Pour rien au monde je n'aurais sorti les photos avant le début de la campagne. D'ailleurs celui qui trahit cette confiance est irrémédiablement grillé".

Sans cette providentielle commande de VAG, il ne resterait rien aujourd'hui des deux mois de travail de l'équipe : n'entre pas qui veut sur un plateau ciné. Surtout lorsqu'il s'agit de publicité ! Les clients exigent absolument que les images du tournage restent confidentielles avant le début d'une campagne. Dame, la concurrence aurait vite fait de réagir !

Ronan Loaëc,
enquête : D. le Fur