

L'ENFANT TERRIBLE DU DIY

LE 19 AVRIL 2012 ANAÏS RICHARDIN

Caine Monroy est un petit Américain d'une banlieue modeste de Los Angeles. Il est sorti de l'anonymat non pas en chantant des niaiseries mais grâce à ses bricolages extraordinaires. Une vidéo sur ses exploits à dix doigts a été vue des millions de fois.



Décidément le bricolage de grand-papa est devenu aussi sexy que le surf, surtout s'il est rebaptisé DIY (Do It Yourself, fais-le toi-même.) En témoigne Caine Monroy, ce jeune Américain de neuf ans devenu une star grâce à ses créations du dimanche filmées dans des vidéos qui ont fait le tour du web.

Passionné de jeux et ingénieux bricoleur, Caine a créé une salle de jeux d'arcade dans le magasin de son père, vendeur en pièces détachées automobile. Utilisant de vieux cartons à la manière de Michel Gondry dans *La Science des rêves*, ainsi que des jouets dont il ne voulait plus, cet as de la débrouillardise a lancé son petit business l'été dernier.

L'histoire de ce petit garçon peu ordinaire est somme toute banale et pourtant cela a fonctionné. Pourquoi ? Le sujet de la vidéo n'est pas sujet à discussion et ne provoque aucune prise de position. Partager cette vidéo n'est pas une action impliquante pour l'internaute et cela lui donne même le sentiment de participer en partie à l'histoire qui se crée. Une histoire que l'on prend plaisir à se transmettre d'ami en ami comme l'explique Camille Alloing, auteur du **blog CaddE-Réputation** et spécialiste e-réputation :

“

Une vidéo qui fonctionne est une vidéo qui raconte une histoire. Une histoire que l'on puisse transmettre à d'autres. C'est d'ailleurs la démarche du réalisateur, il n'écrit pas l'histoire il ne fait que la transmettre.

”

Mais la vidéo ne s'est pas effectuée avec la même fluidité partout dans le monde. En effet, si ce petit film a fait des émules aux États-Unis, il est passé sous le radar des Français, notamment des journalistes. Une différence de réception dont les causes sont très certainement culturelles, analyse Camille Alloing :

“

C'est la figure américaine du self-made man, en l'occurrence self-made child qui doit résonner aux États-Unis en terme de culture et de conscience collective .



Une notion de self-made man qui n'est pas profondément ancrée dans la culture française. Pourtant c'est à la sueur de son seul front que Caine a tout mis en œuvre pour faire de son business en carton une véritable petite affaire professionnelle : t-shirt "staff" au nom de son enseigne "**Caine's arcade**", sac en papier étiquetés à la main, tickets de jeu patiemment découpés et collés.

Malheureusement pour lui, le quartier de Los Angeles dans lequel est situé le magasin de son père est une zone industrielle qui n'attire pas les foules. Enfin, qui n'attirait pas les foules jusqu'à ce que **Nirvan Mullick**, réalisateur, y passe chercher une pièce pour réparer sa vieille Toyota. Intrigué par l'ingéniosité du jeune garçon, il décide de tester cette salle de jeux faite de bric et de broc. Dans la vidéo, il raconte leur rencontre :



Je lui ai demandé combien cela coûtait pour jouer. Pour un dollar, vous avez quatre parties mais pour deux dollars vous avez un fun pass, qui vous permet de jouer 500 fois. J'ai pris le fun pass.



Ce premier –et unique- client était aussi celui qui allait conduire Caine au succès. Impressionné par sa débrouillardise, il décide d'offrir au petit garçon ce qui lui manque : des clients. Nirvan Mullick, stratège digital pour **une agence de communication** a su mobiliser ses compétences en la matière pour faire connaître Caine's arcade. Il crée ainsi une page **Facebook**, un compte **Twitter**, ainsi qu'un **site web**. Avec le concours du père de Caine, il organise une flashmob, réunissant en secret une centaine de personnes dans la petite échoppe de Mission road.

Pour Caine ce sera "*le plus beau jour de sa vie*" et pour Nirvan, l'objet d'un petit film qui retrace cette rencontre et la création de Caine's arcade. La vidéo de onze minutes, créée pour être visionnée aux DIY days de l'université de Californie UCLA sera ensuite postée sur **YouTube** et **Vimeo** le 9 avril. Avec plus de deux millions de visiteurs, le succès n'est pas à la hauteur de la vidéo **KONY 2012**, l'autre démonstration de viralité de l'année qui a attiré 43 millions de visiteurs en seulement deux jours. Mais l'histoire ne s'arrête pas à un joli film qui a fait le tour de la toile.

D'Oh!

This video can't be played with your current setup.

Please switch to a browser that provides native H.264 support or install [Adobe Flash Pla](#)

Souhaitant profiter du buzz pour donner un vrai coup de pouce à Caine, Nirvan Mullick a créé une **Fondation** pour récolter des fonds et payer les frais universitaires du jeune garçon, généralement très élevés de ce côté de l'Atlantique, ainsi que pour venir en aide à d'autres enfants. Avec un objectif initial de 25 000 dollars, il a finalement récolté 60 000 dollars en une journée. Six jours après le lancement de l'opération, Nirvan vient de remettre à Caine **un énorme chèque en carton**, que l'on n'espère pas en bois, d'un montant de 152 000 dollars. De quoi permettre à ce petit génie de faire de grandes études qui le mèneront peut-être à devenir **milliardaire dans 30 ans** comme le présente le magazine économique américain *Forbes*.

Le DIY tel que l'a utilisé Caine pour créer de ses mains ce dont il avait envie est un mouvement de plus en plus répandu, d'autant plus durant ces périodes où le pouvoir d'achat est en berne. La débrouillardise en est une des clés et ce petit garçon en a motivé plus d'un à faire de même. Le hashtag **#teamcaine** sur Twitter a ainsi été créé pour ses supporters mais aussi pour que d'autres enfants créatifs puissent partager leurs créations.

À l'heure où l'on parle de plus en plus des bénéfices des jeux vidéo pour affûter certaines capacités comme la réactivité, de nombreux commentaires saluent justement le fait qu'aucun outil numérique n'est ici en jeu. Comme les enfants s'amusaient avec un morceau de bois et une chambre à air au début du siècle, Caine a su créer lui-même son jeu, laissant de côté les écrans et mettant à profit son temps libre pour inventer toujours plus de nouvelles machines à rêve.

Captures d'écrans de la video Caine's Arcade et via l'album **Facebook Caine's Arcade Flashmob**

1 ping

Dimanche détente : Caine's arcade de Nirvan Mullick | Paradoxe Temporel le 22 avril 2012 - 5:52

[...] Source If you enjoyed this post, please consider leaving a comment or subscribing to the RSS feed to have future articles delivered to your feed reader. Cette entrée a été publiée dans court métrage, Film, avec comme mot(s)-clef(s) court métrage, documentaire, Nirvan Mullick, short film, short movie. Vous pouvez la mettre en favoris avec ce permalien. ← Avis sur Hit Me Like A Man EP de The pretty Reckless [...]