
Culture, divertissement, commerce : des produits américains sous étiquettes nationales ?

Michel Poulette
Réalisateur de cinéma
Montréal

D'entrée de jeu, permettez-moi de situer ma participation en précisant que, contrairement à la plupart des autres auteurs, mon texte est issu de la pratique et non d'une analyse de données ou d'une théorisation savante. Dans mon cas, il s'agira plutôt d'un témoignage de réalisateur et je ferai, en toute modestie, continuellement référence à mes propres productions.

* * *

L'invitation à participer à ce recueil m'est parvenue alors que j'étais à Paris, membre d'une délégation de cinéastes québécois invités à présenter leur production récente. Finalement, cet éloignement du Québec a favorisé ma réflexion sur la facture de mes films dits « populaires » – par opposition à des films d'« auteur ». Mes films étaient-ils des sous-produits étatsuniens – ou hollywoodiens – ou des produits originaux ? Rien de mieux que de profiter de la présence d'un public étranger. C'est ainsi que, à la suite de la projection de mon film, *La conciergerie*, j'ai demandé aux spectateurs intéressés de me faire part de leur réaction, de bien vouloir demeurer dans la salle.

La conciergerie est un polar dans lequel un détective quitte la police afin de pouvoir enquêter sur le meurtre de son meilleur ami et partenaire, abattu lors d'une embuscade où tous les deux ont été

impliqués. Par la suite, il devient détective privé et, au cours d'une enquête sur la mort d'un écrivain retrouvé attaché sur le toit d'une voiture comme un orignal en temps de chasse, il s'aperçoit que cette enquête et celle, plus personnelle, sur la mort de son ami se croisent. Donc un scénario dont la trame au départ peut apparaître comme étant « on-ne-peut-plus-américaine ».

Comment alors puis-je prétendre ne pas faire de sous-produits américains ? Avant de répondre à cette question, revenons à Paris.

Une vingtaine de personnes sont restées dans la salle. La grande majorité est favorable au film. Tout va bien jusqu'au moment où un monsieur plus âgé traite le film d'« américain ». Et voilà le bal parti. Pendant 20 minutes, je n'ai fait que de l'animation de groupe : je n'avais pas à répondre aux questions, la salle s'en chargeait pour moi. Naturellement, plusieurs de ces personnes étaient des Québécois installés à Paris, ou des Français ayant séjourné au Québec. On trouvait dans la réaction de ce public les trois réactions les plus courantes au film *La conciergerie*.

1 – Des réactions au style. Les jeunes étaient plutôt fiers de voir un film d'action québécois contemporain, avec une texture nord-américaine : la caméra très rythmée avec des passages assez proches du vidéo clip, et les personnages qui tiennent des propos parfois assez cinglants : particulièrement le personnage qu'incarne David La Haye, un écrivain de la génération X soupçonné du meurtre, qui dit, entre autres choses, « faire confiance aux baby-boomers, c'est comme demander du feu à un dragon ! »

2 – Des réactions à la narration. Une réaction en générale favorable aux choix narratifs mis en place et qui pourrait trouver un résumé dans les propos du grand patron de la chaîne Cinéplex-Odéon à la sortie du film : « enfin un film québécois avec un début, un milieu et une fin ». On réagissait aussi au fait que dans un film semblable *made in USA*, le héros finit habituellement par se faire justicier alors que dans *La conciergerie*, confronté au choix d'éliminer les coupables de la mort de son ami, il décide de les livrer à la justice.

3 – Pour finir, ce commentaire que j'ai entendu systématiquement chaque fois où le film a été présenté au Québec : « le meilleur film québécois que je n'ai jamais vu ». N'ayez crainte, je ne suis pas assez naïf pour tomber dans ce panneau et je décède très bien la

situation : nous sommes ici en présence de spectateurs certainement gentils... mais certainement pas cinéphiles ! Cette remarque me semble cependant symptomatique de combien le cinéma québécois s'est, au fil des ans, coupé de son public de base.

Par contre, ce qui m'est apparu comme plus original, c'est que, pour plusieurs, la différence entre *La conciergerie* et un film américain se trouvait d'abord dans la façon dont y sont exposés les rapports humains (spécialement les rapports hommes/femmes) ainsi que dans le traitement non complaisant que nous avons accordé à la violence et à la sexualité. On touchait alors ce que je considère comme l'élément central d'un film original : le rapport des individus entre eux, mais des individus enracinés dans l'espace et le temps. Ne fut-ce que pour cela, je dis que les films que je fais sont originaux et ne sont pas des sous-produits américains.

Avant de m'expliquer sur ce point, vous me permettrez un flash-back de 30 ans.

Je termine alors ma quatrième année du cours classique, la versification. J'ai 15 ans. On m'oblige, contre mon gré, à suivre un cours de civilisation grecque. Vous savez comme moi, qu'à 15 ans, certaines situations contemporaines sont beaucoup plus attrayantes que la civilisation grecque. Cependant, je fais alors connaissance d'un jeune professeur, Claude Blouin, de loin le meilleur pédagogue que j'aie connu. Pour soutenir l'intérêt des étudiants, il trace des parallèles entre ces Grecs, dont on étudie la culture, et des films, qu'on peut voir au cinéma près de chez soi ou à la télévision. Ainsi, il nous parle de la notion du héros chez les Grecs et nous propose d'aller voir John Wayne dans *The Green Berets* ainsi qu'un film japonais qui passe à *Ciné-club* de Radio-Canada, *La prière d'un soldat* de Kobayashi.

Le lundi suivant, il tisse des parallèles entre la façon dont chacune de ces civilisations représente sa notion du héros. Je réalise alors que si chacun de ces films traite des mêmes thèmes, le courage, l'amour, la guerre, chacun le fait avec une différence majeure : il incarne sa propre culture.

C'est alors que j'ai compris qu'aucun film n'est « insignifiant ». Que tous véhiculent leur propre culture, donc leurs propres valeurs.

Je reviens donc à *La conciergerie*. Un film noir. Fait au Québec. Avec un style résolument nord-américain. Un film dans lequel j'utilise même une chanson de String, *Shape of my heart*. Comment puis-je soutenir que je fais des films originaux et non des sous-produits étatsuniens ?

D'abord et avant tout, j'aimerais spécifier que les Américains n'ont pas le monopole des films de genre. Certes, ils ont le monopole de la distribution ce qui leur a permis de devenir LA fabrique mondiale de films, et, à cause de cela, ils attirent chez eux les meilleurs talents, aussi bien les scénaristes que les réalisateurs, à qui ils offrent les meilleures conditions de travail. Ce n'est pas un phénomène nouveau : Jean Renoir y vient de 1940 à 1946, les Australiens (dont Peter Weir) y débarquent dans les années 1980, suivis des Britanniques (Allan Parker, Tony et Ridley Scott, Adrian Lyne, etc.).

Malgré l'importance d'Hollywood, le cinéma américain ne peut s'attribuer le monopole des genres. C'est vrai qu'il excelle dans sa façon de conter les histoires. Cependant, on doit savoir qu'en fait, les Américains appliquent une approche narrative qui nous vient d'aussi loin qu'Aristote et qu'on trouve plus tard chez les conteurs ; ils utilisent en effet la structure narrative des contes. Cette structure se résume ainsi :

- un personnage principal (d'où l'importance qu'accorde le cinéma hollywoodien aux stars) ;
- une histoire pleine de rebondissement (d'où la tendance actuelle aux effets spéciaux) ;
- et, enfin, le condensé de plusieurs émotions dans un court laps de temps.

Un exemple facile : *Cendrillon* que les Américains ont refait récemment au cinéma sous le titre de *Pretty Woman*. D'ailleurs, dans les dialogues même du film, les scénaristes ont poussé la référence jusqu'à donner à un personnage secondaire une ligne de dialogue se référant moqueusement, mais directement et explicitement, à ce conte.

Bref, les Américains racontent bien une histoire. Mais le film de genre n'est pas une exclusivité américaine. La différence vient donc du « comment on enracine nos films dans notre propre culture ».

Pour les besoins de l'exposé, j'aurai recours aux séries ou aux films que j'ai faits. Je travaille dans ce métier depuis plus de 20 ans et j'ai touché à plusieurs genres. J'ai lancé deux séries télévisées humoristiques : *Gérard D. Laflaque* (la série la plus courte de l'histoire de la télévision au Québec : une minute par jour) et *Rock et Belles Oreilles* (pour les lecteurs étrangers, imaginez une certaine parenté humoristique avec les Monty Python). J'ai réalisé et participé à la scénarisation de deux longs-métrages, *Louis 19, le roi des ondes* (une comédie) et *La conciergerie* (un film noir). Ces séries télévisées et ces films ont deux points en commun :

- tous ont été des succès d'auditoire et de critique (avec quelques bémols chez les critiques !)
- tous ont fait l'objet d'attention spéciale sur le plan de la narration : travail sur le scénario pour obtenir une structure narrative forte, une approche stylistique recherchée au plan du *casting*, de la caméra, de la musique et du montage ;
- mais surtout, tous reposent sur une notion de héros : ils proposent un modèle nouveau du Québécois : on a laissé tomber l'image du *looser* en faveur de celle du *winner*.

Regardons ces exemples :

- Gérard D. Laflaque, même s'il était un vieux grogneux sans éducation, avait cependant réussi à devenir annonceur-télé : il était à sa façon un *winner* ;
- Rock et Belles Oreilles : ce groupe démontrait qu'on pouvait être jeune, irrévérencieux, avoir des points de vue originaux et critiques et avoir du succès. Il devenait un modèle pour une nouvelle génération de spectateurs : Rock et Belles Oreilles était un *winner* ;
- dans *La conciergerie*, le héros, Jacques Laniel, vient près de renier ses valeurs et flirte avec l'idée de faire sa propre justice, mais il se ravise et revient à ses valeurs, il se contrôle et reste fidèle à lui-même, il est un *winner*.

Cependant, j'ai choisi de vous parler surtout de *Louis 19*, car c'est le projet qui illustre le mieux mes propos sur cette théorie de l'enracinement dans la culture. Ce film raconte comment un « gars ben ordinaire » réalise son rêve qui est de devenir populaire, croyant

que la gloire lui apportera le bonheur. Il participe à un concours, le gagne et voit sa vie diffusée en direct à la télé, 24 heures par jour, pendant trois mois. Au début, il est parfaitement heureux : des commanditaires le gavent de cadeaux, les spectateurs le reconnaissent dans la rue et, finalement, il tombe amoureux d'une beauté. Cette montée vers la gloire est d'ailleurs illustrée dans le film par une suite de courtes scènes montées sur la musique *New York, New York*. Puis Louis réalise qu'il a été dupé. Il est déçu et décide d'abandonner. Attitude on ne peut plus québécoise : on a un rêve, on l'idéalise, on frappe un mur, on est déçu, on s'excuse et on rentre chez soi ! Le film québécois-type c'est ça : une histoire de *loosers*.

Par contre, ici, Louis pose un geste surprenant : il décide d'attaquer de nouveau et de réaliser ses aspirations. Non seulement gagne-t-il contre le « système », mais il finit même par reconquérir son amour qui, elle aussi, l'avait berné. (D'ailleurs si le Québec avait dit oui au dernier référendum, on aurait parlé ici d'un film politique annonciateur ! J'en veux à mon peuple de m'avoir fait rater – par quelques votes – mon entrée dans l'histoire !)

Louis 19 a été le plus gros succès de *box office* des sept dernières années au Canada, aussi bien anglais que français¹. Et je ne dis pas cela par vantardise, mais pour souligner l'importance de deux facteurs dans ce succès : la notion de héros et la volonté de raconter une histoire.

Je termine donc par une question : doit-on céder le champ de la culture aux Américains sous prétexte qu'ils ont une bonne connaissance de la façon de conter les histoires ? Cette question est en fait la reformulation de la position officielle des États-Unis pour faire lever les barrières de protection culturelle qu'on leur oppose un peu partout dans le monde : « laissez-nous faire, nous sommes les meilleurs ». Un détail amusant, cette même position était avancée par mes professeurs en communication à l'Université du Québec à Montréal il y a 20 ans – on m'avait d'ailleurs proposé de quitter le cours sous prétexte que j'étais le type même d'étudiant que le département ne désirait pas avoir : « inutile de t'attaquer aux films de fiction, tu ne pourras jamais être en compétition avec les Américains ».

1. (N.D.L.R.) Cela était vrai jusqu'à la sortie du premier film de la série *Les Boys*.

Le succès de *Louis 19* est un exemple éloquent qu'ils se trompaient. Encore plus quand on sait que Ron Howard, le réalisateur d'*Appollo 13*, en fera un *remake*, édition télé, avec un budget 20 fois supérieur à celui du film².

Bref, non seulement je ne crois surtout pas qu'on doive céder devant les Américains, ou qu'il faille laisser tomber, mais, au contraire, il faut envahir le territoire. Il faut faire plus de films de tous genres ; aussi bien des films de genre que des films dits d'auteurs. Ce qui est certain, c'est qu'il faut renouer avec le public, lui offrir un choix plus varié, ce qui est bien difficile dans un petit pays comme le nôtre.

Trois espoirs de solutions :

- la française. Devant l'obligation d'accepter la présence du cinéma américain sur leurs écrans au lendemain de la Libération, les Français ont réussi à imposer une taxe spéciale au guichet qui fait que l'omniprésence du cinéma américain permet, encore aujourd'hui, de financer des films français ;
- la britannique. Où une nouvelle loterie finance le cinéma anglais ;
- et, enfin, la québécoise. Il y a plusieurs années un projet de taxe sur les entrées avait été tué dans l'œuf par une visite de monsieur Valenti, le représentant des *Majors* américains. Le gouvernement québécois revient à la charge avec une formule de fonds de soutien au cinéma financé par une perception sur le billet de cinéma et sur la vente de la vidéocassette. On ne connaît que peu de détails sur ce projet, mais on nous dit que ce ne serait pas une taxe à proprement parler – comme celle qui existe dans le système français –, mais le résultat serait le même : trouver de nouvelles sources de financement pour notre cinéma³.

2. (N.D.L.R.) Le film de Ron Howard, *Ed tv*, n'a pas connu le succès escompté lors de sa sortie au printemps 1999. Néanmoins, la presse québécoise a fait largement état de l'événement « historique » : pour la première fois, un *remake* américain s'inspirait d'une production québécoise.

3. Ce projet de percevoir des redevances sur le prix des billets de cinéma afin d'aider la production cinématographique québécoise a été abandonné après s'être heurté à l'opposition de l'Association des propriétaires de cinémas et de ciné-parcs.

En même temps, la solution se trouve aussi du côté d'une ouverture sur le monde. Dans l'exploration des coproductions non seulement sur le plan des affaires, mais aussi sur le plan des contenus. Une belle réussite en exemple, le film de Denis Chouinard, *Clandestins*, une coproduction Québec-France-Suisse, portant sur des Européens de l'Est qui entrent illégalement au Canada en se cachant dans une cale de navire. D'ailleurs, je trouve chez plusieurs cinéastes actuels cette volonté d'ancrer le Québec sur la planète Terre : Chouinard dans *Clandestins*, Robert Lepage dans *Le confessionnal* et *Le polygraphe* ou François Girard avec *Le violon rouge* et, bien humblement, Poulette avec *Louis 19* et *La conciergerie*.

Je conclus donc en affirmant que lorsque j'utilise une chanson de Sting dans *La conciergerie* ou *New York, New York* dans *Louis 19*, je suis convaincu que je ne fais pas un film américain pour autant, mais un film québécois réalisé par un nord-américain.