UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LA COPRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE : UN INTÉRÊT ÉCONOMIQUE OU CULTUREL?

MÉMOIRE

PRÉSENTÉ

COMME EXIGENCE PARTIELLE

DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR

CATHERINE DELORME

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs (SDU-522 — Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [ii] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

En préambule de ce mémoire, je souhaite remercier les personnes qui m'ont apporté soutien et aide à la réussite de ce mémoire, mais également qui m'ont encouragée depuis le début de mes études universitaires.

Je tiens à remercier sincèrement M. Éric George, qui, en tant que directeur de mémoire, a toujours été disponible afin de répondre à mes nombreuses questions. Ce projet n'aurait jamais vu le jour sans ses suggestions, son inspiration, son écoute et ses connaissances.

J'exprime ma gratitude aux producteurs interviewés. Sans eux, ma recherche n'aurait pu être complète.

Je souhaite remercier également Martin Leduc-Poirier, qui m'a encouragé à terminer ce mémoire dans les jours où la motivation et la créativité n'étaient pas au rendez-vous. Sans nos discussions et ses interventions, ce mémoire n'aurait certainement pas pris la même direction.

Je tiens également à remercier mes parents pour leur contribution financière et morale. Sans leur généreux appui, je n'aurais jamais pu aller au bout de mes rêves et mes ambitions.

Je remercie aussi mes proches amies qui m'ont offert réconfort et écoute lors de la recherche et la rédaction de ce travail. Sans elles, mes deux dernières années d'études universitaires n'auraient pas été aussi agréables.

Merci à tous et à toutes.

TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ			
INTRO	DDUCTION	_1	
CHAP	CHAPITRE I		
PROBI	LÉMATIQUE	_4	
1.1	Portrait de l'industrie du cinéma au Québec	_ 4	
1.2	Coproduction officielle régie par un traité	_ 7	
1.3	Avantages économiques d'une coproduction officielle régie par un traité	_ 8	
1.4	Avantages culturels d'une coproduction officielle régie par un traité	_ 9	
1.5	Ralentissement des activités de coproduction au Canada	_ 9	
1.6	Ralentissement des activités de coproduction au Québec	10	
1.7	Nouvelle politique canadienne sur la coproduction audiovisuelle régie par un		
traité		_11	
1.7	7.1 Les quatre changements majeurs	12	
1.8	Vision de la SODEC	15	
1.9	Visions de la SARTEC et de l'UDA	16	
1.10	Vision de l'APFTQ	18	
1.11	Finance, Policy and Industrial Dynamics – The rise of co-productions in the film		
indus	stry (Norbert Morawetz, Jane Hardy, Colin Haslam, Keith Randle)	18	
1.12	Evidence on the Performance of the Canada/Europe Co-Production in Television		
and I	Film (Colin Hoskins, Stuard McFadyen, Adam Finn, Ann Jackel)	22	
1.13	Question de recherche	24	
CHAP	ITRE II	25	
CADRE THÉORIQUE			
2.1	Définition de la notion de culture	25	
2.2	Les quatre caractéristiques de l'industrie culturelle selon Gaëtan Tremblay	25	

2.3	Les	filières de l'industrie culturelle	27
2.	3.1	La création	27
2.3.2		La production	28
2.	3.3	La diffusion-distribution	28
2.	3.4	La mise à disposition ou commercialisation	28
2.4	La le	ogique éditoriale	29
2.5	Les	formes de bien culturel	30
2.	5.1	Le bien symbolique	30
2.	5.2	Le bien d'information	30
2.	5.3	Le bien d'expérience	31
2.6	Les	caractéristiques économiques types des industries de la culture	31
2.	.6.1	Le marché du travail créatif : une forme atypique	31
2.	.6.2	Le rendement croissant	31
2.	6.3	Le constant renouvellement de l'offre	32
2.	.6.4	Le caractère aléatoire et imprévisible de la demande	32
2.	.6.5	Un caractère de prototype	33
2.7	Lan	nondialisation des industries culturelles	34
2.	7.1	L'École de Francfort	34
2.	7.2	La mondialisation culturelle selon Guy Rocher	36
2.	7.3	La naissance de l'industrie du cinéma américain	37
2.	7.4	L'imposition de la vision cinématographique américaine	39
2.	7.5	Couple local/global vu par Armand Mattelart	41
2.8	L'ar	t et la culture dans l'industrie	42
2.	.8.1	La Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expr	ressions
CI	ulturel	e de l'UNESCO	42
2.	.8.2	Les mondes de l'art d'Howard S. Becker	46
CHAI	PITRE	т	49
MÉTHODOLOGIE			49
3.1		nalyse qualitative	
3.2		rocessus de la recherche qualitative	
	r	■ The state of th	

3.2.1	Le contexte	49		
3.2.2	Les racines de notre problématique	50		
3.2.3	L'explication de notre cadre théorique	50		
3.2.4	Grille de questions	52		
3.2.5	Terrain de recherche	54		
3.2.6	Personnes interviewées	55		
2.3 An	alyse à l'aide des catégories conceptualisantes	58		
2.3.1	La catégorie	58		
3.3.2	L'analyse	60		
CHAPITR	E IV	61		
LES RÉSU	JLTATS	61		
4.1 Les	s catégories de coproductions	61		
4.1.1	La coproduction de type mariage arrangé	61		
4.1.2	La coproduction de type scénario qui s'y prête	67		
4.1.3	La coproduction à saveur internationale			
4.2 An	alyse des catégories de coproduction	78		
CONCLUSION				
RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES				

RÉSUMÉ

Dans ce présent mémoire, il sera question de la place qu'occupent respectivement l'économie et la culture lors du développement d'une coproduction cinématographique, selon les discours des producteurs. Afin de mieux saisir la portée de la problématique, nous avons élaboré un cadre théorique qui traite des dimensions économique et culturelle de l'industrie. Pour donner suite à cette recherche théorique, nous avons interviewé des producteurs québécois et français en plus de participer aux 8^s Rencontres de la coproduction à Paris. La technique d'analyse à l'aide des catégories conceptualisantes nous a permis de mieux comprendre le phénomène de la coproduction qui repose à la fois sur des raisons économiques et culturelles. Nous avons élaboré trois catégories de coproduction. La place qu'occupent l'économie et la culture à travers de cette forme d'échange diffère en effet selon le type de coproduction.

Mots clés: Coproduction cinématographique, économie culturelle, industrie cinématographique, cinéma et société, Téléfilm Canda, Société de développement des entreprises culturelles, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

INTRODUCTION

En 1963, le Canada et la France signent le premier accord de coproduction cinématographique. L'objectif de cette entente pour le Canada est de contrer l'envahissement cinématographique américain, qu'il est incapable de concurrencer. Au cours des années 1970, le tiers des films projetés au pays provient des États-Unis. (Gauthier, 2008-2009, p. 4). Philippe Gauthier, auteur de l'article Les coproductions cinématographiques France-Québec : un espace culturel problématique. L'exemple de j'ai mon voyage!, explique que pour le Québec, la coproduction est une occasion en or de renouer avec sa mère patrie. C'est selon lui une façon de sortir le peuple québécois de l'isolement canadien et de promouvoir sa culture auprès des francophones du reste du monde. À l'époque de la première coproduction, la notion culturelle primait. Aujourd'hui, pouvons-nous en dire autant?

L'idée d'un mémoire sur la coproduction cinématographique vient d'un intérêt personnel pour le milieu de la production. Nous croyons que la recherche dans ce secteur d'activité nous permettra d'acquérir des connaissances nécessaires pour travailler dans cette industrie. Également, nous souhaitons connaître la réelle implication culturelle du producteur. Ce métier nous intéressant, nous souhaitons voir s'il est possible de s'engager dans un processus de coproductions justifié sur des bases culturelles, ou si effectivement, la réalité du milieu du cinéma s'impose et oblige le producteur à se soumettre à une implication strictement financière. Notre objectif de recherche consiste donc à examiner dans quelle mesure les facteurs d'ordre économique et les facteurs d'ordre culturel jouent un rôle dans le développement des coproductions.

Notre question de recherche a pris forme à la suite d'une comparaison entre les politiques qui régissent actuellement les coproductions au Canada et la nouvelle Politique canadienne sur la coproduction audiovisuelle régie par un traité proposé par Patrimoine Canadien. Notre questionnement s'est spécifié après la lecture de l'article Finance, Policy and Industrial Dynamic – The Rise of co-productions in the Film Industry, écrit par Norbert Morawetz, et du texte Evidence on the Performance of Canada/Europe Co-productions in

Television and Film, coécrit par Colin Hoskins, Stuart McFadyen et Adam Finn. La première recherche conclut que l'intérêt économique prime sur l'intérêt culturel dans un échange de coproduction. L'étude de Colin Hoskins, qui est une réponse à l'analyse de Morawetz sur les raisons de la popularité grandissante de la coproduction, affirme le contraire. Il conclut que la notion culturelle a toujours sa place dans la coproduction. Cette divergence de propos nous a conduite à cette question de recherche : en matière de coproduction cinématographique entre le Canada et ses partenaires, quelles places respectives l'économie et la culture prennent-elles pour expliquer le développement des coproductions cinématographiques du point de vue des producteurs du secteur?

Le premier chapitre de ce mémoire est une mise en contexte du sujet. Il explique la problématique entourant la coproduction cinématographique. Nous amorçons ce chapitre par le portrait de l'industrie du cinéma au Québec et en y situant la place qu'occupe la coproduction dans celle-ci. Nous enchaînons par la définition d'une coproduction officielle régie par un traité selon Téléfilm Canada, pour poursuivre avec les avantages et les désavantages de ce statut. Cette mise en contexte fera également mention du ralentissement de la coproduction au Canada et au Québec qui a amené Patrimoine Canadien à revoir ses politiques en matière de coproduction. Cette proposition a entraîné des critiques de la part de certains membres de l'industrie audiovisuelle. Ceux-ci désapprouvent la place qu'accorde le gouvernement canadien à la culture dans les échanges de coproduction. Ce débat nous amène à notre question de recherche.

Dans le deuxième chapitre de ce mémoire, nous élaborons un cadre théorie qui nous permet de situer la coproduction entre des critères d'ordre économique et culturel. Nous débutons en expliquant ce qu'est une industrie culturelle, et ce, en mettant l'accent sur la dimension financière de la production d'une œuvre filmique. Nous poursuivons par l'énumération de divers écrits sur la mondialisation et la diversité culturelle afin d'analyser quelle place la coproduction occupe dans ce cadre. Nous abordons entre autres les écrits de Max Horkheimer et Theodore Adorno, de Guy Rocher, de Joël Augros et Kira Kitsopanidou et d'Armand Mattelart. Nous enchaînons avec la Convention sur la protection et la promotion de la diversité culturelle de l'UNESCO et terminons cette partie de notre cadre théorique par la critique d'André Mondoux et de Jean-Guy Lacroix sur cette convention. En prenant

l'exemple de la coproduction, nous voyons si cette politique publique aide à l'éclosion d'une culture mondiale, ou si comme l'affirment Mondoux et Lacroix, elle favorise l'imposition hégémonique d'une certaine vision du monde. Dans la dernière partie de notre cadre théorique, nous abordons la théorie des mondes de l'art de Howard S. Becker. Ce théoricien amène l'idée d'une chaîne de travail dans le secteur culturelle. Tous travailleurs de cette chaîne seraient considérés comme artiste. Cette idée nous amène à analyser le rôle du producteur selon une action culturelle.

Le troisième chapitre présente la méthodologie et la mise en place de la démarche de la recherche qualitative utilisées. Nous abordons dans cette partie l'élaboration de notre cadre théorique, la présentation de nos questions d'entrevue, la description de notre terrain de recherche et des personnes interviewées. Nous terminons ce chapitre par l'explication détaillée de la technique d'analyse à l'aide des catégories conceptualisantes que nous utilisons afin d'en arriver à nos résultats.

Le quatrième chapitre est le cœur de ce mémoire. Nous y présentons nos résultats de recherche en décrivant nos trois catégories de coproduction : la coproduction de type *mariage* arrangé, la coproduction de type scénario qui s'y prête et la coproduction à saveur internationale. Nous terminons le chapitre quatre par l'analyse de nos résultats et en répondant à notre question de recherche.

Le dernier chapitre de ce mémoire conclut notre étude sur la place qu'occupent la culture et l'économie dans le développement d'une coproduction cinématographique entre le Québec et ses partenaires selon le point de vue des producteurs. Nous y présentons les limites de notre étude. Nous terminons ce mémoire en proposant une nouvelle piste de recherche sur l'implication de la coproduction dans la création d'un nouveau genre cinématographique au Québec.

CHAPITRE I

PROBLÉMATIQUE

1.1 Portrait de l'industrie du cinéma au Québec

1997 est une année charnière pour le cinéma du Québec. *Les Boys*, de Louis Saïa, est le premier film québécois qui réussit à rivaliser avec le géant hollywoodien dans les salles de la province :

La bande de chums à Stan, ratés sympathiques auxquels on a tôt fait de s'identifier, a été le premier film québécois à fracasser le box-office : plus de 1,1 million de spectateurs en salles (un québécois sur six!). Du jamais vu à l'époque et un record qui durera 5 ans avant d'être battu. (Charles-Henri, 2008, 2e par.)

Après cet exploit, le cinéma québécois n'a cessé de croître. L'année 2003 est aussi importante pour le cinéma d'ici. Les Invasions barbares, de Denys Arcand, ainsi que La Grande Séduction, de Jean-François Pouliot, remportent de nombreux prix à l'international. La cinématographie québécoise s'installe parmi les grandes. Si l'on se fie aux chiffres inscrits dans l'article Le cinéma québécois : un succès réel ou imaginé?, de Gabrielle Trépanier, le Québec aurait produit 42 films entre 1992 et 1994. Il y eut un bond considérable entre 1995 et 1997, année de sortie du film à succès Les Boys. On compte 86 œuvres produites lors de ces trois ans, du jamais vu dans l'industrie du cinéma au Québec. En 2001, 2002 et 2003, Trépanier dénombre 106 films québécois sortis en salle, une moyenne de 35 films par année. (Trépanier, 2008, p.13) Depuis 2001, le nombre d'œuvres cinématographiques québécoises produites par année reste stable. Selon le tableau Nombre de longs métrages produits selon le principal marché, Québec, 2006-2010, publié sur le site Internet de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ), la province produit entre 34 et 36 films par année entre 2006 et 2010.

Malgré le pas de géant qu'a fait le cinéma québécois dans l'industrie depuis les années 2000, sa situation est tout de même précaire. La compétition est féroce. Nous sommes

« envahis » par le cinéma américain qui, nous le verrons plus loin, impose son hégémonie. À un niveau moindre, le cinéma français nous fait également compétition sur nos propres écrans. À cause de ces deux cinémas, il est difficile pour le marché québécois de s'imposer dans sa province. Dans son tableau *Panorama statistique de l'industrie cinématographique*, 2004-2008, publié sur le site Internet de l'OCCQ, on note qu'en 2010, 627 films ont été projetés sur les écrans du Québec. De ces films, 294 provenaient des États-Unis, 101 de la France et seulement 73 étaient d'origine québécoise. Le Québec possède 11,6 % du marché cinématographique sur son propre territoire. Ces chiffres montrent l'envahissement du cinéma américain sur nos écrans. La preuve, les films américains atteignent un niveau d'assistance au Québec bien supérieur aux œuvres québécoises distribuées dans nos salles de cinéma. À ce sujet, l'OCCQ note :

À titre de comparaison, les films états-uniens représentent 47 % des films projetés, mais accaparent 81 % de l'assistance en 2010. Notons que les films états-uniens sont diffusés avec un nombre moyen de copies beaucoup plus élevé que les films des autres provenances. Ceci explique la grande différence entre leur part plus faible du nombre de films et leur part élevée de l'assistance. (OCCQ-Tome 1, 2012, p. 22)

Cet envahissement du cinéma américain sur nos écrans a un impact direct sur les recettes réalisées par les films québécois. Selon le tableau *Panorama statistique de l'industrie cinématographique*, 2004-2008, publié sur le site Internet de l'OCCQ, les recettes des films québécois équivalent à 8,9 % des revenus totaux des salles de cinéma de la province. Les recettes des films états-uniens projetés sur nos écrans se chiffrent à 79,5 % des revenus totaux des salles de cinéma du Québec. Nous comprendrons pourquoi le Québec n'est pas de taille à affronter le marché le géant américain.

La raison de la présence des cinémas américain et français sur nos écrans est bien simple. Ils produisent beaucoup plus de films que nous, et ce, avec des budgets plus élevés. Le tableau *Panorama statistique de l'industrie cinématographique*, 2004-2008, publié sur le site Internet de l'OCCQ, indique qu'en 2008, le Québec a produit 33 longs métrages. La même année, la France a réalisé 240 œuvres et les États-Unis plus de 520 films. Le nombre d'écrans dans les salles de cinéma du Québec se chiffre à 784. La France, quant à elle, a sept fois plus d'écrans de cinéma que le Québec avec un total de 5 418 écrans et 442 écrans de cinéma numérique. Le Québec ne possédait aucun écran numérique en 2008. Les États-Unis

surpassent considérablement le Québec et la France, avec à leur actif 40 194 écrans de cinéma et 5 474 écrans de cinéma numérique. Il n'est pas étonnant que nos voisins du Sud aient un si grand nombre d'écrans, vu l'assistance qui fréquente les salles de cinéma. Les Américains ont eu en 2008, sur une population de 305 millions habitants, plus de 1 364 000 000 de spectateurs dans les salles. Cela signifie qu'un Américain se rend au cinéma en moyenne 4,5 fois par année. Pour sa part, la France compte, en 2008, 189 000 000 spectateurs qui se déplacent dans ses salles de cinéma. Avec sa population de 63 900 000 habitants, cela signifie que le Français se rend au cinéma en moyenne 3 fois par année. Au Québec, l'OCCQ a dénombré 22 600 000 entrées dans les salles de cinéma de la province en 2008. Le Québec, qui comptait cette année-là 7 800 000 habitants, obtient un indice de fréquentation des infrastructures cinématographiques de 2,9 fois par habitant. (OCCQ, 2009, p.1) La France et le Québec sont loin derrière les États-Unis qui ont une énorme longueur d'avance.

Ce portrait du cinéma québécois, mis en parallèle avec les industries du cinéma américain et français, démontre la fragilité de notre secteur. Nous constatons que nous faisons face à une « invasion » du cinéma américain sur nos écrans. Cet envahissement a un impact direct sur le public qui a tendance à préférer le cinéma américain au cinéma québécois. Bref, cette « invasion » résulte grandement des mégas productions hollywoodiennes qui, avec leurs effets spéciaux, leurs vedettes et leurs budgets faramineux, réussissent à attirer la majorité des spectateurs dans les salles de cinéma. Notre industrie précaire affecte également notre financement. Il est impossible pour un producteur québécois d'amasser un devis équivalent aux productions américaines. En moyenne, un film américain dispose d'un budget de plus de 40 millions de dollars. L'OCCQ indique dans son tableau Coûts moyens et coûts médians des productions cinématographiques et télévisuelles, Québec, 2008-2009 à 2010-2001, que la moyenne des budgets de production de longs métrages depuis les cinq dernières années est de 3 411 416 \$ au Québec. En 2009-2010, cette moyenne de coût de production a chuté de 1 086 015 \$ pour se chiffrer à 2 325 401 \$. Elle a remonté la pente en 2010-2011, pour atteindre le montant record de 4506617\$. (OCCQ-Tome 2, 2011, p. 30) Or, l'OCCQ affirme que cette augmentation importante s'explique par l'existence de coproductions internationales aux budgets importants:

Le coût moyen des longs métrages québécois évolue fortement à la hausse, passant de 2,3 M\$ en 2009-2010 à 4,5 M\$ en 2010-2011. Cette hausse importante est notamment due à la présence de certaines coproductions majoritaires au budget élevé, tel que *Barney's Version* et *Café de Flore*. (OCCQ – Tome 2, 2011, p. 29).

Nous constatons donc, à la suite des propos de l'OCCQ, que ce genre d'échange entraîne en règle générale un devis plus élevé qu'un film uniquement national. En 2008-2009, le coût moyen d'un long métrage coproduit était de 12 899 556 \$, comparativement au budget moyen d'un film québécois qui était de 3 028 662 \$. (OCCQ – Tome 2, 2011, p. 30) Selon les chiffres de l'OCCQ, les coûts moyens des coproductions sont toujours plus élevés que les devis des productions uniquement québécoises.

1.2 Coproduction officielle régie par un traité

Téléfilm Canada est une société du gouvernement canadien fondée en 1967 sous l'appellation Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne. Sa mission se centre sur le développement et la promotion des industries audiovisuelles canadiennes, notamment celles du film, de la télévision, des nouveaux médias et de la musique. En plus de promouvoir et d'apporter un soutien financier et stratégique aux industries du cinéma, de la télévision et des nouveaux médias, l'organisme fédéral a également comme tâche la réception, la promotion et l'évaluation des demandes de coproductions internationales officielles régies par un traité. Il recommande à Patrimoine Canadien d'octroyer, en vertu de la Loi de l'impôt sur le revenu, son accord aux divers projets afin qu'ils reçoivent la classification de coproduction officielle canadienne.

Patrimoine Canadien définit comme suit la coproduction officielle régie par un traité:

La coproduction officielle régie par un traité est créée lorsqu'au moins deux producteurs situés dans des pays différents mettent en commun leurs ressources afin de réaliser un projet audiovisuel pour lequel ils partagent le risque économique, la propriété, le pouvoir décisionnel sur les aspects créatifs et les avantages offerts par leur gouvernement respectif conformément à un traité. (Patrimoine Canadien, 2010, p. 1)

On compte plus de 53 traités signés entre le Canada et d'autres pays dans le dessein de favoriser la création de coproductions entre les États. Les traités stipulent les droits et les normes que doivent respecter les pays partenaires pour bénéficier des avantages de la coproduction. Ils sont renégociés régulièrement afin que l'entente soit à jour. Il est possible

de mener à bien une coproduction sans respecter les accords signés par Téléfilm Canada. Toutefois, les entreprises qui dirigent un tel projet n'auront pas droit aux Fonds du long métrage du Canada. Ils ne pourront bénéficier que des crédits d'impôt calculés selon les dépenses de main-d'œuvre canadienne.

Lors d'un échange de coproduction, les pays participants peuvent être investisseurs minoritaires ou majoritaires. L'implication économique diffère selon le statut. Le minimum d'investissement que peut fournir le partenaire minoritaire est de 20 %. Le pays majoritaire a donc une part d'investissement maximum de l'ordre de 80 %. Les pourcentages se situent généralement entre 20 % et 40 % pour les investisseurs minoritaires et entre 60 % et 80 % majoritaires. Téléfilm pour les partenaires Canada explique dans document Coproductions internationales : Principes directeurs que la participation créative et technique de chaque pays doit être proportionnelle à sa contribution financière. Téléfilm donne l'exemple d'un partenaire minoritaire qui fournit 25 % du budget total de l'œuvre. Les citoyens de ce pays pourvoient 25 % des postes créatifs et techniques, tandis que le pays majoritaire comble 75 % des postes créatifs et techniques.

1.3 Avantages économiques d'une coproduction officielle régie par un traité

Une coproduction officielle régie par un traité est reconnue comme une œuvre nationale par tous les pays qui s'engagent comme investisseurs dans le projet. Ce statut permet aux entreprises de production de bénéficier des mesures de soutien gouvernementales proposées par tous les États partenaires. Au niveau du financement canadien, Patrimoine Canadien stipule :

Les coproductions régies par des traités sont considérées comme étant canadiennes conformément aux règlements de radiodiffusion du CRTC; elles sont donc admissibles à l'aide destinée au contenu canadien, ce qui comprend l'aide financière directe offerte aux productions cinématographiques et télévisuelles dans le cadre du Fonds des médias du Canada, du Fonds du long métrage du Canada, ainsi qu'à des crédits d'impôt. (Patrimoine Canadien, 2010, p. 1)

L'industrie audiovisuelle canadienne jouit grandement des ententes de coproduction signées entre le Canada et divers pays. Les traités offrent aux producteurs un plus large éventail de financements. Résultat : plusieurs films qui n'auraient jamais vu le jour sont produits et tournés au pays. Les coproductions officielles attirent donc les investisseurs au Canada. Selon

le document Contexte : Examen du cadre actuel s'appliquant aux coproductions régies par des traités, les retombées économiques canadiennes sont considérables.

De 2000 à 2009, le Canada a participé à 795 coproductions régies par des traités, dont les budgets de production totalisaient près de 5,5 milliards de dollars. En moyenne, les coproductions de ce type ont un budget de 7 millions de dollars, comparativement à 1,6 million de dollars pour les productions nationales. » (Patrimoine Canadien, 2010, p. 1)

Ces chiffres démontrent, selon Patrimoine Canadien, que la coproduction contribue au développement des infrastructures des entreprises audiovisuelles, stimule l'économie canadienne en général et favorise le marché de l'emploi.

1.4 Avantages culturels d'une coproduction officielle régie par un traité

La création d'œuvres en partenariat entre le Canada et les États ayant signé un traité de coproduction, procure à notre pays plusieurs avantages culturels, selon Patrimoine Canadien. La création de contenu canadien diffusé au-delà des frontières du territoire et qui rejoint un public plus large est sans contredit le plus grand profit culturel, selon eux. À cet effet, il cite en exemple du côté francophone le film *Incendies*, de Denis Villeneuve, coproduit en 2012 grâce à un accord entre la France et le Canada. Dans le secteur anglophone, le ministère donne l'exemple de *Barney's Version*, de Richard J. Lewis, œuvre qui fut en 2012 produite avec l'Italie. Ces films ont réussi à obtenir un succès international, et mettent en vedette des talents et des créateurs canadiens dans l'arène mondiale, affirme Patrimoine Canadien.

1.5 Ralentissement des activités de coproduction au Canada

Le ministère du Patrimoine canadien constate que les activités de coproduction cinématographique ont considérablement diminué au cours des dernières années après avoir beaucoup crû auparavant. Dans son dernier rapport, Patrimoine Canadien note :

Le volume de coproductions canadiennes régies par des traités a augmenté selon un taux annualisé moyen de 22 %, entre 1994 et 2000. La croissance a atteint un sommet de 859 millions de dollars en 2000 et a chuté d'environ 46 %, pour atteindre 460 millions de dollars en 2009. (Patrimoine Canadien, 2010, p. 2)

En 2009, on compte que 54 coproductions au Canada ont vu le jour, comparativement à 102 projets en 2001. La compétition grandissante est une des causes majeures du ralentissement.

Les coûts de production sont de plus en plus élevés. Il est de plus en plus difficile de financer un film à partir des sources nationales uniquement. Les entreprises de monde entier cherchent donc des partenaires afin de produire leurs projets de film. Cela a comme résultat de créer une concurrence énorme entre les pays. Afin d'attirer des partenaires à venir investir chez eux, et ainsi profiter de plus grandes retombées économiques dans le domaine de l'audiovisuel, plusieurs États ont revu l'ensemble de leurs politiques de coproduction. À titre d'exemple, Patrimoine Canadien cite la France, l'Allemagne et l'Australie qui ont accru le nombre d'incitatifs fiscaux. L'Union européenne, quant à elle, a établi des règles afin que les pays de son territoire développent des partenariats entre eux. (Patrimoine Canadien, 2010, p. 3) À la suite de ses observations, le ministère du Patrimoine canadien croit que la diminution des ententes de coproduction entre le Canada et ses anciens collaborateurs est due aux principes directeurs stricts qui régissent les traités actuels. En d'autres termes, les règlements canadiens décourageraient certains partenaires potentiels. Ces principes datant de plusieurs années ne seraient plus à jour. Sur le plan économique, le Canada ne serait donc plus un partenaire de choix dans l'industrie de la coproduction audiovisuelle. Patrimoine Canada croit qu'il est temps pour le pays de revoir ses politiques. Avant d'observer les propositions du gouvernement canadien en matière de coproduction, analysons la situation de la coproduction au Québec.

1.6 Ralentissement des activités de coproduction au Québec

Téléfilm Canada n'est pas le seul à avoir observé une baisse dans le secteur de la coproduction cinématographique. Le Québec note également une chute sur son territoire. L'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) indique, dans le tableau Nombre de productions entièrement québécoises et de coproductions de longs métrages destinés aux cinémas, Québec, 2006-2012, que sur les 34 films sortis au Québec en 2007, 2 sont des coproductions majoritaires et 9 sont des coproductions où le Québec est partenaire minoritaire. En 2008, les chiffres restent stables. L'OCCQ dénombre que 36 films destinés au cinéma ont été produits. De ce nombre, 2 sont des coproductions majoritaires et 11, des coproductions minoritaires québécoises. Le marché de la coproduction dans la province reste fort. Pas contre, on observe dans ce même tableau de l'OCCQ qu'en 2009 et 2010, le marché de la coproduction minoritaire chute, tandis que la coproduction majoritaire augmente. En 2009, on compte que sur 34 films produits dans la province, 5 sont des

coproductions majoritaires et 3 des coproductions minoritaires. En 2010, 36 films québécois sont sortis dans les salles de cinéma. De ce nombre, 6 sont des coproductions majoritaires. Cette année-là, le Québec n'a produit qu'une seule coproduction minoritaire. Cela représente une chute considérable comparativement à 2008, année où 11 coproductions minoritaires ont été produites. Malgré l'augmentation des coproductions majoritaires en 2009 et 2010, la diminution des coproductions minoritaires nuit à la moyenne des devis de coproduction au Québec pour 2009 et 2010. À ce sujet l'OCCQ affirme :

Les coproductions minoritaires de longs métrages de l'année 2010-2011 pour leur part affichent des budgets moyens exceptionnellement bas. Le coût moyen d'un tel long métrage coproduit passe ainsi de 8,7 M\$ à 4,3 M\$ en un an (2009-2010 à 2010-2011) alors qu'il était de 12,9 M\$ deux ans auparavant (2008-2009). Les coproductions minoritaires qui représentaient 26 % du nombre de longs métrages produits en 2008-2009 représentent 15 % de celle-ci en 2012-2011. Les devis moyens de coproductions minoritaires sont donc en baisse pour la deuxième année consécutive. (OCCQ-Tome 2, 2011, p. 29)

Cette baisse des devis de coproduction affecte inévitablement l'industrie cinématographique de la province. Cela entraîne une baisse d'emplois dans le secteur, une chute de revenus pour les compagnies de location d'équipement et de studio, et plus encore. Comme nous avons vu plus haut, cette baisse de coproductions n'est pas exclusive au territoire québécois, mais est présente dans le pays en entier. Selon Téléfilm Canada, le pays, en l'occurrence le Québec, n'est plus un partenaire de choix dans l'industrie de la coproduction audiovisuelle, en raison de nouvelles politiques de coproduction instaurées dans plusieurs pays. Voyons les changements que le Canada souhaite apporter afin qu'il redevienne compétitif au sein de cette industrie.

1.7 Nouvelle politique canadienne sur la coproduction audiovisuelle régie par un traité Afin de s'adapter au paysage audiovisuel changeant et de reprendre une place importante dans le domaine de la coproduction, Patrimoine Canadien a révisé son système de coproduction officielle régie par un traité. Une consultation sur le sujet s'est tenue en mars 2011. On a demandé aux acteurs du secteur culturel de rédiger un rapport afin d'émettre leur opinion sur cet enjeu. Le nouveau traité type impose de nouvelles politiques directrices qui seront à la base de tout accord de coproduction signé entre le Canada et un pays X. Le gouvernement canadien propose quatre changements majeurs par rapport aux traités actuels. Il espère avec ces modifications augmenter le nombre de coproductions au pays. Patrimoine

Canadien veut ouvrir à la renégociation ou à la négociation des traités actuels, harmoniser les activités promotionnelles de coproduction, simplifier les procédures administratives, ainsi qu'assouplir ces politiques.

1.7.1 Les quatre changements majeurs

1.7.1.1 Ouverture à la négociation

Afin d'imposer les procédures du nouveau traité type de coproduction, Patrimoine Canadien devra renégocier tout accord déjà en vigueur avec les autres pays. En outre, il souhaite négocier des traités avec un plus grand nombre de pays. Le ministère discute en ce moment même d'un futur traité qui pourrait être signé avec l'Inde. Patrimoine Canadien croit qu'offrir un plus large éventail de possibilités d'échange aux entreprises de production canadienne, les encouragera à se lancer dans la sphère de la coproduction avec le Canada. Si le traité type est accepté, cela aura pour effet d'accroître la compétitivité du pays. Également, à la suite de la mise en place du nouveau traité type, le gouvernement canadien s'engage à établir une stratégie afin d'alléger les négociations avec les pays partenaires. Une entente prend en moyenne entre 18 mois et 3 ans à se concrétiser. Le ministère affirme que la stratégie de négociation sera fondée sur le traité type, qui lui, sera défini après avoir obtenu l'accord de l'industrie audiovisuelle canadienne à la suite de la consultation qui s'est terminée le 24 mars 2011.

1.7.1.2 Harmonisation des activités promotionnelles de coproduction

Le gouvernement canadien veut également revoir ses activités de promotion sur la coproduction. Il souhaite établir un discours commun entre les différents paliers gouvernementaux, les organismes nationaux et provinciaux ainsi que l'industrie audiovisuelle. Cette approche a pour but que tous travaillent ensemble à la promotion du Canada comme partenaire de choix dans le domaine de la coproduction.

1.7.1.3 Simplification des procédures administratives

La complexité et la longueur des procédures administratives pour officialiser une coproduction entre le Canada et un pays X peuvent être des éléments qui découragent certains de faire affaire avec nous, croit le gouvernement. Il veut donc simplifier les

procédures administratives. Selon lui, cette mesure est essentielle pour atteindre les objectifs de la nouvelle politique de coproduction régie par un traité, qui est d'inciter de plus en plus d'investisseurs à faire affaire avec les producteurs canadiens.

1.7.1.4 L'annexe

Le document sur la nouvelle Politique sur la coproduction régie par un traité stipule qu'après la mise en place du traité type, les politiques qui y figurent ne seront plus modifiables. Par contre, afin d'assouplir davantage les règles du traité type, une annexe pourra être ajoutée lors de la signature d'un accord entre le Canada et un pays X. Cette annexe doit obtenir le consentement mutuel des ministères responsables des pays qui négocient. Le responsable dans le cas du Canada est Téléfilm Canada, qui prendra la décision au nom du ministère du Patrimoine canadien.

1.7.1.5 Les grandes modifications des principes directeurs du traité type

La souplesse des politiques directives est la plus grande modification que Patrimoine Canadien souhaite apporter. Les principes directeurs du traité type sont imposés dans tout traité négocié entre le Canada et le pays X. Ils réglementent plusieurs aspects, tels que le pourcentage minimum de l'investissement et de l'apport créatif des parties, les normes de distribution, la répartition des rôles clés, les lieux de tournage, ainsi que les parts des droits d'auteur qui reviennent aux partenaires. Les principes directeurs du traité type s'assurent que les intérêts financiers et culturels canadiens sont préservés lors de la signature d'un accord de coproduction. Patrimoine Canadien veut assouplir ses principes directeurs de coproduction afin d'inciter un plus grand nombre de pays à faire affaire avec les membres de son industrie.

Le premier principe qu'il souhaite modifier concerne la proportionnalité des dépenses de production. Dans le traité type actuel, il est stipulé que le Canada et ses partenaires doivent contribuer financièrement à un minimum de 20 %. En raison de quoi ils ne peuvent avoir la certification de coproduction par Téléfilm Canada. Dans le nouveau traité type, Patrimoine Canadien veut abaisser cette implication à 15 % pour un projet à 2 pays et à 10 % pour une production à 3 États ou plus. Les nations finançant au minimum 10 % seront considérées comme un tiers parti. Le gouvernement fédéral écrit dans le document de présentation de sa nouvelle politique sur la coproduction :

La portion des dépenses de coproduction engagées pour des éléments canadiens doit être au moins proportionnelle à la contribution financière du Canada. Le concept correspondant pour chacun des pays partenaires peut être négocié lors de l'établissement de chaque traité. (Patrimoine Canadien, 2010, p. 9)

Ce libellé confirme que le pourcentage des dépenses de coproduction d'éléments canadiens doit être au minimum de 15 %. Par contre, Téléfilm Canada stipule plus loin dans son rapport que le tableau des dépenses de coproduction d'éléments canadiens sera élargi et ne s'étendra plus uniquement aux dépenses faites en sol canadien. Le nouveau traité type propose de considérer toute dépense relative aux interprètes et équipes canadiennes faites à l'étranger, comme une dépense d'éléments canadiens.

Patrimoine Canadien a considérablement modifié le principe directeur du nouveau traité type concernant la distribution des postes clés. Les principes directeurs qui régissent les traités actuels stipulent que la participation créative et technique doit être proportionnelle à la contribution financière de chaque pays coproducteur. Par exemple, si la contribution financière du coproducteur canadien s'établit à 25 % du devis total, 25 % des postes créatifs et techniques devront être comblés par des Canadiens. Sous réserve des dispositions prévues par les accords bilatéraux de coproduction, tout le personnel clé pour la fiction, l'animation ou le documentaire doit être composé des citoyens ou des résidents permanents du Canada ou du pays coproducteur. Dans le cas d'une coproduction avec un pays membre de l'Union européenne (UE), les travailleurs doivent être citoyens ou résidents permanents du pays de l'UE. (Téléfilm Canada, 2010, p. 5) Selon les principes directeurs actuels, les postes clés sont le réalisateur, le scénariste, les interprètes principaux et secondaires, le directeur de la photographie, le concepteur artistique, le monteur et le compositeur. Les nouveaux principes directeurs proposés par le gouvernement du Canada stipulent :

Un ou plusieurs des principaux postes clés (voir la définition dans l'annexe) doivent être occupés par un ressortissant canadien et par un ressortissant du pays coproducteur. L'un des principaux postes clés peut être occupé par un ressortissant d'un tiers pays ou par un ressortissant d'un pays qui n'est pas un parti à la coproduction. (Patrimoine Canadien, 2010, p. 10)

La distribution des postes clés ne sera donc plus faite en fonction du pourcentage d'investissement de chacun, comme le stipule le règlement actuel cité plus haut. Également, le ministère du Patrimoine canadien diminue les postes clés de plus de la moitié. Dans le

nouveau traité type, il considère uniquement le réalisateur, le scénariste, les interprètes principaux et secondaires comme personnels clés d'une coproduction.

Le gouvernement canadien souhaite également modifier les principes directeurs du traité type actuel qui concerne les lieux de tournage et les services techniques. Le traité type actuel ne permet aucun tournage à l'extérieur des frontières des pays participants, excepté si le scénario l'oblige. Le nouveau traité type permettra aux partenaires de tourner ou d'engager des services techniques à l'extérieur des territoires des pays qui participent financièrement au projet, dans la mesure où la valeur de ces services ne dépasse pas 25 % du budget total de la coproduction.

Patrimoine Canadien affirme que la nouvelle Politique canadienne sur la coproduction audiovisuelle régie par un traité servira à renforcer l'infrastructure audiovisuelle canadienne en ouvrant des portes à des productions qui n'auraient jamais vu le jour autrement. Cette politique permettra au Canada de se positionner comme partenaire économique de choix dans le milieu audiovisuel. La Société de développement des entreprises culturelles (SODEC), la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) et l'Union des artistes (UDA) clament que Patrimoine Canadien vante davantage les intérêts économiques que les avantages culturels qu'apporte un échange de coproduction. Selon les rapports de ces associations concernant la nouvelle Politique canadienne sur la coproduction audiovisuelle régie par un traité, le gouvernement canadien balaie de la main la culture, aspect qui prime au sein d'une création. L'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ), quant à elle, semble approuver les changements proposés. Le financement est-il réellement l'élément le plus important lors de l'association de producteurs? L'aspect culturel passe-t-il vraiment au second plan?

1.8 Vision de la SODEC

La SODEC se décrit comme une société du gouvernement du Québec qui relève du ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine. Elle soutient la production et la diffusion de la culture québécoise dans le champ des industries culturelles. Sur son site Internet, la SODEC écrit que « [...] pour accomplir son mandat, leur société relève le défi de parler à la fois de création artistique et d'affaire. Elle y parvient en alliant le

langage entrepreneurial au développement culturel et en misant sur la culture comme secteur de développement économique ». (SODEC, 2011) Dans son rapport de consultation sur la nouvelle Politique de coproduction régie par un traité, la SODEC partage l'opinion de Patrimoine Canadien sur la réorganisation des traités actuels qui sont, quant à eux, désuets. La société québécoise est d'avis que la coproduction comprend un pôle économique et un pôle culturel. Selon elle, trouver un juste milieu entre ces deux aspects est un défi de taille. Étant elle-même très concernée par le sujet, puisque joindre les équilibres économique et culturel est partie intégrante de leur mission, la SODEC ne croit pas que Patrimoine Canadien a relevé le défi dans sa nouvelle politique. Elle écrit dans son rapport :

Nous reconnaissons que la coproduction donne accès à des fonds supplémentaires et aux marchés étrangers qui permettent d'accroître la capacité de rentabiliser l'investissement consenti aux productions québécoises. L'apport de nouvelles sources de financement provenant du marché international ne doit toutefois pas occulter la nécessité d'une cinématographie signifiante au niveau culturel, gage de son succès sur la scène nationale. (SODEC, 2011, p. 3)

Selon la société québécoise, les clauses du nouveau traité type qui risquent le plus d'influencer la présence culturelle au sein des coproductions sont l'assouplissement proposé pour les postes clés qui ne feront plus partie des exigences de proportionnalité, ainsi que la possibilité que les services techniques soient fournis à l'extérieur des pays coproducteurs, à la hauteur de 25 % du budget total. La SODEC affirme que ces changements diminueront la présence créatrice québécoise et en l'occurrence, canadienne. Au sujet de la diminution des postes clés au nombre de quatre et la clause qui propose qu'un seul de ses postes clés soit comblé par un Canadien, la SODEC affirme :

Nous sommes d'avis que la coproduction internationale régie par les traités doit à la fois prendre en compte les intérêts des producteurs, mais aussi des créateurs, des artistes, des auteurs et des artisans. Les traités devraient permettre de faire connaître la culture audiovisuelle nationale ainsi que ses ressources propres. Ils doivent assurer un véritable partenariat au-delà des simples montages financiers. (SODEC, 2011, p. 9)

1.9 Visions de la SARTEC et de l'UDA

La société des auteurs de radios, télévision et cinéma (SARTEC) est un syndicat professionnel qui regroupe plus de 1250 auteurs dans le secteur de l'audiovisuel. Elle s'est associée à l'Union des artistes (UDA) afin de rédiger un rapport dans le cadre de la

consultation sur la nouvelle Politique de coproduction régie par un traité. L'UDA est un syndicat qui protège les intérêts des acteurs francophones du Québec. L'opinion de la SARTEC et de l'UDA est très claire dans leur rapport. Tout comme la SODEC, elles trouvent que la nouvelle politique proposée privilégie le pôle économique plutôt que le pôle culturel des entreprises. Elles remarquent dans le document de présentation de la nouvelle politique fait par Patrimoine que « [...] les préoccupations culturelles ne sont que timidement évoquées et le plus souvent occultées, voire évacuées. » (SARTEC et UDA, 2011, p. 1) La SARTEC et l'UDA rappellent au gouvernement canadien que les coproductions vont puiser dans des fonds dits culturels, et c'est pour cette raison qu'ils devraient servir à promouvoir la culture et l'art au Canada et au Québec. Tout comme la SODEC, les clauses concernant les postes clés et la possibilité de sous-traitance technique à l'extérieur des frontières des pays producteurs, en l'occurrence de 25 % du budget, sont les politiques directrices qu'elles craignent le plus. Selon la SARTEC et l'UDA, l'ouverture aux ressortissants d'un pays tiers aux rôles clés est un euphémisme qui permettra aux producteurs d'engager des talents américains et d'ainsi augmenter les recettes du film. La présence d'acteurs américains aide à la publicité de l'œuvre et en garantit un public. La SARTEC et l'UDA se demandent comment Patrimoine Canadien peut prétendre vouloir créer du contenu canadien en augmentant la présence américaine dans les divers postes clés de création. Elles demandent au gouvernement fédéral de définir le contenu canadien. Est-ce par la provenance des taxes que l'implication du pays se fera sentir? Pour ce qui est de la politique directrice de sous-traitance des services techniques, la SARTEC et l'UDA croient que cette clause ne favorise ni l'économie ni la culture de l'État. L'avantage des coproductions au niveau culturel est l'embauche des travailleurs du milieu artistique d'ici. Cet avantage à un impact direct sur l'économie canadienne. Alors, pourquoi permettre que les services techniques soient assurés par un pays tiers? La SATEC et l'UDA croient que cette nouvelle politique est une façon détournée de réduire les coûts de production. Selon eux, les objectifs de la nouvelle politique de coproduction ne doivent pas être de réduire les frais de main-d'œuvre au détriment de la présence culturelle. En conclusion, la SARTEC et l'UDA s'opposent fermement à l'adoption de la nouvelle politique de coproduction régie par un traité. Ils recommandent le maintien de l'ancienne version du traité qui favorise davantage l'emploi des travailleurs canadiens et en

l'occurrence la culture d'ici. De plus, les représentants de ces organismes croient que le nouveau traité type est désavantageux pour le Québec, contrairement au reste du Canada.

1.10 Vision de l'APFTO

L'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ) est un regroupement des entreprises de production indépendante en cinéma et télévision au Québec. Elle représente ses membres auprès des gouvernements et des organismes du milieu audiovisuel. L'APFTQ a comme objectif de promouvoir la coopération entre tous les intervenants de l'industrie. Dans son rapport sur la nouvelle Politique canadienne sur la coproduction régie par des traités, l'APFTQ indique qu'elle se réjouit des changements apportés par le gouvernement fédéral. L'association ne voit aucun inconvénient aux assouplissements qui, selon elle, favoriseront grandement les échanges et permettront aux entreprises de production indépendantes du Québec de s'illustrer davantage sur la scène internationale. Contrairement à la SODEC, à la SARTEC et à l'UDA, l'APFTQ croit que la flexibilité et la latitude sur le seuil minimal de participation financière ainsi que sur l'attribution des postes clés seront grandement favorables pour l'industrie. Également, la possibilité pour les producteurs de faire appel à un citoyen d'un État tiers pour combler un poste créatif important est selon elle une bonne nouvelle. L'APFTQ écrit à ce sujet :

Ce changement est à notre avis absolument nécessaire, voire indispensable, pour tenir compte des évolutions survenues dans l'environnement de la coproduction internationale et permettra au Canada d'être en phase avec la souplesse accordée par les autorités compétentes de nos partenaires de l'Espace économique et d'ailleurs dans le monde. (APFTQ, 2011, p. 8)

Nous notons un discours divergent entre les syndicats et les associations qui représentent les artistes du milieu audiovisuel et l'APFTQ. Cela nous amène à nous questionner sur l'intérêt de la coproduction pour les producteurs. Est-il économique ou culturel? Quel est l'objectif des producteurs lors de leur participation à ce genre d'échange? Observons les recherches déjà faites au sujet de la coproduction cinématographique.

1.11 Finance, Policy and Industrial Dynamics – The rise of co-productions in the film industry (Norbert Morawetz, Jane Hardy, Colin Haslam, Keith Randle)

La littérature sur le phénomène de la coproduction à travers le monde et plus spécifiquement au Canada n'est pas abondante. Une recherche du professeur Norbert

Morawetz du Creative Industries Research and Consultation Unit (CIRCU) de l'Université Hertfordshine, en Angleterre, a attiré notre attention. L'article Finance, Policy ans Industrial Dynamics — The Rise of Co-productions in the Film Industry introduit le sujet de la coproduction en expliquant les particularités de l'industrie culturelle. Il cite William Goldman qui décrit cette industrie comme une industrie « [...] where nobody knows anything ». (Morawetz et al., 2007, p. 425) Cette citation fait référence au cinéma comme un secteur d'activité extrêmement risqué. Nous verrons plus en détail ce qu'il entend par cette déclaration dans la partie de ce travail réservée aux spécificités des industries de la culture. Morawetz parle brièvement de l'industrie du cinéma à l'époque de l'après-Seconde Guerre mondiale. Les pays européens qui tentent de rebâtir leur économie cinématographique et de contrer l'« invasion » américaine n'ont d'autre choix que de s'associer et d'ainsi signer le premier accord de coproduction au monde. Les investigateurs de ce projet sont la France et l'Italie, qui s'associent en 1950. Après cette brève introduction, Morawetz poursuit avec un tableau qui présente différentes formes de coproductions.

Les trois formes de coproductions selon Morawetz :

La coproduction menée pour des raisons créatives : des éléments culturels de tous les pays participants sont présents dans le film. Exemple : le *road-movie* où les personnages traversent les frontières des pays coproducteurs. Le film est tourné en sol de tous les pays coproducteurs. Ce genre de coproduction possède un budget moyen-bas et est généralement européenne. (Morawetz et al., 2007, p. 425)

La coproduction menée dans un objectif de financement (mariage de connivence): ce genre de coproduction est fait dans l'objectif d'aller chercher un financement manquant par des subventions octroyées dans un pays étranger. L'apport créatif et l'apport culturel peuvent être modifiés afin que les demandes de financement soient acceptées par les instances gouvernementales des pays coproducteurs. Ces coproductions ont généralement des budgets moyens-bas. (Morawetz et al., 2007, p. 425)

La coproduction menée pour des intérêts de capitaux internationaux (mariage arrangé) : L'accord de coproduction est fait afin que le pays initiateur du projet puisse obtenir les crédits d'impôt du pays qui se joint au projet. Souvent ces films ont des budgets moyensélevés et sont produits pour une audience plus générale. La distribution est généralement déjà garantie lorsque les partenaires se joignent au projet. (Morawetz et al., 2007, p. 425)

Dans son tableau comparatif, Morawetz décrit la différence entre la subvention publique, que l'on associe au Canada au Fonds des médias de Téléfilm, et les crédits d'impôt, qui sont redistribués selon les dépenses de main-d'œuvre canadienne. Selon lui, une coproduction produite dans le but unique d'acquérir des crédits d'impôt est une association signée selon un intérêt financier. Morawetz qualifie ce genre de film d'œuvre commerciale qui a pour but de rejoindre un large public. La création est en général moins importante que l'intérêt que porte le producteur pour le box-office. Plusieurs professionnels du milieu du cinéma au Québec nomment ce type de cinématographie « un cinéma de producteur ». Un producteur qui s'associe afin d'aller chercher un financement public dans le pays de son partenaire, tel que le Fonds des médias au Canada, est également une forme d'entente financière, selon Morawetz. À la différence de la coproduction menée pour des intérêts de capitaux internationaux (mariage arrangé), la coproduction menée dans un objectif de financement (mariage de connivence) a son lot d'implication créative de la part des deux pays participants. Selon lui, cela est dû aux règles des traités de coproduction qui sont préalablement signés par les gouvernements des pays en cause. Nous avons parlé de ces principales réglementations dans les sections de ce travail portant sur la coproduction officielle et la nouvelle Politique de coproduction audiovisuelle régie par un traité. Souvenons-nous que l'une de ces réglementations est la distribution des postes créateurs clés qui sont attribués en fonction du pourcentage d'investissement de chacun. Afin de déterminer si cette distribution est juste, des points sont attribués à chaque poste. Bref, lorsque des coproducteurs se soumettent à des principes directeurs, cela inclut que les deux parties s'impliquent autant au point financier qu'au point créatif, selon Morawetz.

Dans la suite de son texte, Norbert Morawetz explique l'impact de l'arrivée des crédits d'impôt des années 1990 sur la popularité grandissante de la coproduction. Selon lui, les crédits d'impôt sont apparus à la suite d'un phénomène européen qu'il nomme « Subsidy trap », que l'on peut traduire par le « piège de la subvention ». Entre les années 1980 et 1990, les producteurs européens qui souhaitaient obtenir des subventions publiques devaient prouver que leur film n'était pas une œuvre classée commerciale attirant un large public.

Selon les instances publiques, un film jugé commercial devrait trouver son financement à travers un marché privé. Cela a eu comme effet de restreindre le nombre des spectateurs des films produits avec les subventions de l'État, qui devaient se limiter à un contenu et une distribution locale et laisser tomber le reste du marché européen. Le box-office de ces œuvres diminuant sans cesse, leur dépendance aux financements publics est devenue de plus en plus criante. Morawetz explique : « Overall the industry was trapped in a self-confirming circle of market failure and state intervention ». (Morawetz et al., 2007, p. 428) Après ce constat, au milieu des années 1990, les instances gouvernementales européennes ont réévalué leurs mécanismes de soutien financier de l'industrie du cinéma. Elles ont modifié leur vision protectionniste envers la culture locale pour étendre leur marché et ainsi instaurer une industrie qui serait basée sur le succès financier. Le cinéma se devait de devenir une industrie lucrative. Les crédits d'impôt ont donc été instaurés afin d'attirer de nouveaux investisseurs dans le milieu et d'ainsi favoriser la venue des films à plus gros budget qui rejoignent un public plus large. Également, l'implantation des crédits d'impôt en Europe devenait de plus en plus criante, surtout que le Canada les avait largement devancés.

Au début des années 1970, le taux d'échange du dollar canadien étant avantageux pour les Américains, ceux-ci ont vite compris qu'il était moins coûteux de tourner leur méga production en sol canadien. Les tournages hollywoodiens procurant un énorme bénéfice aux activités économiques au Canada, le gouvernement a instauré en 1974 un programme d'incitatif fiscal sous la forme d'une déduction pour amortissement pour toutes dépenses dans le secteur audiovisuel faites en sol canadien. Cela eut comme conséquence d'inciter davantage de pays étrangers à tourner chez nous. En 1995, le programme de déduction pour amortissement a été remplacé par le système de crédit d'impôt que nous connaissons aujourd'hui. Selon Patrimoine Canadien les crédits d'impôt encouragent les producteurs de films canadiens et étrangers à employer des Canadiens pour des services de production effectués au Canada. (Patrimoine Canada, 2009.) Plusieurs pays, comme l'Allemagne, l'Angleterre, la Hongrie, l'Australie, le Luxembourg et la Nouvelle-Zélande misent aussi sur les crédits d'impôt afin d'accroître leurs industries audiovisuelles, explique Morawetz. Il croit que cela a pour effet d'instaurer une compétition entre les pays offrant des crédits d'impôt pour le secteur audiovisuel.

« Thus not having an existing tax incentive increasingly becomes a non-option for film producing countries. As a fund manager explained: It's not just about helping films getting made, where there is not enough funding. It's also about being competitive and stop them from going elsewhere ». (Morawetz et al., 2007, p. 432)

Les crédits d'impôt offerts dans plusieurs pays ont incité à la coproduction, selon Norbert Morawetz. Au Canada, lorsqu'une coproduction est classée officielle, l'œuvre obtient la nationalité de tous les pays participants. Cela dit, les producteurs sont donc en mesure d'aller réclamer en plus des crédits d'impôt, les subventions publiques de tous les gouvernements des pays partenaires. De ce fait, Morawetz affirme que les crédits d'impôt encouragent les coproductions créées pour des raisons économiques.

«There are production that don't look obvious co-productions. But because we can't raise the finance in the UK, we have to make them into co-productions. And then there the other ones that come to us from other countries. Co-producers come to us to get the last part of the financing. » (Morawetz et al., 2007, p. 434)

Morawetz poursuit sa pensée en affirmant même que les œuvres coproduites ne représentent plus aucune identité culturelle :

« In the Context of fierce tax competition, film production has become increasingly disembedded by financial dynamics that are beyond the control of a single country. Following financial capital, that knows no nationality, the cultural identity of film made as co-productions is increasingly blurred ». (Morawetz et al., 2007, p. 440)

1.12 Evidence on the Performance of the Canada/Europe Co-Production in Television and Film (Colin Hoskins, Stuard McFadyen, Adam Finn, Ann Jackel)

Les auteurs Colin Hoskins, Stuard McFadyen, Adam Finn et Ann Jackel, dans leur article Evidence on the performance of Canada/Europe Co-production in Television and Film, présentent leur recherche sur les raisons pour lesquelles un producteur se tourne vers la coproduction. Dès l'introduction, les auteurs vont au cœur du sujet par cette citation du président canadien de la compagnie de production Cinar. « Co-production is definitely the flavour of the mouth... It's as if a secret formula has been unleashed on the world and everyone wants the magic potion. » (Hoskins et al., 1997, p. 129) Ce dernier résume parfaitement l'intérêt grandissant que porte l'industrie audiovisuelle à la coproduction. Hoskins et ses collègues situent le Canada dans cette nouvelle mode de l'industrie. Selon leurs recherches, le partenaire principal du pays est la France, suivie du Royaume-Uni. Les films coproduits au Canada ont obtenu de 38 % à 56 % du budget total de Téléfilm Canada

réservé au secteur cinématographique, de 1988-1989 à 1990-1991. Hoskins constate que plusieurs gouvernements encouragent ce mode de financement international en signant des traités de coproduction. Par contre, contrairement à Morawetz, ils ne prétendent pas que les membres de l'industrie audiovisuelle utilisent ce mode de financement en majeure partie pour des bénéfices financiers. Hoskins et son équipe de recherche présentent dans cet article les résultats d'une étude menée à la fin des années 1990 sur les motivations majeures pour les producteurs canadiens et européens à participer à un projet de coproduction cinématographique. Pour cette recherche, 35 questionnaires ont été envoyés à des membres de l'industrie audiovisuelle canadienne et 26 questionnaires à des producteurs européens. Dans ce questionnaire, les participants devaient noter leurs appréciations sur une échelle de 1 à 5, 1 signifiant très faible et 5 excellent. La première partie du questionnaire portait sur les revenus générés par leurs projets. Les coproductions auxquelles ils ont participé ont-elles généré un revenu suffisant pour rembourser les dépenses encourues? La deuxième partie du questionnaire demandait aux répondants si la coproduction avait rapporté suffisamment de revenus afin de rembourser les institutions publiques, tel que Téléfilm Canada. La troisième section du questionnaire portait sur les appréciations artistiques des producteurs. On leur demandait s'ils considèrent que leurs projets de coproduction ont eu le succès artistique qu'ils souhaitaient. La quatrième partie du questionnaire demandait aux producteurs de noter leur appréciation générale lors de leur participation à un projet de coproduction. La dernière section les questionnait sur leur future participation à une coproduction. Leurs expériences passées ont-elles augmenté, diminué ou laissé comme tel leur intérêt de participer à unéchange de coproduction?

Une fois les résultats compilés, Hoskins et son équipe de chercheurs constatent que le facteur artistique obtient le plus haut pointage. Sur une échelle de 5 points, l'appréciation générale obtient une note de 3,37, l'importance du revenu retourné à la production 2,74, l'importance du revenu retourné aux instances gouvernementales 2,58, tandis que l'importance artistique et créative obtient une note de 3,59. Hoskins résume son analyse ainsi : « The most important benefit for producers in both Canada and Europe is pooling of financial resources – clearly related to financial goals – but the area of strongest success is creative/artistic performance ». (Hoskins et al., 1997, p. 135)

1.13 Question de recherche

Morawetz affirme que le critère financier est la cause première de l'intérêt pour les échanges de coproduction internationaux. Dans le document sur la nouvelle Politique canadienne sur la coproduction audiovisuelle régie par un traité, on semble mettre de l'avant davantage les intérêts financiers que les avantages culturels de ce genre de partenariat. La recherche dirigée par Hoskins, quant à elle, démontre l'importance du succès créatif et culturel lors des échanges de coproduction entre le Canada et l'Europe, et ce, malgré l'aspect financier qu'il est impossible d'occulter. Cette opposition des points de vue nous amène à réfléchir sur les réelles raisons d'une association entre producteurs de plusieurs pays. Nous connaissons plusieurs coproductions France/Québec qui n'ont pas eu le succès escompté. Le film Nouvelle-France, réalisé par Jean Beaudin et mettant en vedette l'acteur français Gérard Depardieu et les artistes québécois Noémie Godin-Vigneau, David La Haye, Juliette Gosselin, Bianca Gervais et Sébastien Huberdeau, en est un exemple. Par contre, nous observons depuis quelques années un succès grandissant des œuvres coproduites. Bien entendu, nul film n'est à l'abri de l'échec. À l'opposé, nous avons tous été témoins en 2010 du succès fulgurant du dernier film de Denis Villeneuve, Incendies. Nous avons aussi entendu parler des critiques positives de la presse québécoise sur le film Café de Flore, de Jean-Marc Vallée. Ces œuvres sont des coproductions majoritaires canadiennes. Elles sont loin de la caricature de la rencontre entre le Français et le Québécois à laquelle on associe généralement la coproduction. Contrairement à ce qu'affirme Morawetz, les œuvres de Villeneuve et Vallée proposent une vision artistique développée, et ce, même si ces films sont des coproductions. À la suite des discours divergents des membres de l'industrie face à la nouvelle Politique canadienne de la coproduction audiovisuelle régie par un traité et aux résultats divergents obtenus lors de la recherche de Hoskins et de Morawetz, nous en arrivons à la question de recherche suivante : En matière de coproduction cinématographique entre le Québec et ses partenaires, quelles places respectives l'économie et la culture prennent-elles dans les raisons expliquant le développement des coproductions cinématographiques du point de vue des producteurs du secteur?

CHAPITRE II

CADRE THÉORIQUE

Rappelons-nous que dans l'article Finance, Policy and Industrial Dynamics – The Rise of Co-productions in the Film Industry Nobert Morawetz cite Wiliam Goldman qui décrit l'industrie culturelle comme une industrie « where nobody knows anything ». (Morawetz et al., 2007, p. 425) La théorie des industries culturelles va nous permettre de mieux saisir la complexité de ce secteur d'activité. Cette complexité peut entraîner plusieurs investisseurs à se tourner vers la coproduction afin d'aller chercher un pourcentage de leur financement. Tout d'abord, définissons ce que nous entendons par le terme culture.

2.1 Définition de la notion de culture

Il existe plusieurs définitions du mot culture. Marc Ménard, dans son livre Éléments pour une économie des industries culturelles, indique que la culture fait référence aux activités humaines et aux produits de ces activités qui ont attrait aux aspects intellectuels, moraux ou artistiques de la vie humaine. Ménard indique que pour qu'une activité soit considérée comme culturelle, elle doit contenir une part de créativité et d'authenticité dans sa forme de production. En outre, elle doit produire et communiquer des biens symboliques, en plus d'incorporer une certaine forme de propriété intellectuelle. (Ménard, 2004, p. 58) À partir de ces critères, il conclut que la musique, la littérature, la danse le théâtre, les arts visuels font partie de cette catégorie. De plus, Ménard regroupe productions cinématographiques et télévisuelles, radiodiffusion, édition, festivals et métiers d'art, bibliothèques et musées sous cette définition.

2.2 Les quatre caractéristiques de l'industrie culturelle selon Gaëtan Tremblay

L'industrie culturelle englobe la radio, la télévision, la littérature et le cinéma, selon Gaëtan Tremblay. Dans son ouvrage *Les industries de la culture et de la communication au Québec et au Canada*, il se demande à partir de quand la création artistique relève du registre

des industries culturelles. Afin de tenter de répondre à sa question, l'auteur dresse quatre critères qui définissent les industries culturelles.

- 1. Le premier évoque vaguement l'importance des moyens nécessaires à la production et à la diffusion des produits dans certains secteurs d'activité culturelle.
- 2. Le second particularise les industries culturelles par la technologie qu'elles utilisent.
- 3. Le troisième renvoie au rôle que joue le marché, c'est-à-dire l'offre et la demande, dans la production et la distribution des biens culturels.
- 4. Enfin, le quatrième ordre de critères fait référence à l'introduction des processus de production capitaliste dans le domaine des activités culturelles. (Tremblay, 1990, p. 38)

Augustin Girard, auteur cité dans l'ouvrage de Tremblay, affirme que la technologie permettant une reproduction massive et standardisée des œuvres est la caractéristique première des industries culturelles. Tremblay montre du doigt la production et la diffusion massive de la culture, qui répond aux règles de la marchandisation. Puisqu'il en est ainsi, la culture occupe une place sur le marché de l'offre et la demande, tout comme n'importe quels biens et services produits par les diverses entreprises économiques. Selon lui, cette prédominance financière s'impose au détriment de l'art et la création. « Dans cette optique, l'industrialisation de la culture n'est qu'une conséquence inévitable du développement normal d'une économie libérale », note Gaëtan Tremblay. (Tremblay, 1990, p. 40)

Les industries de la culture ne se définissent pas uniquement par ses techniques de production et de diffusion massives de biens culturels régis sous le marché de l'offre et la demande. Le quatrième critère de Tremblay, qui se réfère à l'implantation des activités capitalistes, et de ce fait à la transformation de l'organisation du travail dans la sphère des activités culturelles, constitue le point central de la définition de cette industrie. À cet effet, Gaëtan Tremblay cite Jean-Guy Lacroix.

Ainsi, devrait être considérée comme une industrie culturelle toute activité de production, distribution et diffusion de produits culturels, symboliques (donc intégrant du travail culturel), organisée selon les principes de séparation producteur-produit et conception-exécution et de la division technique du travail (parcellisation des tâches). (Tremblay, 1990, p. 63)

Gaëtan Tremblay affirme que les caractéristiques de l'industrie culturelle sont nommées dans un ordre précis. Il explique que les critères ne fonctionnent pas indépendamment les uns des autres, mais s'emboîtent afin d'en arriver à une définition juste. (Tremblay, 1990, p. 40) Après cette description des caractéristiques de l'industrie culturelle, nous ne pouvons nier que le cinéma, en l'occurrence la coproduction cinématographique, s'insert dans ce secteur d'activité. Une œuvre filmique a besoin de financement considérable afin d'être produite. La création d'un film nécessite une technologie propre à son milieu : caméra, éclairage et table de montage. La reproduction massive d'œuvres audiovisuelles résulte de l'offre et de la demande du marché. Enfin, l'industrie du cinéma repose sur une structure organisationnelle du travail prenant place dans l'ordre capitaliste. Observons cette structure que les théoriciens nomment les filières des industries de la culture. Également, analysons comment la coproduction cinématographique s'inscrit dans ce système.

2.3 Les filières de l'industrie culturelle

Dans son livre Éléments pour une économie des industries culturelles, Marc Ménard décrit plus en détail l'organisation du travail dont parle Gaëtan Tremblay. Il explique les 4 grands secteurs d'activité de la production des filières. Ménard définit la notion de filière comme suit :

Dans sa conception la plus simple, la notion de filière désigne une transformation productive, ce qui veut dire qu'elle est constituée d'opérations successives articulées sur un substrat technique commun. Elle regroupe donc un certain nombre de secteurs industriels mutuellement liés, en particulier par des échanges de fournisseurs à client. (Ménard, 2004, p. 92)

Les principales phases d'activité des diverses filières de l'industrie culturelle, dont celle du cinéma, sont la création, la production, la diffusion et la commercialisation.

2.3.1 La création

La première étape de l'organisation du travail débute par la création. Marc Ménard définit ce processus « comme la conception d'œuvres culturelles originales, sous la forme de biens symboliques incorporant un certain type de propriété intellectuelle. » (Ménard, 2004, p. 90) Cette étape se constitue de l'idée elle-même, à la recherche et au développement de l'œuvre. La création est la seule phase qui n'est pas industrialisée. Dans l'industrie

cinématographique, l'étape de création est l'écriture du scénario. À ce stade, l'œuvre n'est pas ancrée dans un processus de coproduction. C'est après l'écriture que le producteur établira un lien avec un partenaire étranger.

2.3.2 La production

La production, la deuxième étape de l'organisation du travail, se veut la « mise en œuvre du processus qui permet de passer de l'œuvre originale à l'œuvre disponible pour le public. » (Ménard, 2004, p. 90) Selon Ménard, la production est le moteur central des industries culturelles. Le producteur est celui qui joue le rôle d'intermédiaire entre l'auteur et le diffuseur/distributeur. En plus de trouver l'œuvre et d'assumer en partie le risque financier, il participe dans certains cas au processus de création. Il est le patron de l'ensemble de la production. Le producteur est également le responsable des finances. Il fait les demandes de subvention et distribue les cachets et les droits. Dans le secteur du cinéma, le producteur joue le rôle central. C'est à ce stade que s'amorcent généralement les accords de coproduction. Les producteurs se joignent afin d'assumer ensemble les risques financiers.

2.3.3 La diffusion-distribution

Le distributeur fait le pont entre le producteur et l'exploitation en salles et les autres moyens de diffusion et de distribution. Selon Marc Ménard, cette étape de l'organisation du travail des industries de la culture se caractérise comme suit :

[...] par une gestion logistique des produits qui peuvent être assez lourde, comprenant l'expédition des produits finis vers l'ensemble des points de vente aux consommateurs, l'entreposage, le contrôle des stocks, la gestion des retours et des crédits. (Ménard, 2004, p. 91)

Dans la filière du cinéma, la diffusion débute par l'exploitation des salles, se poursuit par la distribution en magasin lors de la sortie DVD et se termine par la vente de droit de diffusion aux chaînes de télévision. Lors d'une coproduction, chaque producteur se lie avec son propre distributeur qui s'occupe de la distribution dans son pays.

2.3.4 La mise à disposition ou commercialisation

Cette étape de l'organisation du travail des industries culturelles se définit comme l'offre du produit fini au consommateur, explique Ménard. C'est à ce palier que le produit est

vendu. Cette étape englobe tous commerces, spécialisés ou non, qui vendent des produits culturels, tels que des CD, des DVD et des livres. La présentation de films en salle est considérée comme une commercialisation par l'achat du billet du consommateur.

Un film, qu'il soit produit par un ou plusieurs producteurs, s'inscrit dans les filières de l'industrie culturelle. Cette structure du travail se greffe à une logique marchande dans le dessein de générer un profit. Toutes œuvres cinématographiques, coproduites ou non, suivent la logique éditoriale.

2.4 La logique éditoriale

La notion de filière dans les industries de la culture s'insère dans une logique marchande dans un dessein de mettre en marché des créations culturelles. La logique éditoriale est celle qui se rattache à la filière du cinéma. Elle régit aussi la production et la distribution des marchandises littéraires, de la musique et de la vidéo. En d'autres termes, la logique éditoriale est associée à toutes œuvres qui se fixent sur un support matériel. Dans le cas du cinéma, l'œuvre est fixée d'abord sur pellicule pour ensuite être gravée sur DVD et sur disque Blu-ray. Cette logique se caractérise par l'achat ou la location d'un produit culturel qui sera éventuellement discontinué. Marc Ménard indique que ce qui est le plus important au sein de la logique éditoriale est le rôle central que joue le producteur. Ce dernier, peu importe s'il s'agit d'une coproduction ou non, assure la jonction entre la création et les fonctions de reproduction sur un support matériel et la distribution de l'œuvre.

Nous avons observé les caractéristiques des industries culturelles qui se rattachent au domaine du cinéma; en l'occurrence à la sphère de la coproduction. Les technologies de reproduction massive pour répondre à l'offre et à la demande, ainsi que la logique éditoriale dans laquelle s'inscrivent les filières de production, ne sont pas les seules caractéristiques des entreprises du film. La dimension symbolique des produits culturels est ce qui différencie le plus les industries culturelles de toutes les autres formes d'industrie de production massive. La dimension culturelle est directement rattachée au coût élevé de production ainsi qu'aux risques financiers inhérents. C'est pour cette raison que des producteurs font le choix de s'associer afin de partager les dépenses.

2.5 Les formes de bien culturel

2.5.1 Le bien symbolique

Selon la Convention de l'UNESCO, tous les biens culturels sont porteurs d'identité, de valeur et de sens. (Ménard, 2008, p. 53) C'est justement de cette symbolique que naît l'intérêt du consommateur pour le produit. La disposition que le client est prêt à payer découle directement de ce facteur. Là est le problème, constate Ménard.

Dans le cas d'un bien symbolique comme le bien culturel, la situation se complique du fait que le consommateur se doit de posséder le savoir et les capacités nécessaires au décodage du système symbolique que constitue le langage de ces œuvres. (Ménard, 2008, p. 54)

Notons que ce dilemme est très présent dans une coproduction. Nous savons que tout peuple possède son langage, ses habitudes et sa culture. Le code symbolique d'une œuvre coproduite doit-il être déchiffrable par les consommateurs de tous les pays participants? Nous verrons plus loin ce qui en est de la portée symbolique de la coproduction. Poursuivons avec les enjeux qu'entraîne la notion de culture dans l'industrie, plus particulièrement dans le domaine du cinéma.

2.5.2 Le bien d'information

Le bien culturel est également un bien d'information. Cela s'explique du fait qu'il est produit par la créativité d'un auteur. Cette idée est ensuite fixée à un support comme un disque, un livre ou autre. Ménard explique que l'apport créatif dans le bien culturel fait en sorte qu'il est non rival. Cela signifie qu'une idée utilisée par un auteur n'en diminue pas la quantité de création disponible pour les autres. Les idées sont une source intarissable. Marc Ménard l'explique ainsi :

La découverte ou la création d'idée est donc un processus cumulatif qui génère des externalités positives. Ainsi, Mozart, Proust ou Chaplin font partie du patrimoine culturel universel, dont tout artiste contemporain peut s'inspirer pour sa propre création. (Ménard, 2008, p. 54)

Cette particularité du bien culturel n'est pas propre au cinéma.

2.5.3 Le bien d'expérience

Le bien culturel est également un bien d'expérience, c'est-à-dire qu'il faut l'expérimenter, ou le consommer afin d'en connaître sa valeur. La notion de bien d'expérience engendre quelques problèmes, note Marc Ménard.

La valeur d'usage ne pouvant être anticipée, la demande est imprévisible, puisque non seulement cette valeur peut grandement varier d'un consommateur à l'autre, mais elle peut même évoluer dans le temps pour un même consommateur. (Ménard, 2008, p. 55)

Pour contrer ce phénomène, le producteur met en place différents mécanismes de persuasion comme la publicité, les relations publiques et le marketing. Cela a pour but de donner une visibilité et des éléments d'évaluation aux consommateurs. Encore une fois, cette caractéristique n'est pas spécifique au domaine cinématographique et de la coproduction.

Les spécificités des biens culturels classent le marché de cette industrie dans une catégorie à part de tout autre produit de consommation. Cela entraîne des caractéristiques économiques qui leur sont propres.

2.6 Les caractéristiques économiques types des industries de la culture

2.6.1 Le marché du travail créatif : une forme atypique

À la base, toute œuvre culturelle reproduite massivement relève d'une création unique qui n'a pas été créée dans le but de générer un revenu. À partir de cette constatation, Marc Ménard affirme que le marché du travail créatif est atypique. On retrouve deux types de travailleurs culturels, soit l'auteur qui est à l'origine de l'œuvre, ainsi que la main-d'œuvre technique qui participe à l'élaboration du projet. Dans le cas d'une coproduction, l'auteur vient généralement d'un seul pays. Par contre, la main-d'œuvre technique qui travaille doit provenir de tous les pays producteurs, selon leur pourcentage d'investissement. Les travailleurs de l'industrie sont généralement pigistes. La coproduction est une façon efficace afin de créer de l'emploi pour la main-d'œuvre technique des pays producteurs.

2.6.2 Le rendement croissant

Ce qui rapproche le plus les industries culturelles de toutes les autres formes d'industries est leur capacité à reproduire leur bien en plusieurs exemplaires, remarque

Ménard. Par contre, leur structure de coût de production particulière engendre des conséquences. Marc Ménard explique que les coûts fixes de production sont extrêmement élevés, contrairement aux coûts de reproductions, qui sont faibles. Il donne comme exemple la production cinématographique où un film coûte des millions à produire. Par contre, la reproduction à grande échelle ne revient qu'à quelques milliers de dollars et l'impression d'une copie sur un support coûte quelques dollars. Cette notion s'applique dans un système de rendements d'échelle croissants. « C'est-à-dire que le coût unitaire moyen (le coût total divisé par le nombre d'unités produites) s'abaisse à mesure que le nombre d'exemplaires vendus s'élève, et le profit s'élève en conséquence. » (Ménard, 2008, p. 58) Également, en raison de la facilité de reproduction de l'œuvre sur son support et de son faible coût d'impression, la seule limite de vente et de profit est sa taille de marché. La coproduction devient donc une option intéressante puisqu'elle peut permettre une distribution dans plus d'un pays.

2.6.3 Le constant renouvellement de l'offre

Un autre aspect économique spécifique aux industries culturelles est le renouvellement constant et rapide des produits. Marc Ménard conçoit que ce cycle de renouvellement permanent est engendré par la consommation unique du produit par le public. L'industrie se doit donc de produire à la chaîne des nouveautés afin de faire revenir le consommateur au cinéma. Cette forme de consommation, atypique par rapport aux autres industries, entraîne un mécanisme du marché fonctionnant à court terme, ce qui réduit considérablement les délais de rentabilité, note Ménard.

2.6.4 Le caractère aléatoire et imprévisible de la demande

La promotion et le marketing constituent un élément essentiel afin que la production d'une œuvre puisse atteindre la rentabilité. Puisqu'un bien culturel est un produit qu'il faut consommer avant d'en évaluer le contenu, la publicité doit être massive. Plusieurs techniques de marketing ont donc été développées pour inciter le consommateur à acheter un bien culturel dont il ne connaît pas la véritable valeur. Ménard en énumère quelques-unes : étalages en librairie, bandes-annonces, critiques et commentateurs culturels, utilisation d'images de marque ou de grands noms, diffusion de la liste des meilleurs vendeurs, ainsi que

le bouche à oreille. Notons que la promotion par les médias sociaux comme *Twitter* et *Facebook* est maintenant une méthode de marketing. Cette technique, où l'utilisateur affiche sur son « mur » des articles de journaux, des publicités trouvées sur Internet, des commentaires sur le dernier film vu au cinéma ou le dernier livre lu, est une nouvelle forme de bouche à oreille. Également, des bandes-annonces sont stratégiquement postées sur le populaire site *YouTube* afin que les utilisateurs des médias sociaux les mettent à leur tour sur leur page personnelle. On peut lier à cette nouvelle tendance l'explication de Kretschmer cité dans l'ouvrage de Marc Ménard : «Le jeu de ces mécanismes de médiation formelle et informelle provoque des effets d'entraînement que l'on peut qualifier de contagion sociale. » (Ménard, 2008, p. 60) Ainsi, Ménard explique que le consommateur échangeant avec ses amis sur le dernier produit culturel consommé entraîne un effet de mode qui poussera l'autre à la consommation afin qu'il ne se sente pas exclu du groupe. Ce mécanisme est très présent sur les médias sociaux. Cette « contagion sociale » dont parle Kretschmer a donc pour résultat de faire mousser les ventes.

2.6.5 Un caractère de prototype

Nous avons mentionné plus haut que le bien culturel est unique, étant donné sa forte dimension symbolique. Marc Ménard considère donc l'industrie culturelle comme étant une industrie de prototype. Il explique que l'auteur n'oriente pas toujours ses créations en fonction des goûts et des attentes du public. De ce fait, chaque œuvre est sujette à aller chercher un consommateur spécifique. En l'occurrence, les responsables de la mise en marché peuvent orienter les méthodes de marketing de façon à cibler leur marché. Ménard constate aussi qu'en général les objets de consommation, par exemple les vêtements ou les appareils électroniques, sont facilement interchangeables et remplaçables par un autre bien, produit par une compagnie concurrente. Quant au bien culturel, son unicité entraîne une nonsubstitution entre les produits du même genre. La publicisation des biens culturels devient donc primordiale afin d'inciter le public à consommer.

Nous venons de voir diverses notions portant sur les industries culturelles, notamment l'industrie cinématographique, dont la filière s'inscrit dans une logique d'industrialisation et de marchandisation de la culture. Par contre, vu la nature des produits, les entreprises culturelles sont constamment incertaines quant aux possibles profits générés

par les œuvres. De plus, les industries culturelles font face à d'autres caractéristiques de ce secteur, telles que le constant renouvellement de l'offre et le caractère imprévisible et aléatoire de la demande. La clé du succès afin de vendre son produit est la publicisation afin d'atteindre le plus grand nombre de consommateurs. Comme tous les biens des industries culturelles, la coproduction s'inscrit dans la logique de marchandisation tout en faisant face aux dilemmes du milieu. Par contre, cette forme de financements à comme caractéristiques la division du risque, contrairement aux films nationaux où le risque financier et endossé par une seule entreprise. Les travaux concernant les industries culturelles nous ont permis d'identifier la coproduction comme une solution à la production de biens culturels aux coûts élevés et où le rendement est incertain. Cette possible solution nous renvoie à notre question de recherche. L'économie a certes un impact important lorsqu'il est question de coproduction. Par contre, quelle place la culture occupe-t-elle dans ce secteur où le financement est nécessaire à la production? Afin d'y répondre, abordons la deuxième partie de notre cadre théorique : la mondialisation culturelle. Cette dernière est vue par certains chercheurs comme le résultat de la colonisation de la culture par le système capitaliste. Elle résulterait en une standardisation des biens au profit de l'économie. Ce phénomène s'applique-t-il aux œuvres coproduites dans le cadre d'un traité signé entre le Canada et un partenaire X? Voyons d'abord ce qu'est la mondialisation culturelle avant de répondre à cette question.

2.7 La mondialisation des industries culturelles

2.7.1 L'École de Francfort

L'École de Francfort prend forme au sein de l'Institut de recherche sociale de l'Université Goethe à la fin des années 1920, à Francfort. Sa première figure marquante, Max Horkheimer, prend la direction de l'Institut en 1931. En raison de la montée du nazisme et de l'arrivée d'Hitler au pouvoir, les penseurs de Francfort, majoritairement juifs, se voient dans l'obligation de fuir vers d'autres pays européens ainsi qu'aux États-Unis en 1934. C'est ainsi qu'Horkheimer et Theodor Adorno arrivent aux États-Unis. Désillusionnés, ils posent sur la « terre promise » un regard acerbe. Ils développent donc une analyse critique de la société qui, selon eux, se soumet aux idées et aux comportements que le capitalisme leur impose. Dans leurs écrits, Adorno et Horkheimer expliquent clairement le lien entre l'art qui, dans sa

forme et sa reproduction, est maintenant industrialisé, et la standardisation des œuvres afin de plaire au plus grand nombre de consommateurs. Ils établissent un parallèle entre les sociétés totalitaires et le capitalisme libéral. Ils constatent que, dans les deux cas, le pouvoir est assuré par la diminution de la capacité critique du peuple. Par contre, alors que dans les sociétés totalitaires il apparaît évident que les individus sont bâillonnés, la logique capitaliste parvient à dissimuler sous l'effet de la consommation l'incapacité critique des masses. Dans la société capitaliste, « [...] l'égalité entre les hommes fait partie de la conscience publique, puisque dans l'acte d'échange marchand les partenaires sont égaux. Cela n'empêche pas sur le plan de la société des spécificités ainsi que des inégalités évidentes, voire criantes. » (Spurk, 2001, p. 58) Adorno constate que le concept d'industrie culturelle est responsable de ce phénomène. En raison de l'incorporation de l'art à la logique marchande capitaliste, l'activité artistique doit se doter d'une technique de reproduction lui permettant de satisfaire la demande. À la manière de la production industrielle, cette intégration des techniques de reproduction dans la sphère culturelle engendre une standardisation néfaste des œuvres :

[...] pour le moment, la technologie de l'industrie culturelle n'a abouti qu'à la standardisation et à la production en série, sacrifiant tout ce qui faisait la différence entre la logique de l'œuvre et celle du système social. (Adorno et Horkheimer, 1974, p. 130)

Selon Adorno et Horkheimer, là où l'art avait réussi à préserver une logique de beauté autonome favorisant la raison émancipatrice, la culture industrielle a lamentablement échoué en s'infiltrant à même le quotidien des individus, allant jusqu'à oser s'imposer comme un prolongement de la réalité en mettant en avant une raison asservissante. Le spectateur passif face à la culture standardisée n'a plus à penser, il ne fait qu'assister à des représentations dénuées de leur sens artistique et critique.

Or, le questionnement de notre mémoire vise justement à s'interroger sur la place qu'occupe le symbolisme culturel dans un échange de coproduction. Une coproduction doit-elle être dénudée de sens artistique afin de rejoindre tous les publics visés, comme le dénoncent Adorno et Horkheimer? En d'autres termes, doit-elle se standardiser? Selon les discours des producteurs, les intérêts économiques dans la coproduction sont-ils au premier rang au détriment des repères culturels qui eux, ne sont plus que factices, comme le dénoncent les auteurs de l'École de Francfort?

2.7.2 La mondialisation culturelle selon Guy Rocher

L'internationalisation, la mondialisation et la globalisation sont trois termes généralement utilisés sans distinction. Toutefois, Guy Rocher affirme que ces mots ne sont pas synonymes, mais désignent des réalités différentes. Selon l'auteur, le terme globalisation est plus juste si l'on parle du système-monde dans lequel la société s'implante.

Il s'agit d'un nouvel « espace », démographique et géographique d'abord, comme les géographes politiques aiment à le représenter, mais également sociologique, dans la mesure où il se prête de mieux en mieux à une analyse systémique (le « systèmemonde »), bref un espace totalement délocalisé et constituant un niveau spécifique de l'activité économique, politique, sociale et culturelle. (Rocher, 2001, p. 19)

En d'autres termes, la globalisation fait référence au territoire sans frontières qui se dessine dans l'imaginaire collectif. Puisque le terme le plus utilisé en français est mondialisation, c'est ce mot que Rocher utilise dans son article et que nous utiliserons dans le cadre de notre travail. Il sépare le concept de la mondialisation en quatre catégories : la mondialisation économique, politique, du droit et de la culture. La mondialisation culturelle est la forme qui nous intéresse pour nos recherches sur la coproduction cinématographique.

La mondialisation culturelle se présente sous deux formes. La première apparaît comme un « système-monde du savoir » (Rocher, 2001, p. 22) qui se construit grâce au développement technologique et des moyens de communication tel qu'Internet. La seconde forme de mondialisation culturelle s'opère par la culture de l'entertainment, que l'on peut traduire par la culture du divertissement. Elle est principalement propagée par les médias, tels que le cinéma, la télévision, la musique et la radio. Guy Rocher indique que cette forme de mondialisation culturelle est grandement inspirée des symboles des États-Unis, qui s'étendent maintenant à l'échelle de la planète. Il explique que la culture mondiale à l'image américaine nourrit l'obsession de la consommation et du spectacle. Tel est le cas du cinéma, de la première projection du cinématographe des frères Lumière en 1895, aux blockbusters qui sont projetés sur nos écrans aujourd'hui. Les technologies qui en découlent ont permis son industrialisation en enregistrant les performances et en multipliant les copies, comme l'expliquent Joël Augros et Kira Kitsopanidou dans leur ouvrage L'économie du cinéma américain. Cette mise en marché du spectacle rejoint l'idée de culture de l'entertainment, de Guy Rocher. Pour mieux saisir ce phénomène hégémonique, et analyser s'il s'applique au cas

de la coproduction entre le Québec et ses partenaires, résumons l'histoire du déploiement industriel du cinéma américain ainsi que son imposition dans le monde.

2.7.3 La naissance de l'industrie du cinéma américain

Selon Joël Augros et Kira Kitsopanidou, les auteurs de l'ouvrage Économie du cinéma américain, la technologie n'est pas la seule responsable de l'industrialisation du 7^e art.

Qui a inventé le cinéma au reste? À cette question on peut répondre les frères Lumière, Edison, Le Prince, Max Skladanowsky, Robert William Paul... Suivant que l'on met en exergue tel ou tel aspect technique, telle ou telle avancée ou tout simplement telle ou telle origine nationale des protagonistes. Mais la réponse a peu d'importance, l'invention était dans l'air. (Augros, Kitsopanidou, 2009, p. 13)

La constitution d'un marché de masse qui s'est établie depuis l'ère du fordisme est la plus grande cause de la popularisation du cinéma aux États-Unis. Certes, l'invention était nécessaire. Par contre, jamais le cinéma hollywoodien tel qu'on le connaît aujourd'hui ne se serait développé sans ces travailleurs qui souhaitaient se divertir et qui possédaient maintenant un pouvoir d'achat.

Dès le début du cinéma, les spectateurs doivent débourser pour assister au spectacle dans les *Penny arcades* et les salles de vaudeville aux États-Unis. (Augros, Kitsopanidou, 2009, p. 17) Le cinéma est donc immédiatement une machine à profit. La première salle de projection apparaît à New York en 1902. Plusieurs autres salles voient le jour au début des années 1900 aux États-Unis, dont les *nickelodeons*. (Augros, Kitsopanidou, 2009, p. 20) Ces salles sont le prototype des installations modernes avec leurs 200 places. Augros et Kitsopanidou affirment que les profits faits par ce genre d'institutions sont très importants, considérant le capital investi. Les bénéfices effectués suffisent au financement de l'ouverture de nouveaux établissements. En 1907, on estime à 10 millions en moyenne le nombre quotidien d'entrées dans les *nickelodens*. (Augros, Kitsopanidou, 2009, p. 21) Cette augmentation entraîne une forte demande de nouveautés. Par contre, les prix de production étant trop élevés, il est impossible de produire un nombre suffisant de films pour pallier la demande. Pour régler cette situation, les exploitants ont l'idée de vendre ou d'échanger entre eux les copies déjà visionnées en salle. Cela crée un nouveau dilemme. Plusieurs films ne

trouvent pas acheteur. Certains y voient une façon de faire un profit en s'improvisant distributeur auprès des diverses salles de cinéma. Ces derniers achètent les copies de film non vendues et s'occupent de les revendre aux autres exploitants. Dès lors, un autre problème surgit. Les producteurs sont mécontents de la situation puisqu'ils perçoivent le prix de vente qu'une seule fois, et ce, même si le film est visionné dans différentes salles. Les producteurs décident donc de léguer au distributeur un droit à la location plutôt que de vendre leur produit. À partir de 1904, ces compagnies de distribution sont nommées des *films exchanges*. Augros et Kitsopanidou confirment que c'est à l'issue de ce mouvement que naissent les relations commerciales entre les diverses filières du secteur de l'industrie cinématographique que l'on connaît aujourd'hui. (Augros, Kitsopanidou, 2009, p. 23) Le roulement des films dans les salles entraîne le public à fréquenter les mêmes cinémas. Les exploitants de salles remarquent que les spectateurs demandent de plus en plus à être émerveillés. Le cinéma américain tel qu'on le connaît aujourd'hui prend son envol!

Les feature movies font leur apparition vers 1910. Ils se caractérisent par la durée, qui passe d'une à deux heures. Les spectateurs qui demandaient des œuvres plus longues et de meilleures qualités sont conquis. Naissance d'une nation est le film qui caractérise cette période de l'histoire. Il se démarque non seulement au niveau esthétique, mais également sur le plan économique. Les coûts de cette production équivalent aux coûts de six à dix films de l'époque. En outre, il récolte plus d'un million de dollars en un an et plus de 18 millions entre 1914 et 1929. (Augros, Kitsopanidou, 2009, p. 38) Le succès de cette œuvre prouve aux producteurs que le marché est prêt pour les longs métrages à gros budget. Dès lors, cette forme de cinéma devient standard. L'arrivée de films à gros budget aux États-Unis amène la formation des majors, ces compagnies de productions qui dominent le marché. À ce sujet, Augros et Kitsopanidou écrivent :

Assister à un spectacle dans une salle de cinéma n'est plus un passe-temps de quelques minutes, mais devient une activité de loisir d'une soirée complète. Pour fournir les programmes nécessaires à ces spectacles, pour gérer les lieux du spectacle (les salles), il devient nécessaire de constituer de puissantes sociétés intégrées : les majors. Seules celles-ci peuvent mener de front la construction des movies palaces et la fabrication dont le clou, le film de long métrage, connaît une hausse de coûts considérable. (Augros, Kitsopanidou, 2009, p. 50)

En 1929, il existe 8 compagnies majeures: la *Big Five* qui regroupe *Paramount*, *Loew's/MGM*, *Warner Bros*, *Fox* et *RKO*, ainsi que les *Little Three* qui se compose de *Universal*, *Colombia* et *United Artist*. Ces compagnies dominent à la fois le marché de la production et de la distribution, en plus d'être propriétaires des salles de cinéma. Les métiers liés à la production du film sont créés. Le metteur en scène est relégué au deuxième plan et le producteur a la main mise sur toute décision. Le cinéma américain devient une industrie où l'argent domine. Il s'impose à l'échelle mondiale. Comme nous le verrons, même la France après la Seconde Guerre mondiale ne peut plus concurrencer Hollywood. La suprématie de la culture américaine telle que la décrit Guy Rocher commence peu à peu à s'imposer dans le monde.

2.7.4 L'imposition de la vision cinématographique américaine

La Seconde Guerre mondiale est terminée. La France et les autres pays européens sont à la recherche de financements afin de se reconstruire et de redevenir un des piliers de l'économie mondiale. Les États-Unis y voient une chance en or pour négocier un plan d'exportation d'équipements américains et ainsi faire mousser leur économie. C'est dans cet état esprit que les accords Blum-Bynes sont signés entre les États-Unis et la France. L'accord le plus dommageable pour le cinéma français est sans aucun doute celui sur les quotas d'importation de films américains. Cet accord stipule que la France ne peut présenter en un an que l'équivalent de 4 semaines de représentation de film français sur leurs écrans de cinéma. Ce stratagème américain pour promouvoir leur cinéma à l'étranger, confine la France à ne distribuer et produire que 48 films par an, contrairement aux 110 à 120 films entre les années 1932 à 1939. (Margairaz, 1982, p. 43) Cette intrusion de la culture américaine en France n'est qu'un exemple parmi tant d'autres pour imposer leur American way of life au monde, note Armand Mattelart dans son ouvrage Diversité culturelle et mondialisation. En 1947, voyant que plusieurs pays européens sont sceptiques face à l'importation des films américains sur leur territoire, les États-Unis créent la Motion Picture Export Association of America (MPEAA). Le rôle de cette association est de défendre l'intérêt de leur industrie cinématographique par la rédaction du Production Code. Un article de ce code attire notre attention pour nos recherches sur la mondialisation culturelle. Il stipule : « Les films destinés à l'exportation doivent « vendre l'American way of life ». (Mattelart, 2005, p. 47) Par ses

œuvres audiovisuelles, la suprématie américaine s'impose, tant en matière économique qu'en matière culturelle à travers le monde. Cette diffusion de la culture américaine sur l'ensemble de la planète amène l'idée que tout pays qui n'est pas à leur image est sans contredit non moderne. À l'inverse, tout pays qui s'intègre à l'Americain way of life est considéré comme une nation développée. À ce sujet, Armand Mattelart affirme que les médias américains, notamment le cinéma, jouent un rôle primordial dans la conception que nous avons d'un pays développé ou sous-développé. L'Amérique du Nord est le symbole de la contemporanéité, et donc, l'exemple à suivre pour être considéré comme une société moderne. Pour satisfaire aux standards de la masse, un pays se doit d'être à l'image des États-Unis, et donc se conformer à sa culture. C'est ce que Mattelart nomme la mondialisation culturelle ou l'impérialisme culturel. Il qualifie cette forme d'imposition symbolique comme une « uniformisation culturelle par voie de déculturation. » (Mattelart, 2005, p. 52) Selon le chercheur, l'impérialisme culturel est avant tout un processus de domination par lequel une société est introduite au sein « d'un système de pouvoir, d'un engrenage de rapports inégaux d'où résulte l'hégémonie d'une vision du monde. » (Mattelart, 2005, p. 53)

Après cette brève description historique de l'industrie du cinéma hollywoodien et de sa domination dans le monde, il est impossible de balayer du revers de la main le discours de certains chercheurs sur l'imposition d'une unité culturelle américanisée présente sur les écrans de cinéma. Augros et Kitsopanidou expliquent que le cinéma hollywoodien est construit pour plaire, divertir et transporter les spectateurs loin de leur quotidien. Ils ont construit une industrie que Guy Rocher nomme la culture de l'entertainment et qu'Armand Mattelart appelle l'impérialisme culturel. Selon ces derniers, Hollywood a réussi à imposer son image. La coproduction cinématographique canadienne s'inscrit-elle dans cette forme hégémonique que décrivent Rocher et Mattelart afin de plaire à un plus vaste public? Dans le cas d'une coproduction, n'est-il pas plus simple de se soumettre à la création standardisée, puisque cette cinématographie doit satisfaire divers publics n'ayant pas tous les mêmes références symboliques? En Europe, il y a quelques années, un mouvement de coproduction cinématographique s'est popularisé. Il y a eu des productions de film en partenariat entre 4 ou 5 pays du continent. On a ainsi produit des œuvres standardisées, sans culture propre. Cette cinématographie a été baptisée Europouding. Qu'en est-il de la portée symbolique des

œuvres issues d'un accord de coproduction entre le Canada et un partenaire X? Est-il possible de faire vivre l'art et la culture au sein d'une œuvre coproduite?

2.7.5 Couple local/global vu par Armand Mattelart

La mondialisation oppose deux marchés économiques, celui du local et celui du global. La globalisation selon Armand Mattelart est la « [...] construction d'un espace homogène de valorisation, d'unification des normes de compétitivité et de rentabilité à l'échelle planétaire. » (Mattelart, 2005, p. 64) L'implantation du marché global au détriment du marché local est due au fordisme qui favorise le travail à la chaîne et les produits standardisés vendus à l'échelle mondiale. Mattelart explique que cette tendance n'est pas uniquement un fléau économique, mais également sociétal. Comme mentionnée plus haut, la société adopte maintenant un style de vie global par l'intériorisation des médias et du marketing qui influence les achats et le mode de vie dorénavant à l'image américaine.

La domination des idéaux occidentaux amène plusieurs chercheurs, comme Frank Cochoy, cité dans l'ouvrage de Mattelart, à se questionner sur la survie du marché local ainsi que de la culture régionale qui en découle :

Comment peut-on à la fois défendre le marché unitaire et le diffracter localement? Comment peut-on obtenir simultanément des ajustements macrosociaux entre l'offre et la demande globale, et préserver la particularité locale des agents et des objets engagés dans l'échange? (Mattelart, 2005, p. 68)

Mattelart s'interroge également sur les techniques utilisées par les médias afin de plaire à la fois à un public global et local. La coproduction cinématographique entre donc au cœur de ce débat que lancent Mattelart et Cochoy. Comment un film coproduit peut-il rejoindre les publics des pays participants si ceux-ci ne partagent pas les mêmes référents culturels? La clé du succès peut-elle se trouver dans l'uniformité du produit afin de plaire à tous? Cela entraîne inévitablement une perte d'identité locale. Cette hégémonie est assurée par le modèle américain que Mattelart nomme « opérateur d'universalisation ». Cette uniformisation n'est pas mauvaise pour certains, note Mattelart. Il constate la venue d'un courant politique qui redore l'image de la globalisation en la différenciant de l'impérialisme culturel, longtemps vu comme la bête noire du marché local. Pour certains, la globalisation n'est pas synonyme de perte d'identité, mais amène l'idée d'une collaboration mondiale où tous pourraient exprimer

leurs particularités et qui a comme résultat l'enrichissement de la société par la diversité culturelle. Mattelart dénonce ce discours en accusant les politiques publiques de se ranger du côté de l'industrie de l'uniformisation qui entraîne à la neutralité sociale. Ce phénomène est, selon Mattelart, une autre forme d'« opérateur d'universalisation » qui amène l'individu à ne plus se questionner sur les effets de la mondialisation :

Feu l'interrogation sur les nouvelles modalités de l'hégémonie culturelle et de l'exercice de la violence symbolique. La voie est ainsi tracée à la croyance dans le non-sens des politiques publiques qui cherchent à soustraire au libre-échangisme le droit des peuples à la diversité culturelle. (Mattelart, 2005, p. 77)

Dans quel camp se situe la coproduction cinématographique? Du côté de l'industrie de l'uniformisation popularisée par les politiques publiques que dénonce Mattelart? Et si, au contraire, la coproduction était vue par les membres de l'industrie, et plus spécifiquement les producteurs, comme un moyen de produire des œuvres uniques, avec comme résultat de faire rayonner leur art et leurs artisans de tous les pays coproducteurs, et ainsi partager une vision culturelle commune?

- 2.8 L'art et la culture dans l'industrie
- 2.8.1 La Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelle de l'UNESCO

L'UNESCO définit la diversité culturelle comme suit :

[...] La multiplicité des formes par lesquelles les cultures des groupes et des sociétés trouvent leur expression. Ces expressions se transmettent au sein des groupes et des sociétés et entre eux.

La diversité culturelle se manifeste non seulement dans les formes variées à travers lesquelles le patrimoine culturel de l'humanité est exprimé, enrichi et transmis grâce à la variété des expressions culturelles, mais aussi à travers divers modes de création artistique, de production, de diffusion, de distribution et de jouissance des expressions culturelles, quels que soient les moyens et les technologies utilisés. (UNESCO, 2005, article 4)

En définissant la diversité culturelle par une multiplicité de formes par lesquelles les individus trouvent leurs moyens d'expression, il va de soi qu'elle se transmet par le médium du cinéma, forme d'art diffusé par l'entremise de l'industrie de la culture. Afin de protéger et de sauvegarder la culture, l'UNESCO s'est dotée en 2005 de la Convention sur la protection

et la promotion de la diversité des expressions culturelles. Le premier article de cette convention stipule :

Le droit souverain des États d'élaborer des politiques culturelles en vue de « protéger et de promouvoir la diversité des expressions culturelles », d'une part, et de « créer des conditions permettant aux cultures de s'épanouir et interagir librement de manière à s'enrichir mutuellement » d'autre part. (Théorêt, 2008, p.46-47)

Avec l'avènement des technologies de l'information et de la communication les plus récentes ainsi que les nombreuses libéralisations des échanges économiques qui affectent grandement l'industrie culturelle, une telle Convention était d'une importance cruciale, selon l'UNESCO. Le Québec et le Canada, initiateurs du projet, sont les premiers à avoir voté en sa faveur. En revanche, les États-Unis n'ont toujours pas ratifié la Convention.

La Convention de l'UNESCO s'engage à protéger et à mettre en valeur la diversité des expressions culturelles en permettant aux États signataires d'adopter des politiques concernant la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles présentes dans l'industrie. La Convention stipule :

« Politiques et mesures culturelles » renvoie aux politiques et mesures relatives à la culture, à un niveau local, national, régional ou international, qu'elles soient centrées sur la culture en tant que telle, ou destinées à avoir un effet direct sur les expressions culturelles des individus, groupes ou sociétés, y compris sur la création, la production, la diffusion et la distribution d'activités, de biens et de services culturels et sur l'accès à ceux-ci. (UNESCO, 2005, article 4)

Les traités de coproduction signés entre Téléfilm Canada et ses pays partenaires s'inscrivent dans l'idéologie de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelle de l'UNESCO. L'idée du gouvernement derrière ces ententes est de permettre au pays d'être compétitif sur le marché de la coproduction et de promouvoir les œuvres porteuses d'une diversité culturelle.

Armand Mattelart affirme qu'il est impossibilité pour un produit culturel de rejoindre à la fois un public d'ordre local et international sans être porteur d'une neutralité symbolique. De son côté, l'UNESCO met sur pied une Convention qui a pour but de protéger et de promouvoir la diversité des expressions culturelles à un niveau planétaire, et ce, grâce à

l'application de politiques gouvernementales. La théorie de Mattelart et la Convention de l'UNESCO s'opposent l'une à l'autre. Le premier affirme qu'une œuvre destinée à un large public est standardisée. La Convention quant à elle, croit en la promotion et la protection des diverses cultures par des œuvres diffusées à un niveau local, national, régional et international. Dans quel camp se situe la coproduction cinématographique? Se moule-t-elle la théorie d'Armand Mattelart afin d'être diffusable mondialement? Ou se range-t-elle du côté de la Convention de l'UNESCO qui estime qu'il est possible de sauvegarder et de promouvoir la diversité des cultures dans des œuvres destinées à un public international?

André Mondoux et Jean-Guy Lacroix croient que la notion de diversité culturelle est indissociable de l'idée de mondialisation. Cette dernière, selon eux, relève non seulement de l'ordre économique, mais aussi renvoie au social. Ils nomment le concept de mondialisation le système-monde. Dans leur article intitulé Fausse et vraie diversité culturelle dans le système-monde publié dans le recueil de texte David contre Goliath sous la direction d'Yves Théorêt, les auteurs reprennent la définition d'Immanuel Wallerstein qui décrit le systèmemonde non pas comme un système « dans le monde » ou « du monde ». C'est un système « qui est monde ». (Lacroix, Mondoux, 2008, p. 77) Par sa dynamique de fonctionnalité, le système-monde a comme caractéristique la production de biens. C'est ce que plusieurs nomment la production à la chaîne qui s'inscrit dans la logique capitaliste. Lacroix et Mondoux affirment qu'au sein du système-monde, ce ne sont pas que les biens de consommation qui sont soumis à la forme marchande. Les rapports humains ainsi que les pratiques sociales rejoignent maintenant les valeurs du capitalisme. Ils expliquent que tel est également le cas de la culture qui est maintenant un bien produit, diffusé et consommé par la masse. Mondoux et Lacroix expliquent que cette production de bien publicisé et vendu efface toute marque de réelle culture. Les produits issus de l'industrie culturelle ne sont que le symbole de la culture qui a maintenant perdu tout son sens. Elle est confinée au « [...] statut de trace, de représentation/schématisation sans réel présent ni avenir, c'est-à-dire un folklore.» (Lacroix, Mondoux, 2008, p. 84) Lacroix et Mondoux conçoivent que ce phénomène favorable pour l'économie peut-être vu par plusieurs acteurs de la globalisation capitaliste, tel que l'Organisation mondiale du commerce, comme un progrès pour la société. Par contre, ils constatent avec effarement que ce même discours est soutenu indirectement . par des défenseurs de la diversité culturelle, comme au sens de l'UNESCO dans la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. Les auteurs notent que l'article 3 de la Convention stipule que la diversité culturelle est symbole de développement, et ce, non seulement au plan économique. Elle est également un moyen d'émancipation intellectuelle, affective, morale et spirituelle. L'article 8 poursuit avec cette idée en énonçant que puisqu'un bien culturel est porteur de sens, il ne doit pas être considéré comme une marchandise comme les autres. Lacroix et Mondoux constatent une contradiction majeure avec les articles 3 et 8 dans l'article 10 de la Convention. L'article 10 stipule qu'il faut donner la chance à tous les pays, particulièrement aux pays en développement, de mettre sur pied des industries culturelles qui seront compétitives sur les marchés nationaux et internationaux. (Lacroix, Mondoux, 2008, p. 86) Mondoux et Lacroix affirment à propos de cette divergence :

Le moins que l'on puisse dire, c'est que cette vision manque d'audace, qu'elle ne tient aucunement d'une philosophie du sujet, c'est-à-dire d'un projet pour l'humain et l'humanité, et qu'elle relève plutôt d'un paradigme d'affaire qui, de surcroît, se dissimule implicitement sous l'apparence de principes et de valeurs, comme la culture, la diversité, et une certaine démocratisation internationale. À l'évidence, nous sommes devant une vision faussée de la diversité culturelle; une diversité culturelle pervertie, parce qu'il n'y a pas de véritable rupture possible avec la dynamique de la mondialisation et la reproduction élargie du système-monde [...] (Lacroix, Mondoux, 2008. p. 86-87)

À la suite de leur analyse de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelle de l'UNESCO, les auteurs en sont venus à la conclusion que la diversité culturelle ne pourra jamais s'opposer au système-monde. Selon eux, même si nous militons pour des politiques concernant la culture et la différence, même si nous classons les produits de l'industrie culturelle comme des biens particuliers, cela n'empêche pas le système-monde d'avancer et d'anéantir tout ce qui reste des particularités de chacun. Lacroix et Mondoux croient que les politiques sur la diversité culturelle ne sont qu'un rideau de fumée qui cache l'idéologie capitaliste dominante. Mais, est-ce réellement le cas? Nous ne pouvons nier que cette réalité s'étend grandement au cinéma hollywoodien, comme nous avons pu le constater plus haut dans ce texte. Mais qu'en est-il pour les films à petit budget et les œuvres de pays dont l'industrie cinématographique est moins imposante que celle des États-Unis? Souvenons-nous de la théorie des industries culturelles. Impossible de nier que la

production d'un film engendre des coûts considérables et que les fonds doivent venir de quelque part. Et si l'article 10 de la convention de l'UNESCO qui stipule qu'il faut donner la chance à tous les pays, particulièrement aux pays en développement, de mettre sur pied des industries culturelles qui seront compétitives sur les marchés nationaux et internationaux permettait, contrairement à ce que croient Mondoux et Lacroix, à des petites maisons de film de divers pays qui ne peuvent se mesurer au géant américain, de produire des œuvres avec une portée symbolique et culturelle? Et si la coproduction était une avenue permettant au cinéma du Québec et du Canada de se développer et de survivre afin de promouvoir notre culture? La recherche de financement aurait donc une portée artistique qui expliquerait la place de la culture dans les échanges de coproduction.

2.8.2 Les mondes de l'art d'Howard S. Becker

Le sociologue américain Howard S. Becker parle dans son ouvrage Les mondes de l'art de l'œuvre comme une action collective. Le créateur est au centre de ce collectif que Becker décrit comme une chaîne de travail. Il donne l'exemple du peintre qui crée son œuvre grâce au fabricant de toiles et de pinceaux. Dans certaines formes d'art, le créateur peut occuper plusieurs fonctions, comme le photographe. Ce dernier peut s'acquitter d'une grande partie de la chaîne de travail, soit en captant la photo, en la modifiant à partir d'un logiciel, en la développant, en l'encadrant et en la distribuant. Dans d'autres secteurs artistiques, comme celui du cinéma, les tâches sont plus définies et sont même régies par des syndicats. La division du travail lors de la création d'un film n'est aucunement arbitraire. Cette division du travail fait en sorte qu'une œuvre ne peut être le fruit d'une seule et unique personne. Le réalisateur est le chef d'orchestre de nombreux travailleurs qui s'affairent à la caméra, à l'éclairage, aux costumes, aux décors et plusieurs autres secteurs d'activité afin que la création prenne sens. Chaque personne remplit une opération spécifique. La division du travail dans le secteur du cinéma est 100 % coopérative. Chaque travailleur de ce milieu, qu'il répare des caméras où assiste le réalisateur, s'emploie à un faisceau de tâches, explique Becker.

Dans cette perspective, les œuvres d'art ne représentent pas la production d'auteurs isolés, d'« artistes » qui possèdent un don exceptionnel. Elles constituent bien plutôt la production commune de toutes les personnes qui coopèrent suivant les conventions caractéristiques d'un monde de l'art afin de donner naissance à des œuvres de cette nature. Les artistes forment dans un monde de l'art un sous-groupe de participants qui, de l'avis général, possèdent un don particulier et apportent par conséquent une contribution indispensable et irremplaçable et, par là, font de l'œuvre commune une œuvre d'art. (Becker, 1982, p. 59)

Mais où débute et où se termine cette coopération lors de la création d'une œuvre? Toutes tâches peuvent-elles être incluses dans le processus artistique?

Toute œuvre d'art nécessite des ressources matérielles et humaines. Howard S. Becker explique que selon plusieurs, l'artiste est le maître et les personnes associées à la réalisation ne sont là que pour prêter main-forte. Il qualifie ces travailleurs de personnel de renfort qui remplissent des fonctions dont les artistes ont besoin.

Qu'ils soient étudiants, autodidactes ou formés sur le tas, ils apprennent à connaître certaines des conventions en vigueur dans le monde de l'art, et à les appliquer en situation réelle de production artistique. Quand on fait appel à eux, ils sont relativement interchangeables dans l'exercice de leur fonction, capables de faire leur travail aussi bien que tous leurs collègues. (Becker, 1982, p. 98)

Par contre, selon Becker, les frontières de cette interchangeabilité sont difficiles à définir. Que peut-on considérer comme art? Qui peut-on qualifier d'artiste? Il explique que dans les mondes de l'art, toute fonction peut-être tenue comme artistique, ou au contraire, toute tâche artistique peut-être vue comme une activité de renfort. Le domaine du cinéma en est l'exemple parfait. Selon lui, dans l'industrie du cinéma, la distinction entre artistes et personnel de renfort est si confuse que les membres de celui-ci se prennent souvent, et sont parfois tenus, pour des artistes au sens strict. (Becker, 1982, p. 100) La costumière, l'éclairagiste, le décorateur, le caméraman peuvent être considérés comme des travailleurs de renfort puisque leur tâche s'apprend selon des conventions établies, et ils sont par définition interchangeables. Par contre, leur tâche est au centre d'un travail collectif qui sans eux, ne pourrait se concrétiser. Ils sont indispensables à la réussite du projet. C'est de cette collaboration que naît la valeur artistique de chaque travailleur. Cette valeur ne provient plus de l'aura d'un seul « artiste », mais du sentiment de coopération.

C'est que l'interaction de tous les participants engendre un sentiment commun de la valeur de ce qu'ils produisent collectivement. Leur attachement commun à des conventions qui les rassemblent et le soutien mutuel qu'ils s'apportent les confortent dans l'idée qu'ils font quelque chose de valable. Et s'ils exercent leurs activités au nom de l'« art », la conjonction de leurs efforts leur donne la certitude de produire des œuvres d'art dignes de ce nom. » (Becker, 1982, p. 63)

Après l'explication de la théorie des mondes de l'art de Becker, qui qualifie l'œuvre d'art d'opération collective qui rassemble, selon une chaîne du travail, plusieurs artistes afin de créer une œuvre unique, nous nous questionnons sur la place que croit occuper le producteur dans cette chaîne de collaboration. Se considère-t-il comme une personne de renfort ou comme un membre des mondes de l'art au même titre que l'éclairagiste, le caméraman, le costumier? Selon lui, sa recherche de financement est-elle poussée par le sentiment de s'acquitter de cette tâche au nom de l'« art »? En pareil cas, la culture, tout comme l'économie, tiendrait une place importante dans les raisons expliquant le développement d'une coproduction. C'est un des aspects que nous analyserons dans le discours des producteurs. Avant tout, voyons la démarche que nous utilisons afin d'arriver à un résultat d'analyse.

CHAPITRE III

MÉTHODOLOGIE

3.1 L'analyse qualitative

Donner un sens à un phénomène est l'objectif de tout chercheur qui met l'accent sur le qualitatif, comme l'expliquent Alex Mucchielli et Pierre Paillé dans leur ouvrage L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales :

Ce qui caractérise les techniques de traitement et d'analyse dans les études qualitatives, c'est essentiellement la mise en œuvre des ressources de l'intelligence, pour saisir des significations. Les rapprochements, les confrontations et la mise en relation de données, les mises en perspective et les cadrages, la saisie des récurrences et des analogies ainsi que les généralisations et les synthèses font surgir ces significations. Il s'agit donc toujours, par un travail intellectuel, de faire surgir le sens qui n'est jamais une donnée immédiate et qui est toujours implicite et à la fois structurant et structuré, participant de manière diffuse à un ensemble de phénomènes. (Mucchielli, Paillé, 2008, p. 11)

L'approche qualitative nous a permis de construire un travail intellectuel afin d'explorer la problématique de la coproduction cinématographique au Québec, ainsi que ses implications sur les plans économique et culturel.

3.2 Le processus de la recherche qualitative

3.2.1 Le contexte

La première étape de la recherche qualitative est la contextualisation du sujet afin de pouvoir éventuellement en dégager une signification. Mucchielli et Paillé le décrivent ainsi :

Un processus de contextualisation est un travail de mise en relation d'un phénomène avec des éléments sélectionnés de son environnement global. Confrontation d'où émergent des significations donnant le sens de phénomène communicationnel, c'està-dire donnant une « compréhension » de ce phénomène (lui donnant une signification). (Mucchielli, Paillé, 2008, p. 234)

Contextualiser la coproduction au Québec nous a permis de nommer ce phénomène, d'expliquer son existence, bref, d'affirmer que ce mode de production constitue bien une réalité. Afin d'en arriver là, nous avons étudié des textes sur la situation de la coproduction actuelle au Québec. Les divers rapports de Patrimoine Canadien et de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) nous ont aidés à situer l'ampleur et la situation de l'industrie de la coproduction dans la province. Nous avons établi grâce aux explications et aux définitions de Téléfilm Canada la différence entre une coproduction officielle et non officielle, ses avantages économiques et culturels.

3.2.2 Les racines de notre problématique

Le rapport de Téléfilm Canada concernant la nouvelle Politique canadienne sur la coproduction audiovisuelle régie par un traité nous a permis d'analyser le discours du gouvernement sur la coproduction dans l'arène mondiale. Les rapports de la SODEC de l'UDA, de la SARTEC et de l'APFTQ sur la nouvelle Politique canadienne sur la coproduction audiovisuelle régie par un traité nous indiquent les positions divergentes de certains travailleurs du milieu concernant la coproduction et sa situation à l'international. Nous avons également étudié les textes de Morawetz et Hoskins. Avec les écrits de ces derniers, nous avons pris connaissance des recherches déjà effectuées sur la coproduction au Canada dans un contexte économique et culturel. Norbert Morawetz conclut que l'aspect financier semble plus présent dans l'esprit des producteurs que l'aspect culturel lors d'un échange de coproduction. Contrairement aux résultats de l'analyse de Morawetz, Collin Hoskin en arrive à la conclusion que l'aspect culturel prime dans les raisons du développement d'une coproduction selon les producteurs. Dès lors, les cadres de notre sujet sont posés. De quel côté se situent les producteurs de l'industrie de l'audiovisuel au Québec lors d'échange de coproduction? Participent-ils à de tels projets afin de faire vivre l'art et la culture sur leur territoire, ainsi qu'à l'extérieur de leurs frontières, ou dans un but économique?

3.2.3 L'explication de notre cadre théorique

Autour de ce questionnement, nous avons établi un cadre théorique qui touche à la fois les aspects économiques et culturels du cinéma. Nous en avons appris davantage sur

l'industrie de la culture grâce aux travaux de Gaëtan Tremblay et de Marc Ménard. Nous avons conclu que les coûts de production d'une œuvre filmique ne sont pas comparables à toute autre forme d'art. Nous avons également saisi l'aspect éphémère d'un film comparativement à tous les autres produits de consommation. Bref, nous en sommes arrivée à la conclusion que la production culturelle ne peut être analysée comme tout autre produit de consommation, en raison des particularités de son industrie.

Nous avons également inclus dans notre cadre théorique des écrits sur les effets bénéfiques et négatifs de la mondialisation pour contextualiser la coproduction dans le mouvement planétaire actuel et ainsi pouvoir analyser l'intérêt économique et culturel de celle-ci. À cette fin, nous avons cru bon d'aborder quelques-uns des écrits de l'École de Francfort qui mettent en évidence le lien entre l'industrie de la culture et la standardisation de l'art. Nous avons ensuite inclus dans notre cadre théorique un texte de Guy Rocher qui propose un lien entre la mondialisation et la culture de l'entertainement. Nous avons abordé par la suite l'ouvrage d'Augros et Kitsoparidou qui résume l'histoire de la réussite du cinéma américain et la manière dont ils en sont arrivés à monter une industrie viable. Nous enchaînons ensuite avec les écrits d'Armand Mattelart qui décrit l'imposition de l'americain way of live et son apport à un phénomène que Mattelart nomme la « déculturation ». Nous faisons un lien entre ce phénomène que met en lumière Mattelart et la portée culturelle locale et globale dans les œuvres. Par la suite, nous avons inclus dans notre cadre théorique une explication de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité culturelle de l'UNESCO. Ces derniers encouragent les pays signataires à élaborer des politiques qui protègent et promeuvent la diversité des expressions culturelles tout en créant des conditions qui permettent aux différentes cultures de s'enrichir mutuellement. Nous enchaînons avec un texte d'André Mondoux et Jean-Guy Lacroix qui affirment que les décisions de l'UNESCO ne sont qu'au voile en faveur de l'économie marchande de la culture. Nous terminons notre cadre théorique avec la théorie des divers mondes de l'art de Howard Becker. Ce dernier définit la création d'une œuvre, comme une action collective où toutes les tâches reliées à sa construction sont considérées comme culturelles lorsqu'elles sont faites au nom de l'art.

3.2.4 Grille de questions

Nous avons établi une grille de questions ouverte et si possible sans biais qui ne penche pas en faveur des justifications économique ou culturelle pour expliquer l'existence des coproductions cinématographiques. Nous avons tenu compte de la différence entre les coproductions minoritaire et majoritaire car nous pensons que les raisons expliquant l'implication dans ces formes d'échange ne sont pas les mêmes. Certains producteurs interviewés sont spécialisés uniquement dans des coproductions majoritaires, tandis que d'autres, le sont dans des échanges minoritaires. Également, certains producteurs s'impliquent à la fois dans des projets en tant que participants majoritaires ou minoritaires.

Portrait de l'interviewé:

Nom:

Nationalité:

Emploi (nom de l'entreprise pour laquelle vous travaillez):

Depuis combien de temps occupez-vous votre poste?

Décrivez votre travail dans le processus de création d'une coproduction cinématographique.

Pourquoi faites-vous de la coproduction? (LA raison majeure?)

Questions générales sur la coproduction :

Décrivez-moi les étapes de production d'une coproduction (de la première rencontre des producteurs à la première du film).

Quel est l'intérêt de participer à une coproduction en tant que producteur minoritaire? En tant que producteur majoritaire?

Les producteurs font-ils face à des obstacles spécifiques lors de l'élaboration d'une coproduction? Si oui, lesquels?

Est-ce difficile de faire affaire avec une personne n'ayant pas la même culture? Cela entraînet-il des conflits?

Décrivez-moi les techniques d'approche d'un producteur afin de persuader un partenaire étranger de la qualité de son projet.

Quels sont les arguments clés d'un producteur afin d'inciter un producteur étranger à faire affaire avec lui?

Questions d'ordre culturel:

Quel est le plus grand avantage culturel des échanges de coproduction?

Nous savons qu'en règle générale, une coproduction se doit d'intéresser plus d'un public. Est-ce que la diversité culturelle des publics est une contrainte ou un atout dans la création d'une coproduction?

Croyez-vous que la coproduction cinématographique est une forme d'œuvre pouvant refléter égalitairement plus d'une culture?

En tant que producteur, imposez-vous des règles ou des idées au réalisateur pour que le sujet du film puisse convenir aux divers publics que vous tentez d'atteindre?

En tant que producteur du Québec, quelle est la culture québécoise que vous tentez de mettre de l'avant dans vos œuvres? L'utilisation du français comme langue du film est-elle importante pour vous?

Est-il fréquent que l'un des pays doive se soumettre aux idées, et à l'image que se fait son partenaire étranger de sa culture, même si elle est stéréotypée? (à l'exemple du film *Romaine par moins trente*, d'Agnès Obadia).

Selon vous, la culture dans une œuvre coproduite est-elle représentée principalement par le sujet du film, par l'équipe de production, l'entreprise de production, le personnel clé de création ou les lieux de tournage? (Illustration : L'histoire d'*Incendies* se déroule en majeure partie à l'extérieur du Québec et de la France : comment est représentée la culture des pays

producteurs dans cette œuvre? Par l'équipe de tournage? Par les lieux où se déroule l'histoire? La nationalité du scénariste, du réalisateur, des producteurs, des acteurs?

Questions d'ordre économique :

Quel est le plus grand avantage financier dans un projet de coproduction?

Est-ce moins risqué financièrement de produire un film national ou une coproduction?

S'il est plus risqué de produire une coproduction, pourquoi le faites-vous quand même?

Est-ce que la diversité des publics est un facteur important dans la prise de risque financier dans une coproduction?

Est-ce moins risqué financièrement de coproduire une œuvre où l'action se déroule dans un lieu non dit (ex : *Incendies*)?

Est-ce plus facile d'obtenir du financement du Canada et du Québec lorsque votre projet est une coproduction que lorsqu'il s'agit d'une œuvre nationale?

Question sur l'importance culturelle par rapport à l'importance économique dans la coproduction :

L'association entre producteurs lors d'un échange de coproduction a-t-elle pour objectif d'obtenir un plus grand financement ou cherche-t-elle à favoriser les rencontres culturelles et ainsi à promouvoir l'art et la culture des pays participants à travers la construction d'une œuvre artistique commune?

Quel rôle des pays qui n'ont pas la capacité de financement (Maroc, Croatie, Serbie) comme le Canada et la France jouent-ils dans l'établissement d'accords de coproduction?

3.2.5 Terrain de recherche

Nous avons amorcé notre terrain par une observation non participante des 8^{es} Rencontres de Coproduction francophone qui se tenaient à Paris, du 16 au 18 novembre 2011, dans le cadre de l'événement Cinéma de Québec à Paris. Lors de ces rencontres,

plusieurs producteurs venant du Québec, de la France, de la Belgique, de la Suisse et du Luxembourg ont eu la chance de présenter leurs projets de long métrage de fiction sous la forme de « pitch » aux autres participants. Les 8^{es} Rencontres de Coproduction francophone sont organisées dans le dessein de permettre aux producteurs de tisser des liens et de créer des partenariats à l'étranger avec d'autres producteurs francophones du globe. Nous avons noté lors de cet évènement un élément de base dans les échanges de coproduction, qui a complètement été occulté de l'analyse des chercheurs Morawetz et Hoskins: la différence entre les coproductions majoritaire et minoritaire. Comme mentionné plus haut, nous croyons que ces deux formes de projet ne peuvent pas être comparées au même titre, puisque l'implication artistique et l'implication marchande ne sont pas les mêmes. Cette notion est devenue un point d'ancrage lorsqu'est venu le temps de choisir les membres de l'industrie audiovisuelle à interviewer. Nous avons décidé de choisir des intervenants qui développent des coproductions majoritaires uniquement, des coproductions minoritaires uniquement et un amalgame des deux, afin de comparer leurs expériences et leurs discours.

3.2.6 Personnes interviewées

Anne-Marie Gélinas fonde EMAFilms en 2008. L'objectif de sa boîte de production est de produire des longs métrages de fiction, des documentaires et des projets transmédia, en proposant des histoires provenant du monde entier et destinées à un public international. M^{me} Gélinas favorise entre autres la coproduction canadienne et internationale. Elle a principalement été impliquée dans des coproductions minoritaires, dont *Une bouteille dans la mer de Gaza*, une coproduction France/Québec/Israël, réalisé par Thierry Binisti. Au 8^{es} Rencontres de Coproduction francophone, elle était à la recherche d'un partenaire minoritaire pour la suite du film Mars et Avril de Martin Villeneuve.

Christine Falco fonde en 2000 les Films Camera Oscura. Sa société de production indépendante œuvre principalement dans le secteur des longs métrages de fiction et a pour mission de développer et de produire de films accessibles qui portent la signature distinctive de leur réalisateur. M^{me} Falco a participé en tant que productrice minoritaire au film *Kueleh*, écrit par un scénariste somalien. Cette coproduction France/Pays-Bas/Canada n'a jamais vu le jour en raison de la mort subite du scénariste, ce qui a causé des problèmes lors du tournage. M^{me} Falco est présentement à la recherche d'un partenaire minoritaire européen

pour une œuvre du scénariste et réalisateur québécois Olivier Asselin. Elle souhaite obtenir plus de 4 000 000 \$ de financement pour ce film où elle œuvrerait comme productrice majoritaire.

Jonathan Vanger est producteur chez Transfilm. Il produit des coproductions minoritaires et majoritaires à gros budget avec la France. Ses films sont en grande partie tournés à Montréal. Cette boîte n'est jamais initiatrice des projets. Transfilm s'associe à des œuvres déjà écrites. Elle a entre autres coproduit avec la France le film *Fatal Bazooka* du réalisateur Michaël Youn.

Jedediam Sklower est producteur pour la boîte de production française A.S.A.P Films. Cette société de production a pour objectif de produire des coproductions internationales. A.S.A.P. Films est généralement producteur minoritaire. Son plus grand succès fut le film *No Man's land*, du réalisateur Danis Tanovic, où la société a agi en tant que coproductrice minoritaire avec la Slovénie, l'Ukraine, la Bosnie, l'Italie et la Belgique.

Thomas Saigne travaille comme agent de coproduction. Il œuvre comme entremetteur pour les différentes sociétés qui sont à la recherche de partenaires pour leur projet. Il travaille entre autres pour Christian Vanger de Transfilm. Nous l'avons rencontré lors des 8^{es} Rencontres de Coproduction francophone en novembre dernier. Lors de cet évènement, il avait comme tâche de trouver un partenaire pour le premier film de fiction entièrement développé par Transfilm. Cette compagnie de production, qui s'associe habituellement avec des producteurs ayant déjà un projet en main, a décidé de produire sa première coproduction en tant que producteur majoritaire et initiateur du projet.

Gilles Sacuto est producteur et associé de TS production. Cette entreprise située à Paris a produit en 2008 le film *Séraphine*, de Martin Provost, qui a remporté 7 Césars. Gilles Sacuto et son associée, Miléna Poylo, ont été producteurs minoritaires en collaboration avec Micro_Scope, sur *Incendies*, de Denis Villeneuve. Ils ont également été producteurs majoritaires sur *Une bouteille dans la mer de Gaza*, de Thierry Binisti, en association avec Anne-Marie Gélinas d'EMAfilms.

Pierre Even est producteur et associé avec Marie-Claude Poulin chez ITEM7. En 2005, il a produit le film *Crazy*, de Jean-Marc Vallée. M. Even a produit en 2011 le deuxième film de Vallée, *Café de Flore*. Cette coproduction majoritairement québécoise a généré un budget de 10 000 000 \$, du jamais-vu pour une production francophone.

Étant donné nos préjugés sur la vision très économique des producteurs, nous avions l'intention d'interviewer en plus des producteurs, des réalisateurs ainsi que des distributeurs. Nous avons cru que cette tactique nous empêcherait de tomber dans le piège de la dichotomie du réalisateur et du producteur qui se battent, l'un pour le financement, l'autre pour l'art. Après nos premières entrevues, nous avons conclu que nous devions centrer nos recherches sur le discours du producteur pour que notre mémoire ne prenne pas une ampleur exagérée. L'analyse du discours des réalisateurs et des distributeurs pourrait être l'objet d'un mémoire en soi.

Selon les interviews recueillies, les producteurs et les réalisateurs travaillent généralement en partenariat. Lors des entrevues nous avons posé cette question : En tant que producteur, imposez-vous des règles ou des idées au réalisateur pour que le sujet du film puisse convenir aux divers publics que vous tentez d'atteindre? Les producteurs affirment presque à l'unanimité que l'image caricaturale que nous nous faisons des œuvres coproduites n'est plus à jour. Les producteurs, à l'exception de Jonathan Vanger, ont affirmé ne pas astreindre les réalisateurs selon un public. Vanger a affirmé que cette question ne le concernait pas, puisqu'il ne participe pas au développement artistique des films qu'il coproduit. Vous verrez ce qu'il entend par cette révélation dans l'analyse des résultats. Suite à nos interrogations, nous n'avons pas été témoins de disputes entre le producteur et le réalisateur sur les intérêts financiers et artistiques de l'œuvre. Selon les entrevues, nous notons qu'un réalisateur qui souhaite créer un film indépendant qui vise un certain public s'associe généralement avec un producteur qui partage sa vision du cinéma. Les productrices Christine Falco et Anne-Marie Gélinas en sont de bons exemples. Elles se spécialisent dans le créneau du film d'auteur. Un réalisateur qui travaille habituellement sur des films de nature plus commerciale se lie avec un producteur qui produit ce genre d'œuvre. Christian Vanger est ce genre de producteurs. Bien entendu, ce compte rendu provient uniquement d'entrevues effectuées avec des producteurs. Peut-être aurions-nous eu des résultats complètement différents si nous avons également interviewé des réalisateurs et des diffuseurs. Tout de même, nous pouvons noter qu'il existe plusieurs types de producteur. C'est pourquoi, comme vous le verrez plus bas dans notre analyse, nous avons développée différentes catégories de coproduction afin de classer les producteurs interviewés. Ces coproductions n'ont pas les mêmes objectifs de diffusion et de financement, et ne proposent pas la même vision du cinéma.

2.3 Analyse à l'aide des catégories conceptualisantes

2.3.1 La catégorie

« La catégorie est au phénomène ce que le costume est aux comédiens : elle rend manifeste, elle amplifie même, le temps d'une "représentation", les traits signifiants d'une scène de la vie quotidienne. » (Mucchielli, Paillé, 2008, p. 260) Cette citation de Goffman dans l'ouvrage de Micchielli et Paillé illustre parfaitement l'usage de la catégorie dans notre travail. Elle permet de nommer un phénomène en répondant en quelques mots aux questions fondamentales d'une recherche : « Compte tenu de ma problématique, quel est ce phénomène? » « Comment puis-je le nommer conceptuellement? » (Mucchielli, Paillé, 2008, p. 234)

Avant d'émettre une analyse générale à partir des différentes catégories, il faut tout d'abord les créer. Il faut par contre spécifier qu'une catégorie n'est pas fixe. Elle se transforme tout au long de la recherche. La première étape de la construction d'une catégorie est la description. Comme l'expliquent Mucchielli et Paillé, la première description d'une catégorie va souvent reprendre les mots employés par les sujets ou les constats issus des notes de terrains. À mesure que la recherche se spécifie, certaines catégories peuvent devenir plus ou moins importantes.

Après avoir nommé et décrit nos catégories, le chercheur doit les interpréter. Ce travail consiste en « une tentative raisonnée, et se voulant fondée, de proposer une signification en lien avec un évènement, un comportement, un phénomène, et non le type de conclusion rapide ou sommaire montrée du doigt comme étant interprétative ». (Mucchielli, Paillé, 2008, p. 247) Il existe deux types de travail d'interprétation selon Mucchielli et Paillé : le travail de déduction interprétative ou d'induction théorisante.

La déduction interprétative est, selon les théoriciens de l'analyse qualitative, une tentative de matérialiser l'étude en faisant appel à des catégories d'analyse déjà établies et à des éléments théoriques déjà constitués. Le chercheur replace dans ces leviers théoriques les témoignages et ces observations. Tout comme la déduction interprétative, l'induction théorique est un processus de construction de catégorie par l'observation de la trame des évènements et des expériences. Ce qui différencie cette forme d'interprétation de la première est qu'elle conceptualise un phénomène, son processus et sa logique, non pas à partir de théorie et de catégories déjà existantes, mais à partir d'une genèse discursive originale. Mucchielli et Paillé notent qu'à un certain moment, ces deux formes d'interprétation ont tendance à se mélanger.

Effectivement, le travail préalablement inductif va souvent céder sa place au travail plus déductif afin d'appuyer les catégories trouvées. À cette fin, le chercheur s'appuie sur un corpus qui alimente son interprétation. Ces référents peuvent provenir au préalable de recherches qui ont servi à cerner l'objet de recherche. (Mucchielli, Paillé, 2008, p. 249-250)

Dans le cadre de nos recherches sur la coproduction au Québec, nous utilisons la méthode de catégorisation par induction théorique. Comme vous le constaterez à la lecture de nos différentes catégories de coproduction et l'analyse qui suit, nous avons créé une conceptualisation du phénomène originale. Par contre, l'effet observé par Mucchielli et Paillé sur la tendance à mélanger les deux formes d'interprétation est survenu dans notre catégorisation. Nous avions préalablement instauré un cadre théorique à notre recherche afin de nommer et contextualiser la coproduction. Lors de la création de nos catégories, nous avons mis de côté ces théories afin de nous concentrer sur l'observation du phénomène. Nous sommes par la suite revenue à notre cadre théorique afin d'appuyer nos observations qui ont servi à la construction des différentes catégories de coproduction. Nous ne croyons pas être tombée dans le piège que mettent de l'avant Alex Mucchielli et Paillé dans leur ouvrage, qui est de plaquer nos données recueillies au cadre théorique. Nous avions préalablement établi un cadre théorique qui tend vers deux catégories soit, les coproductions à intérêt économique et les coproductions à intérêt culturel. Dès notre première observation sur le terrain, nous nous sommes rendue compte que nous devions laisser de côté cette idée de catégorie fixe. L'échange de coproduction n'est pas tout noir ou tout blanc. C'est un mélange des intérêts artistique et financier. Nous nous sommes donc libérée de ces formes de catégories. Chaque

catégorie que nous avons développée possède ses propres nuances et contient à la fois des éléments créatifs et financiers.

3.3.2 L'analyse

Une fois les catégories nommées, décrites et appuyées avec des notions théoriques, le chercheur se doit de les mettre en relation afin d'analyser leur contenu. L'analyse à l'aide des catégories conceptualisantes est une méthode d'étude du langage qui ne concerne pas la signification du discours comme tel. « Ce n'est pas tant la parole de l'acteur qui est consignée par la catégorie que son sens dans un ensemble en voie de compréhension, ou, plus encore, la pratique ou le phénomène que révèle cette parole. » (Mucchielli, Paillé, 2008, p. 238) Selon les chercheurs Mucchielli et Paillé, le discours des interviewers donne accès à l'expérience-dans-le-monde. (Mucchielli, Paillé, 2008, p. 240) Nos entrevues mises en relation nous ont effectivement révélé un phénomène mondial qui semble avoir deux portées, soit culturelle, soit économique. Nous en sommes arrivée à cette conclusion suite à l'analyse des entretiens qui nous en ont appris énormément sur les techniques, les raisons et l'intérêt d'un producteur à utiliser la coproduction. Les entrevues effectuées lors de notre recherche ont été, comme le décrivent Mucchielli et Pailéé, « une expérience dans le monde » de la coproduction, plutôt qu'une analyse de la signification du langage afin de comprendre les non-dits et les sous-propos des acteurs.

L'analyse par catégorie conceptualisante se fait de façon transversale afin de mettre en évidence l'interaction qui existe entre les catégories. Cette technique de compréhension du phénomène s'effectue par un examen de liens entre les différentes catégories et par le dégagement et l'explication de cette mise en relation afin d'en arriver à une nouvelle construction de ce dit phénomène, expliquent Mucchielli et Paillé. Cette mise en relation des catégories nous permet de répondre aux questions que nous nous sommes posées tout au long de notre recherche telles que : Quelles sont les caractéristiques de la coproduction? Quelle logique sous-tend-elle, révèle-t-elle? Réalise-t-elle? En répondant à ces questions de fond, nous en arrivons à une compréhension du phénomène et ainsi à une théorisation de notre sujet. En d'autres mots, nous répondons à notre question de recherche. (Mucchielli, Paillé, 2008,

CHAPITRE IV

LES RÉSULTATS

- 4.1 Les catégories de coproductions
- 4.1.1 La coproduction de type mariage arrangé

Souvenons-nous plus haut des catégories de coproduction établies par Norbert Morawetz dans l'article Finance, Policy and Industrial Dynamics - The Rise of Coproductions in the Film Industry. Il nomme l'une d'elles La coproduction menée pour des intérêts de capitaux internationaux (mariage arrangé). Nous reprenons la dénomination mariage arrangé. Notre première catégorie de coproduction s'apparente grandement au type de coproduction menée pour des intérêts de capitaux internationaux développé par Morawetz. Il décrit cette catégorie comme un accord qui est signé afin que le pays initiateur du film puisse obtenir les crédits d'impôt du pays qui se joint au projet. Il existe effectivement au Québec des producteurs qui utilisent le titre de coproduction officielle avec pour unique objectif de réclamer des crédits d'impôt fédéraux et provinciaux. Les producteurs qui se classent dans cette catégorie de coproduction ne cachent pas l'intérêt financier de leur démarche. Ils ne sont pas nombreux à faire ce genre d'échange international. Les deux plus gros joueurs dans ce type de coproduction sont André Rouleau, de chez Caramel Films et Jonathan Vanger, de chez Transfilm. Le premier produit des œuvres québécoises, en plus de se spécialiser dans la coproduction de type financière. Rouleau a, entre autres, produit Starbuck, Polytechnique et Funky Town. Vanger, autre gros joueur de la coproduction de la catégorie mariage arrangé, se spécialise uniquement en coproduction. Nous l'avons interviewé lors de nos recherches.

Jonathan Vanger est producteur chez Transfilm avec son associé Claude Léger. M. Vanger nous explique son travail et la spécialisation de sa compagnie dans la recherche de financement de projets étrangers.

Nous avons trouvé une espèce de niche où l'on pouvait travailler et attirer des productions d'ailleurs, pas forcément des États-Unis, mais surtout européennes et ça fait très longtemps qu'on le fait. Nos contacts sont très bons. M. Léger étant européen et moi aussi, on a pu attirer des productions ici. Donc c'était par défaut plus qu'autre chose. Nous ne sommes surtout pas impliqués dans le développement de projet canadien. On ne va pas à Téléfilm, nous ne sommes là que pour trouver du financement à partir des crédits d'impôt. (Entrevue, Jonathan Vanger, 2012)

Comme l'a déjà défini Morawetz, les crédits d'impôt sont l'unique source de financement dans ce genre de coproduction. Les producteurs ne font pas appel aux autres formes de financements publics octroyés par la SODEC et Téléfilm Canada. Les coproductions de type mariage arrangé utilisent le statut de coproduction officielle de Téléfilm Canada afin d'aller retirer les crédits d'impôt auxquels tous projets considérés canadiens et québécois ont droit. Comment font-ils? Comme mentionnée plus haut, une œuvre qui est considérée comme coproduction officielle se doit de suivre les règles établies par les traités de coproduction de Téléfilm Canada. Une de ces règles est que tous les postes créatifs doivent être tenus par des citoyens des pays coproducteurs. C'est grâce à cette clause que les producteurs canadiens d'une coproduction de style mariage arrangé réussissent à obtenir des crédits d'impôt, sans toutefois produire un film qui propose un contenu culturel et créatif d'ici. Chaque poste créatif vaut un certain nombre de points. Le travail de Jonathan Vanger consiste à trouver le moyen d'obtenir le plus de postes créatifs canadiens, pour ainsi en tirer un plus grand retour de crédits d'impôt, tout en satisfaisant les normes de pointage de l'autre pays coproducteur. M. Vanger nous explique que la France est un pays parfait pour faire ce type de coproduction, puisqu'elle n'a pas le même système de pointage créatif que le Canada. Elle a des postes créatifs qui comptent pour des points et qui, au Canada, ne comptent pour aucun, ou pour peu de points. Il donne l'exemple du script. En France, ce poste compte pour un certain nombre de points. Au Canada, le script ne compte pas dans le système d'attribution de rôle créatif clé. Plus le pointage canadien est élevé, plus la maind'œuvre canadienne participe au projet et plus les crédits d'impôt seront importants, puisque c'est uniquement sur cette forme de dépense que ce financement non remboursable est calculé, nous explique Jonathan Vanger.

Mais en général, le but est de maximiser les crédits d'impôt et de faire en sorte qu'il y ait un maximum de dépenses canadiennes sans que cela vienne brouiller les idées créatives. Il est clair que si l'on fait un film qui se déroule en Amérique latine, on ne va pas le tourner ici, c'est impossible! [...] Dans la majorité des cas, on est majoritaire dans le sens qu'on essaie de prendre le plus possible de dépenses et de main-d'œuvre et de personnel canadien qui travaille dans les postes créatifs. Un exemple : on a fait un film intitulé *Fatal Bazooka* il y a 2 ou 3 ans, le réalisateur français voulait ramener son monteur. Le monteur compte pour neuf points dans ce système de pointage. En perdant ces 9 points du côté canadien, on perdait 450 000 \$ en crédit d'impôt. On lui a dit : Tu as le choix. Les 450 000 \$ équivalent à une semaine de tournage. On te donne une semaine de tournage de plus ou tu gardes ton monteur. La décision a vite été prise. (Entrevue, Jonathan Vanger, 2012)

La coproduction de type mariage arrangé est là pour générer des activités qui ont un bénéfice économique pour le pays en employant des gens d'ici. Selon Vanger, cette forme de coproduction est très importante pour l'industrie audiovisuelle canadienne. Sans ce type de coproduction, les collaborateurs dans ce secteur d'activité travailleraient moins. Il indique produire des œuvres avec un budget de 30 à 40 millions. Selon lui, ce genre de production internationale permet à des Canadiens et Québécois de travailler sur des films qu'ils n'ont pas l'habitude de faire.

Comme mentionné plus haut, les producteurs des coproductions du type mariage arrangé ne s'embêtent pas à aller se procurer des subventions publiques chez Téléfilm Canada et la SODEC. L'obtention d'une subvention publique leur coupe une partie importante des crédits d'impôt. En effet, une loi portant sur les crédits d'impôt stipule qu'une production qui n'a pas d'investissement de Téléfilm Canada ou de la SODEC a droit à 10 % de crédit d'impôt supplémentaire sur la main-d'œuvre. Jonathan Vanger explique :

Donc financièrement, quand on fait de gros films, pas des petits films à un million de dollars, mais des gros films, si on a de la main-d'œuvre de 5 millions de dollars, et bien 10 % de ça c'est 500 000 \$. Si Téléfilm nous donne 250 000 \$ et que l'on perd les 500 000 \$ des crédits d'impôt, ce n'est pas intéressant. (Entrevue Jonathan Vanger)

Également pour eux, ce genre de fonds est sans intérêt, puisque le producteur doit démontrer un certain apport créatif canadien qui dans leur cas est inexistant, comme nous informe Jonathan Vanger.

En général, chez Téléfilm, ils donnent la priorité à des films qui sont écrits et réalisés par des Canadiens. On a souvent des projets qui arrivent de la France, qui sont réalisés par des Français, dans lesquels il y a des acteurs français et c'est un sujet français. Ça n'a rien avoir avec le Canada. (Entrevue, Jonathant Vanger, 2012)

La catégorie de coproduction de type mariage arrangé rejoint l'objectif de Téléfilm Canada avec sa nouvelle Politique canadienne sur la coproduction audiovisuelle régie par un traité. Souvenons-nous que selon le gouvernement, elle permettra au pays de se positionner comme partenaire économique de choix dans le milieu audiovisuel. Ils veulent, par cette nouvelle politique, attirer des investisseurs. Vanger fait de même en séduisant les producteurs étrangers par les incitatifs fiscaux.

Le but du jeu est de rendre le Canada aussi attirant possible pour venir tourner ici, pour venir faire des dépenses ici. Si moi je suis capable de trouver une structure dans laquelle je dépense un million de dollars ici au Canada, et de ce million, 700 000 dollars ne viennent pas du Canada, c'est un avantage énorme. Donc les 300 000 dollars que j'apporte et qui viennent des crédits d'impôt, c'est bien, mais ça me fait amener 700 000 dollars qui viennent de l'extérieur. Le but du jeu est de créer de l'emploi ici, de faire en sorte que l'industrie ici puisse en bénéficier. (Entrevue, Jonathan Vanger, 2012)

Si nous observons le fonctionnement de ce type de coproduction, nous notons qu'elle est produite avec uniquement un objectif financier. Bien souvent, les producteurs du Québec ne collaborent pas au développement créatif du projet. Seul le pays initiateur de l'œuvre y participe. Jonathan Vanger aime décrire son travail ainsi:

Je compare toujours ça à un garage dans lequel tu amènes ta voiture, qui est rouillée et complètement bousillée, et le moteur n'est pas en très bon état. Tu viens nous voir et tu nous dis que tu aimerais que ta voiture soit peinte en rose, que tu veux faire ceci et cela. Nous ne sommes pas là pour te dire que la voiture doit être bleue, verte ou jaune. Ça, c'est le choix de la personne qui amène sa voiture. Quand les Français viennent nous voir avec leur financement et leur projet, ce n'est pas à nous de dire que nous ne sommes pas d'accord avec cela ou qu'ils doivent retirer telle séquence. Ce n'est pas notre projet, c'est le leur. Nous, tout ce que nous avons à faire est de faire le meilleur job possible pour mettre en marche cette voiture et qu'ils puissent la conduire de la manière qu'ils le veulent. S'ils veulent un coup de main pour savoir la direction à prendre, nous allons être à leur côté. Nous ne sommes pas là pour leur dire quoi faire, même si nous sommes majoritaires financièrement. Nous ne sommes pas là en tant que créateurs, car on ne crée pas nos propres projets. On finance ceux des autres. (Entrevue Christian Vanger)

Comme nous pouvons l'observer, la catégorie de coproduction du type mariage arrangé ne compte aucunement sur un intérêt créatif et culturel. M. Vanger mentionne en

entrevue : « Il y a deux mondes dans la coproduction au Canada : Le vrai monde et le monde des subventions ». (Entrevue, Jonathan Vanger, 2012) Selon lui, le monde des subventions publiques ne tient pas compte de la viabilité commerciale du film à l'international, mais uniquement de l'aspect culturel de la chose. M. Vanger explique tout de même que sans subvention au Canada et au Québec, il n'y aurait pas de créativité. Dans son mode de fonctionnement, par contre, l'aspect créatif et culturel est complètement inexistant. Les scènes sont tournées en studio ou à des endroits les plus neutres possible afin que le scénario ne soit pas perturbé. Jonathan Vanger donne comme exemple le film *L'aviseur*, présentement en production. Ce film porte sur un policier français et l'histoire se déroule uniquement en France. Ils ont tourné 3 semaines en Espagne et en France avant de venir terminer le tournage en studio en sol canadien. La raison selon Vanger :

Parce que ça apporte de l'argent ici. Nous aurions pu tourner en France et en Espagne, mais ça aurait compté de double du fric et il n'aurait pas eu nos crédits d'impôt. Mais il n'y a aucun élément culturel d'ici, c'est purement financier! (Entrevue, Christian Vanger, 2012)

À titre d'exemple, Chrisian Vanger cite également le film Fatal Bazooka, de Michaël Youn, sur lequel il a été coproducteur. Selon lui, ce film est une œuvre française tournée en sol canadien avec comme unique aspect culturel du Québec le comédien Stéphane Rousseau. Un Français qui regarde Fatal Bazooka ne pourrait jamais deviner que ce film a été presque entièrement tourné à Montréal, à moins qu'il reconnaisse les gratte-ciels lors d'une scène aérienne tournée au-dessus de la métropole québécoise.

La notion culturelle est moins importante que l'intérêt que porte le producteur au box-office dans une coproduction de type mariage arrangé. Dans son tableau comparatif, Morawetz décrit la coproduction menée pour des intérêts de capitaux internationaux (mariage arrangé) comme une œuvre commerciale afin de rejoindre un large public. Vanger ne nie pas cette affirmation et donne comme exemple son film, Fatal Bazzoka. Ce film est une coproduction France/Québec, sortie en 2009, réalisée avec un budget de 13 000 000 d'euros. Distribué par Universal Pictures et International France, ce film a fait plus de 1 196 899 entrées en France. (Allo Ciné, 2010) Il raconte l'histoire de Fatal, rappeur #1 en France. Ce dernier a des millions d'admirateurs, gagne des prix, possède sa propre ligne de vêtements et prévoit ouvrir un parc d'attractions à son nom. Bref, il a du succès. Une ombre

vient par contre envahir le tableau. Chris Prolls, un chanteur électro, lui vole sa place au soleil et devient vite le nouveau #1. Cette défaite détruit Fatal qui sombre dans l'alcoolisme. Il décide donc de retourner en Savoie, dans sa ville natale, pour suivre les traces de son père et devenir berger. Il se rend vite compte qu'il n'est pas doué pour ce travail. Après avoir repris contact avec sa terre natale et accepté sa destinée, il reprend son chemin vers la grande ville afin d'affronter en duel Chris Prolls à l'émission Super Clash. Fatal remporte le concours et redevient le rappeur #1 tout en acceptant qui il est réellement, un petit garçon de Savoie, et non un gangster de la pire espère, comme il le laissait croire auparavant. Cette coproduction est un bon exemple du lien existant entre l'industrie de la culture décrite par Gaëtan Tremblay et Marc Ménard et la théorie de la standardisation de l'art d'Adorno et d'Horkheimer. Comme mentionnent ces derniers, l'incorporation de l'art à la logique marchande capitaliste fait en sorte que l'œuvre se doit de satisfaire aux attentes du plus grand nombre de spectateurs possible. En d'autres termes, cette intégration de l'art dans la logique marchande engendre inévitablement une standardisation de l'œuvre. Le film de Michaël Youn a tout pour faire mousser les entrées en salle. Un budget faramineux, des acteurs connus, un scénario classique qui laisse présager la victoire du héros et une morale simple qui confirme aux spectateurs qu'il ne faut jamais oublier d'où l'on vient. Cette formule gagnante amène, selon les chercheurs, à l'asservissement du public. Adorno et Horkheimer ne sont pas les seuls chercheurs à observer les codes de standardisation de l'art marchand. Guy Rocher nous explique, plus haut, qu'il qualifie les médias dont fait partie le cinéma, de culture de l'entertainment. Guy Rocher nous parle d'une forme de mondialisation culturelle calquée sur le symbole des États-Unis. Le film Fatal Bazzoka est grandement nourri par cette obsession de la consommation et du spectacle que nous transmettent constamment les médias américains. L'image du riche et glorieux rappeur-gangster avec ces habits griffés, les gros colliers en or et la casquette de travers est directement tirée de la culture populaire américaine. Armand Mattelart qualifie d'impérialisme culturel cette technique de standardisation de l'art qu'utilisent les producteurs de Fatal Bazooka. Il considère que cette méthode d'imposition symbolique ne date pas d'hier et uniformise la culture médiatique à l'american way of life. Selon lui, l'impérialisme culturel est avant tout un processus de domination culturel qui, selon notre analyse, est très présent dans Fatal Bazooka. Nous l'observons autant dans sa formule de financement qui dicte les choix artistiques de l'auteur, que par les codes du cinéma américain, que par l'image de l'idéal et de la réussite qu'incarne le personnage de Fatal.

Comme nous avons pu le constater, la coproduction de type *Mariage arrangé* est faite selon des intérêts financiers. Les crédits d'impôt sont la raison première de cet échange. Les œuvres produites dans ces conditions sont standardisées et mettent très peu en image l'art et la culture québécoise. Suite à cette constatation, nous avons demandé à Jonathan Vanger s'il possède un sentiment d'appartenant vis-à-vis aux films qu'il produit. Il nous répond : « Parfois oui, pas toujours. Parfois je les regarde et je me dis : merde que c'est de la merde! » (Entrevue, Vanger, 2012)

4.1.2 La coproduction de type scénario qui s'y prête

La coproduction de type scénario qui s'y prête possède un point en commun avec la coproduction menée dans un objectif de financement (mariage de connivence), définie par Morawetz. Selon ce dernier, ce genre de coproduction est fait avec pour objectif d'aller chercher un financement manquant par des subventions octroyées dans un pays étranger. Effectivement, le discours des divers intervenants nous amène à la conclusion que pour certaines œuvres les producteurs n'ont d'autres choix que de se procurer un financement à l'étranger. Nous notons que sans cette ressource extérieure, plusieurs films québécois ne pourraient être produits. La coproduction devient donc une nécessité à la création, selon les producteurs de cette catégorie. Morawetz affirme que dans la coproduction menée dans un objectif de financement (mariage de connivence), l'apport créatif et l'apport culturel peuvent être modifiés afin que les demandes de financement soient acceptées par les instances gouvernementales des pays coproducteurs. En effet, plusieurs producteurs interviewés ont affirmé que le scénario initial peut être à l'occasion modifié afin que la coproduction soit envisagée. Par contre, ils qualifient ces modifications de positives. Selon le discours des producteurs, les changements amènent grandement à l'histoire et lui procurent une ouverture sur le monde. Les réalisateurs en diraient-ils autant?

La caractéristique première de la coproduction de type scénario qui s'y prête est le sujet de l'histoire. Les lieux, la nationalité des personnages, les faits historiques communs des pays coproducteurs sont des éléments qui font en sorte que le scénario se prête au jeu de la coproduction. Pierre Even, producteur et associé chez Item7, produit ce genre de coproduction. Café de Flore de Jean-MarcVallée est un bon exemple. Ce film est campé entre deux époques : le Québec actuel et le Paris des années 1960. L'histoire d'un DJ montréalais branché et celle d'une jeune mère monoparentale parisienne avec son enfant souffrant de la trisomie 21 sont mises en parallèle. Pierre Even nous explique qu'au départ, l'histoire de Café de Flore se déroulait entièrement à Montréal. Even et Jean-Marc Vallée ont décidé de modifier le scénario, puisque les coûts de production étaient trop élevés. Jamais au Québec ils ne réussiraient à se procurer un tel financement. La coproduction était donc l'avenue la plus plausible afin de mettre en images les idées du réalisateur. Jean-Marc a transporté la période des années 1960 à Paris. Selon Pierre Even, cette modification crée une portion mystique au film. Cela ajoute quelque chose à l'œuvre de Vallée, affirme-t-il. Le producteur d'Item7 nous explique que l'on ne peut pas modifier n'importe quel scénario. Le sujet doit s'y prêter. Il nous donne l'exemple de C.R.A.Z.Y., également réalisé par Jean-Marc Vallée.

Avec *C.R.A.Z.Y.*, on avait pensé aller chercher de l'argent en France. Le rôle de Danielle Proulx aurait pu être une Française, mais ça changeait. Ça aurait changé complètement la maman québécoise des années 1960 que tout le monde aime et à laquelle on s'identifie. Ce ne pouvait être une maman française d'Outremont. On s'est dit que ça n'avait aucun sens. C'est un film profond sur le Québec des années 1960-1970. Ça aurait été une erreur. (Entrevue, Pierre Even, 2012)

M. Even travaille actuellement sur le développement d'un film sur l'écrivain français Jean-Paul Dubois, qui a habité au Québec durant une bonne partie de sa vie. Selon le producteur, ce sujet se prête complètement à la coproduction France/Québec.

Les histoires écrites par Dubois se passent au Canada. Il aimait beaucoup le Québec. Il n'en fait pas une caricature parce qu'il a vécu ici. Il n'y a rien de forcé là-dedans. Il a réussi dans ses livres à faire la rencontre sans faire des caricatures, mais bien des personnages. (Entrevue, Pierre Even, 2012)

La coproduction caricaturale qui met en images la rencontre entre le « mon'oncle québécois » et le Français en Marcel avec la baguette sous du bras est l'ancêtre de la coproduction de type scénario qui s'y prête. Les coproductions caricaturales France/Québec présentent généralement des histoires qui se soumettent au jeu de la coproduction, puisqu'elles incluent des éléments de chacun de pays participants, tout comme la coproduction de type scénario qui s'y prête. Contrairement à ce qu'affirment certains producteurs, nous notons que ce genre d'œuvre loufoque se fait encore à l'occasion. Le film

Romaine par -30, d'Agnès Obadia, sorti en 2010, en est l'exemple parfait. Par contre, nous avons observé que depuis les dernières années, les films caricaturaux ne sont plus l'unique genre de coproduction. Les spectateurs ont maintenant droit, grâce à la coproduction de type scénario qui s'y prête, à des coproductions de genre dramatique avec des sujets sérieux. Citons en exemple le film Mesrine, qui raconte l'histoire du gangster d'origine française ayant vécu au Québec. Il y a aussi l'exemple de Café de Flore qui met en parallèle la guête identitaire de deux personnages situés dans deux villes et deux époques différentes. Nous pensons aussi à Barney's Version qui met en scène l'histoire d'un producteur de télévision d'origine juive ayant vécu à Montréal et s'étant marié à deux femmes, dont une Italienne. Ce ne sont que quelques exemples de coproductions de type scénario qui s'y prête produites au cours des dernières années qui proposent des histoires sérieuses, parfois dramatiques, qui ne tombent pas dans la facilité de la caricature. Pierre Even affirme que ces œuvres sortent gagnantes du mode de financement extérieur choisi. Nous n'avons pas effectué une recherche approfondie, mais suite au visionnement des œuvres énumérées, nous remarquons que certaines histoires semblent parfois plaquées pour satisfaire aux exigences de la coproduction. Il est par contre vrai que les sujets, tels que les lieux, la nationalité des personnages amènent naturellement vers la coproduction internationale.

La différence entre la coproduction majoritaire et la coproduction minoritaire prend sens dans la coproduction de type scénario qui s'y prête. Pierre Even explique qu'il participe à des projets en tant que producteur minoritaire afin de créer des partenariats, pour qu'à leur tour, les idées des créateurs d'ici puissent émerger lors d'une prochaine coproduction pour laquelle il sera l'initiateur. Il explique que lorsqu'un producteur étranger l'approche avec un projet déjà développé, l'apport culturel québécois n'est pas dominant, puisque l'œuvre est généralement produite en fonction du public du partenaire majoritaire. Par contre, lorsque le Québec est partenaire majoritaire sur le projet, la création et la culture québécoise sont grandement mises de l'avant afin de plaire aux cinéphiles d'ici. Si les producteurs tentent de présenter à parts égales deux cultures au sein du même film, l'œuvre risque d'en être dénaturée, selon Pierre Even. Il affirme que le pays investisseur majoritaire ne doit jamais diminuer son apport créatif afin de satisfaire au public du coproducteur.

Il ne faut jamais faire des films pour l'étranger. Tu le fais parce que tu penses que ça va être bon. Tu ne peux pas enlever des références québécoises parce que tu penses que ça va te nuire à l'étranger, ou mettre un comédien étranger parce que tu penses que ça va mieux fonctionner à l'étranger. Je pense qu'il ne faut pas dénaturer un film pour plaire ailleurs. Il faut faire un film parce que c'est un bon film. (Entrevue, Pierre Even, 2012)

L'importance de ne pas altérer la culture du pays majoritaire afin de plaire à un large public nous ramène à la théorie des œuvres locales et globales d'Armand Mattelart. Ce dernier définit le marché global comme un mode de création homogène qui se soumet à la compétitivité et la rentabilité qui domine le marché. La particularité de la production globale est l'uniformité. Cela entraîne inévitablement une perte de l'identité locale. Armad Mattelart se questionne sur la survie du marché local ainsi que de la culture régionale qui en découle. Mattelart note dans son ouvrage Diversité culturelle et mondialisation, que nous avons cité plus haut, la difficulté de plaire à un public qui s'étend d'un océan à l'autre et qui n'a aucunement les mêmes référents culturels. Selon lui, les produits du type global l'emportent sur la production locale lors d'un échange international. Ainsi, il est plus simple de plaire à un large public. La coproduction de type mariage arrangé entre au cœur de ce débat que lance Mattelart. Par contre, la coproduction de type scénario qui s'y prête vient démentir ces propos. Comme affirme plus haut Pierre Even, cette forme de coproduction est produite avant tout pour le public du pays majoritaire, donc pour un auditoire local. Selon lui, les œuvres ne représentent plus des sujets caricaturaux qui se moulent à l'image que se fait le public étranger du Québec. Ils proposent des références culturelles qui sont d'ordre régional, et ce, malgré l'implication financière minoritaire d'un partenaire extérieur.

Les producteurs tels que Pierre Even, Christine Falco, Anne-Marie Gélinas et Gilles Sacuto nous ont tous confirmé les complications administratives qu'ils ont affrontées lors de divers échanges de coproduction. Ces producteurs admettent qu'il n'est pas simple de travailler selon les différentes normes de coproduction, établies par les gouvernements des pays coproducteurs. Par contre, ils affirment être prêts à affronter ces difficultés, parce qu'ils croient en la qualité et la possibilité de la création du projet. Selon le témoignage des producteurs, leur recherche de financement est poussée par une intention artistique et culturelle. Gilles Sacuto décrit le processus de la coproduction selon la vision du producteur :

L'intérêt, comme avec *Incendies*, on le trouve dans le projet que l'on a jugé intéressant et formidable. Ça débute par un pur intérêt artistique. Après ça se transforme en intérêt financier parce qu'il y a de l'argent qui arrive. Ensuite, cet intérêt financier se retransforme en intérêt artistique parce que tu travailles avec un monteur son, ou un musicien qui est génial. Voilà, ça boucle les deux côtés! Nous on ne participe pas à des films pour des raisons qui ne sont que financières. Ce n'est pas comme ça que l'on produit nos films et ce n'est pas le genre de film que l'on fait. (Entrevue, Gilles Sacuto, 2011)

À la suite des discours des intervenants du milieu de la production, nous notons que l'implication culturelle et l'artistique du producteur est présente dans la coproduction de type scénario qui s'y prête, et ce, malgré leur responsabilité financière. À ce sujet, Pierre Even parle de son expérience de coproduction avec le film *Café de Flore*.

Au niveau culturel, le film c'est Jean-Marc. Au bout du compte si ton film marche, c'est à cause du réalisateur. Nous sommes des accessoires à ça. C'est la vision d'un auteur que l'on aide. Culturellement, c'est ce qui doit primer. C'est l'fun pour nous aussi les producteurs de travailler dans un *melting-pot* culturel et créatif. Chacun va apporter son apport créatif sans faire une caricature. (Entrevue, Pierre Even, 2011)

Nous observons à la suite de nos entrevues que le financement dans la coproduction de type scénario qui s'y prête prend une place importante. Le fait de modifier l'histoire afin que le scénario puisse se soumettre aux normes de la coproduction en est le meilleur exemple. Par contre, si l'on se fit au discours de Pierre Even, l'aspect culturel prend tout de même une place important dans les décisions des producteurs. Comme il affirme plus haut, le producteur travaille afin de permettre à la vision du réalisateur de se former. Il œuvre donc d'une certaine façon au processus de création. Nous pouvons lier cette idée à la théorie des mondes de l'art du sociologue Howard S. Becker.

Howard S. Becker parle, dans son ouvrage *Les mondes de l'art*, de l'œuvre d'art comme une action collective. Selon lui, le processus de création se fait grâce à une chaîne de travail qui inclue différentes formes d'artistes. Howard croit, tout comme l'a mentionné Pierre Even en entrevue, que le créateur est au centre de ce collectif. Plusieurs artistes gravitent autour de lui. En cinéma ces différents artistes sont le maquilleur, le costumier, l'éclairagiste et plusieurs autres. Chaque poste est un art en soi. Tous sont indispensables à la réussite du projet. Le film est donc une création collective sous les indications du réalisateur. Becker croit que l'attachement commun des artistes à l'œuvre, ainsi que le sentiment d'être indispensable à la création font en sorte qu'ils exercent leurs activités au nom de l'« art ».

(Becker, 1982, p. 63) Nous voyons la ressemblance entre la théorie des mondes de l'art de Becker et le discours de Pierre Even au sujet de la production. Il affirme être accessoire à l'œuvre de Jean-Marc Vallée en lui procurant les fonds nécessaires à sa création. Even, comme tous autres producteurs dans la catégorie de coproduction de type scénario qui s'y prête, collabore donc d'une certaine façon à la création. Étant donné la nécessité du financement, la tâche du producteur est indispensable à l'œuvre au même titre que les autres artistes qui y collaborent. Comme l'admet Even, il faut nécessairement qu'il ait un attachement au projet pour y investir temps et argent. Si l'on suit la logique de Becker, les producteurs exerceraient donc leurs activités au nom de l'« art ». Cela ferait donc de la recherche de financement dans la coproduction de type scénario qui s'y prête une fonction artistique.

Malgré le lien qui existe entre le discours de Pierre Even et la théorie de Becker, nous croyons que l'économie prend une grande place dans la coproduction de type scénario qui s'y prête. Le producteur est responsable de certaines modifications du scénario afin qu'il se moule aux caractéristiques de la coproduction, et ce, même s'il tâche de ne pas dénaturer l'histoire. Selon notre analyse, la culture à tout de même une place plus importante dans la coproduction de type scénario qui s'y prête, que dans la coproduction de type mariage arrangé. Even se sent impliqué dans le processus de création grâce à sa recherche de financement, contrairement à Jonathan Vanger qui avoue n'avoir aucun sentiment d'appartenance aux œuvres qu'il coproduit. Nous concluons donc que selon la place qu'occupe la culture dans la coproduction de type scénario qui s'y prête, cette dernière se situe entre la coproduction de type mariage arrangé et la coproduction à saveur internationale. Notons par contre, que si nous avions interviewé des réalisateurs à ce sujet, peut-être aurions-nous eu des résultats différents.

4.1.3 La coproduction à saveur internationale

L'auteur Morawetz, dans sa recherche Finance, Policy and Industrial Dynamic – The Rise of co-productions in the Film Industry, décrit une catégorie de coproduction qui possède des caractéristiques créatives. Il note que tous les pays participants sont représentés dans le film. Il donne l'exemple du road-movie où les personnages traversent les frontières des pays coproducteurs. Il explique qu'une coproduction produite pour des raisons culturelles et

tournée sur le sol de tous les pays participants est généralement européenne. Après l'analyse des diverses entrevues, nous constatons que la définition de Morawetz d'une coproduction créée pour des raisons créatives est complètement dépassée. Nous observons une toute nouvelle tendance en coproduction que nous nommons la coproduction à saveur internationale. Ce type de coproduction se compose en grande partie de films d'auteur.

Les producteurs interviewés qui se classent dans cette catégorie affirment produire des œuvres singulières où l'auteur laisse sa marque. Nous pensons plus particulièrement à Christine Falco, productrice chez les Films Camera Oscura, à Anne-Marie Gélinas de chez EMAfilms et à Gilles Sacuto de chez TS Production. Ces derniers affirment utiliser un outil de financement inclus dans un système mondial, au service de leur œuvre qui se veut non globalisante. La coproduction, mise de l'avant par Téléfilms Canada se veut un système aidant les entreprises culturelles à devenir compétitives à un niveau planétaire. Par contre, dans la catégorie de coproduction à saveur internationale, cette compétitivité ne s'effectue pas au niveau économique, comme le souhaite Patrimoine Canadien avec sa nouvelle Politique canadienne sur la coproduction audiovisuelle régie par un traité. Elle se situe plutôt aux plans artistique et culturel. Les accords de coproductions permettent à certains producteurs de produire des films d'auteur ayant l'ambition d'être distribués à l'étranger, notamment dans les festivals. Les coproductions québécoises se démarquent de plus en plus dans ces compétitions. Souvenons-nous du film Les invasions barbares, de Denys Arcand, qui a raflé plusieurs prix dans les festivals en 2003, dont l'Oscar du meilleur film en langue étrangère, le César du meilleur film, ainsi que la statuette du meilleur scénario à Cannes. Depuis, de nombreuses coproductions québécoises ont été présentées dans les grands festivals de cinéma à travers le monde. On pense notamment à Incendies et plus récemment à Laurence anyway, de Xavier Dolan, où l'actrice Suzanne Clément a remporté le prix d'interprétation féminine pour son rôle de Fred Bélair, au Festival de Cannes dans la catégorie Un certain regard.

Anne-Marie Gélinas affirme que pour survivre, la production de films d'auteur au Québec doit nécessairement passer par la coproduction. Christine Falco a présenté aux 8^{es} Rencontres de la coproduction à Paris, un projet écrit par Olivier Asselin. L'histoire se déroule entièrement en Europe durant la Seconde Guerre Mondiale. Elle constate que ce film,

qui coûte plus de 4 millions de dollars à produire, ne peut-être fait sans l'aide financière d'un coproducteur européen. En plus de proposer un sujet qui touche ce continent, elle croit que l'intérêt pour les films d'auteur y est plus fort.

Olivier Asselin fait un cinéma de style intellectuel et d'auteur. C'est quelque chose qui a de l'attrait en Europe, en tout cas, plus qu'ici. Ici ça va rester plus pointu comme film. Olivier ne fait pas de film commercial. En Europe, il y a plus de chance d'avoir une plus grande diffusion sur le marché du film d'auteur. (Entrevue, Christine Falco, 2012)

Les coproductions québécoises qui se classent dans la catégorie des films d'auteur depuis les dernières années ont grandement augmenté. Une bouteille dans la mer de Gaza de Thiery Binistis, Hors les murs de David Lambert, Tiresia de Bertrand Bonello, Incendies de Denis Villeneuve et Inch'Allah d'Anaïs Barbeau-Lavalette, sont quelques exemples de films d'auteur produits grâce à la coproduction. Mais ce qui caractérise plus particulièrement la coproduction à saveur internationale, c'est le mélange créatif et culturel qui s'opère dans le processus et qui se transpose dans l'œuvre. Les histoires se déroulent très rarement au Québec. Les personnages sont parfois originaires de chez nous. Ils proviennent souvent de milieux et de pays différents. La rencontre de l'autre est primordiale dans ces films. Pensons à Hors les murs de David Lambert. Ce film met en scène la rencontre entre un juif et un Français qui vivent une histoire d'amour entre la liberté et la prison. Prenons aussi comme exemple Une bouteille dans la mer de Gaza, qui raconte l'histoire impossible entre une Israélienne et un Palestinien. Incendies de Villeneuve est un autre exemple. Ce film met en images la rencontre d'un frère et d'une sœur québécois avec le monde musulman dans lequel leur mère a vécu. Anne Marie-Gélinas explique l'intérêt de faire de la coproduction à saveur internationale:

Je considère la planète comme un village. Il faut apprendre à connaître nos voisins, il faut apprendre à vivre ensemble. Et, la seule façon de faire c'est d'aller vers eux et de s'intéresser à leurs histoires. J'aime beaucoup les histoires au Québec. Il y a des très bons réalisateurs, des producteurs québécois, mais moi je me positionne ailleurs. Pas que je n'aime pas ça, mais je me dis qu'il y en a beaucoup d'autres qui le font. Comme les Américains font *Batman*, moi je ne me verrais pas faire un *Batman*, parce qu'ils le font très bien. Donc, moi je peux faire autre chose, me positionner autrement. (Entrevue, Anne-Marie Gélinas, 2012)

La rencontre n'est pas uniquement visible à l'écran dans la coproduction à saveur internationale, affirment de façon unanime Falco, Gélinas et Sacuto. L'œuvre sort

artistiquement gagnante de cet échange multiculturel entre les membres de l'équipe de tournage, selon Gilles Sacuto.

L'équipe de production qui anime le film est porteuse d'une culture, qu'elle le veuille ou non. Ce qui est intéressant dans une coproduction, c'est de voir le monde différemment. Donc on est obligé de se dire qu'il ne pense pas comme moi, qu'il voit les choses différemment. Écoutons ce qu'ils racontent et comment ils le ressentent. C'est une ouverture vers les autres et ça devient une œuvre composite. Ce qui est intéressant c'est que tous ces gens s'agglomèrent autour d'un projet. Ça génère des rencontres, forcément ça influe sur le film. (Entrevue, Gilles Sacuto, 2011)

Christine Falco constate que le cinéma d'auteur voyage beaucoup plus dans les festivals depuis les 5 dernières années. La raison selon elle : des sujets à caractère universel y sont présentés. Nous croyons également que cette caractéristique dans la coproduction à saveur internationale permet aux œuvres d'avoir une portée plus planétaire. Observons cette affirmation en prenant Une bouteille dans la mer de Gaza comme exemple. Ce film est une coproduction France/Québec/Israël. Cette œuvre, coproduite par Anne-Marie Gélinas, raconte la relation impossible entre Naïm, un jeune Palestinien et Tal, une jeune Israélienne. Après un attentat tragique, Tal jette une bouteille à la mer contenant un mot adressé à un habitant de la Bande de Gaza. Sur ce message, elle demande de communiquer avec elle. Elle souhaite comprendre pourquoi leur peuple ne peut vivre en harmonie. Naïm trouve la bouteille. Les deux jeunes communiquent par voix électronique. On comprend à travers leurs courriels, la peur constante dans laquelle ils vivent à cause des attentats qui peuvent survenir à tout instant. Tal et Naïm constatent que leur amour ne pourra jamais se vivre ailleurs que par courriel. Il est impossible pour eux de se rencontrer à cause du conflit perpétuel entre leurs territoires. Ils en concluent que les peuples, autant palestinien qu'israélien, sont victimes de cette guerre interminable. Cette coproduction minoritaire québécoise ne représente ni la culture d'ici, ni la culture européenne. Par contre, Anne-Marie Gélinas croit que ce film touche tout de même les québécois et les européens. Le sujet du film est, selon elle, universel:

Le conflit israélo-palestinien, tout le monde en a entendu parler. On positionne donc une histoire d'amour impossible dans ce conflit. Ça va venir rejoindre tout le monde parce qu'une histoire d'amour ça vient toujours rejoindre les gens. (Entrevue, Anne-Marie Gélinas, 2012)

Comme mentionné plus haut, Chritine Falco travaille présentement au développement du prochain film d'Olivier Asselin qui porte sur la Seconde Guerre mondiale. La productrice croit que même si l'histoire ne se positionne pas au Québec, le public d'ici se sentira tout de même interpellé par ce film. Elle affirme que la question de la Seconde Guerre mondiale nous concerne aussi. Cette guerre n'appartient pas uniquement à l'Europe, mais à tous, explique-t-elle. Christine Falco n'a pas encore obtenu le financement de Téléfilm Canada pour la production de ce film. Afin de le convaincre de la qualité de l'œuvre d'Asselin, elle parle dans sa demande de financement, de l'universalité du sujet choisi par le réalisateur. La productrice de chez les Films Camera Oscura affirme que cet aspect est la clé de la coproduction. « Je pense que plus le sujet est universel, plus ça va être facile de faire la coproduction et la diffuser. C'est d'ailleurs ce qui fait le succès d'Incendies ». (Entrevue, Christine Falco, 2012). Le film de Denis Villeneuve est sûrement le meilleur exemple de coproduction québécoise à saveur internationale. Il raconte la quête de jumeaux qui tentent de découvrir le secret de leur mère décédée. Cette quête les entraîne dans un pays en guerre que le spectateur devine être le Liban. Nous apprenons, en même temps que les jumeaux, l'histoire déchirante de leur mère qui tente de retrouver son fils qu'on lui a enlevé à la naissance. Elle le retrouve finalement en prison. Son fils, gardien des lieux, agresse sa propre mère, sans savoir qui elle est. On comprend à la suite de cet évènement que les jumeaux sont le fruit de cet inceste. C'est ce secret que leur mère souhaitait leur dévoiler après sa mort. Les thèmes sont à l'honneur dans le film de Villeneuve, et non pas le lieu et la situation politique. La preuve, jamais ils ne seront dévoilés. L'amour, la haine, la guerre, la quête d'une mère pour retrouver son enfant disparu, et l'inceste sont au cœur de son film. Le réalisateur a réussi à dépasser les frontières du Québec grâce à des thèmes transnationaux. Selon Gélina et Falco, ce sont les sujets rassembleurs et universels qui font que les œuvres classées dans la catégorie de la coproduction à saveur internationale sont des films du monde.

Souvenons-nous des propos d'Armand Mattelart sur l'impérialisme culturel qui entraîne à la production hégémonique de biens, selon le modèle américain. Plus loin dans son discours, Mattelart note la venue d'un courant politique qui redore à tort l'image de cette globalisation. Afin de faire suite à la position théorique de Mattelart, nous avons donné l'exemple de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions

culturelles de l'UNESCO. Cette convention s'engage à protéger et à mettre en valeur la diversité des expressions culturelles en permettant aux États signataires d'adopter des politiques concernant la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles présentes dans l'industrie. Les traités de coproduction signés entre Téléfilm Canada et les pays partenaires s'inscrivent dans l'idéologie de cette Convention de l'UNESCO. Certes, Patrimoine Canadien ne mentionne pas clairement son intention de promouvoir la diversité culturelle avec ses traités. Il stipule plutôt que sa politique sur la coproduction existe afin d'attirer des partenaires de l'industrie culturelle à investir au pays. Cette méthode semble parfaitement fonctionner puisque des producteurs, comme Jonathan Vanger, utilisent cette politique à cette fin. Par contre, les traités de coproduction permettent la coproduction à saveur internationale et en l'occurrence, la survie du cinéma d'auteur québécois, comme le note Anne-Marie Gélinas en entrevue. Comme nous l'avons mentionnée plus haut, cette catégorie se définit par ses sujets universels profonds qui promeuvent la diversité culturelle, autant dans l'histoire que par la provenance des équipes de production. Selon les producteurs, l'œuvre qui s'inscrit dans cette catégorie de coproduction en sort grandie, autant dans l'apport créatif que par son ouverture sur le monde. Un producteur qui se lance dans ce genre de coproduction ne s'y aventure pas pour le succès au box-office, mais bien pour l'amour du projet et pour les échanges culturels. Si l'on se fie au discours des producteurs interviewés, ils orchestrent une coproduction à saveur internationale selon un intérêt culturel et créatif. Selon leur propos, la coproduction est un outil à la création et à la survie du film d'auteur au Québec. Bien entendu, notons qu'il se produit des films d'auteur au Québec qui ne sont pas des coproductions. L'entreprise Coop vidéo de Montréal produit depuis 1977 du cinéma indépendant représentant des personnages et des situations typiquement québécois. Ils ont entre autres produit Gaz Bar Blues, de Louis Bélanger en 2003 et plus récemment Camion, de Raphaël Ouellet. Ces films mettent en images des réalités bien d'ici. Par contre, souvenonsnous que les histoires et les personnages des coproductions à saveur internationale sont très rarement d'origine québécoise. C'est pourquoi nous espérons qu'un jour nous pourrons établir une nouvelle catégorie de coproduction qui se caractérisera principalement par la réalisation de films d'auteur ayant des enjeux, un langage et des situations typiquement d'ici, et qui seront financés minoritairement par des pays comme la France, la Belgique ou le Luxembourg. Espérons que cette catégorisation viendra.

4.2 Analyse des catégories de coproduction

Les trois grandes catégories de coproduction nous ont permis de dégager l'essentiel de notre terrain de recherche et de l'interpréter. Ainsi nous avons pu mettre en parallèle les discours de nos intervenants et notre cadre théorique que nous avons préalablement étudié. Ce travail de longue haleine nous permet de répondre à la question suivante : En matière de coproduction cinématographique entre le Québec et ses partenaires, quelles places respectives l'économie et la culture prennent-elles dans les raisons expliquant le développement des coproductions cinématographiques du point de vue des producteurs du secteur?

Nous constatons que notre projet de recherche à grandement évolué, soit de la question initiale, au cadre théorique à l'analyse finale de nos résultats. Nous avons découvert des aspects nouveaux qui nous amènent à des résultats nuancés. Il est impossible d'affirmer que la coproduction cinématographique au Québec se fait uniquement avec un objectif financier ou culturel. Tout dépend du producteur et du type d'œuvre qu'il souhaite produire. Nous citons dans notre cadre théorique le texte Fausse et vraie diversité culturelle dans le système-monde dè Jean-Guy Lacroix et André Mondoux. Ces derniers affirment, tout comme Mattelart et Rocher, que les biens de consommation du secteur culturel, les rapports humains ainsi que les pratiques sociales sont maintenant soumis à la forme marchande et rejoignent ainsi les valeurs du capitalisme. Lacroix et Mondoux déplorent que cette pratique soit soutenue indirectement par des défenseurs de la diversité culturelle, comme le fait l'UNESCO dans la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. Selon les chercheurs, la convention de l'UNESCO encourage la création de biens standardisés. Si l'on se rapporte aux explications de Téléfilm Canada sur la nouvelle Politique sur la coproduction régie par un traité, ils n'ont pas tort d'affirmer une telle chose. Nous le constatons également avec la coproduction de type mariage arrangé où la quête des crédits d'impôt est l'unique objectif derrière ce partenariat. Il en découle des œuvres standardisées adressées à un public large. Le producteur ne se sent nullement impliqué dans son projet sur le plan créatif. Comme nous l'avons vu en entrevue avec Jonathan Vanger, les producteurs n'ont parfois aucune fierté vis-à-vis au film qu'ils produisent. Cela confirme que des films issus de la coproduction peuvent être produits selon des intérêts uniquement financiers. L'économie a donc sa place dans les raisons expliquant le développement d'une coproduction entre le Québec et ses partenaires.

Nous avons parlé dans notre cadre théorique des divergences soulevées par Mondoux et Lacroix dans les différents articles de la convention de l'UNESCO. Les auteurs notent que l'article 3 de la Convention stipule que la diversité culturelle est symbole de développement, et ce, pas seulement sur le plan économique. L'article 8 poursuit avec cette idée en énonçant que puisqu'un bien culturel est porteur de sens, il ne doit pas être considéré comme une marchandise comme les autres. De son côté, l'article 10 stipule qu'il faut donner la chance à tous les pays, particulièrement aux pays en développement, de mettre sur pied des industries culturelles qui seront compétitives sur les marchés nationaux et internationaux. (Lacroix, Mondoux, 2008, p. 86) Selon eux, ce dernier article dissimule sous des principes de valeurs telles que la diversité culturelle et la démocratie, un discours favorable à la mondialisation. Lacroix et Mondoux croient que les politiques sur la diversité culturelle ne sont qu'un rideau de fumée qui cache l'idéologie capitaliste dominante. Tel que noté plus haut, les auteurs n'ont pas tort. Par contre, nous avons constaté grâce à nos recherches sur la place qu'occupent l'économie et la culture au sein des échanges de coproduction qu'il ne faut pas généraliser. Les producteurs n'ont pas tous les mêmes intentions lorsqu'ils se lancent dans un processus de coproduction. Certains y voient une chance de produire une œuvre à laquelle ils croient et qui est porteuse d'une créativité. La catégorie de coproduction scénario qui s'y prête en est l'exemple. Bien entendu, la tâche du producteur reste une étape économique dans la création de l'œuvre, mais comme l'affirment certains producteurs interviewés, ce travail est porté par une intention artistique. Ce fait, appuyé par la théorie des mondes de l'art de Becker, démontre que la culture également sa place dans développement d'une coproduction cinématographique.

Rapportons-nous aux contradictions dans les articles de la convention de l'UNESCO, soulevées par Mondoux et Lacroix. L'article 10 stipule qu'il faut donner la chance à tous les pays, particulièrement aux pays en développement, de mettre sur pied des industries culturelles qui seront compétitives sur les marchés nationaux et internationaux. (Lacroix, Mondoux, 2008, p. 86) Bien entendu, cet article peut-être vu comme un affront à la diversité culturelle lorsque l'on observe le fonctionnement de l'industrie culturelle et la majorité des produits qui en découlent. Par contre, notons que les producteurs qui travaillent sur des coproductions à saveur internationale permettent à des pays où l'industrie cinématographique

est quasi inexistante ou en développement de produire des œuvres qui seront compétitives au niveau créatif. Pensons à Christine Falco et son association en tant que productrice minoritaire dans un projet regroupant la Belgique, le Canada et la Somalie. Anne-Marie Gélinas, quant à elle, s'est associée avec le Maroc pour le film Où vas-tu Moshé? Leur implication a permis à des artistes du Maroc et de la Somalie de développer leur art. Falco et Gélinas participent à l'émancipation des entreprises culturelles à l'extérieur des frontières de leur pays en s'unissant à des projets de coproduction, et ce, non pas comme le perçoivent Lacroix et Mondoux. Bien sûr, les traités de coproduction qui s'inscrivent dans l'idéologie de la Convention de l'UNESCO peuvent être utilisés dans un objectif financier. Par contre, il est possible de détourner ce mode de financement en faveur de l'art. Nous observons que certains producteurs utilisent cette technique pour produire des films d'auteur à caractère unique. Anne-Marie Gélinas a clairement affirmé que le cinéma d'auteur ne pourrait survivre au Québec sans la coproduction. Ce mode de financement, en plus d'aider des pays en développement à mettre sur pied des industries culturelles, permet aux auteurs du Québec et d'ailleurs de réaliser leurs œuvres et de les présenter dans nombre de festivals. C'est pourquoi nous en venons à la conclusion que la culture a sa place dans la coproduction cinématographique au Québec, plus particulièrement dans la coproduction à saveur internationale.

CONCLUSION

Le cinéma québécois n'a pas toujours joui de la notoriété qu'il connait aujourd'hui, et ce, autant dans le cœur des Québécois, qu'à l'étranger. Sa popularité a grandement augmenté au sein de la province à partir de 1997 avec le film Les Boys, de Louis Saïa, et à l'étranger Les Invasions barbares, de Denys Arcand en 2003. Depuis, presque chaque année, un film québécois célèbre son succès à l'extérieur de ses frontières. Cette popularisation du cinéma québécois a un impact sur la production de films. Depuis les années 2000, on observe une augmentation de la production cinématographique au Québec. On produit en moyenne entre 34 et 36 films par année, contrairement au début des années 1990 où l'on produisait en moyenne 12 films par année. (Trépanier, 2008, p. 13) Malgré cette hausse, la situation du cinéma québécois demeure précaire. Le géant hollywoodien demeure une constante menace. Il est impossible pour les artisans de la province de concurrencer cette industrie du rêve. Cette dernière produit des films avec des budgets faramineux, comparativement aux productions québécoises. Par contre, l'OCCQ note un fait intéressant dans son dernier bilan de l'industrie cinématographique du Québec publié en 2011. La moyenne des devis de production de 2010-2011 a considérablement augmenté. La raison est la réalisation de deux coproductions majoritaires québécoises. Les chiffres de l'OCCQ démontrent qu'une coproduction québécoise obtient un budget supérieur au devis de tout film produit dans la province.

Selon Téléfilm Canada, une coproduction cinématographique est un film produit par deux pays ou plus qui partagent les risques économiques et la propriété intellectuelle. Afin de favoriser ce genre d'accord, le gouvernement canadien a mis sur pied un programme qui certifie que l'œuvre coproduite respecte les normes des traités de coproduction préalablement établis par Patrimoine Canadien. Un film qui suit les politiques directrices du traité reçoit la certification de coproduction officielle. Grâce à ce statut, l'œuvre est considérée canadienne, et ce, au même titre que tout film produit entièrement au pays. Cette nomination donne le droit au producteur de bénéficier des mesures de soutien financier proposées par tous les États signataires. Depuis quelques années, Patrimoine Canadien mise beaucoup sur la

coproduction afin de développer le secteur audiovisuel du pays et ainsi, stimuler son économie. Cette technique a grandement fonctionné entre 2000 et 2009. Par contre, Patrimoine Canadien note une baisse de la coproduction cinématographique depuis 2009. Il met en cause les nouveaux programmes d'incitatifs fiscaux de plusieurs pays compétiteurs. Également, le gouvernement canadien croit que les principes directeurs stricts qui régissent les traités actuels ne favorisent pas les échanges. Sur le plan économique, le Canada n'est donc plus un partenaire de choix dans l'industrie de la coproduction. Afin de remédier à cette situation, Patrimoine Canadien propose la nouvelle Politique canadienne sur la coproduction régie par un traité. Il lance en mars 2011 une consultation sur cette nouvelle politique qu'il souhaite mettre en place. L'opinion du milieu de l'audiovisuel est mitigée à ce sujet. L'Association des producteurs de films et de télévision du Québec y voit une décision qui permettra aux entreprises de production indépendantes du Québec de s'illustrer davantage sur la scène internationale. De leur côté, la SODEC, la SARTEC et l'UDA crojent que la nouvelle Politique sur la coproduction régie par un traité risque de nuire à la présence culturelle québécoise au sein des œuvres. Ces derniers sont d'avis que la coproduction comprend un pôle économique, mais aussi un pôle culturel. L'un ne doit pas primer sur l'autre. La SODEC affirme que Patrimoine Canadien n'a pas su relever le défi de faire cohabiter économie et culture équitablement dans sa nouvelle politique. À la suite de cette affirmation de la SODEC, nous nous sommes questionnée sur les places occupées par l'économie et la culture dans les accords de coproduction entre le Québec et ses partenaires. Nous avons amorcé notre étude sur le sujet en comparant les recherches de Norbert Morawetz et de Colin Hoskins. Le premier affirme que les incitatifs fiscaux dans le secteur de l'audiovisuel de nombreux pays incitent les producteurs à la coproduction. Cette tactique fait en sorte que la coproduction est perçue davantage comme un échange économique, plutôt que culturel. Hoskins de son côté, affirme que la dimension culturelle l'emporte généralement sur l'importance économique lors d'un échange de coproduction, et ce, même si la création est conditionnelle au financement. Tenant compte du caractère contradictoire des résultats de ces recherches, nous en sommes venue à la question suivante : En matière de coproduction cinématographique entre le Québec et ses partenaires, quelles places respectives l'économie et la culture prennent-elles dans les raisons expliquant le développement des coproductions cinématographiques du point de vue des producteurs du secteur?

Autour de ce questionnement, nous avons établi un cadre théorique qui touche à la fois les aspects économiques et culturels du cinéma. Nous en sommes venue à la conclusion que l'industrie culturelle ne peut être perçue comme toutes les autres formes industrielles en raison des particularités de son produit et de sa diffusion. Nous avons poursuivi nos recherches avec divers écrits sur la mondialisation afin de situer la coproduction dans ce mouvement planétaire. Afin d'analyser la présence culturelle dans la coproduction au Québec, nous avons inclus dans notre cadre théorique une explication de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité culturelle de l'UNESCO et un texte d'André Mondoux et Jean-Guy Lacroix qui dénoncent les stratagèmes de cette Convention. Nous terminons avec la théorie des mondes de l'art de Howard Becker qui définit la création d'une œuvre comme une action collective où toutes les tâches reliées sont considérées comme culturelles lorsqu'elles sont faites au nom de l'art.

Notre cadre théorique propose des écrits qui montrent les dimensions économique et culturelle de notre problématique. Nous croyons qu'étudier ces deux aspects nous a permis de mieux comprendre le phénomène de la coproduction sur notre terrain de recherche. Nous avons amorcé celui-ci aux 8^{es} Rencontres de la coproduction à Paris. Les participants à cet évènement sont invités à proposer leur projet de film afin de trouver un partenaire. À la suite de nos observations aux 8^{es} Rencontres de la coproduction, nous avons rencontré des gens de l'industrie qui ont accepté de se livrer à une entrevue. Nous avons interviewé sept producteurs provenant du Québec et de la France. Nous avons choisi les intervenants selon le type de projets auxquels ils participent généralement. Certains produisent uniquement des coproductions majoritaires ou seulement des coproductions minoritaires. D'autres produisent un amalgame des deux. Nous avons procédé ainsi puisque nous pensions que le type de projets coproduits pouvait avoir une influence sur les places respectives des dimensions économique et culturelle.

Afin de donner un sens au phénomène de la coproduction, nous avons étudié nos résultats à l'aide de catégories conceptualisantes, technique utilisée dans l'analyse qualitative. La dénomination de trois catégories de coproduction nous a permis de rendre manifestes des caractéristiques particulières de cette forme d'échange et de répondre à notre question de recherche.

Notre première catégorie se nomme la coproduction de type mariage arrangé. Elle s'apparente au type de coproduction menée pour des intérêts de capitaux internationaux développé par Morawetz. Dans cette catégorie, grâce à la certification de coproduction officielle émise par Téléfilm Canada, les partenaires étrangers peuvent boucler leur financement par l'acquisition des crédits d'impôt canadien et québécois. Bien souvent, les producteurs du Québec ne collaborent pas au développement créatif du projet. Seul le pays initiateur de l'œuvre y participe. Les crédits d'impôt sont les principales raisons expliquant cette union. Les producteurs ne font pas appel aux autres formes de financement public telles que la SODEC et Téléfilm Canada. Les crédits d'impôt se calculent selon la main-d'œuvre québécoise et canadienne. Chaque poste créatif équivaut à un nombre de points. Plus le pointage québécois est élevé, plus la production obtiendra des crédits d'impôt. Le travail de Jonathan Vanger de chez Transfilm, consiste à trouver le moyen d'obtenir un haut pointage de postes créatifs québécois sans toute fois affecter le scénario du film. Cette technique permet à la coproduction d'empocher le plus de crédits d'impôts fédéraux et provinciaux, et ce, sans dénaturer l'origine de l'œuvre. Il nous donne comme exemple le film Fatal Bazooka, de Michaël Youn. Il est impossible de deviner que cette œuvre est une coproduction France/Québec. À première vue, nous avons l'impression qu'il s'agit d'un film d'origine uniquement française. La coproduction de type mariage arrangé existe pour générer des activités qui ont un bénéfice économique pour le pays en employant des gens d'ici. Cette forme de coproduction est très importante pour l'industrie audiovisuelle de la province, puisqu'elle permet aux travailleurs du secteur de trouver davantage d'emplois. Jonathan Vanger ne cache pas l'unique intérêt financier pour le Québec avec cette démarche. Le boxoffice compte beaucoup pour les producteurs participants à ce type de coproduction. L'incorporation de l'art à la logique marchande capitaliste, comme le fait Vanger avec la coproduction de type mariage arrangé, conduit à une standardisation de l'œuvre telle que la décrivent Adorno, Horkheimer, Rocher et Matellart dans leurs propos mentionnés plus haut. Cette démarche garantit en général un plus large public.

La deuxième catégorie que nous avons élaborée est la coproduction de type scénario qui s'y prête. Comme l'indique son nom, l'histoire doit se prêter à la coproduction en proposant des éléments de tous les pays coproducteurs. Le film *Café de Flore* de Jean-Marc

Vallée est un bon exemple. Ce film est campé entre deux époques : le Québec actuel et le Paris des années 1960. L'histoire d'un DJ montréalais branché et celle d'une jeune mère monoparentale parisienne avec son enfant souffrant de la trisomie 21 sont mises en parallèle. Pierre Even, producteur de chez Item7, affirme que le scénario peut parfois être modifié afin de satisfaire à cette exigence. Par contre, ce n'est pas tout scénario qui peut être transformé. Even nous informe qu'il faut faire attention pour ne pas dénaturer l'œuvre en la modifiant. La coproduction caricaturale qui raconte la rencontre entre le Français et le Québécois est l'ancêtre de la coproduction de type scénario qui s'y prête. L'histoire typique de la coproduction caricaturale est, malgré la pauvreté du sujet, un scénario qui se prête au jeu de la coproduction. Elle inclut des éléments culturels de chaque pays participant. Nous avons observé que depuis quelques années, les œuvres à saveur caricaturale se font plus rares. Les spectateurs ont maintenant droit, grâce à la coproduction de type scénario qui s'y prête, à des coproductions de genre dramatique avec des sujets sérieux. Les coproductions de type scénario qui s'y prête que nous pouvons voir sur les écrans du Québec sont généralement des coproductions majoritaires québécoises. Pierre Even explique participer à l'occasion à des coproductions minoritaires. Par contre, il note que lors de ces échanges, l'apport culturel québécois n'est pas dominant. L'œuvre est généralement produite en fonction du public du partenaire majoritaire. Even avoue participer à ce genre d'échange afin de favoriser de futurs partenariats où il sera à son tour coproducteur majoritaire. Dans ce cas, la création et la culture d'ici seront grandement mises de l'avant afin de plaire aux cinéphiles du Québec. Les producteurs qui veulent présenter à parts égales deux cultures au sein du même film risquent de dénaturer l'œuvre, selon Pierre Even. Il affirme que l'apport culturel et créatif du pays majoritaire ne doit jamais être diminué par l'apport financier. Selon Armand Mattelart, le marché global l'emporte sur le marché local lors d'un échange international. La coproduction de type scénario qui s'y prête vient démentir sa théorie. Comme affirme plus haut Pierre Even, cette forme de coproduction est produite avant tout pour le public du pays majoritaire, donc pour un auditoire local. Selon le producteur, cette forme de coproduction est donc poussée par un élan culturel. Même si la recherche de financement est nécessaire, elle reste accessoire à l'œuvre et à son auteur, selon Pierre Even. Cette notion se lie à la théorie de Howard S. Becker. Selon lui, tout travailleur du domaine des arts inclus dans une chaîne de travail est qualifié d'artiste. L'attachement à l'œuvre qu'ont les artisans, ainsi que leur sentiment d'être indispensable à la création font en sorte qu'ils exercent leurs activités au nom de l'« art ». Vue sous cet angle, la coproduction de type scénario qui s'y prête implique un processus culturel puisque la recherche de financement est effectuée afin de permettre à un artiste de réaliser son œuvre. Malgré tout, la présence économique reste très présente dans la coproduction de type scénario qui s'y prête, par la modification occasionnelle des scénarios afin de suivre les règles de la coproduction.

La catégorie coproduction à saveur internationale se compose de films d'auteur. Anne-Marie Gélinas, productrice de chez EMAfilms, affirme que pour survivre, la production de films d'auteur au Québec doit nécessairement passer par la coproduction. Les producteurs utilisent l'outil de financement qu'est la coproduction afin de produire des œuvres uniques. Les coproductions à saveur internationale sont généralement présentées dans différents festivals à travers le monde. Autre caractéristique de la coproduction à saveur internationale : le mélange créatif et culturel qui s'opère dans le processus et qui se transpose dans l'œuvre. Les histoires se déroulent très rarement au Québec. Les personnages sont parfois originaires de chez nous. Ils proviennent souvent de milieux et de pays différents. La rencontre de l'autre est primordiale dans ces films, autant dans le scénario qu'entre les travailleurs sur le plateau de tournage. Gilles Sacuto, producteur de chez TS Production, affirme que l'œuvre sort artistiquement gagnante de cet échange multiculturel entre les membres de l'équipe. Gélinas parle de la rencontre de l'autre dans la coproduction. Les thèmes à caractères universels très présents dans les coproductions à saveur internationale, leur permettent d'avoir une portée planétaire. L'universalité des sujets comme l'amour, la guerre et la recherche de soi rejoint toute personne, peu importe sa culture, selon les producteurs interrogés. La coproduction à saveur internationale suit la logique de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO, qui a pour but de protéger la diversité des expressions culturelles, puisqu'elle permet la survie du cinéma d'auteur au Québec, ainsi que partout dans le monde. Bien entendu, il est encore possible de produire des films d'auteur sans l'aide de la coproduction. Par contre, nous notons que cette technique de financement est de plus en plus populaire dans les boîtes de production de films indépendants au Québec, tel que la Coop vidéo de Montréal. Un producteur ne s'aventure pas dans la coproduction à saveur internationale pour le succès au *box-office*. Il s'implique dans ce genre de projet par amour de l'histoire, tout simplement.

La création de catégories de coproduction nous permet de répondre à notre question de recherche. En matière de coproduction cinématographique entre le Québec et ses partenaires, il y a à la fois des raisons économiques et culturelles expliquant le développement d'une coproduction cinématographique. Nous notons que selon les discours des producteurs, sur les trois catégories de coproductions développées dans ce mémoire, une seule relève d'une logique exclusivement ou presque économique. Les deux autres relèvent aussi, voire plus d'une logique culturelle. La coproduction de type mariage arrangé est un échange purement financier, comme nous avons pu le voir avec l'analyse du discours de Jonathan Vanger. L'acquisition des crédits d'impôt est l'objectif premier de son travail. Il qualifie même certaines œuvres qu'il coproduit de très mauvaises. Il n'a aucun sentiment d'attachement aux films qu'il produit. De son côté, la catégorie de coproduction de type scénario qui s'y prête se situe entre la coproduction de type mariage arrangé et la coproduction à saveur internationale. Dans la catégorie de coproduction de type scénario qui s'y prête, le financement est considéré par le producteur comme nécessaire, mais secondaire à l'aspect créatif de l'œuvre. Selon eux, le financement ne doit en aucun cas engendrer une dénaturalisation du film. Les producteurs de cette catégorie disent s'impliquer dans un projet de coproduction afin que le financement soit au service de l'œuvre et de son auteur. Ces producteurs produisent un film pour l'amour de l'histoire et parce qu'ils croient en sa portée symbolique et culturelle. Par contre, ils se permettent parfois de modifier le scénario. Il est donc impossible de nier l'aspect économique derrière la coproduction de type scénario qui s'y prête. La catégorie de coproduction à saveur internationale, quant à elle, a une présence culturelle importante. Elle permet la survie du cinéma d'auteur québécois, selon le discours des producteurs de cette catégorie. Cette caractéristique prouve que la culture à une place importante dans la coproduction entre le Québec et ses partenaires, et ce, même si elle est un mode de financement. La coproduction à saveur internationale permet aux auteurs d'ici de réaliser des œuvres qui seront présentées dans des festivals internationaux. Ainsi, le cinéma du Québec est reconnu pour sa qualité artistique et culturelle.

Nous avons, grâce à l'analyse de notre terrain et de nos interviews, donné un sens au phénomène de la coproduction. Par contre, comme toute étude qualitative, notre recherche a ses limites. Étant donné nos préjugés sur la vision très économique des producteurs, nous avons indiqué dans notre projet de mémoire que nous souhaitions interviewer des producteurs et des réalisateurs qui ont déjà été impliqués dans une coproduction au Québec. Lors de l'évaluation de notre projet de mémoire, les trois évaluateurs ont suggéré d'interviewer également les diffuseurs afin de ne pas tomber dans la dichotomie producteur/réalisateur lors de l'analyse de nos résultats. Nous avons retenu cette suggestion au début de nos recherches. Par contre, nous avons laissé tomber les entretiens avec les réalisateurs et les diffuseurs après l'analyse des entrevues avec les producteurs. La raison est simple. Nous avons constaté que nous devions centrer nos recherches sur le discours des producteurs pour que notre mémoire ne prenne pas une ampleur démesurée. L'analyse des propos des réalisateurs et des distributeurs pourrait faire l'objet de mémoires en soi. Malgré la longueur qu'entraînerait l'intégration des discours de réalisateurs et de diffuseurs, nous croyons que ce manque est la limite principale de notre recherche. Il aurait été possible grâce aux interviews des réalisateurs et des diffuseurs de contrebalancer les propos des producteurs. Dans ce présent mémoire, nous n'avons qu'une seule version des faits sur les raisons économiques et culturelles expliquant le développement d'une coproduction cinématographique. Les propos des réalisateurs et des diffuseurs auraient peut-être dirigé notre analyse vers une toute autre direction. Nous notons également une deuxième limite majeure. Des intervenants importants mentionnés dans notre mémoire n'ont pas été interviewés. Plusieurs producteurs ont refusé de se livrer à une entrevue. Luc Déry, producteur chez Micro_Scope, un joueur majeur de la coproduction au Québec, a décliné notre invitation. Ses propos auraient été pertinents dans le cadre de notre recherche, et plus spécifiquement dans l'analyse de la coproduction à saveur internationale, puisque nous avons cité deux de ses productions, Incendies de Denis Villeneuve et Inch'Allah d'Anaïs Barbeau-Lavalette. Nous croyons que les films coproduits par les productions Micro_Scope participent grandement à l'épanouissement du cinéma québécois, autant dans sa diffusion à l'étranger grâce aux festivals, que dans sa portée artistique. Nous avançons l'hypothèse que les coproductions produites par M. Déry contribuent à une nouvelle vague de cinéma au Québec qui s'apparente à la littérature mouvante des années 1980.

La révolution littéraire au Québec dans les années quatre-vingt se fait en douce, sans rupture apparente. Selon Michel Biron, François Dumont et Élizabeth Nardout-Lafarge, les auteurs de l'ouvrage Histoire de la littérature québécoise, c'est au moment où la littérature québécoise est la plus prolifique qu'elle est perçue comme un processus de minorisation et de décentrement. La rupture littéraire des années quatre-vingt ne s'opère pas au niveau de son style, de son esthétique ou de son langage, mais par l'apparition de nouveaux thèmes. L'immigration en est la principale raison. Cela a comme effet, selon Biron, Dumont et Nardout-Lafarge, que la littérature québécoise ne porte plus les signes et les symboles de sa « québécité », auparavant très présents dans ses écrits. Ils expliquent que les liens qu'entretiennent les nouveaux auteurs avec l'Histoire et la culture québécoise ne sont pas les mêmes que les auteurs d'ici. Contrairement à ce que l'on croyait à l'époque, cela n'a pas eu pour effet de faire régresser la littérature. L'arrivée de diverses cultures dans le portrait littéraire au Québec procure à cet art une ouverture sur le monde. Cette caractéristique de la révolution littéraire en engendre une autre. Le rapport au « nous » qui a toujours été très présent dans les écrits au Québec, se transforme en une quête du « je ». Ainsi, la concrétisation de l'individualisme tend à dominer. Les auteurs de la littérature mouvante tentent de se trouver, de reconstruire leur identité dans un pays qui n'est pas le leur. Par contre, ce ne sont pas uniquement les immigrants qui cherchent à se définir dans cette période charnière de la littérature au Québec. Les auteurs d'origine québécoise se lancent également dans une quête du « je » en s'appropriant de nouveaux sujets comme l'homosexualité, le transgenre et l'abandon. Biron, Dumont et Nardout-Lafarge constatent que les auteurs nés au Québec ont pu se reconnaître dans la littérature migrante grâce aux formes et aux thèmes. Le sentiment de l'exil, l'errance, la condition minoritaire, le vacillement de l'identité, les conflits culturels sont des événements que le peuple québécois a grandement vécus en tant que francophone minoritaire dans un pays majoritairement anglophone. Les sujets dans la littérature québécoise des années quatre-vingt sont universels. Selon Pierre Nepveu, dans son essai L'Écologie du réel : Mort et naissance de la littérature québécoise contemporaine, la littérature mouvante s'est vite imposée comme un dépassement de la littérature nationale et elle est devenue une littérature post-nationale, et ce, en dépassant les frontières du Québec.

La cinématographie québécoise a également connu de grands changements. Depuis les années 2000, le nombre de films a largement augmenté. Comme le constatent Biron, Dumont et Nardout-Larfarge avec la littérature québécoise, l'ère la plus féconde du cinéma québécois semble être perçue comme une période minorée et de décentralisation. Nous pouvons comprendre pourquoi. L'agrandissement d'un tel marché entraîne souvent à une hégémonie, comme expliqué plus haut dans notre travail. Par contre, cette prolifération n'engendre pas uniquement la création de films ayant une moins grande portée symbolique. Elle entraîne également la production de films différents, ayant des sujets porteurs d'une nouvelle teinte, qu'il n'était pas fréquent de voir auparavant dans le cinéma dit « québécois ». Les films *Incendies, Inch'Allah* et *Une bouteille dans la mer de Gaza*, tous classés dans la catégorie coproduction à saveur internationale, en sont des exemples. Tout comme la littérature mouvante, ce n'est pas dans la forme que s'opère le décentrement dans ces œuvres, mais dans les thèmes de la nation et de la culture québécoise à proprement parler, comme le cite Thomas Saigne en entrevue.

Les coproducteurs sont un peu sortis de ça et c'est vrai que la fierté québécoise n'est plus portée par les films. Je ne sais pas si c'est fini, mais aujourd'hui les jeunes réalisateurs en rient. Maintenant les producteurs veulent faire des œuvres singulières, et non des œuvres où ils agitent leur petit drapeau. (Entrevue, Thomas Saigne, 2011)

La notion de l'autre est au cœur de la coproduction à saveur internationale. Il n'est plus question de parler de notre culture, mais d'en apprendre sur celle d'autrui. L'histoire se déroule souvent à l'extérieur du Québec et inclut des personnages de diverses origines. Malgré cet intérêt pour l'autre, les films issus de la coproduction à saveur internationale n'abordent pas des sujets qui s'intègrent à un « nous » collectif, mais qui vont plutôt vers le « je ». On y dénote, tout comme en littérature, une concrétisation de l'individualisme. La recherche de ses origines, l'homosexualité, l'exil, l'abandon sont des thèmes très présents dans cette cinématographie, tout comme dans la littérature mouvante. Prenons l'exemple de Hors les murs, murs de David Lambert. La quête de soi est au cœur de cette coproduction France/Québec. Tel que mentionné plus haut, les thèmes personnels touchent plus facilement les membres de diverses cultures que les problématiques nationales.

Après cette comparaison entre la littérature mouvante des années 1980 au Québec et la coproduction à saveur internationale, nous nous questionnons sur l'apport de la

coproduction à une nouvelle vague de cinéma au Québec. Les œuvres classées dans cette catégorie de coproduction ne sont pas empreintes d'une « québécité ». Les coproductions à saveur internationale transportent, tout comme la littérature mouvante, les histoires en des lieux inconnus, incluent des personnages provenant de pays différents et intègrent des thèmes sans frontière reliés à la quête de soi. Est-il possible de reprendre le propos du Pierre Nepveu sur la littérature mouvante mentionnée plus haut, et de l'appliquer à la cinématographie issue de la coproduction à saveur internationale? Ces œuvres s'imposent-elles comme un dépassement de la cinématographie nationale pour créer une cinématographie post-nationale, et ce, en dépassant les frontières du Québec? En d'autres mots, la coproduction participe-t-elle à la création d'un nouveau genre cinématographique au Québec autant par ses sujets venus de l'étranger que par sa mise en scène de l'autre et des thèmes universels? Autant de questions pour d'autres mémoires...

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Allo Ciné. (2010). «Fatal » In Allo Ciné: ne restez pas simple spectateur. En ligne. http://www.allocine.fr/film/fichefilm_gen_cfilm=134542.html>. Consulté le 23 juin 2012.
- Adorno, Theodor W. et Max Horkheimer. 1974. La dialectique de la raison: fragments philosophiques. Paris: Gallimard, 281p.
- Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ). 2011. Mémoire de l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec. En ligne. Québec, 13 p. http://www.apftq.qc.ca/upload/fr/memoire/consultations-coproduction.pdf, Consulté le 3 avril 2011.
- Association des producteurs de films et de Télévision du Québec (APFTQ). S.d. « Profession producteur : Rôle » In APFTQ : Association des producteurs de films et de télévision du Québec. En ligne. < http://www.apftq.qc.ca/fr/profession/role.asp>. Consulté le 9 septembre 2011.
- Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ARRQ). S.d. « Le métier » In ARRQ : Association des réalisateurs et des réalisatrices du Québec. En ligne. http://www.arrq.qc.ca/index.php?vSection=accueil&vOption=LeMetier. Consulté le 9 septembre 2011.
- Augros, Joël, et Kira Kitsopanidou. 2009. L'économie du cinéma américain: Histoire d'une industrie culturelle et de ses stratégies. Coll. « Armand Colin Cinéma », sous la dir. de Michel Marie. Paris: Armand Colin, 286 p.
- Becker, Howard S. 1982. Les Mondes de l'art. Coll. « Art, Histoire, Société », sous la dir. de Pierre-Michel Menger et Alain Mérot. Paris : Flammarion, 379 p.
- Biron, Michelle, François Dumont et Élizabeth Nardout-Lafarge. 2007. Histoire de la littérature québécoise. Coll. « Boréal Compact ». Montréal : Les Éditions du Boréal, 684 p.
- Bonneville, Luc, Sylvie Grosjean et Martine Lagacé. 2007. Introduction aux méthodes de recherche en communication. Montréal : Gaëtan Morin éditeur, 238 p.
- Canada, Patrimoine Canada. 2010. Contexte: examen du cadre actuel s'appliquant aux coproductions régies par des traités: Document officiel. En ligne. Canada: Patrimoine Canada. 19 p. http://coproduction.pch.gc.ca/fr/accueil/trousse-de-la-politique-sur-la-coproduction/. Consulté le 3 avril 2011.

- Canada, Patrimoine Canada. 2009. « La Politique cinématographique canadienne : historique des initiatives fédérales » In *Patrimoine canadien*. En ligne. Canada. < http://www.pch.gc.ca/pgm/em-cr/evaltn/2008/prt3-fra.cfm >, Consulté le 10 mars 2012.
- Charles-Henri. 2008 (28 décembre). « Boys, Les Film de Louis Saïa (1997) ». Article envoyé à *Films du Québec : Les films de fiction québécois, Des origines à nos jours*. En ligne. http://filmsquebec.over-blog.com/article-26189604.html>. Consulté le 26 septembre 2012.
- Gauthier, Philippe. 2009. «Les coproductions cinématographiques France-Québec: un espace culturel problématique. L'exemple de j'ai mon voyage!». *Meta.* En ligne. Nouvelles « vues » sur le cinéma québécois, n°10 (hiver 2008-2009) p. 1-15. www.cinema-quebecois.net>. Consulté le 15 février 2011.
- George, Éric. 2008. « La politique de "contenu canadien" à l'ère de la "diversité culturelle" dans le contexte de la mondialisation ». In. La Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO, sous la dir. d'Yves Théorêt, p. 236-257. Montréal : Les Éditions Hurtubise.
- Hoskins, Collin, Stuard Mc Fadyan et Adam Finn. 1997. « Evidence on the Performance of Canada/Europe Co-production in Television and Film ». *Journal of Cultural Economics*, vol. 21, p. 129-139.
- Lacroix, Jean-Guy et André Mondoux. 2008. « Fausse et vraie diversité culturelle dans le système-monde » In. La Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO, sous la dir. d'Yves Théorêt, p. 76-98. Montréal : Les Éditions Hurtubise.
- Margairaz, Michelle. 1982. « Autour des accords Blum-Byrnes : Jean Monnet entre le consensus national et le consensus Atlantique » *Meta*. En ligne. Histoire, économie et société, 1 ere année, n° 3, p. 439-470. http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/hes 07525702 1982 num 1 3 1302>. Consulté le 6 juillet 2011.
- Mattelart, Armand. 2005. Diversité culturelle et mondialisation. Coll. « Repères ». Paris : La Découverte, 122 p.
- Ménard, Marc. 2004. « Structuration et régulation des industries culturelles ». In Éléments pour des industries culturelles. Coll. « Collection Culture et Économie, SODEC ». P. 89-101. Montréal : SODEC.
- Ménard, Marc. 2008. « Les conséquences économiques de la diversité culturelle ». In La convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO, sous la dir. de Yves Théorêt, p. 51–73. Montréal : Éditions Hurtubise.

- Morawetz, Norbert, Jane Hardy, Colin Haslam et Keith Randle. 2010. «Finance, Policy and Industrial Dynamics—The Rise of Co-productions in the Film Industry » in *Industrie and Innovation*. En ligne. http://www.informaworld.com/smpp/title~content=t713424563>. Consulté le 9 décembre 2012.
- Mucchielli, Alex, et Pierre Paillé. 2003. L'analyse qualitative en sciences humaines et sociales. Coll. « Collection U ». Paris : Armand Colin, 315 p.
- Nepveu, Pierre. 1999. L'Écologie du réel: Mort et naissance de la littérature québécoise contemporaine. Coll. « Boréal Compact ». Montréal : Les Éditions du Boréal, 241 p.
- Organisation de Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO). 2005 (20 octobre). « Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles ». In UNESCO. En ligne. http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/the-convention/convention-text/#c94382. Consulté le 7 juillet 2011.
- Parlement du Canada. 2004. « Projet de loi C-18 : Loi modifiant la loi sur Téléfilm Canada et une autre loi en conséquence » In *Parlement du Canada*. En ligne. http://www.parl.gc.ca/About/Parliament/LegislativeSummaries/bills-ls.asp?lang=E-8ls=C18&Parl=38&Ses=1&source=library_prb&Language=F->. Consulté le 6 juillet 2011.
- Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ). 2009. « Tableau 11 : Panorama statistique de l'industrie cinématographique, 2004-2008 » In *Institut de la statistique du Québec*. En ligne. Québec : Institut de la statistique. 1 p. http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/societe/culture_comnc/film/cinema_monde/cine ma monde t 11 2008.htm>. Consulté le 21 mars 2012
- Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ). 2011.

 Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante –

 Édition 2011 Tome 1 l'exploitation cinématographique. En ligne. Québec:

 Institut de la statistique.53 p.

 http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf/film2011_tome1.pdf>.

 Consulté le 21 mars 2012
- Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ). 2011.

 Statistiques sur l'industrie du film et de la production télévisuelle indépendante –
 Édition 2011 Tome 2 Production, financement, diffusion et patrimoine cinématographique. En ligne. Québec: Institut de la statistique. 70 p. http://www.stat.gouv.qc.ca/observatoire/publicat_obs/pdf/film2011_tome2.pdf>. Consulté le 21 mars 2012.

- Québec, Société de développement des entreprises culturelles (SODEC). 2011. La réponse de la SODEC à la proposition du gouvernement fédéral d'une nouvelle politique concernant les traités officiels de coproduction internationale. En ligne. Québec : SODEC.

 19

 http://www.sodec.gouv.qc.ca/libraries/uploads/sodec/documents/etudes_memoires/rep_SODEC_PCH_24-mars_VF.pdf, consulté le 3 avril 2011.>, Consulté le 3 avril 2011.
- Rocher, Guy. 2001. *Une société-monde? Les dynamiques sociales de la mondialisation*, sous la dir. de Daniel Mercure, p. 17-31. Québec : Les Presses de l'Université Laval, Bruxelles : De Boeck Université.
- Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC) et Union des artistes (UDA). 2011. Mémoire de la Société des auteurs de radio, de télévision et cinéma et de l'Union des artistes, dans le cadre de la mise en œuvre de la politique canadienne sur la coproduction audiovisuelle régie par des traités. En ligne. Québec : SARTEC et UDA. 11 p. < http://www.sartec.qc.ca/commu/2011 mem conj coprod.pdf>. Consulté le 3 avril 2011.
- Spurk, Jan. 2001. Critique de la raison sociale: L'École de Francfort et sa théorie de la société. Québec: Presses de l'Université Laval, 237p.
- Téléfilm Canada. 2010 (29 novembre). Coproductions Internationales: Principes directeurs.

 Document de consultation. En ligne. Canada, 10 p. http://www.telefilm.gc.ca/document/fr/04/principes-directeurs-coproductions-internationales.pdf, Consulté le 3 avril 2011.
- Téléfilm Canada. S.d. « Mission » In *Téléfilm Canada*. En ligne. http://www.telefilm.gc.ca/fr/telefilm/telefilm/mission.>. Consulté le 9 juillet 2011.
- Théorêt, Yves. 2008. « Petite histoire de la reconnaissance de la diversité des expressions culturelles ». Chap. In La Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO, p. 17- 50. Montréal : Les Éditions Hurtubise.
- Tremblay, Gaëtan. 1990. « Le discours théorique sur les industries culturelles » In Les industries de la culture et de la communication au Québec et au Canada. p. 33-58. Québec : Presse de l'Université du Québec, Télé-université.
- Trépanier, Gabrielle. 2008. « Le cinéma québécois : Un succès réel ou imaginé? » In Nouvelle « vues » sur le cinéma québécois, n° 9 (automne). En ligne. Québec, 17 p. http://www.cinemaquebecois.net/pdfs/TrepanierNVCQ9.pdf, Consulté le 26 septembre 2012.