

Direction artistique Le plaisir malgré tout

Samuel Flageul

Volume 24, Number 1, Winter 2006

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/33631ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Association des cinémas parallèles du Québec

ISSN

0820-8921 (print)

1923-3221 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Flageul, S. (2006). Direction artistique : le plaisir malgré tout. *Ciné-Bulles*, 24(1), 20–27.

Le plaisir malgré tout

SAMUEL FLAGEUL

« Des conversations tranquilles avec le réalisateur au début du projet jusqu'à la gestion de décors, parfois faramineux quelques mois plus tard, le parcours du directeur artistique ressemble à une course folle contre la montre durant laquelle il faut résoudre un casse-tête géant dans l'ultime but d'offrir au film son squelette visuel et formel. »

Exigeant des connaissances multiples et variées, le métier de directeur artistique est très complet, mais aussi très complexe. À la tête du département décor, il gère la plus importante structure d'un tournage, aussi bien sur le plan humain que budgétaire. Son travail va *crescendo*. Des conversations tranquilles avec le réalisateur au début du projet jusqu'à la gestion de décors, parfois faramineux quelques mois plus tard, le parcours du directeur artistique ressemble à une course folle contre la montre durant laquelle il faut résoudre un casse-tête géant dans l'ultime but d'offrir au film son squelette visuel et formel. Dans la série Métiers du cinéma, *Ciné-Bulles* vous propose d'en apprendre davantage sur la direction artistique au cinéma. Bienvenue dans l'univers des bâtisseurs du faux et des trompe-l'œil.

Formation inexistante

À l'instar d'autres métiers du cinéma qui lui sont proches, le costume et le maquillage, le métier de directeur artistique ne s'apprend pas dans une école, pour la simple raison qu'il ne s'enseigne nulle part. Il n'existe aucun établissement au Québec (universitaire ou autre) qui offre une formation en direction artistique de cinéma (contrairement à la scénographie de théâtre, qui s'enseigne à l'École nationale de théâtre du Canada, par exemple). Par son caractère diversifié et protéiforme, le décor de cinéma ne rentre dans aucune structure d'enseignement classique comme ce peut être le cas pour la direction photo, le son ou la réalisation. Faire de la décoration de cinéma demande de larges connaissances aussi bien en histoire, en arts plastiques, en histoire de l'art, en arts décoratifs, qu'en architecture, en peinture, en sculpture, en dessin, etc. Qui veut travailler sur des décors de cinéma passe donc par une formation périphérique qui, la plupart du temps, n'a aucun rapport direct avec le cinéma, mais peut y mener. Nombreux sont les directeurs artisti-

ques qui ne pensaient même pas en faire un métier lorsqu'ils ont amorcé leur carrière.

Mais alors, comment devient-on directeur artistique? Dans de nombreux cas, les hasards d'une rencontre, la chance, la curiosité sont souvent à l'origine de la profession. La passion et les relations font le reste. Chaque directeur artistique affiche un parcours différent. Mais tous ont un point commun : ils ont appris sur le terrain, en écumant les plateaux de tournage, souvent au bas de l'échelle. L'apprentissage par l'expérience. Celle de Jean Babin, directeur artistique sur **Dans une galaxie près de chez vous** d'Yves Desrosiers, est assez révélatrice du parcours d'un futur jeune décorateur de cinéma. « Je suis un parfait autodidacte. Avant de faire ce métier, j'étais mécanicien automobile. Je suis devenu directeur artistique par hasard. Des amis qui étudiaient en cinéma à l'UQAM avaient besoin de monde pour monter un décor. Ce sont mes premiers pas en cinéma. De fil en aiguille, j'ai rencontré des gens qui travaillaient dans le milieu. J'ai d'abord été accessoiriste sur des vidéoclips grâce à mon côté manuel et débrouillard. J'en ai fait 150 en 4 ans. Puis, un jour, une réalisatrice m'a demandé tellement de choses sur un vidéoclip qu'elle m'a déclaré directeur artistique. » Rares sont ceux qui n'ont pas connu les heures difficiles des débuts. Travailleurs laborieux qui passent leurs journées à gratter, frotter, laver, peindre, construire, détruire, les deux mains à la pâte et les genoux au sol. Autant de savoir-faire et d'expériences qui forgent les futurs directeurs artistiques ou concepteurs visuels.

Depuis quelques années, le terme de concepteur visuel apparaît régulièrement dans les génériques des films québécois, en lieu et place de celui de directeur artistique (qui, jusque dans les années 1970, était appelé chef décorateur). Le concepteur visuel pense, dessine et conçoit un décor, mais ne



Tournage au Rwanda d'**Un dimanche à Kigali**. En bas à droite : André-Line Beauparlant, directrice artistique du film, avec des enfants rwandais – PHOTOS : ANDRÉ-LINE BEAUPARLANT

l'exécute pas, à la différence d'un directeur artistique qui, en plus de concevoir, travaille les matériaux, gère une équipe, un budget. Celui-ci « livre » la vision d'un réalisateur ou d'un concepteur visuel. Le terme employé au générique est le plus souvent dicté par la grosseur de la production. Ainsi, quelqu'un peut se retrouver concepteur visuel sur un projet (et avoir un directeur artistique qui exécute ses décors) puis, sur un projet de moindre envergure, être de nouveau directeur artistique (dessiner lui-même les décors et les exécuter). Certains préfèrent le terme de concepteur visuel, comme André-Line Beauparlant, qui vient de terminer **Un dimanche à Kigali** de Robert Favreau, pour qui travailler main dans la main avec le responsable des costumes, du maquillage forme un tout et justifie l'expression. D'autres diront qu'ils apprécieraient mieux le terme de chef décorateur, tel qu'il est employé en France. Tout est affaire de dénomination.

« L'un des privilèges du directeur artistique est son embauche presque immédiate après le feu vert de la production. »

Les difficultés du métier de directeur artistique

« Dès que je lis un scénario, l'incubation commence. C'est comme si un microbe s'infiltrait dans mon sang. Quand le film est terminé, je suis guéri. » Ces propos d'Alexandre Trauner, un décorateur français ayant travaillé sur les films de Marcel Carné et Billy Wilder, résument bien l'état dans lequel un directeur artistique évolue sur un film. D'autres expressions reviennent souvent comme : privilège des relations, partage des idées, création pure, sens de l'organisation, souci du détail, administration, gestion, etc. Autant de termes qui définissent le travail pluridisciplinaire et éclaté du directeur artistique. Première étape : le scénario. L'un des privilèges du directeur artistique est son embauche presque immédiate après le feu vert de la production. En effet, les décors d'un film, aussi simples soient-ils, doivent être disponibles le plus



Ci-dessus et page suivante :
sous la supervision du directeur
artistique Serge Bureau, la cons-
truction d'un village au Costa Rica
pour le film **Le Papillon bleu**
PHOTOS : SERGE BUREAU

tôt possible afin d'enclencher tout le processus de transformation/construction/décoration, et ce, avant même que le tournage commence. Il arrive parfois que le scénario ne soit pas encore terminé. Dans ce cas-là, les décors prennent une place importante dans l'écriture. Ainsi, Serge Bureau, directeur artistique sur trois films de Léa Pool dont son dernier, **Le Papillon bleu**, travaille déjà sur le prochain film de la réalisatrice alors qu'il n'est pas encore financé. André-Line Beauparlant est également aux premières loges de la création : « Comme je travaille souvent avec les mêmes réalisateurs, on se connaît bien. Dès qu'ils ont écrit une version de leur nouveau scénario, ils me l'envoient. Je suis sur le projet en amont. Je lis donc plusieurs versions du scénario. C'est un vrai luxe. J'ai le temps de me construire un univers. »

On peut dire qu'un directeur artistique ne choisit pas le scénario, mais que c'est le scénario qui le choisit. « Chaque directeur artistique a sa touche personnelle et lorsqu'un réalisateur pense à son film, il va chercher la personne qui correspond à l'histoire. J'ai déjà eu entre les mains des scénarios que je n'ai pas acceptés, car ils ne me correspondaient pas », précise Jean Babin. Et André-Line Beauparlant d'ajouter : « Il faut que tu sois capable d'apporter quelque chose au scénario, qu'il se raccroche à ton univers. Il y a des choses qui me touchent plus que d'autres. J'aime quand les personnages me parlent. Je discute aussi beaucoup avec le réalisateur. » Échanger, discuter, partager avec le réalisateur et les autres membres de l'équipe est une nécessité lorsqu'on décide de créer un décor. Même si la création est solitaire, le regard des autres est indispensable au bon déroulement des choses. C'est un travail d'équipe, tout le monde doit être sur la même longueur d'onde. « Pour **Maurice Richard**, Charles Binamé et moi, on se voyait une fois par semaine et l'on se promenait dans la ville, raconte Michel Proulx. On parlait du film, de la possibilité ou l'impossibilité de faire telle ou telle scène. On a eu le temps de se connaître, de partager l'hiver montréalais [le film se passe en hiver, mais a été tourné en été] et de se dire : je vois le film de telle manière ou bien plutôt comme ça, etc. On a beaucoup parlé. Et quand on a eu le feu vert, on avait déjà un long bout de chemin parcouru ensemble. » Tous les directeurs artistiques rencontrés sont unanimes : cette étape d'un film, lorsqu'il faut créer, concevoir les décors sur le papier, trouver des idées, dessiner ou discuter avec le réalisateur de sa vision, est la partie la plus excitante et la plus grisante du métier.

Ensuite, tout se complique. Transformer une idée sur le papier en un vrai décor de cinéma s'apparente parfois à un parcours du combattant. Et il faut savoir faire preuve d'abnégation pour mener à bien un film du début à la fin. Il s'agit alors pour le directeur artistique de démêler un casse-tête organisationnel pour que tous les décors soient livrés à temps, le jour J. Serge Bureau résume ainsi sa façon de travailler : « Il y a une logique de la création. En fonction du lieu où se situe l'action, le décor d'un café ne sera pas le même. Tout cela se fait avant que l'équipe soit embauchée. On se met également d'accord avec les costumes et la direction de la photographie sur une palette de

couleurs afin de travailler dans le même sens. Ça va très vite. On a très peu de temps. Six semaines de préparation pour un long métrage, c'est peu. Huit, si c'est un film à gros budget. Dans ce laps de temps, il faut dessiner, concevoir, inventer, décorer, mais aussi accepter les aléas qu'on nous impose, comme les coûts de production. Il faut se déplacer, voir beaucoup de lieux, quatre, cinq, avant de donner son feu vert. Et c'est la même affaire pour tous les décors. En un seul coup d'œil, il faut être capable de savoir en arrivant sur un décor combien de personnes vont travailler dessus, combien de temps cela va prendre, et combien ça va coûter. Une fois le décor choisi, il faut y amener l'équipe. Le son te dit que ça craque de partout, alors il faut refaire tous les planchers, etc. Il faut avoir trouvé tous les décors avant que le tournage commence, car pendant les journées de tournage l'équipe n'est plus à ta disposition. C'est aussi ça le métier de directeur artistique. » Un directeur artistique doit donc être capable de faire le grand écart entre la création libre à partir du scénario et les contingences économiques qu'impose la production.

Un des plus gros dilemmes (en termes de coûts) pour un directeur artistique (et le producteur) est de choisir entre le studio et le décor de location. Une grande partie des néophytes pensent que les décors de cinéma sont tous faits en studio. Au Québec, à de rares exceptions près, très peu de films utilisent les gigantesques studios disponibles à Montréal, majoritairement occupés par des films américains ou des émissions de télévision de grande écoute. Évidemment, tourner en studio présente des avantages, comme nous l'explique Michel Proulx : « Sur **Aurore**, nous avons besoin de huit jours de tournage dans le décor de la maison principale. Une journée dans un seul et même lieu de tournage peut être suffisant pour dérouter le spectateur et avoir plusieurs angles de caméra. Mais huit jours en location, avec seulement un nombre restreint de points où placer ta caméra, c'est très long. On aurait toujours été dans le même axe! En studio, on peut varier les plans, justifier la lumière des saisons, changer les axes à volonté en déplaçant des murs, trouver d'autres angles, etc. C'est très grisant! » Pour d'autres, le plaisir est dans la location (un lieu — café, restaurant, appartement — loué pour les besoins d'une ou plusieurs scènes). Le plus souvent, ce lieu est transformé, chamboulé et, au final, méconnaissable. « Moi, j'aime bien partir de quel-



que chose qui existe déjà, souligne André-Line Beauparlant. Le studio, c'est partir de zéro et ce n'est pas forcément drôle. On ne fait que de la construction. Je préfère transformer les choses à partir d'un lieu qui existe déjà. » La décision d'utiliser l'un ou l'autre est toujours de nature économique. Gérer des décors extérieurs est une autre facette du travail de directeur artistique. Au Québec, le décor extérieur est un vrai défi en raison du climat. Pas de problème pour filmer l'été en été. Tout se complique si l'on veut filmer l'hiver en hiver : soit il fait trop chaud et il faut fabriquer de la neige artificielle, soit il fait trop froid et il est impossible de tourner, ni même de construire quoi que ce soit dehors. Dans ces cas-là, bien souvent, c'est le budget qui écope. Rien d'étonnant à ce que la majeure partie des films québécois soient tournés en été. Ceci

explique aussi pourquoi il est difficile pour un directeur artistique québécois d'être fidèle à un réalisateur, puisqu'ils tournent tous en même temps.

Argent et cinéma américain

L'argent est un élément fondamental dans le métier de directeur artistique. Le nerf de la guerre. Impossible de parler du travail d'un décorateur de cinéma sans évoquer le sujet, parfois épineux, des budgets. Sur une production cinématographique, grosse ou petite, ce sont les décors qui nécessitent le plus important investissement. Ce qui fait dire à Serge Bureau qu'« aujourd'hui, un directeur artistique est plus un administrateur artistique. Avant d'avoir une vision globale du film, il faut savoir compter et calculer ». Et André-Line Beauparlant ajoute : « J'aime lire un scénario sans aucune pensée budgétaire. L'argent prend tellement de place par la suite. Pouvez-vous juste me laisser lire le scénario tranquillement, que je "tripe" un peu sur l'histoire, que je parle avec le réalisateur! Il faut avoir un concept, une idée avant de parler d'argent. » En décoration de cinéma, tout coûte cher : les matériaux, la main-d'œuvre, les locations, la construction, la démolition, les déplacements... Malheureusement, le budget décor n'est pas toujours exponentiel par rapport aux ambitions de certains films.

Le cinéma québécois n'échappe pas à la règle. Les scénarios sont parfois plus ambitieux qu'il y a

« L'argent est un élément fondamental dans le métier de directeur artistique. Le nerf de la guerre. Impossible de parler du travail d'un décorateur de cinéma sans évoquer le sujet, parfois épineux, des budgets. »

15 ans, le coût des films globalement en hausse, alors que la part allouée aux décors reste proportionnellement inchangée. Emmanuel Fréchette, directeur artistique sur **Sans elle**, le prochain film de Jean Baudin, raconte : « Sur **Nouvelle-France**, j'étais directeur artistique pour Jean-Baptiste Tard, concepteur visuel. Durant la production, nous avons dû faire face à des coupures budgétaires. On s'est retrouvé à faire certains décors dans des studios plus petits que prévus. Au final, les raccords avec les scènes extérieures ne fonctionnaient plus. C'était pourtant un film à gros budget. » Tous les directeurs artistiques le disent : les budgets sont trop serrés. André-Line Beauparlant avoue s'être beaucoup amusée à faire exploser une voiture en plein centre-ville de Montréal (**Camping Sauvage**) et à en faire plonger une autre dans une piscine (**Que Dieu bénisse l'Amérique**). Mais elle a trouvé l'exercice exigeant et, même avec un gros budget, très difficile. Les largesses économiques ne garantissent pas le confort de travail. Au point que cela nuit parfois aux développements de scénarios plus ambitieux.

Réduire les coûts. Une obsession quand on est producteur, une hantise quand on est directeur artistique. Comment réduire les coûts? D'abord, en tournant à Montréal. Cela diminue les frais d'hôtel, d'essence, de repas, etc. Puis, en utilisant au maximum le potentiel d'un décor. « S'il y a une maison abandonnée dans Montréal, on risque de la retrou-



Un coin de rue du Vieux-Montréal qui peut très bien servir de décor à une scène se déroulant dans la vieille Europe — PHOTO : BUREAU DU CINÉMA ET DE LA TÉLÉVISION DE MONTRÉAL



L'hôpital de Lachine qui sert de lieu de tournage à beaucoup de films — PHOTO : BUREAU DU CINÉMA ET DE LA TÉLÉVISION DE MONTRÉAL

ver dans une dizaine de films, dit Serge Bureau. Si tu veux un hôpital, tu n'as pas vraiment le choix : c'est l'hôpital de Lachine. Il y a même une liste d'attente pour aller tourner là-bas! Tu veux tourner le film du siècle dans le Vieux-Montréal? Impossible. Écœurés par la présence de tournages, les gens du quartier refusent qu'on le transforme. Ou alors, ça coûte trop cher et l'on ne peut même pas garer les camions! Au bout du compte, on a beau vouloir être ambitieux, les limites financières briment la création et l'opportunisme. Résultat, on se retrouve à diriger les accessoiristes, faire quelques changements de façades et d'intérieurs et basta! Et c'est la même chose pour tous les films. »

Doit-on voir, derrière les propos amers de Serge Bureau, l'impuissance des productions québécoises à offrir de vrais budgets pour les décors? Travailler sans limites, beaucoup en rêvent. Les directeurs artistiques québécois peuvent parfois goûter à cette ivresse sur des films... américains. La présence des productions américaines depuis une quinzaine d'années sur le sol québécois a eu un effet direct sur le travail des directeurs artistiques québécois. Mais peut-être pas pour les raisons auxquelles on pense. Car, même si les Américains ont permis le développement d'un savoir-faire et ont offert du travail à beaucoup de techniciens, et pas seulement du décor, le constat est plutôt noir pour les directeurs artistiques rencontrés pour cet article. « L'argent t'empêche de penser sur des films américains. J'ai vu des choses folles : changer quatre mille dollars de papier peint simplement parce qu'il n'était pas de la bonne couleur, sans que ça ne dérange personne, moi y compris. Sur un film québécois, ce genre de réaction n'est pas possible. Avant de faire venir ton papier peint, tu vas y réfléchir à deux fois. Le gaspillage à l'américaine, c'est assez dur », clame Michel Proulx. Un avis partagé par Emmanuel Fréchette : « Les Américains tournent en studio pour

les stars qu'ils ne veulent pas amener dans une location. Donc, ils construisent tout en studio. Ce sont parfois des décors monstrueux, d'une valeur se situant entre 10 et 12 millions de dollars canadiens. On coupe des forêts entières pour reconstruire des intérieurs de chambres à coucher, de banques, de bibliothèques... Sur *The Day After Tomorrow*, ils ont reconstruit la bibliothèque de New York en entier. Un décor gigantesque. Puis, pour imiter la glace [dans le film, la bibliothèque se retrouve prise dans les glaces], ils ont recouvert tout le décor de résine synthétique. Une fois le film terminé et les décors détruits, ils ont réussi à remplir 100 conteneurs. » Selon les directeurs artistiques interrogés, en plus d'être gaspilleur, le cinéma américain rend leur travail plus difficile. À Montréal, de nombreux commerces de location pour le cinéma (accessoires, antiquités, meubles) fixent leurs tarifs à ceux qu'acceptent de payer les productions américaines. Même chose pour les places de locations dont



Un des corridors de l'hôpital de Lachine, comme celui du plan-séquence de l'ouverture des *Invasions barbares* — PHOTO : BUREAU DU CINÉMA ET DE LA TÉLÉVISION DE MONTRÉAL

Une voiture explosant dans *Camping Sauvage*...

PHOTO : VÉRO BONCOMPAGNI

les prix à la journée triplent ou quadruplent. C'est un gros problème lorsqu'un film à petit budget arrive derrière la machine hollywoodienne. Il devient impossible de suivre la surenchère. C'est un peu David contre Goliath.

Pour beaucoup de directeurs artistiques le salut de leur création et de leur liberté passe par le cinéma québécois. Tous ont avoué leur désir de ne plus travailler (ou presque) que sur des films québécois. Question de reconnaissance, mais aussi de plaisir. « Il y a de très grosses équipes sur les mégaproductions américaines et le contact entre les gens n'est pas très bon. Moi, j'aime parler au réalisateur, avoir des liens avec des gens. C'est pour ça que je fais ce métier-là, pour les rencontres », confie Emmanuel Fréchette. Le cinéma évolue et les méthodes de travail changent. À l'industrie dépensière, les directeurs artistiques répondent avec leurs armes. Face au gaspillage américain, les décorateurs québécois rencontrés pratiquent le recyclage. Des bouts de décors circulent, le bois est recyclé, les restants de peinture récupérés. Pour faire le décor de *Dans une galaxie près de chez vous*, Jean Babin a utilisé du métal qu'il a revendu par la suite et a fabriqué le vaisseau spatial du film en carton!

« Pour beaucoup de directeurs artistiques le salut de leur création et de leur liberté passe par le cinéma québécois. Tous ont avoué leur désir de ne plus travailler (ou presque) que sur des films québécois. »

Pour d'autres, le plaisir du métier s'incarne dans la possibilité d'ouvrir leurs horizons en suivant des réalisateurs dans des aventures lointaines (et parfois éprouvantes) : André-Line Beauparlant au Rwanda pour *Un dimanche à Kigali* (« un gros budget, mais des conditions de système D »), Serge Bureau au Costa Rica pour *Le Papillon bleu* (un village construit en entier dans une forêt hostile), Jean Babin en Belgique pour *Congorama*, le prochain film de Philippe Falardeau. Pour d'autres encore, la spécificité de leur travail passe par le film d'époque (gros défi pour un directeur artistique) qui permet de se replonger dans l'histoire québécoise et de faire (re)découvrir des événements marquants, tel Michel Proulx qui a enchaîné, entre 2003 et 2005, *Monica la Mitraile*, *Aurore* et *Maurice Richard*.

La direction artistique virtuelle?

Le métier de directeur artistique au Québec est en constante évolution. Parti de presque rien dans les années 1970 (les décors étaient alors assurés par des employés de l'Office national du film et de Radio-Canada), le métier s'est professionnalisé et, au fil des années, est passé de l'artisanat à l'industrie. Mais ce qui est plutôt ironique, c'est qu'au moment où les gens atteignent une grande maîtrise de leur métier et que la profession peut compter sur une certaine profondeur, l'existence même du décor réel au cinéma n'est plus indispensable. Dans un récent article de *La Presse*¹, Isabelle Massé relate le tournage du film *Marie-Antoinette* en ces termes : « Depuis 10 jours, Karine Vanasse, Olivier Aubin et David La Haye jouent à Marie-Antoinette, au roi Louis XVI et au cardinal de Rohan. Sans décor ou presque. Ils sont dirigés par les réalisateurs Francis Leclerc et Yves Simoneau qui les ont conviés à toute une aventure : celle de travailler dans le château de Versailles, mais à des kilomètres de la France. » Sans décor ou presque. Pour un directeur artistique, l'expression a de quoi inquiéter. Serait-ce le chemin que prend le cinéma contemporain? Celui de l'ère numérique où les comédiens jouent devant des fonds verts tandis que le réalisateur reste les yeux rivés à ses écrans d'ordinateurs? Doit-on y voir la fin du travail de directeur

1. MASSÉ, Isabelle. « La vie en vert de Marie-Antoinette », *La Presse*, 22 novembre 2005, Cahier Arts et Spectacles, p. 1.



... et une autre plongeant dans une piscine dans **Que Dieu bénisse l'Amérique**. Deux productions sous la direction artistique d'André-Line Beauparlant
PHOTO : CAROLINE HAYEUR

artistique? Pas du tout, répondent en cœur les intéressés. Même si les décors virtuels prennent de plus en plus de place dans le paysage cinématographique, ils ne sont pas encore légion.

Le côté financier mis à part (principale motivation pour faire des images de synthèse), les réalisateurs ne sont pas tous prêts à adopter l'outil que représente le CGI (Computer Generated Imagery), principe qui consiste à tourner sur fond vert les comédiens pour ensuite y mixer des images virtuelles. Les directeurs artistiques non plus. « Je n'ai pas beaucoup d'attrance pour les images de synthèse et la conception artistique sur un *green screen*, prévient André-Line Beauparlant. Je suis très loin de l'ordinateur. Ça doit être plate à faire, **Marie-Antoinette**, que de l'écran vert! J'aime mieux sentir la pâte, la matière. De toute façon, je pense qu'il y a de la place pour les deux. » S'il y a de la place pour les deux façons de faire, le vrai et le virtuel, Serge Bureau est d'avis que le Québec pourrait aller plus loin dans le développement des images de synthèse et devenir un chef de file dans le domaine... si les mentalités changeaient. « Aujourd'hui, si l'on veut faire de la pluie ou de la neige artificielle, dit-il, cela demande de l'équipement. On est à la préhistoire : des rampes à eau, des mo-

« Je n'ai pas beaucoup d'attrance pour les images de synthèse et la conception artistique sur un green screen, prévient André-Line Beauparlant. Je suis très loin de l'ordinateur. »

teurs d'avions, des produits, etc. C'est très lourd. En images de synthèse, c'est terminé tout ça. Tout est plus facile. Pour moi, c'est l'imaginaire qui risque de se développer avec ce genre de technologie. Actuellement, le coût des films monte tandis que celui de l'équipement numérique baisse. On s'en va vers le numérique. » Michel Proulx, quant à lui, met un bémol et pense que « les images de synthèse, c'est très bien à condition de bien les préparer. Sur **Monica la Mitraïlle**, on a refait tout le haut de la rue Saint-Laurent en CGI et le résultat est très beau. La phrase terrible qu'on entend trop souvent, c'est "on fera ça en CGI plus tard". Dans ce cas-là, on est sûr de se planter ».

Malgré tous les aléas du métier, les directeurs artistiques que nous avons rencontrés ont toujours cette passion qui les anime : construire des décors, recréer des ambiances, rencontrer des gens, partager des expériences. Et comme le dit Hugues Tissandier, chef décorateur sur **Jeanne d'Arc** de Luc Besson : « Quand le Fort des Tourelles sur **Jeanne d'Arc** a été détruit, que le terrain a été nivelé, les champs redrainés et l'herbe replantée, mon métier a pris à ce moment précis tout son sens. Être décorateur de cinéma, c'est l'effort et la passion pour la magie de l'éphémère. » ■