

Faire tomber les masques roses *Pink Ribbons, Inc.* de Léa Pool, Canada, 2011, 98 min

Catherine Lemieux Lefebvre

Volume 30, numéro 1, hiver 2012

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/65545ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Association des cinémas parallèles du Québec

ISSN

0820-8921 (imprimé)

1923-3221 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer ce compte rendu

Lemieux Lefebvre, C. (2012). Compte rendu de [Faire tomber les masques roses / *Pink Ribbons, Inc.* de Léa Pool, Canada, 2011, 98 min]. *Ciné-Bulles*, 30(1), 46–47.

Faire tomber les masques roses

CATHERINE LEMIEUX LEFEBVRE

Le rose est à la mode. Les journées roses se multiplient à coup de marches, de courses et de campagnes publicitaires en tout genre. Partout sur la planète, la population se regroupe pour lutter contre le cancer avec optimisme et bonhomie. Ainsi, les individus participent au *pink washing* avec les meilleures intentions et dans l'espoir de permettre de trouver un remède au plus grand mal du siècle, sans savoir ce qui se cache sous les rubans roses arborés par de nombreuses compagnies. **Pink Ribbons, Inc.**, le nouveau film de Léa Pool (à qui l'on doit également les documentaires **Hotel Chronicles** et **Gabrielle Roy, un documentaire**), lève le voile sur la zone d'ombre d'une entreprise cachée et inavouée de nos sociétés contemporaines : l'industrie du ruban rose (titre du film en français).

Produit par l'ONE, **Pink Ribbons, Inc.** a été mis en chantier par la productrice Ravida Din, il y a deux ans. Né d'un besoin de faire le point sur la situation du cancer du sein — « l'enfant chéri » de nombreuses campagnes de marketing social —, le film se positionne explicitement contre cette forme de commercialisation de la maladie. Il remet en question les intentions réelles qui se cachent derrière l'appui « généreux » de compagnies telles qu'Avon, Revlon ou Pharmaprix, qui incitent la population à consommer pour la cause. Au cœur du documentaire est posée la question : à qui profite véritablement cette vaste « industrie » du cancer du sein ?

Pour la cinéaste, la réalisation de ce projet offre « l'occasion de poser la question,

car il y a beaucoup de voix qui n'ont jamais été entendues ou qui sont mal entendues. Il y a des voix qui sont aussi importantes que la voix officielle. Permettre le début d'un autre dialogue autour du cancer du sein, c'est donner aux femmes une voix ». Le film met ainsi en lumière de nombreux éléments nébuleux, qu'il s'agisse de la répartition des fonds recueillis, de l'état de la recherche sur cette maladie, du cancer du sein en tant qu'arme politique ou encore de l'incohérence des entreprises qui financent la cause « rose » par la promotion et la mise en marché de produits cancérigènes.

Alors qu'en 2011, on estime à 75 000 le nombre de Canadiens qui perdront la vie des suites du cancer, on est en droit de se





Participant au 2010 Revlon Run/Walk for Women à New York



Membres de la IV League — Photos: Léa Pool

questionner sur les raisons qui poussent tant de compagnies à choisir spécifiquement le cancer du sein comme cheval de bataille. « Pourquoi le cancer du sein? Pourquoi pas le cancer du poumon? Celui de la prostate? Parce que ça ne se vend pas le cancer du poumon, pour lequel tu peux blâmer les gens qui n'avaient qu'à ne pas fumer, et la prostate, ce n'est pas aussi sexy, sensuel, féminin, maternel que le cancer du sein », avance la cinéaste.

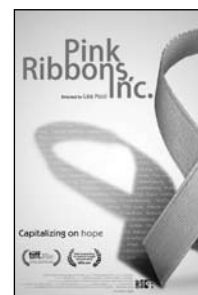
Le film se construit selon la forme conventionnelle du documentaire puisqu'il alterne des entretiens, des images d'archives et des images filmées lors des événements liés à la cause du cancer du sein. La réalisatrice ajoute cependant une touche ironique par l'utilisation d'animations qui permet de constater l'accumulation des produits arborant le rose, ainsi que toutes les contradictions auxquelles donne lieu leur présence sur le marché. Bien qu'elle faisait partie du scénario d'origine, la narration a été éliminée par Léa Pool afin d'éviter une approche trop directrice qui prend le spectateur par la main. Elle a plutôt choisi de laisser les images et leur montage parler d'eux-mêmes.

Les images captées lors des différents événements « roses » montrent l'importance accordée à la présence et aux discours des survivantes, tout en misant sur le caractère festif qui domine la manifestation et la colère exprimée à propos de

cette cause. « Il y a un côté fausse représentation, précise Léa Pool. Si l'on veut vendre quelque chose, on ne peut pas dire la réalité. On ne peut pas dire la réalité de cette maladie terrible, parce que ça ne fonctionnerait plus. » La question de mortalité liée à ce cancer est donc volontairement éludée des grandes collectes de fonds, bien que ce cancer cause annuellement 59 000 décès en Amérique du Nord. Ces images des campagnes « roses » entrent en opposition directe avec celles qui donnent la parole aux membres de la IV League, un groupe de soutien formé de femmes atteintes d'une forme incurable de cancer du sein métastatique. L'ironie qui émane de la confrontation des images insuffle une force décapante aux propos recueillis par la cinéaste.

Le film laisse la parole surtout aux anglophones et accorde peu d'espace à la réalité québécoise (à l'exception de quelques minutes consacrées à un week-end Pharmaprix à Montréal). Léa Pool précise que cette absence du Québec est due au fait que « les États-Unis sont ceux qui se démarquent le plus, comme dans bien d'autres choses d'ailleurs, sur le plan d'un certain capitalisme, d'une certaine exploitation. Nous avons pris les exemples où il est le plus évident qu'il y a une exploitation commerciale du cancer du sein. Bien que les États-Unis remportent la palme à ce niveau, nous nous en approchons dangereusement ».

Mettant en images les tourments d'un mal universel et tentant de répondre à des questionnements légitimes, **Pink Ribbons, Inc.** traite d'un sujet délicat avec sensibilité, en évitant habilement les affres de la dramatisation. Les informations y sont présentées de manière accessible, tout en demeurant pertinentes. Consciente qu'un film ne parviendra pas à modifier en profondeur les comportements, la cinéaste souhaite « que les gens parlent, que cela se discute, se questionne et puis qu'on puisse repenser toute la situation. Je trouve extraordinaire cette capacité à se regrouper pour lutter. Il s'agit peut-être seulement de s'arrêter, de prendre un peu de recul et de regarder comment on pourrait utiliser toute cette force de façon plus constructive ». (Sortie prévue: 3 février 2012) ▀



Canada / 2011 / 98 min

RÉAL. ET IMAGE Léa Pool **SCÉN.** Patricia Kearns, Nancy Guerin et Léa Pool **IMAGE** Édith Labbé **SON** Claude Beaugrand **MONT.** Oana Suteu **PROD.** Ravida Din **DIST.** Office national du film