

À VOIR ABSOLUMENT!

Les films diffusent la culture canadienne à l'étranger

Dans le monde entier — de Buenos Aires à Séoul, de Bogotá à Shanghai et de Mexico à Sydney et Tokyo —, les missions et les consulats du Canada recourent au cinéma pour influencer sur les perceptions du Canada, pour promouvoir la culture canadienne et aiguïser l'intérêt pour les industries culturelles du pays.



Un guide du Parlement et le portrait officiel de l'ancien premier ministre Pierre Trudeau. Une image tirée du film de l'ONF *Frenchkiss : la génération du rêve Trudeau*.

À Taïwan, par exemple, la plupart des gens voient encore le Canada comme un pays de montagnes, de neige et d'érablières. Pour corriger ce stéréotype, le Bureau du commerce canadien à Taïpei a organisé pour février et mars 2003, en collaboration avec des partenaires canadiens et taïwanais, un petit festival intitulé « Le Canada vu à travers l'objectif : le paysage que vous n'avez pas vu ». Au programme : des longs métrages, des documentaires et des films d'animation récents, ainsi que des conférences et des séminaires. C'est un moyen idéal de mettre le Canada en valeur comme société innovatrice, cosmopolite et multiculturelle.

Jack Horwitz de l'Office national du film du Canada (ONF) explique

que le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international « a compris depuis longtemps comment se servir du cinéma pour la diplomatie publique et comment exploiter à l'occasion le capital intellectuel d'un film dans la société où vivent [les diplomates]. Lorsque les gens se servent des arts de cette façon, c'est tout à fait remarquable ».

Depuis un an, le MAECI et l'ONF mettent à profit leurs relations de longue date pour constituer une cinémathèque à la Direction de la promotion des arts et des industries culturelles du Ministère. Depuis janvier 2002, les missions et les consulats peuvent emprunter des copies des productions de l'ONF pour les projeter à l'étranger.

« Nous avons plus de 70 titres au catalogue, précise Karen Green, porte-parole de la cinémathèque. Les missions et les cinéphiles bénéficient ainsi d'un programme culturel gratuit et efficace. Nous expédions les vidéos par la valise diplomatique, et nos conditions stipulent que les missions ne doivent pas demander de droits d'entrée aux projections. »

La cinémathèque enrichit constamment sa collection en tenant compte des suggestions de M. Horwitz. En 2002, elle a acheté les droits d'une

vingtaine de nouveaux films afin de répondre à l'augmentation de la demande résultant de la tenue de la Semaine de la Francophonie.

M^{me} Green ajoute : « Nous avons acheté des copies supplémentaires de certains de nos films les plus populaires — *Mon oncle Antoine* et *Frenchkiss : la génération du rêve Trudeau*, par exemple — pour répondre à la demande des missions. »

M. Horwitz aide le Ministère à envoyer des films de l'ONF dans le monde entier, de Chicago à La Havane et de Washington à Moscou. En 2001, l'ambassade à Séoul, en Corée du Sud, a projeté 87 films différents dans le cadre d'un Festival du film d'animation canadien qui a remporté un succès éclatant. Cette même année, l'ambassade du Canada en Autriche a programmé une rétrospective des œuvres filmées de Mordecai Richler pour la Semaine du film juif à Vienne.

« Il s'agit de trouver le bon produit pour la bonne clientèle, affirme M. Horwitz. Nous leur demandons : "Quel est votre public?" et "Que voulez-vous qu'il retienne?" Si vous avez un public qui est prêt à prendre un film difficile, on peut leur donner un film difficile. »

Pour plus de renseignements, communiquez avec :
Karen Green, Direction de la promotion des arts et des industries culturelles, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Courriel : karen.green@dfait-maeci.gc.ca