

***Pink Ribbons, Inc.***

Quand le capitalisme s'achète une bonne conscience  
*L'industrie du ruban rose — Canada [Québec] 2011,*  
98 minutes

Patricia Robin

---

Number 276, January–February 2012

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/65756ac>

[See table of contents](#)

---

Publisher(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

0037-2412 (print)

1923-5100 (digital)

[Explore this journal](#)

---

Cite this review

Robin, P. (2012). Review of [*Pink Ribbons, Inc. Quand le capitalisme s'achète une bonne conscience / L'industrie du ruban rose — Canada [Québec] 2011, 98 minutes*]. *Séquences*, (276), 19–19.

## Pink Ribbons, Inc.

### Quand le capitalisme s'achète une bonne conscience

Nous ayant habitués, depuis plus de trente ans, à des œuvres de fiction explorant l'âme humaine (*La femme de l'hôtel*, *Anne Trister*) et les désordres amoureux (*Mouvements du désir*, *À corps perdu*) et comportementaux (*Emporte-moi*, *Maman est chez le coiffeur*), Léa Pool signe ici un documentaire percutant d'après l'essai de Samantha King *Pink Ribbons, Inc. : Breast Cancer and the Politics of Philanthropy*. Entourée d'une équipe de chercheuses chevronnées, la réalisatrice remonte, à contre-courant, la filière de l'industrie autour de l'inoffensif petit ruban servant à identifier la bataille livrée au cancer du sein en Amérique du Nord.

Patricia Robin

Comme 80% des choix de consommation sont effectués par des femmes, le marché de la campagne du ruban rose contre ce fléau, qui touche actuellement une femme sur huit, est extrêmement lucratif et les marchands du temple ont flairé l'occasion. «Tant que c'est pour une bonne cause!» Avec une structure en vases communicants, qui vrille vers le cœur du sujet, le film nous emmène vers les délires roses que les compagnies ont mis sur pied dans le but de vendre leurs produits (parfois toxiques ou cancérogènes) sous le sceau de la bonne conscience. Les nombreux témoignages de femmes atteintes de ce cancer, de sociologues, militantes, docteurs, chercheurs, auteurs, professeurs, directeurs de fondations et de centres de recherche s'imbriquent pour dresser un portrait plutôt sombre de l'exploitation de ce mouvement qui compte davantage sur la philanthropie puisque les budgets des gouvernements ne suffisent pas à subventionner la recherche afin de trouver un remède. Encore faudrait-il découvrir la cause du cancer du sein. Les diverses interviews sont captées soit en studio, soit *in situ* et les affirmations sont ponctuées, à l'occasion, d'animations sobres et efficaces. L'équipe s'est proménée aux quatre coins du continent pour recueillir des images de marches, de courses, de sauts en parachute, de compétitions équestres ou de bateau dragon, de rassemblements de survivantes et de marathoniennes, toutes unies dans une vague de rose et d'espoir, relevant presque de l'embrigadement. Et malgré les immenses sommes récoltées, 59 000 femmes meurent chaque année de cette maladie; on continue d'irradier, d'empoisonner et de mutiler en tentant de les guérir. Les propos de plusieurs des intervenantes sont fort éclairants et nous mettent en garde contre l'effet placebo que cette campagne peut entraîner dans l'esprit de certaines; ce n'est pas parce que l'on a passé une mammographie, que l'on a participé à une collecte de fonds ou que l'on a acheté un aspirateur ou un revolver (!) rose que l'on ne sera pas touchée. Les nombreux films d'archives, publicités ou extraits font efficacement les liens entre les divers segments. On se prend même d'affection intellectuelle pour certaines femmes qui s'affirment avec force et conviction. Leurs arguments et leurs exemples démontrent le sérieux de leur réflexion et leur incrédulité envers les desseins véritables des opportunistes qui tirent profit de cette industrie lucrative du bon sentiment. Les choix d'entrevues, leur place dans le montage, contribuent à créer un rythme où les intervenants se répondent par segment pour plonger plus profondément au cœur du sujet et explorer d'autres avenues.



Plonger plus profondément au cœur du sujet

Le propre du documentaire, c'est, entre autres, de renseigner et de lever le voile sur des réalités qui nous échappent. Ici, Léa Pool et son équipe ont fait un travail de géologues, scrutant chaque strate du problème, découvrant de nouveaux arguments, de belles pièces d'anthologie, de vibrants témoignages, de désolantes images, de parfaites incongruités, de brillantes envolées, de touchantes constatations, de tragiques larmes retenues. Mettre tout ce matériel dans un ordre qui impose l'écoute et l'intérêt relève de l'orfèvrerie. Le film captive l'attention du début à la fin. Le montage presque métrique amalgame les entrevues, les événements, les animations avec finesse sans aucun recours à la narration. La caméra mobile en reportage est vivante, présente et sensible. La musique discrète intervient aux bons endroits, accentuant le sentiment de désolation qui atteint le spectateur. Mais ce qui fascine le plus dans ce film, c'est le contraste entre l'illustration du marketing social démesuré et le facteur humain que la cinéaste a su saisir. Derrière cette «tyrannie du bonheur», comme dit Samantha King, il y a des femmes qui continuent à espérer, à pleurer leur propre sort ou la perte d'une proche, à mourir. *Pink Ribbons, Inc.* est essentiel à la compréhension et à la démystification de ce phénomène mercantile qui finit par desservir la cause première de la lutte: que les femmes guérissent de ce cancer. Ce film nous permet de suivre le conseil du Breast Cancer Action avant de commettre un achat rose: «Think before you pink!»

■ L'INDUSTRIE DU RUBAN ROSE | Canada [Québec] 2011 — Durée: 98 minutes — Réal.: Léa Pool — Scén.: Patricia Kearns, Nancy Guérin, Léa Pool — Images: Daniel Jobin, Sylvaine Dufaux, Nathalie Moliavko-Visotsky — Mont.: Oana Suteu Khintirian — Son: Claude LaHaye, Claude Beaugrand — Anim.: Francis Gélinas — Dir. art.: Patrice Bengle — Avec: Judy Brady, Barbara A. Brenner, Nancy G. Brinker, James Brophy, Janet Collins, Carol Cone, Dre Charlene Elliott, Barbara Ehrenreich, Charlotte Haley, Jane Houlihan — Prod.: Ravida Din — Dist.: ONF.