

***Le talent d'abord***  
***Rapport annuel 2012-2013***

**Notes d'allocution de Mme Carolle Brabant, directrice générale, dans le cadre de l'assemblée publique annuelle au Centre PHI de Montréal, le mercredi 11 décembre 2013 à 10 heures.**

---

*« La créativité, le savoir-faire, les partenariats et la promotion  
sont les clés de l'avenir de notre cinéma »*

Carolle Brabant

Merci Monsieur Roy.

Bonjour, mesdames et messieurs, chers clients et collègues,

Je veux aussi remercier Madame Phoebe Greenberg pour son accueil chaleureux. J'apprécie beaucoup le travail de Phoebe. Elle n'a pas peur des défis, ni du changement, c'est une vraie créatrice. Merci Phoebe.

Il y a trois ans, de concert avec nos clients et partenaires, nous avons décidé de valoriser la réussite culturelle canadienne. Comment ? En misant sur les talents, partout au pays.

Alors que j'en suis à ma quatrième année à la direction de Téléfilm, je suis toujours aussi enthousiaste et convaincue de la justesse de cette approche. Je vous propose six mots clés pour l'illustrer : histoires, savoir-faire, plateformes, auditoires, partenariats et promotion.

**Les bonnes histoires**

Commençons par les bonnes histoires. Et des créateurs capables de raconter de belles histoires, nous en avons.

Notre cinéma est fascinant et attrayant. Nos créateurs proposent des contenus de notre temps – l'amour, la vieillesse, l'immigration, les conflits familiaux, la solitude, la volonté de réussir, le refus de la différence, les inégalités sociales. Des histoires sérieuses, souvent émouvantes, mais aussi des scénarios qui nous font rire et sourire.

Il y a des personnages et des images qui nous habitent longtemps. Je pense à *Still Mine* de Michael McGowan, avec Geneviève Bujold, à *Tom à la ferme*, de Xavier Dolan ou au beau film de Sébastien Pilote, *Le Démantèlement*.

Certains films font revivre nos héros, comme *Louis Cyr, l'homme le plus fort du monde*, de Daniel Roby. D'autres nous entraînent dans un ailleurs fascinant : en Inde avec *Siddarth* de Richie Mehta; dans les camps de réfugiés avec *Inch'Allah* d'Anaïs Barbeau-Lavalette; au Congo, avec *Rebelle* de Kim Nguyen; ou en Syrie, avec *Inescapable* de Ruba Nadda.

Des comédiens de talent viennent soutenir admirablement bien ces histoires et apportent une touche unique à leurs films. Je pense à Jay Baruchel, Antoine Bertrand, Gabriel Arcand, Sarah Gadon, Emily Hampshire, Alexandre Landry, et la jeune Sophie Nélisse, parmi bien d'autres.

En février dernier, la Berlinale rendait aussi hommage à nos films autochtones dans le cadre de NATIVE – A Journey Into Indigenous Cinema, en présentant en ouverture *Atanarjuat, la légende de l'homme rapide*, de Zacharias Kunuk, et en offrant une tribune à des réalisatrices autochtones, dont Alanis Obomsawin.

Guy Maddin, qui a fait connaître le Manitoba partout dans le monde, et Denis Côté, qui a obtenu l'Ours d'argent de l'Innovation à Berlin en 2013, ont donné une nouvelle couleur à l'innovation, chacun dans son genre.

Toutes ces réalisations mettent en lumière des gens primés, des gens dynamiques, inspirants, au service des histoires à raconter.

#### Le savoir-faire

Pour être efficace, toute bonne histoire doit être portée par le savoir-faire d'équipes solides et compétentes sur les plateaux et dans les studios de postproduction. C'est le savoir-faire qui permet toutes les audaces.

En 2012, il s'est tourné 232 productions étrangères au Canada. Ce n'est pas uniquement lié à nos paysages majestueux ! Comme vous le savez, nous pouvons compter sur des équipes de grand talent.

#### Plus de plateformes

Parlons maintenant des plateformes. En fait, le talent canadien explose de plus en plus, un peu partout, et sur plusieurs plateformes dont le Web et les autres supports numériques.

L'une des œuvres canadiennes en vedette au Power to the Pixel à Londres, en octobre, était un documentaire interactif sur iPad, *Avatar Secrets*, appuyé par le Fonds des médias du Canada, le FMC. Nos créateurs innovent, ils explorent de nouvelles techniques narratives. Et ils proposent à leurs auditoires des aventures interactives inédites.

À Téléfilm, nous attendons avec impatience le lancement des huit films financés dans le cadre du Programme de production à micro-budget, films qui seront diffusés et promus sur des médias numériques.

Et 10 films québécois primés sont maintenant en ligne sur iTunes France, dont *Camion* de Rafaël Ouellet et *Tout ce que tu possèdes* de Bernard Émond. L'initiative est soutenue par Téléfilm, la SODEC et Under the Milky Way, avec le soutien du projet IPEDA Mundus.

### Rejoindre les auditoires

Mon quatrième point aborde un sujet clé... le public. Les possibilités de rejoindre les auditoires sont maintenant quasi illimitées. Profitons-en au maximum !

Dans le passé, les films disparaissaient une fois leur carrière en salle et à la télévision terminée. Aujourd'hui, ils peuvent continuer de vivre. Je me réjouis que les nouvelles technologies donnent accès à nos grands classiques, comme *Le déclin de l'empire américain* de Denys Arcand, lancé en 1986.

Mais il est tout aussi important de sensibiliser le jeune public aux films produits ici. L'âge est un facteur déterminant dans les habitudes de consommation. Les jeunes sont les plus grands consommateurs de films au pays et ils les regardent sur plusieurs plateformes.

### Les partenariats

La question des auditoires est liée à la nécessité de susciter des partenariats avec beaucoup d'intervenants.

Il y a toutes sortes de partenariats possibles. Par exemple, une trentaine de courts métrages canadiens seront projetés à l'échelle canadienne le 21 décembre, sous le titre *Le jour le plus Court*. À l'invitation de la SODEC, de l'ONF et de Téléfilm, quelque 60 participants, dont des salles de cinéma, mais aussi des bibliothèques, des centres culturels et des associations ont accepté de jouer le jeu.

Des partenaires, nous en avons dans tous les secteurs : Corus Entertainment pour les films pour la famille; le Groupe de fonds Rogers pour le documentaire; et plusieurs ont eu envie comme nous de célébrer le talent à l'international, dont le CMF, la Commission canadienne du tourisme, Entertainment One, PriceWaterhouseCoopers, CBC, Rogers Broadcasting, la Guilde canadienne des réalisateurs, la Canadian Media Production Association, ainsi que les organismes de financement de plusieurs provinces, de plus en plus présents pour soutenir la carrière de leurs talents dans les grands événements.

Il faut aussi encourager les partenariats financiers.

Dans ce contexte, je me réjouis que sept entrepreneurs émérites aient accepté de faire partie du comité-conseil du Fonds des talents de Téléfilm, un nouveau fonds de dons privés. Ils ont vu, dans cette initiative, une autre occasion de changer les choses, de faire une différence, de rejoindre le public. Ils ont senti qu'il se passait quelque chose du côté du cinéma et ils ont voulu embarquer avec nous. Je leur dis : bienvenue dans le club, tout en les remerciant pour leur geste.

### La promotion

J'en arrive à mon sixième et dernier mot clé : la promotion.

Il y a actuellement une vague en faveur de notre cinéma, une belle vague sur laquelle nous avons envie de surfer.

Nous avons la chance d'avoir un événement comme le Festival international du film de Toronto dont les retombées se comparent favorablement à celles du Festival de Cannes, et d'avoir aussi des festivals de premier plan *partout* au pays.

Les Tapis rouges de Téléfilm à Ottawa, organisés en collaboration avec les producteurs les distributeurs et plusieurs autres partenaires provinciaux, ont été reconnus par le magazine *Maclean's* comme l'un des cinq événements les plus importants pour les influenceurs d'Ottawa.

Les ministres du Patrimoine canadien James Moore et maintenant Shelly Glover ont clairement indiqué leur appui à nos talents en agissant comme hôtes de ces soirées.

Cet automne, Téléfilm, le Fonds des médias du Canada et Entertainment One ont présenté *The Grand Seduction* de Don McKellar dans le cadre de festivals à Calgary, Halifax et St-Jean, Terre-Neuve, là où le film a été tourné. L'événement a réuni 2 000 personnes à Calgary, et il a fallu refuser du monde à St-Jean. Imaginez !

Je rêve du jour où chaque grande ville du pays honorera ses cinéastes, ses scénaristes, ses comédiens, son talent, quoi.

Notre pari est simple et a fait ses preuves : plus le public entendra parler des films canadiens, plus il en sera question dans les médias et dans les médias sociaux, et plus on en offrira en salles, à la télévision, sur les tablettes et sur les portables.

Pour séduire le public d'ici, il faut aussi mettre en valeur les mentions et les prix obtenus à l'étranger.

Dans les événements internationaux, l'entrepreneuriat privé s'investit de plus en plus. La Maison Birks, notamment, s'est associée à des événements d'envergure à Cannes, Toronto et Shanghai.

Chaque producteur, chaque distributeur a aussi un rôle important à jouer dans la mise en valeur continue de ses produits.

La voie de la promotion donne des résultats. En un an, le nombre de Canadiens capables de nommer un film canadien est passé de 37% à 58%. Bien sûr, ce n'est qu'un début. Il y a encore beaucoup à faire pour rejoindre les auditoires d'ici.

Il faut aussi tenir compte du public. Dans ce contexte, je me réjouis de la consultation entreprise par le CRTC auprès des Canadiens sur l'avenir du système de télévision.

### Conclusion

Je crois que la créativité, le savoir-faire, les partenariats et la promotion sont les clés de l'avenir de notre cinéma.

Nous avons le talent et le savoir-faire. Le Canada a été le pays à l'honneur au MIPCOM 2012, le plus grand marché au monde de contenu de divertissement pour toutes les plateformes.

Et puisque nous parlons de rayonnement, je tiens à féliciter Fabienne Larouche et toute l'équipe de *30 vies*, la première télésérie québécoise en nomination pour un International Emmy Award.

Le mois dernier, une délégation impressionnante de producteurs canadiens s'est rendue en Australie pour intensifier ses liens avec ce quatrième partenaire du Canada en termes de coproduction. Nos liens d'affaires avec le Mexique, le Brésil et l'Argentine ont eux aussi pris un nouvel élan. C'est à surveiller sur nos écrans radar.

Quant aux festivals de Shanghai, Beijing, Tokyo, Busan et Mumbai, ce sont des fans de notre cinéma. Ça avance aussi aux États-Unis, où de plus en plus de festivals font une belle part à nos films; celui de Palm Springs offrira cette année encore une importante vitrine aux réalisateurs canadiens, dont ceux qui seront en lice pour une nomination aux Oscars.

La réussite a plusieurs visages, et nous sommes en train de les découvrir. Il y a bien des façons pour les entreprises de contribuer au succès canadien : en rejoignant le public en salle et sur les plateformes numériques, en remportant des prix, en augmentant leurs ventes, en développant leurs partenariats chez nous et à l'international, entre autres par la coproduction.

Pour conclure, je suis persuadée, mesdames et messieurs, que nous voulons tous la même chose :

- Du talent canadien sur le plus grand nombre d'écrans possible, ici et partout dans le monde;
- Et des auditoires, encore plus d'auditoires, ici et partout dans le monde.

C'est notre défi – un défi collectif – pour les prochaines années.

Je vous remercie de votre attention.