



**DISCOURS DE BIENVENUE DE  
CAROLLE BRABANT, C.P.A., C.A., MBA  
DIRECTRICE GÉNÉRALE DE TÉLÉFILM CANADA  
CONFÉRENCE PRIME TIME IN OTTAWA 2013**

***LE POINT SUR LA STRATÉGIE DE PROMOTION  
NATIONALE***

**7 MARS 2013**

**OTTAWA, ONTARIO**

MERCI, MICHAEL, DE CETTE AIMABLE  
PRÉSENTATION. BON APRÈS-MIDI À TOUS.

LA PROMOTION EST SUR TOUTES LES LÈVRES.  
QUE L'ON PENSE À NOS RÉCENTS SUCCÈS À  
BERLIN, AUX OSCARS OU AUX PRIX ÉCRANS  
CANADIENS, IL EST ÉVIDENT QUE NOUS AVONS  
LE TALENT ET LA QUALITÉ... LA QUESTION EST DE  
SAVOIR COMMENT MISER SUR CE SUCCÈS CHEZ  
NOUS.

IL Y A QUELQUES MOIS À PEINE, NOUS ÉTIIONS  
RÉUNIS ICI À OTTAWA, À LA CONFÉRENCE  
ANNUELLE DE L'INSTITUT INTERNATIONAL DES  
COMMUNICATIONS POUR LE LANCEMENT DU  
TOUT PREMIER SYMPOSIUM SUR LA  
PROMOTION DU CINÉMA ET DE LA TÉLÉVISION  
CANADIENS.

GRÂCE AU PARTENARIAT AVEC LE CRTC ET LE FONDS DES MÉDIAS DU CANADA ET LEUR INDISPENSABLE SOUTIEN, MAIS ÉGALEMENT AUX GÉNÉREUSES COMMANDITES DE CINEPLEX ET D'eONE, NOUS AVONS AMORCÉ UN IMPORTANT DIALOGUE SUR LA FAÇON DE REHAUSSER LE PROFIL DE NOTRE INDUSTRIE DE FAÇON HARMONIEUSE ET CIBLÉE.

COMME VOUS VOUS EN SOUVENEZ PEUT-ÊTRE, CERTAINS DES FAITS SAILLANTS DU SYMPOSIUM ÉTAIENT LES SUIVANTS : EXPLOITER LE SUCCÈS DE NOS FILMS ET DE NOS ÉMISSIONS DE TÉLÉVISION, UTILISER DAVANTAGE LES MÉDIAS SOCIAUX POUR INTERPELLER LES CANADIENS, ET SURTOUT, ÉLABORER UNE STRATÉGIE POUR DYNAMISER LA MARQUE CANADIENNE SUR LE MARCHÉ MONDIAL AFIN DE STIMULER LA

DEMANDE, D'ACCROÎTRE LA VISIBILITÉ ET DE REJOINDRE LES AUDITOIRES.

ON PEUT DIRE QUE DIMANCHE DERNIER NOUS A DONNÉ UN BON EXEMPLE DE CETTE APPROCHE.

DE LA SALLE BONDÉE DU SONY CENTRE À LA COUVERTURE MÉDIATIQUE NATIONALE, LES TOUT NOUVEAUX PRIX ÉCRANS CANADIENS ONT BEL ET BIEN PRIS LEUR PLACE ET REMPLACÉ HAUT LA MAIN LES GÉNIES ET LES GEMINIS.

MAIS LE PLUS IMPORTANT, C'EST QUE SELON BBM, L'ÉMISSION DE LA CBC A ATTIRÉ UN AUDITOIRE MOYEN DE 756 000 SPECTATEURS ET QUE LA DIFFUSION DE L'ÉVÉNEMENT A REJOINT 2,9 MILLIONS DE PERSONNES SUR TOUTES LES PLATEFORMES. VOILÀ LA PLUS BELLE VICTOIRE.

LE SUCCÈS DE CETTE PREMIÈRE ÉDITION DES  
PRIX ÉCRANS CANADIENS FAIT RESSORTIR UN  
AUTRE POINT IMPORTANT : LE CINÉMA  
CANADIEN AIME LA TÉLÉVISION CANADIENNE.

EN FAIT, DANS UNE ÉTUDE D'AUDIENCE, LES  
CANADIENS ONT DÉCLARÉ QUE LA TÉLÉVISION  
ÉTAIT LA PLATEFORME SUR LAQUELLE ILS  
REGARDAIENT DES FILMS LE PLUS SOUVENT.

QUARANTE-QUATRE POUR CENT DES  
CANADIENS REGARDENT DES FILMS À LA TÉLÉ  
UNE FOIS PAR SEMAINE. C'EST DONC 52 FILMS  
PAR ANNÉE!

ET 75 % DES CANADIENS DÉCOUVRENT LES  
FILMS QU'ILS AIMERAIENT VOIR VIA LA

PUBLICITÉ TÉLÉ. LA TÉLÉVISION SE RANGE AU DEUXIÈME RANG APRÈS LE BOUCHE À OREILLE !

AINSI, L'ARRIVÉE DES NOUVELLES PLATEFORMES DE DISTRIBUTION CONTRIBUE AU DIVERTISSEMENT DES CANADIENS, EN RENDANT LE CONTENU DE PLUS EN PLUS ACCESSIBLE.

IL FAUT ALLER DE L'AVANT EN CONTINUANT DE TRAVAILLER ENSEMBLE POUR MAXIMISER L'IMPACT DE NOS INVESTISSEMENTS DANS LE CONTENU CANADIEN GRÂCE À UNE CAMPAGNE DE VALORISATION DE LA MARQUE QUI REHAUSSERA LE PROFIL DE NOS FILMS ET DE NOS ÉMISSIONS DE TÉLÉVISION. UNE CAMPAGNE QUI FERA EN SORTE QUE NOS PRODUCTIONS VONT CONTINUER À JOUER DANS LA COUR DES GRANDS SUR LA SCÈNE MONDIALE.

DANS CETTE OPTIQUE, JE SUIS RAVIE QUE  
MICHAEL HENNESSY ET BARBARA WILLIAMS  
AIENT ACCEPTÉ DE DIRIGER UN GROUPE DE  
TRAVAIL SUR L'ÉTABLISSEMENT D'UN PLAN  
POUR LA PROMOTION ET LA VALORISATION DE  
LA MARQUE. NOUS ABORDERONS CE SUJET PLUS  
EN DÉTAIL DANS QUELQUES MINUTES.

MAIS D'ABORD, J'AIMERAIS CÉDER LA PAROLE À  
VALERIE CREIGHTON QUI VOUS PARLERA DE  
CERTAINES IDÉES SUR LA NUMÉRISATION ET  
L'ACCÈS DANS LE CADRE D'UNE STRATÉGIE DE  
PROMOTION NATIONALE.