



**Téléfilm,
pour le contenu audiovisuel et le talent**

Notes pour une allocution de
M. Michel Roy,
président du conseil d'administration

dans le cadre du congrès de
l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM)

Le 3 mai 2017 à 10h30
Salle Mali I, II
Fairmont Tremblant

Seule la version prononcée fait foi

Chers amis de la production médiatique, merci de m'offrir cette tribune ce matin, au premier jour de votre congrès.

Après une très belle aventure de 10 ans au sein de l'une des industries les plus fascinantes au pays, je quitterai, dans cinq mois, le poste de président du conseil de Téléfilm, une institution pour laquelle j'ai un profond respect.

C'est probablement ma dernière allocution à ce titre et j'ai choisi, ce matin, de vous parler de deux sujets. Le premier me réjouit, le second m'inquiète... un peu. Ce dont il faut se réjouir, c'est que cela fait 50 ans cette année que Téléfilm Canada existe. Ce n'est pas rien.

Ce qui m'inquiète un peu – vous vous en doutez probablement – c'est que des scénarios de réorganisation des organismes d'appui aux industries culturelles sont présentement sur la table et que la rumeur veut que l'un de ces scénarios envisage la création d'une super-agence. Dans une lettre que plusieurs d'entre vous avez signée et qui a été rendue publique le 20 avril dernier, vous qualifiez cette hypothèse de « coup mortel au cinéma canadien ».

Mais parlons d'abord de ces 50 ans.

Cinq décennies.

Cinq décennies à réfléchir, à se réinventer, à explorer de nouvelles avenues et à identifier les meilleures stratégies pour soutenir des entreprises et le talent.

50 ans d'efforts qui ont fait de Téléfilm un acteur essentiel du développement et de la promotion du contenu audiovisuel canadien. Une société reconnue pour son expertise, pour ses programmes adaptés aux besoins de l'industrie et pour son efficacité.

Je reviens à votre lettre du 20 avril. Je ne crois pas me tromper en disant que la reconnaissance de l'engagement de Téléfilm envers le cinéma de chez nous est au cœur de votre message au premier ministre et à la ministre du Patrimoine.

Vous écrivez – et je cite – que « Téléfilm agit comme un partenaire solide et fiable pour assurer, dans un contexte difficile et incertain, le financement de longs métrages québécois et canadiens. »

Et plus loin, vous ajoutez que « Téléfilm a contribué à faire émerger un nombre remarquable de cinéastes dont les œuvres sont reconnues mondialement. »

Ce sont des mots qui me touchent beaucoup.

Parce qu'ils expriment une réalité vivante : le soutien indéfectible de l'équipe de Téléfilm envers le talent de chez nous. Parce qu'ils disent aussi que le succès de beaucoup de producteurs et de cinéastes n'aurait pas été possible sans le support de Téléfilm Canada.

« Favoriser et encourager le développement de l'industrie audiovisuelle au Canada », ce sont les termes de la loi de Téléfilm.

Et ceux et celles qui nous ont suivis au cours des sept dernières années savent les efforts que nous avons faits, notamment, pour changer, pour évoluer, pour « faire et penser autrement », pour reprendre le thème de votre congrès.

Mais nous n'avons pas changé juste pour changer. Nous avons changé pour le mieux. Pour améliorer les choses.

Ce n'était pas toujours évident, parce que la démarche impliquait nécessairement des remises en questions parfois exigeantes. En fait, nous avons « osé changer », comme l'indiquait le titre de l'un de nos rapports annuels.

Nous avons recentré toute notre organisation sur votre industrie, sur vos besoins. Et nous l'avons fait avec vous, et avec nos partenaires, au terme de multiples consultations.

Nous avons fait une priorité de la promotion du contenu audiovisuel et du talent. Leur découverte, leur mise en valeur, leur exportation et, enfin, leur consécration.

Nous avons revisité notre rôle d'investisseur, de promoteur et d'administrateur pour l'adapter aux exigences et aux changements de l'industrie.

Nous avons créé le *Fonds des talents*, qui finance maintenant une grande partie des productions à microbudget, dont bénéficient notamment les créateurs émergents. On parle ici de 50 films qui ont remporté plus de 75 prix à l'échelle nationale et internationale dans les trois dernières années.

Parlant de l'international, le Canada bénéficie aujourd'hui d'accords de coproduction avec 55 pays. Le dernier accord est celui qui a été signé avec la Jordanie.

De 2005 à 2014, le volume total des coproductions canadiennes s'est élevé à près de 5 milliards de dollars.

Or, grâce à la détermination et aux efforts soutenus et tenaces de Carolle Brabant, notre directrice générale, le Canada fait maintenant partie d'Eurimages, le fonds européen de production et de promotion regroupant 37 pays.

C'est une reconnaissance importante pour le Canada puisque nous sommes le premier pays en dehors de l'espace économique européen à joindre les rangs d'Eurimages.

Nous avons aussi créé au cours des dernières années *l'Indice de réussite*, un outil qui aide Téléfilm et ses clients à prendre des décisions d'affaires plus éclairées et à faire des choix stratégiques plus efficaces.

Tous ces changements, tous ces efforts ont contribué à faire en sorte que certains de nos créateurs, dont plusieurs sont signataires de votre lettre du 20 avril, mènent aujourd'hui des carrières internationales. Ils et elles produisent des œuvres qui marquent des dizaines de millions de personnes dans de nombreux pays.

Voilà pour les 50 dernières années.

Il est maintenant possible de « voir grand ». C'est le thème qui chapeaute la mission que nous nous sommes donnée pour les prochaines années.

Nous comptons évidemment poursuivre notre action. Elle consiste à assurer la présence du talent dans toutes les manifestations importantes de l'industrie audiovisuelle au Canada et dans le monde. Elle consiste aussi à organiser ou à soutenir des événements pour faire connaître nos créateurs.

Nous nous sommes engagés à obtenir, d'ici 2020, un portefeuille de longs métrages qui reflètera mieux la population canadienne. Je pense, entre autres, à l'entente sur la parité hommes-femmes, ou encore aux budgets supplémentaires alloués au talent autochtone.

Enfin, nous avons accéléré le virage numérique par la diffusion d'œuvres canadiennes sur différentes plateformes, dont iTunes, ou encore dans des systèmes de divertissement comme la chaîne web des talents émergents de l'ONF ou le système de divertissement offert dans les trains de VIA Rail.

Comme administrateur, je suis particulièrement fier qu'une gestion serrée de nos dépenses ait permis de réallouer, année après année, plusieurs millions de dollars de nos fonds d'administration au soutien de la production cinématographique et de la promotion cinématographique et télévisuelle.

Comme vous le savez, Téléfilm maintient ses frais d'administration largement en bas de 6 % d'année en année. Ce qui est à la hausse, c'est le degré de satisfaction de nos clients qui monte chaque année. Il se situe à 87 % actuellement.

La mise en ligne de notre application *dialogue*, pour les demandes de financement n'est certainement pas étrangère à ces indices de satisfaction. Elle a été conçue en partenariat avec le Fonds des médias du Canada. Cette nouvelle plateforme, plus moderne et mieux adaptée aux besoins de nos clients, permet d'offrir un service de guichet unique. Dialogue remplace eTelefilm, une plateforme

créée en 2001, qui faisait alors de Téléfilm la première organisation à offrir des services d'affaires en ligne.

Enfin, je tiens à souligner l'excellent travail de l'équipe de direction et le leadership de notre directrice générale, Carole Brabant, qui ne peut être avec nous ce matin, mais qui vous salue chaleureusement. Je salue aussi tous les employés de Téléfilm, ceux qui œuvrent en long métrage comme ceux qui œuvrent en télévision, pour lesquels j'ai une grande considération.

Parlons brièvement du deuxième sujet que je veux aborder avec vous et que j'ai qualifié de préoccupant au début de mon allocution.

Le ministre du Patrimoine a mené une vaste consultation au cours des derniers mois où il a été abondamment question de l'ère numérique et de l'exportation.

Nous souscrivons pleinement à ces préoccupations de la ministre. Les réalisations des dernières années en témoignent et nos grandes orientations pour 2020 le confirment.

Nous sommes engagés à développer, à exporter et à faire rayonner les talents de chez nous et leurs œuvres sur toutes les plateformes, ici et à l'étranger.

Dans votre lettre, vous demandez au premier ministre et à la ministre Joly de préserver l'autonomie de Téléfilm en questionnant la pertinence de créer une super-agence résultant de la fusion de Téléfilm avec le Fonds des médias du Canada et d'autres instances gouvernementales.

Pour quelqu'un qui parle « d'oser changer » depuis des années, je ne suis généralement pas pour le statu quo; j'affectionne particulièrement le changement. Mais cette fois, force nous est d'admettre que le système en place fonctionne plutôt bien.

En vertu d'une entente contractuelle, Téléfilm administre les programmes du Fonds des médias. De cette manière, le Fonds peut compter sur une gouvernance d'entreprise exemplaire pour sa rigueur et sa compétence, ce que confirment les rapports du Vérificateur général, année après année.

Mais au-delà de ce lien, les deux organisations sont autonomes.

Téléfilm a son conseil d'administration.

Le Fonds des médias a son conseil d'administration.

Chacun définit ses orientations, ses objectifs, ses programmes.

Chacun développe son expertise, en cinéma, en télévision, en exploitation du numérique.

Chacun dispose de l'autonomie indispensable pour répondre à ses objectifs spécifiques.

Bref, tout le monde est content.

Dans le cas de Téléfilm, il est évident que nous tenons à conserver le rôle indispensable de développer et de promouvoir le talent de chez nous afin qu'il rayonne au Canada et à l'étranger.

Développer le talent, c'est faire des choix budgétaires et poser des gestes en faveur, par exemple, de la parité hommes-femmes.

En faveur de la participation du talent autochtone.

Promouvoir le talent, c'est faire des promotions ciblées pour certains publics.

C'est accompagner nos créateurs à Cannes, à Venise, à Berlin, à Sundance, ou encore au MIPTV et au MIPCOM.

C'est soutenir nos candidats aux Oscars, aux Césars et aux Golden Globes.

Et chez nous, c'est répondre à des besoins particuliers dans un territoire où les régions sont presque des pays.

Alors pourquoi changer une formule qui fonctionne plutôt bien?
Pourquoi changer une formule dont la clientèle se dit plutôt satisfaite?

Est-ce à dire qu'on ne doit rien changer pour autant? Est-ce à dire qu'il n'y ait rien à améliorer?

Pas du tout.

Mais cette hypothèse de super-agence ne contient aucune promesse de gains d'efficience et d'efficacité significatifs pour accroître l'exportation de biens culturels en notre ère numérique. Sans compter que les embûches pour la mettre sur pied sont loin d'être négligeables.

Ayons la patience de bien réfléchir et assurons-nous que le changement à mettre en place nous permette d'atteindre les buts que nous visons. Assurons-nous que les bénéfices qu'en retireront les industries du cinéma et de la télévision constituent le **seul** motif qui le

justifie. Nous avons bien hâte d'en discuter avec la ministre Joly et de mettre toute notre expérience et notre expertise à sa disposition.

Mon temps est maintenant écoulé, ici ce matin, et presque écoulé à la présidence de Téléfilm.

Depuis trois ans, je vis dans un petit village du Bas-Saint-Laurent, dans la maison où furent tournées, en 1973, les scènes de *Tendresse ordinaire*, un film de l'ONF réalisé par Jacques Leduc.

Vous comprenez que je conserverai toujours, pour le cinéma de chez nous, une tendresse qui est tout, sauf ordinaire.

Quant à vous, à titre de membres de l'AQPM, je vous invite à poursuivre votre travail en appui aux créateurs, aux artistes et aux artisans du milieu audiovisuel.

Nous avons besoin de vous, de vos images, de vos histoires, pour nous divertir, nous faire réfléchir et pour mieux comprendre le monde dans lequel nous vivons.

La création est un acte de liberté, d'ouverture et de découverte. À mes yeux, la création est aussi indispensable que l'air que nous respirons.

Merci de votre attention, bon congrès et bonne journée.