

**ALLOCUTION DE MADAME CAROLLE BRABANT**

**Directrice générale**

**Téléfilm Canada**

**Académie canadienne du cinéma et de la télévision**

**Le 22 juin 2010 à 12 h 15**

**The Sutton Place Hotel - Stop 33**

**955 Bay Street**

**Toronto, Ontario**

**(L'allocution prononcée fait foi)**

Merci Dan pour cette aimable présentation. C'est l'un des avantages de prendre la parole en public – les gens nous présentent de belle façon.

Bonjour mesdames et messieurs. Je suis ravie d'être ici aujourd'hui pour vous parler de Téléfilm Canada. Je crois sincèrement faire partie des comptables agréés qui ont la fibre artistique. J'œuvre au sein de Téléfilm depuis environ vingt ans maintenant – et j'adore mon travail! Je suis tellement heureuse et fière d'en être devenue la directrice générale que je ne vois pas quelle autre fonction pourrait me combler davantage.

Ce qui fait ma force je crois c'est que je connais beaucoup d'entre vous. Et même si je ne vous connais pas personnellement, je connais bien votre milieu. J'ai des idées à propos de Téléfilm auxquelles je réfléchis depuis déjà longtemps. Mais si vous me connaissez le moindrement, vous savez que j'aime la collaboration. Je ne suis pas un loup solitaire. S'il y a une chose qui est demeurée constante au fil des ans, c'est mon engagement à trouver des solutions gagnantes grâce au travail d'équipe. Je pense que la meilleure façon de vraiment répondre aux besoins de l'industrie est de formuler mes idées en consultant l'industrie, puis de les mettre en œuvre en tenant compte des suggestions reçues.

Le fait de nommer une personne de l'intérieur au poste de directeur général de Téléfilm Canada est certainement un signe de continuité et de confiance. Mais je vous prie de ne pas confondre continuité et suffisance. De mon point de vue, c'est une formidable occasion pour une initiée comme moi de mettre à profit ma longue expérience, ainsi que celle des autres personnes de l'organisation qui, comme moi, sont déterminées à faire mieux. Notre équipe a toutes les qualités requises pour façonner une organisation nouvelle et innovatrice.

Avant même que je devienne directrice générale, Téléfilm avait entrepris une profonde réflexion sur notre stratégie ainsi que sur ce qui se passe réellement dans l'industrie et sur les meilleures façons d'en soutenir le développement.

Et comme vous avez eu l'amabilité de venir m'entendre aujourd'hui, j'aimerais partager certaines de ces idées avec vous. En fait, je veux vous entretenir brièvement de trois choses :

D'abord, je crois que Téléfilm Canada, en tant qu'organisme qui a pour mandat de soutenir le secteur audiovisuel de ce pays, doit aider l'industrie à faire face à la vague de changements que l'on connaît actuellement.

Ensuite, Téléfilm Canada doit trouver des façons utiles et créatrices de mieux servir ses clients.

Enfin, Téléfilm Canada peut et devrait devenir un véritable instrument de réussite pour l'industrie.

Commençons par le début. Téléfilm doit soutenir l'industrie en cette ère de changements.

Mais qu'est-ce que j'entends exactement par ère de changements? Dans le cadre de mon travail à Téléfilm et dans d'autres lieux, j'ai rencontré beaucoup d'entrepreneurs différents qui œuvrent dans des domaines variés. Tous ces entrepreneurs ont deux choses en commun : une passion pour ce qu'ils font et une tolérance au risque. La passion est ce qui anime les créateurs, et je suis convaincue qu'il y en a beaucoup dans cette pièce. La passion est ce qui vous aide à maintenir votre intérêt et votre concentration au sixième, au huitième et même au quatorzième mois de la fabrication d'un film. La passion est ce qui vous fait avancer même lorsque la route devient difficile.

Quant à la tolérance au risque, il ne faudrait pas la confondre avec l'imprudence. Le secteur culturel est un incubateur pour l'innovation entrepreneuriale et la prise de risques. Les nouvelles idées changent constamment l'ordre des choses. Le cinéma a eu une incidence sur le théâtre et les autres arts de la scène comme le vaudeville et le burlesque. La radio a menacé les journaux. La télévision a terrifié le cinéma et la radio. iTunes a remplacé Sam the Record Man. Aujourd'hui, les médias numériques transforment la culture et le divertissement d'une manière que nous ne saisissons pas très bien encore. Mais quel est le résultat au final? Sauf dans de rares cas, rien n'a vraiment remplacé rien. Le cinéma, la télévision, la radio, les journaux, les magazines, la musique enregistrée et les concerts continuent de coexister. Et chacun trouve son public. D'ailleurs, la plupart des villes ont encore un orchestre symphonique et une compagnie d'opéra, des centaines d'années plus tard.

Cela prouve que ces révolutions, puisqu'il faut leur donner un nom, ont créé des gagnants, des survivants et, c'est vrai, quelques perdants qui n'ont pas su se projeter dans l'avenir.

Dans tous les cas, les gagnants sont ceux qui n'ont pas hésité à saisir l'occasion et à surfer sur la vague de la nouveauté et de l'innovation. Les gagnants ont su quels risques prendre pour intéresser les auditoires et les marchés. Véritables entrepreneurs, ils ont accueilli le changement avec passion. Ceux qui ont tenté d'arrêter la vague ont été balayés.

Depuis la création de Téléfilm Canada [à la fin des années 1960], l'industrie audiovisuelle canadienne indépendante a connu une évolution étonnante. Nous avons du succès dans notre propre marché et dans ceux des autres pays. Bravo à *Splice* dont les recettes-guichet nord-américaines atteignent maintenant plus de 15 millions de dollars. Nous avons également du succès au chapitre des prix, qui témoignent bien souvent du succès critique des films, à défaut de succès commercial. Notre industrie est devenue un important outil de développement

économique et culturel. Et grâce à ses politiques et ses programmes, Téléfilm a participé à toutes les étapes de cette évolution.

Dans leur ensemble, comme le dit souvent le ministre Moore, les industries culturelles comptent pour 46 milliards de dollars dans la valeur totale du produit intérieur brut du Canada, et créent plus de 600 000 emplois directs – c'est autant que les secteurs des pêches, de la foresterie et de l'agriculture combinés.

Grâce à l'entrepreneuriat des industries culturelles, nous avons maintenant une masse critique de savoir-faire et d'expérience dans tous les secteurs – de l'écriture de scénario jusqu'à la mise en marché des films, en passant par la réalisation, la production et le montage.

Depuis ses débuts très modestes, la production audiovisuelle est devenue une industrie multiniveau qui contribue autant sinon plus que les autres industries au développement économique du Canada. Cette contribution est importante, malgré le peu d'attention qu'on lui accorde.

Le secteur culturel, plus que tous les autres, doit constamment justifier son utilisation des fonds publics. Ce n'est pas nécessairement une mauvaise chose, car je crois que ceux qui utilisent des fonds publics doivent répondre de leurs actes, mais mon expérience à Téléfilm m'a montré que cette industrie a besoin du financement public et que l'argent est bien investi. Créer des emplois, contribuer aux économies régionales et nationales et proposer aux Canadiens une réflexion sur leur vie et leur identité sont autant de façons pour l'industrie d'offrir aux contribuables un bon rendement sur le capital investi.

Dans ce nouvel environnement, par contre, ces vérités ne vont pas de soi. Pour survivre et prospérer, nous devons tempérer les confrontations par un esprit d'invention. J'ai lu récemment un rapport préparé pour Téléfilm qui décrivait les nouveaux modèles d'affaires créés sur Internet. C'est extraordinaire

de voir l'imagination dont font preuve ces entrepreneurs pour assurer l'autosuffisance de leurs activités avec des marges aussi minces. C'est comme cela que YouTube, Flickr et eBay ont commencé. Nous devons constamment innover pour assurer notre croissance et nous faire connaître au Canada et ailleurs dans le monde.

Téléfilm participe à une consultation nationale sur l'économie numérique dirigée par Patrimoine canadien et Industrie Canada. Le but, évidemment, est d'établir une stratégie sur l'économie numérique du pays. Téléfilm est en train d'élaborer une présentation et je vous encourage à faire de même.

Le deuxième aspect de ma façon d'aborder mon travail est ma conviction que Téléfilm doit en faire plus pour servir ses clients.

En ces temps où tout va tellement vite, je compte sur quelques certitudes pour me guider dans mes décisions. Et c'est en misant sur ces certitudes que Téléfilm remplira sa mission

Premièrement, je suis certaine que nous ne nous laisserons jamais d'écouter des histoires – ou plutôt de nous faire raconter des histoires. Et par nous, je veux dire tout le monde, y compris moi-même. Je suis une grande admiratrice de l'industrie audiovisuelle que je soutiens. Récemment, je me suis régalée en regardant *One Week*, *Dragon's Den*, *The Trotsky*, *Heartland* et *Cooking with Stella*.

Les nouvelles technologies peuvent modifier notre façon de créer et de raconter des histoires, mais nous aurons toujours soif de ces histoires car elles parlent de nos vies. Certaines des histoires les plus intéressantes sont les vôtres – la façon dont vous avez surmonté les obstacles pour exercer votre art. Nous prévoyons lancer une nouvelle campagne pour raconter certaines de ces histoires.

Deuxièmement, avoir à choisir entre différents projets sera toujours une tâche difficile pour Téléfilm, mais une tâche nécessaire. Prendre des décisions sans avoir nécessairement toute l'information à notre disposition fait partie de la fonction. Mais je peux vous assurer que les employés de Téléfilm assument cette responsabilité avec passion et qu'ils utilisent tous les moyens disponibles pour offrir aux Canadiens une diversité d'histoires.

Troisièmement, nous pouvons être certains que la concurrence deviendra encore plus internationale et intense qu'elle l'est aujourd'hui. La capacité de l'industrie à se développer malgré un certain degré d'incertitude, à prendre des risques et à se synchroniser avec le marché ouvrira la voie à la réussite dans un univers en constante évolution.

Et pour continuer de favoriser et de promouvoir la croissance de l'industrie dans ce vaste monde, Téléfilm Canada devra être plus à l'écoute des défis et des possibilités qui se présentent. Nous devons prendre différents genres de risque, faire preuve d'innovation et demeurer flexibles. Voilà pour les programmes. Du côté des affaires, nous devons soutenir nos initiatives en continuant d'être efficaces, transparents, prévisibles et bien gérés. On croirait entendre un comptable agréé n'est-ce pas?

C'est parfois un véritable défi d'orienter une organisation dans une nouvelle direction, mais j'aime les défis. Et je sais que s'il y a une organisation capable de se réinventer, c'est bien Téléfilm. Les gens à Téléfilm ont très envie qu'on leur donne la chance de changer les choses et de laisser leur marque dans l'industrie.

Téléfilm Canada est constituée d'un groupe de 200 admirateurs de votre travail qui croient fermement pouvoir contribuer à votre réussite. Je parle de l'ensemble de l'équipe de direction, des experts de chaque service, des conseillers

juridiques... enfin, je suis moins certaine dans leur cas pour vous dire la vérité, mais ils ont d'autres qualités.

Nous allons devoir relever ces défis ensemble, comme nous l'avons fait dans le passé. J'aimerais profiter de cette occasion pour remercier les employés de Téléfilm et Elise Orenstein, membre du conseil, de leur présence aujourd'hui.

Nous croyons également qu'il y a un savoir-faire au sein de l'organisme que nous n'avons pas encore exploité. J'ai déjà demandé à mes hauts dirigeants de me faire des suggestions sur les façons d'accroître l'efficacité dans leurs secteurs respectifs, l'objectif premier étant de réduire les lourdeurs administratives.

Mais ce n'est qu'un début. Je suis convaincue que nous allons bientôt discuter et débattre de sujets qui n'ont jamais été abordés à Téléfilm. En fait, je vais insister pour qu'on le fasse. Le processus de planification stratégique que nous avons entrepris est très créateur et ouvre la porte à une nouvelle réflexion. Nous constatons qu'il est axé sur l'avenir et très sain pour l'organisme. Je crois que notre prochain plan d'entreprise quinquennal nous rapprochera des besoins actuels de l'industrie.

Maintenant, voici mon troisième et dernier message de la journée. Téléfilm Canada peut et devrait devenir un véritable instrument de réussite pour l'industrie. Téléfilm a été créée pour favoriser et promouvoir le développement de l'industrie audiovisuelle canadienne. Cela demeure sa mission.

Mais pour remplir pleinement ce mandat dans l'environnement actuel, Téléfilm devra peut-être modifier considérablement ses stratégies et ses activités. Nous ne pouvons plus simplement offrir un levier financier. Il ne fait aucun doute dans mon esprit que nous devons trouver d'autres façons d'agir comme catalyseur de réussite pour l'industrie.



Par exemple, nous devons optimiser la présence de nos bureaux régionaux et créer de nouveaux partenariats pour mieux nous rapprocher de nos clients.

La coproduction demeure également une de nos priorités. Ces collaborations permettent de diversifier les sources de financement et d'amener de nouveaux projets à l'étape de la production. Sans compter leurs importantes répercussions économiques.

Nous travaillons très fort pour faire avancer les produits audiovisuels canadiens dans les marchés internationaux, mais nous voulons faire mieux.

Nous avons d'autres idées et nous sommes en train de déterminer la meilleure façon de les mettre en pratique. Vous vous rappelez ce que je vous disais il y a quelques minutes? Que les entrepreneurs créaient de nouveaux modèles d'affaires sur Internet? Bien, Téléfilm a recours à ce même esprit d'entreprise pour prendre les décisions relatives à son orientation future. C'est un peu une révolution/évolution qui se passe actuellement entre nos murs et tout le monde est emballé.

Tout cela a pour but de nous rapprocher de vous, nos clients, afin de répondre à vos besoins, et peut-être de vous soutenir dans des aspects de votre travail auxquels vous n'avez pas le temps de penser quand vous êtes occupés à produire. Quelle que soit la direction que nous prendrons, vous en serez informés car nous entretiendrons le dialogue lors d'événements comme celui-ci et dans d'autres circonstances.

Voici donc les points à retenir :

- Premièrement, notre industrie connaît actuellement d'importants changements, surtout apportés par la convergence numérique. C'est un défi pour chacun de nous, et une occasion pour les gagnants parmi nous.

- Deuxièmement, Téléfilm Canada doit trouver et déployer de meilleures façons de servir ses clients.
- Et troisièmement, Téléfilm Canada doit innover pour devenir un catalyseur de réussite pour l'industrie.

Ce sera ma mission personnelle en tant que directrice générale de Téléfilm Canada. Ce fut un privilège de vous rencontrer aujourd'hui.

Merci de votre présence.