



**Discours de Carolle Brabant, C.P.A.,C.A., MBA
Directrice générale de Téléfilm Canada**

**Série « Distingués conférenciers » de la Halifax Chamber of
Commerce**

Le 13 septembre 2012

**« L'industrie audiovisuelle canadienne : nous sommes en
affaires »**

INTRODUCTION

Merci Linda [Wood, Film Nova Scotia].

Bonjour. Good afternoon.

J'aimerais d'abord remercier la Halifax Chamber of Commerce de son invitation. C'est pour moi un honneur de me joindre à vous aujourd'hui. Et c'est avec grand plaisir que je suis de retour à Halifax.

Merci également à nos commanditaires, Film Nova Scotia et DHX Media, de même qu'à nos estimés collègues de la table d'honneur.

Je suis très heureuse d'assister ce soir à l'inauguration du Festival du film de l'Atlantique – une vitrine exceptionnelle pour les meilleurs films canadiens et internationaux de la dernière année. Le Festival célèbre en outre le 15^e anniversaire de Strategic Partners, l'un des marchés de la coproduction internationale les plus importants au monde. Félicitations à sa directrice Jan Miller!

Depuis 1750, c'est avec fierté que la Halifax Chamber of Commerce se fait la porte-parole de la communauté des affaires.

Dans ma présentation d'aujourd'hui, il sera beaucoup question du côté « affaires » de l'industrie. Tout comme les membres de la chambre, Téléfilm accorde son soutien à de petites et

moyennes entreprises dirigées par de vrais entrepreneurs qui ont le courage de rêver, qui s'attaquent à des défis et qui savent reconnaître et saisir les occasions d'affaires.

Je parle, bien entendu, des producteurs derrière les films et les émissions de télévision que l'on consomme dans nos salles de cinéma, que l'on regarde à la télévision, qui sont loués ou achetés sur DVD ou disque Blu-ray pour être vus dans le confort du foyer et qui sont de plus en plus accessibles sur Internet.

Nous savons tous à quel point Internet est devenu une source de contenus importante et facilement accessible pour les Canadiens.

Téléfilm, qui a le mandat de soutenir et de promouvoir l'industrie audiovisuelle, joue en quelque sorte un rôle similaire à celui de la chambre – nous contribuons tous les deux à la croissance des affaires.

Aujourd'hui, j'aborderai essentiellement trois sujets.

Premièrement, nous verrons comment l'industrie audiovisuelle contribue à notre économie; deuxièmement, je vous parlerai de ce que fait Téléfilm pour soutenir ce secteur d'activité et troisièmement, je vous dirai comment la Halifax Chamber of Commerce peut nous aider à promouvoir ce secteur dont l'empreinte va bien au-delà des frontières de nos communautés locales.

L'INDUSTRIE AUDIOVISUELLE CANADIENNE, OU L'HISTOIRE MÉCONNUE D'UNE GRANDE RÉUSSITE¹

L'industrie audiovisuelle canadienne est l'un des bijoux méconnus de notre pays.

Nous avons le privilège de faire équipe avec des pionniers et des entrepreneurs créatifs. Téléfilm a joué un rôle capital dans

¹ Les statistiques présentées dans cette section sont tirées de *Profil 2011 – Rapport économique sur l'industrie de la production de contenu sur écran au Canada, 2011*.

l'évolution de l'industrie télévisuelle et cinématographique privée, et ce, dès sa création.

En plus de quarante ans, nous avons été les témoins de la croissance et de l'épanouissement d'une industrie qui a atteint une maturité, une capacité de production et une renommée internationale impressionnantes. Mais constatez-le par vous-même.

Présentation vidéo de 2 minutes

Derrière ces émissions de télévision et ces films primés se trouvent des milliers de personnes dont les entreprises offrent toute une gamme de services comme la location de matériel, l'éclairage, les effets spéciaux, la construction des décors et la conception des costumes, en plus d'une équipe de création et d'un personnel technique talentueux. Nombreux sont ceux qui vivent de cette industrie. Chaque année, nos communautés

profitent d'importants avantages économiques et des milliers de jeunes Canadiens se voient offrir des carrières intéressantes.

Sur le plan national, ce secteur représente une importante source d'activité économique et d'emplois pour les Canadiens. Au Canada, le volume de la production audiovisuelle, qui comprend également les émissions de télévision et les jeux vidéo, se chiffrait à 5,5 milliards de dollars en 2010-2011 – le plus niveau jamais atteint.

L'industrie a donné de l'emploi à 128 000 personnes et a généré un P.I.B. de 7,46 milliards de dollars pour l'économie canadienne.

Les emplois créés totalisaient 2 200 en Nouvelle-Écosse seulement, et 3 600 dans toute la région de l'Atlantique.

L'an dernier, le Canada a produit 600 séries télévisées, 90 longs métrages et plusieurs centaines de courts métrages.

Cette même industrie avait une valeur d'exportation supérieure à 2 milliards de dollars – son plus haut niveau en sept ans. De plus, vous serez peut-être étonnés d'apprendre que nos émissions de télévision et nos films sont vendus dans plus de 100 pays du monde entier.

J'ose espérer que vous êtes aussi impressionnés que moi.

Selon les Nations Unies, voici quels sont les avantages sociaux, culturels et économiques de cette industrie : « Les industries de la création [...] permettent [...] aux régions de raconter leurs propres histoires et d'affirmer leurs propres identités culturelles par rapport à elles-mêmes et au monde entier, en plus d'offrir [...] une source de croissance économique, de créer des emplois

et de permettre une participation accrue à l'économie mondiale². »

La Nouvelle-Écosse et la région de l'Atlantique

Forte de ses 25 ans d'existence, l'industrie audiovisuelle en Nouvelle-Écosse est solidement établie. Avec une moyenne d'environ 115 millions de dollars par année, la province se classe au quatrième rang des plus grands centres de production au pays³.

J'aimerais profiter de l'occasion pour vous présenter un court portrait des créateurs de talent primés qui vivent ici même, dans votre région.

Si vous avez lu la rubrique des arts du *Chronicle Herald* de ce matin, vous savez de quoi je parle.

² Ministère des Communautés de la Nouvelle-Écosse, *Culture and Heritage Creative Economy Literature Review*, 14 février 2012.

³ Plan d'affaires de Film Nova Scotia, 2012-2013.

Dirigée par le producteur lauréat d'un Oscar (pour le documentaire-choc *Bowling for Columbine*) et leader communautaire Michael Donovan, la société DHX Media de Halifax produit et distribue du contenu télévisuel et interactif pour les enfants, les familles et les jeunes.

La société a récemment élargi ses activités en achetant Cookie Jar Entertainment, faisant ainsi de DHX Media l'une des plus importantes sociétés de production au Canada et la plus grande au monde pour ce qui est des productions pour enfants.

C'est également en Nouvelle-Écosse que vivent de nombreux cinéastes primés qui sont une source de fierté pour Téléfilm. En 2011, l'équipe formée de Rob Cotterill, Jason Eisener et John Davies a lancé le film de genre *Hobo with a Shotgun* qui a remporté un grand succès critique et populaire. Le film a été présenté en première au Festival du film de Sundance où il a été encensé, et il figurait parmi les meilleurs films canadiens sélectionnés par le Festival international du film de Toronto.

Mentionnons également Shandi Mitchell qui a réalisé un drame ambitieux intitulé *The Disappeared*, une histoire de naufrage en mer présentée cette année au Gala du Festival du film de l'Atlantique. Gilles Bélanger, Walter Forsyth, Karen Franklin et Ralph Holt en sont les producteurs. Shandi est aussi une auteure de renom. Son premier roman, *Under This Unbroken Sky*, a été vendu dans neuf pays et a accumulé des prix dans le monde entier.

Et n'oublions pas *Beat Down*, une irrévérencieuse comédie sur la lutte, la famille et la poursuite de ses rêves. Le film a été réalisé par Deanne Foley, native de St. John's, et produit par Paul Pope, une des forces motrices de l'industrie cinématographique canadienne depuis 30 ans.

Par ailleurs, *Roller Town*, le premier film d'Andrew Bush, est offert sur vidéo à la demande dans 100 millions de foyers américains. Andrew est un scénariste, un acteur et un réalisateur de Halifax. Bill Niven et Jay Dahl, les producteurs du film, sont avec nous aujourd'hui.

Votre région compte aussi d'autres créateurs de grand talent qui se sont joints à nous aujourd'hui : Michael Melski, réalisateur du film *Charlie Zone*, vendu dans 12 pays; David MacLeod, producteur de la série télé *Haven*; Gia Milani, qui a réalisé son premier long métrage, *All The Wrong Reasons*, ici même à Halifax, ainsi que Josh MacDonald et Beverly Bliss, deux des cinéastes derrière *Faith, Fraud & Minimum Wage*.

Et bien sûr, le succès est au rendez-vous dans toutes les régions du pays.

Il suffit de penser à l'immensément populaire série *Republic of Doyle*, présentée en première en 2010 sur CBC Television et qui remporte toujours un grand succès, attirant plus d'un million de téléspectateurs chaque semaine. Tournée à St. John's, cette émission à succès crée non seulement 110 emplois locaux à temps plein, mais elle s'avère également une étonnante attraction touristique pour la ville.

Même l'acteur Russell Crowe a fait une apparition dans *Republic of Doyle*!

Le cinéaste et acteur Don McKellar est en plein tournage à Terre-Neuve où il réalise la nouvelle version, en anglais, de la comédie *La grande séduction* qui a fait un malheur au Québec. Le film s'appuie sur une équipe technique et une distribution fantastiques, dont la jeune vedette canadienne Taylor Kitsch, ainsi que la personnalité locale bien connue du cinéma et de la télévision Mary Walsh. Le film est aussi coproduit par Barbara Doran de St. John's.

Et n'oublions pas *Blackbird* de Jason Buxton.

Vous voulez d'autres vedettes locales? Combien d'entre vous ont vu Ellen Page dans le dernier film de Woody Allen, *To Rome with Love*? Souvenons-nous que cette jeune actrice talentueuse et déjà primée a fait ses débuts dans *Trailer Park Boys* ici, à Halifax.

Il ne fait aucun doute que cet extraordinaire savoir-faire local sous toutes ses facettes – scénarisation, production, réalisation et interprétation – a d’abord été développé en travaillant sur des productions régionales qui à leur tour, attirent des films internationaux qui sont tournés dans la région.

TÉLÉFILM CANADA EST FIÈRE DE SOUTENIR L’INDUSTRIE AUDIOVISUELLE

Ces exemples témoignent à merveille de la diversité et de l’étendue du talent dans ce pays.

Toutefois, Téléfilm ne soutient pas ce secteur d’activité à elle seule. Elle peut compter sur des partenaires de choix comme Film Nova Scotia, et sur des initiatives de financement telles que les crédits d’impôt provinciaux. Ensemble, notre soutien financier favorise et stimule les investissements, crée des emplois et assure la promotion de l’industrie dans les marchés mondiaux.

En ce qui concerne Téléfilm, nous avons une équipe de 200 employés travaillant dans nos quatre bureaux de Halifax, Montréal, Toronto et Vancouver. Je sais que plusieurs d'entre vous ont eu la chance de rencontrer Gordon Whittaker, directeur régional de notre bureau de Halifax.

Nous avons également le privilège de compter Grant Machum, associé chez Stewart Mc Kilvey, parmi les membres du conseil d'administration de Téléfilm.

L'an dernier, notre budget annuel était de 115 millions de dollars, soit l'équivalent du budget d'un long métrage aux États-Unis. Et avec cette somme, nous appuyons 60 films canadiens chaque année, en plus de devoir financer leurs campagnes de mise en marché. Nous sommes présents d'un bout à l'autre de la chaîne de valeur : le développement, la production, la distribution et, de plus en plus, la promotion.

Par l'entremise de notre partenaire, le Fonds des médias du Canada, et de son Volet convergent, une aide financière a également été accordée à 444 émissions de télévision et 117 produits de médias numériques connexes, incluant des jeux, du contenu Web interactif, du contenu sur demande, des baladodiffusions, des webépisodes et une gamme d'applications mobiles.

Ironiquement, c'est précisément en raison du succès de l'industrie que nous faisons face à des défis en matière de financement et de promotion. Votre chambre de commerce sait très bien ce dont les entreprises ont besoin pour croître : de nouveaux partenariats et de nouvelles alliances, ainsi que du financement pour la recherche et le développement, la gestion de la propriété intellectuelle et la découverte de nouveaux marchés.

Notre industrie s'adapte également à des changements rapides, qui auraient été impensables lorsque Téléfilm a été créée il y a plus de 40 ans.

Les nouveaux modèles de gestion mis à l'essai en distribution causent une fragmentation, mais ils permettent également de rejoindre les auditoires comme jamais il n'aurait été possible auparavant.

Il y a vingt ans, le World Wide Web n'existait pas, Google n'était qu'un rêve et le créateur de Facebook venait tout juste d'entrer à l'école... élémentaire!

Il y a également de nouvelles réalités économiques auxquelles les organismes fédéraux comme Téléfilm sont confrontés – des réalités qui nous obligent à faire preuve d'innovation.

Nous avons créé une nouvelle initiative de dons privés, le Fonds des talents, qui nous permet d'aller chercher du financement pour l'industrie au sein du secteur privé. Des citoyens canadiens et des entreprises peuvent financer la production, la distribution et la promotion de films canadiens.

Perrin Beatty, président et chef de la direction de la Chambre de commerce du Canada, a déclaré, en appui au Fonds : « Nous sommes tous fiers de nos cinéastes canadiens. Nous les voyons triompher dans le monde entier – aux Oscars, aux Golden Globes et aux Césars. Toutefois, nous nous devons de renforcer notre soutien à la production cinématographique et aux talents canadiens. »

Téléfilm estime que le Fonds pourrait être doté d'un budget annuel de 5 millions de dollars, offrant ainsi aux producteurs canadiens un levier important pour l'obtention d'autres investissements. Le Fonds contribuera aussi à la création de quelque 150 nouveaux emplois chaque année.

C'est également avec plaisir que je vous annonce que cette initiative a été certifiée par le CRTC comme fonds autorisé à recevoir des contributions des entreprises de distribution de radiodiffusion ayant obtenu une licence du CRTC. Cela ouvre la voie à un investissement accru de la part des sociétés

canadiennes de distribution par câble et de diffusion par satellite dans notre industrie.

Téléfilm a récemment eu le plaisir de dévoiler l'identité des cinq chefs d'entreprise et leaders communautaires qui chapeauteront la promotion pancanadienne de ce fonds. Parmi eux se trouve M. Mark Dobbin, fondateur et président de Killick Capital de Terre-Neuve, qui nous envoie ses salutations, mais qui ne pouvait malheureusement pas être des nôtres aujourd'hui.

M. Dobbin et les autres membres distingués du Comité auront pour tâche d'accroître la visibilité du Fonds auprès de donateurs éventuels et de trouver des façons originales d'inciter les entreprises – comme la vôtre – à investir dans l'industrie audiovisuelle du Canada.

Cette nouvelle source de financement nous permettra de préserver le bassin d'expertise que le Canada a développé et qui est maintenant reconnu à l'échelle mondiale. Cette expertise dépend d'une masse critique, c'est-à-dire d'un volume constant

de productions financées année après année, grâce auquel les talents canadiens peuvent parfaire leurs compétences.

Un soutien permanent permettra également aux sociétés canadiennes de saisir les occasions qu'offrent la mondialisation des marchés et le développement de nouvelles plateformes de diffusion pour la distribution des émissions de télévision et des films canadiens.

L'an dernier, le Canada a conclu des ententes de coproduction avec plus de 60 pays, ce qui équivaut à des investissements étrangers supérieurs à 230 millions de dollars. Les entreprises canadiennes sont très recherchées en raison de leur créativité, de leur esprit d'entreprise et de leur succès.

Des productions en nomination aux Oscars, comme *Incendies*, *Monsieur Lazhar* et *Barney's Version*, de même que des succès locaux, tels que *Hobo with a Shotgun*, font le tour du monde et

offrent au Canada d'incroyables possibilités en matière de stratégie de marque.

La promotion est un autre des grands défis de l'industrie, un défi auquel Téléfilm s'attaque de front. Le passage de l'industrie vers un univers entièrement numérique signifie qu'il nous faut faire preuve à la fois de créativité et de dynamisme dans la promotion des talents canadiens sur tous les écrans, petits et grands, et qu'il nous faut agir en collaboration avec les télédiffuseurs, les distributeurs et les producteurs.

Nous comptons sur vous pour répandre la bonne nouvelle.

Malgré ses succès, le cinéma canadien détient une part modeste du marché national alors que notre voisin, les États-Unis, monopolise largement nos écrans et nos auditoires.

En moyenne, les Canadiens ne vont au cinéma que trois fois par année. Après avoir vu *L'ascension du chevalier noir*, la série *Twilight*, *L'extraordinaire Spider-Man* ou la dernière comédie romantique, il ne leur reste que peu de temps pour le cinéma de chez nous. Heureusement, le contenu canadien est regardé ailleurs que dans les salles de cinéma : sur DVD, par l'entremise d'un service de vidéo à la demande et sur d'autres plateformes numériques.

Cette nouvelle réalité a incité Téléfilm à instaurer un Indice de réussite qui reflète la véritable portée de nos films, puisque les recettes-guichet nationales ne sont plus la seule façon de d'évaluer leur succès auprès du public.

À la fois outil de promotion et de gestion, l'Indice de réussite mesure les résultats annuels quant au succès commercial, culturel et industriel des films qui bénéficient de notre soutien. En un an, l'Indice a déjà enregistré une hausse, passant de la valeur de base de 100 à 123,7 en raison des fortes ventes de nos films sur la scène nationale et internationale.

Comme première étape cruciale d'une collaboration plus étroite avec nos partenaires de l'industrie, Téléfilm organisera cet automne, avec le CRTC et le Fonds des médias du Canada, un colloque sur la promotion du contenu canadien. Je suis convaincue que cette initiative se traduira par l'adoption, dans l'ensemble de l'industrie, d'une stratégie pour la promotion de nos œuvres audiovisuelles.

En ce qui a trait à la scène internationale, il me fait plaisir d'annoncer que le Canada sera honoré à l'occasion du plus important marché de la télévision et des médias numériques du monde qui se tiendra en France, le MIPCOM.

Il ne fait aucun doute que les marchés étrangers constituent pour les créateurs canadiens une avenue intéressante pour rejoindre de nouveaux auditoires internationaux. Les partenariats avec des sociétés étrangères nous offrent des ressources supplémentaires pour créer des productions de grande qualité ayant un attrait universel. Il est tout simplement

impossible pour nos productions à gros budget de voir le jour sans le concours de partenaires internationaux.

Merci à Strategic Partners qui nous donne un précieux coup de pouce à cet effet!

Parlant de partenariats, notre tout premier *Hommage aux talents canadiens*, une initiative de promotion présentée cette année au Festival de Cannes en collaboration avec le prestigieux bijoutier canadien Birks, a été une grande réussite. Lors de cet événement, nous avons dévoilé le nom des deux lauréates du premier prix Diamant canadien Birks, Sarah Gadon et Emily Hampshire, qui ont toutes deux fait leur marque dans l'industrie du cinéma grâce à leur jeu d'actrice exceptionnel.

LA HALIFAX CHAMBER OF COMMERCE ET L'INDUSTRIE

AUDIOVISUELLE

Comme votre chambre le sait fort bien, les entreprises en pleine croissance ont besoin de financement pour renforcer leur viabilité, leur productivité et leur compétitivité. Elles doivent investir dans les ressources humaines. Et elles ont besoin de solides fondations économiques pour s'assurer d'une croissance soutenue et durable. L'industrie audiovisuelle du Canada est responsable de la production d'émissions de télévision et de films indépendants qui figurent parmi les meilleurs sur les écrans du monde entier.

Aujourd'hui, nous faisons appel à vous pour nous aider maintenir cette industrie sur sa lancée.

Heureusement, la Nouvelle-Écosse a la chance de posséder des ressources abondantes sur le plan créatif. Toutefois, ceux qui travaillent dans cette industrie savent qu'une grande partie de ces ressources ne sont pas exploitées à leur plein potentiel.

Nous n'avons aucune raison de faire preuve de modestie. Nos films et nos émissions de télévision ont remporté une multitude de prix dans le monde entier. Nos acteurs talentueux comme Ellen Page font des films avec des réalisateurs qui ont remporté des Oscars.

Ceci est une industrie de pionniers. Grâce à la vision et la détermination qui nous ont permis de bâtir ce que nous avons aujourd'hui, cette industrie restera dynamique et prospère pendant encore longtemps.

Je vous invite à ajouter au moins deux films canadiens sur votre liste de films « à voir absolument » cette année. Vous pourrez commencer par les deux films du coffret DVD qui se trouve sur votre table. Il s'agit de *Faith, Fraud & Minimum Wage* de George Mihalka, basé sur des faits réels qui se sont passés en Nouvelle-Écosse et qui ont fait la manchette des journaux du pays, et de *Monsieur Lazhar*, du réalisateur Philippe Falardeau, qui était en lice pour l'Oscar du Meilleur film en langue étrangère en 2012.

Plusieurs bons films sortiront aussi sur les écrans très bientôt.

Et n'oubliez pas d'aller voir *Beat Down*, maintenant à l'affiche à votre cinéma Empire! Merci à Empire d'encourager le cinéma canadien.

Je vous invite également à vous informer davantage sur notre nouveau fonds de dons privés pour savoir comment vous pourriez y participer. Ou pensez à la façon dont la chambre pourrait intervenir et faire équipe avec nous pour promouvoir l'industrie audiovisuelle. Les récompenses de ces initiatives seront nombreuses.

Merci.