



NOTES POUR UN DISCOURS PRONONCÉ PAR  
**CHRISTA DICKENSON**  
DIRECTRICE GÉNÉRALE

AU 1<sup>er</sup> CONGRÈS BIENNAL DE LA GUILDE CANADIENNE DES  
RÉALISATEURS

20 OCTOBRE 2018  
TORONTO, ONTARIO

(PRIORITÉ AU TEXTE PRONONCÉ)

Merci, Tim, de cette aimable présentation.

Bonjour à tous et merci de votre accueil. Je suis ravie de participer à votre premier Congrès biennal.

Je n'aurais pu choisir un meilleur public que vous, qui représentez le cœur et l'âme de notre industrie, pour prononcer mon premier discours public à titre de directrice générale de Téléfilm. Ayant étudié en production cinématographique et vidéo et travaillé en cinéma documentaire et en télévision tôt dans ma carrière, je suis bien au fait du rôle essentiel que jouent les réalisateurs et réalisatrices dans notre secteur culturel.

Je suis donc ici aujourd'hui pour vous faire part de certaines de mes réflexions alors que j'entreprends mon mandat, mais aussi pour entendre les vôtres, car seul un dialogue constant et ouvert peut permettre à Téléfilm de servir l'industrie le plus efficacement possible.

## **Quatre-vingt-dix jours à la barre de Téléfilm**

Aujourd'hui, cela fait environ 90 jours que je suis à la barre de Téléfilm. Avant toute chose, ces trois derniers mois ont confirmé ce que je savais déjà : que cette organisation est un véritable joyau du portefeuille de Patrimoine canadien, et que c'est tout un honneur d'occuper ce poste.

Au cours de mes premières semaines, j'ai découvert une organisation gérée avec professionnalisme par une équipe de direction solide et expérimentée, pouvant compter sur des employés dévoués, animés d'une véritable passion pour les productions canadiennes du cinéma, de la télévision et des médias numériques.

J'ai aussi découvert une organisation dotée d'un mandat très clair, véhiculant des valeurs fondamentales et portée par une vision audacieuse de l'industrie. Que demander de plus!

L'an dernier, Téléfilm célébrait un important anniversaire – 50 ans de soutien au développement de l'industrie audiovisuelle. Et si les 40 premières années ont été axées sur le développement de compétences spécialisées et la capacité de production, au cours des dix dernières années, Téléfilm, de concert avec l'industrie, est entrée à pieds joints dans une ère de changement.

Téléfilm a osé changer, et a évolué pour devenir une institution accordant une priorité à la promotion du contenu et des talents de l'industrie audiovisuelle canadienne, afin d'accroître leur découvrabilité auprès des auditoires du monde entier, leur notoriété, leur exportation et les éloges qu'ils récoltent.

Bref, une organisation vouée entièrement au succès de l'industrie. Et aujourd'hui, l'industrie audiovisuelle du Canada jouit d'une réputation d'excellence sur la scène internationale.

Non seulement ces résultats ont-ils changé les perceptions chez nous, mais ils ont permis au Canada d'être reconnu à l'étranger comme un pays producteur de talents et d'un contenu de calibre mondial.

De nombreux cinéastes canadiens font maintenant partie des noms les plus recherchés dans le monde entier. Et la nouvelle génération qui déferle sur la scène est sur le point de se hisser au sommet de l'échelle de la réussite.

C'est le cas de **Sophie Dupuis**, dont le premier long métrage, *Chien de garde*, a été choisi pour représenter le Canada dans la course à l'Oscar du Meilleur film en langue étrangère. C'est tout un exploit et nous lui souhaitons la meilleure des chances!

Oui, il nous reste des défis à relever. Mais Téléfilm et l'industrie, avec sa maturité et son aplomb, sont prêtes à saisir toutes les occasions.

## **Priorités pour la première année**

En 2018, Téléfilm a adopté une nouvelle vision – « voir plus grand » – et je l’adore! Je me sens énergisée par cet appel à l’action.

Mais vous vous demandez peut-être : comment voir plus grand?

En misant sur les solides fondations de Téléfilm, et en mettant l’accent sur quatre champs d’action qui, selon moi, renforceront notre industrie aujourd’hui en prévision de demain.

Premièrement, le **financement**.

Deuxièmement, **trouver et rejoindre les auditoires**.

Troisièmement, la **diversité et l’inclusion**.

Et quatrièmement, **l’innovation**.

Vous serez à même de constater que ces quatre champs d'action sont étroitement liés.

### Augmenter et rééquilibrer le financement de la production

En parcourant le pays au cours de mes 90 premiers jours à Téléfilm, une chose m'est apparue clairement : il y a un manque flagrant d'argent dans le système. Si nous voulons devenir l'un des plus grands producteurs au monde de contenu indépendant, si Téléfilm doit jouer un rôle de leader en encourageant les auditoires à découvrir les films canadiens, en exportant et en promouvant ces films sur la scène internationale, il est impératif d'augmenter et de rééquilibrer le financement de la production au Canada.

Voilà pourquoi j'étais si heureuse de voir la **Canadian Media Producers Association (CMPA)**, l'**Association québécoise de la production médiatique (AQPM)**, la **Guilde canadienne des réalisateurs** – et 31 autres organisations et organismes provinciaux prendre l'initiative de soumettre une proposition officielle au

ministre Pablo Rodriguez pour augmenter le crédit parlementaire de Téléfilm de 50 millions de dollars.

Permettez-moi de prendre un moment pour remercier Tim Southam et Dave Forget pour leur soutien et leur enthousiasme à cet égard.

Ces fonds additionnels seraient entièrement consacrés à la production de longs métrages.

J'ignore si le gouvernement va augmenter notre budget, mais je peux vous assurer que le ministre croit au rôle primordial de notre industrie au sein du paysage culturel canadien.

Et j'ai aussi entendu le cri du cœur de plusieurs d'entre vous dans l'industrie à l'effet qu'il est temps pour Téléfilm de mettre sur pied un fonds de coproduction.



Dans l'ensemble, le message est clair : pour que le Canada puisse se démarquer dans ce nouveau panorama mondial des médias, pour que le Canada puisse produire les films de grande qualité qui attirent les foules dans le monde entier, il faut accroître le financement de la production.

### Trouver et rejoindre les auditoires

Ce qui m'amène à ma prochaine priorité : trouver et rejoindre de nouveaux et plus vastes auditoires.

Nous tous ici présents voulons que les films canadiens soient vus le plus possible.

De plus en plus, le concept de « découvrabilité » fait place à la nécessité de « rejoindre les auditoires ». Et de plus en plus, ces auditoires sont ceux du monde entier.

Qu'est-ce que cela signifie au juste pour l'industrie et Téléfilm, à une époque où les exportations, la

coproduction, les plateformes et les nouveaux partenariats créatifs font tous partie de l'équation pour atteindre les auditoires à l'échelle planétaire?

Pour s'attaquer à cette question en apparence simple, mais difficile à cerner, il nous faut, collectivement, nous mettre au défi.

Comment bâtir de nouveaux partenariats avec les télédiffuseurs, qui jouent déjà un rôle important dans l'atteinte des auditoires ?

Comment miser sur des partenariats fructueux et tabler sur des réalisations comme les boutiques

**iTunesRendezvous Canada** de Téléfilm, où les films canadiens ont fait l'objet de dizaines de milliers de transactions; comme la chaîne **YouTube Encore+ du FMC**, où des classiques de la télévision et du cinéma canadiens

ont été vus des millions de fois; et le nouveau service **Gem**  
**que vient de lancer la CBC?**

Et comment l'industrie peut-elle s'engager encore plus  
activement par rapport aux nouvelles plateformes au fur  
et à mesure de leur entrée sur le marché?

Je suis convaincue d'une chose : il **existe** un appétit pour le  
contenu canadien. Et il faudra faire preuve d'**innovation**.  
Mais j'y reviendrai plus tard.

### Une approche plurielle de la diversité et de l'inclusion

J'ai lu récemment une entrevue avec Stephanie Allain,  
alors directrice du Festival du film de Los Angeles, qui  
disait au sujet de la diversité au cinéma : « La diversité  
n'apparaît pas comme par magie. Il faut la cultiver dès la  
sélection des films. »

Je crois que cela décrit parfaitement notre approche pour bâtir une industrie audiovisuelle inclusive.

En 2016, en partenariat avec l'industrie, Téléfilm s'est fixé un objectif ambitieux : avoir, d'ici 2020, un portefeuille de films représentatif et diversifié qui reflète davantage la population du Canada, incluant la parité hommes-femmes et les cinéastes autochtones.

Puis, Téléfilm a mis en place un **plan d'action en cinq points** pour atteindre la parité hommes-femmes dans chacun des rôles clés de la réalisation, de la scénarisation et de la production au sein de son portefeuille de financement, et ce, à tous les niveaux budgétaires.

Un an plus tard, les changements et les résultats constatés nous indiquent que nous avançons dans la bonne direction. Toutefois, le plus grand défi demeure celui des longs métrages à budget plus élevé, où l'écart est encore

important. Nous sommes en train d'examiner de nouvelles mesures incitatives afin d'assurer qu'un plus grand nombre de productions menées par des femmes et dotées de budgets supérieurs à 2,5 millions de dollars figurent cette année sur la liste des projets.

Téléfilm a également augmenté de façon importante son soutien aux talents autochtones, et a renforcé son engagement financier envers le **Bureau des productions audiovisuelles autochtones**. De plus, nous avons établi un processus décisionnel avec jury, comptant une représentation autochtone, dont la coordination est assurée par imagineNATIVE, et avons embauché un jeune réalisateur de films, Adam Garnet Jones, pour assurer l'importante liaison avec la communauté autochtone.

À la lumière du succès avec lequel le **Programme Talents en vue** réussit à découvrir de nouvelles voix diversifiées provenant de toutes les régions du pays, Téléfilm a élargi

la portée du programme afin de financer 50 premiers projets chaque année.

Non seulement le programme comprend-il des volets ciblés pour les communautés autochtones et les communautés de langue officielle en situation minoritaire, mais il s'est avéré particulièrement efficace dans son soutien aux femmes et autres groupes sous-représentés, incluant les minorités visibles et LGBTQ.

Il a aussi ouvert la porte à des réalisateurs de télévision talentueux, leur permettant de faire le saut du côté du long métrage.

J'ai participé à l'événement organisé pour célébrer la sélection de cette année, et laissez-moi vous dire que j'ai entendu bien des anecdotes et vu bien des réactions qui témoignent de l'enthousiasme des joueurs clés de l'industrie ! Comme le dit la réalisatrice Molly McGlynn: «

J'ai maintenant accès à une carrière à laquelle je ne pouvais pas rêver il y a cinq ans. »

Et maintenant, des membres d'Eurimages nous contactent pour voir comment ils pourraient créer des programmes similaires dans leur pays. Je pense vraiment qu'il se passe quelque chose !

Aujourd'hui, forts de ces expériences, nous pouvons élaborer un **plan d'action multifacette** pour encourager la diversité et l'inclusion, en commençant par adopter une définition tenant compte du large éventail des communautés canadiennes.

Pour reprendre les mots de la docteure Stacy L. Smith :  
« La voie à suivre, ce n'est pas la diversité, ce n'est pas l'inclusion; c'est l'**appartenance**. »

Pour que notre industrie soit réellement inclusive, il faut que toutes les voix, de tous les coins du pays, puissent avoir la possibilité de s'exprimer et de raconter leurs histoires à leur façon. Cela signifie une égalité des chances pour tous; cela signifie que **tout le monde** est bienvenu à la table.

Des films canadiens diversifiés trouveront et atteindront de nouveaux auditoires dans le monde entier. Il existe de nouveaux publics à conquérir, et nous avons les talents pour le faire.

Et si nous voyons déjà une plus grande diversité à l'écran, les organismes qui soutiennent l'industrie se doivent de faire plus. Téléfilm a déjà commencé à intégrer les concepts de diversité et d'inclusion dans ses pratiques d'embauche. Notre objectif est d'accroître la diversité sociale et culturelle de notre effectif et ainsi de mieux



refléter les Canadiens que nous desservons et d'améliorer notre processus décisionnel.

Nous voulons tous pouvoir nous reconnaître à l'écran, avec nos vies et nos histoires. Et Téléfilm a la responsabilité de veiller à ce que notre cinéma national soit le reflet du riche multiculturalisme de notre population.

### (Re)définir l'innovation dans l'industrie du cinéma

Comme je viens du milieu interactif, je suis très familière avec le concept d'innovation, et je sais comment il peut être difficile de le définir et de l'appliquer dans un secteur en constante évolution.

Pour que Téléfilm puisse respecter son engagement en matière d'innovation, il faut trouver la réponse à plusieurs questions :

- Qu'est-ce qu'innover dans le contexte actuel?

- Quel est l'avenir de l'industrie du cinéma?
- Quels sont les emplois de l'avenir?
- Comment Téléfilm, le FMC et nos autres partenaires peuvent-ils mieux collaborer afin de financer de nouveaux types de productions?
- Comment le Canada peut-il devenir un leader dans l'univers multidisciplinaire d'aujourd'hui, un univers où le contenu est technologiquement adapté à toutes les plateformes ?

L'innovation est profondément ancrée dans l'ADN du Canada, et nous avons l'immense capacité de penser autrement et d'être des acteurs de changement.

Il sera important de continuer à nous mesurer, à nous comparer. Téléfilm cherche des façons d'améliorer son **Indice de réussite**, de le moderniser afin de mieux refléter l'industrie d'aujourd'hui. Nous prévoyons en tenir compte pour orienter notre processus décisionnel.

Alors, je dis : osons piloter de nouveaux projets, expérimenter, essayer de nouvelles choses. Téléfilm sera à vos côtés, pour vous aider à faire le saut, à gérer le risque. Ensemble, nous **pouvons** prendre une longueur d'avance.

Nous allons encourager et appuyer l'industrie afin de poursuivre la transformation nécessaire pour profiter pleinement de ces occasions.

Aujourd'hui, plus que jamais, Téléfilm doit redoubler d'efforts pour cultiver et soutenir les talents canadiens, pour rendre les films canadiens accessibles aux auditoires de partout et pour veiller à ce que nos productions et nos talents brillent sur la scène internationale.

J'envisage l'avenir avec beaucoup d'optimisme. Parce qu'ensemble, nous **pouvons** et **allons** voir plus grand.

Merci.