

DISCOURS PRONONCÉ PAR

**CHRISTA DICKENSON**  
DIRECTRICE GÉNÉRALE

*PARTENAIRE DE CHOIX:*  
DÉVOILEMENT DU PLAN STRATÉGIQUE 2022  
À PRIMETIME

LE 30 JANVIER 2020  
OTTAWA, ONTARIO  
CONFEDERATION BALLROOM

(Priorité au discours prononcé)

Bon après-midi à tous et à toutes. Je suis très heureuse de pouvoir faire le point sur l'orientation que Téléfilm va prendre au cours des prochaines années, et de pouvoir partager avec vous notre nouveau plan stratégique.

Mais, comme vous l'avez entendu hier, il ne s'agit peut-être pas d'un plan triennal après tout.

Blague à part, j'aimerais féliciter Janet Yale, Monique Simard et tous les membres du panel pour ce travail remarquable.

Ce que nous avons vu et entendu hier est le résultat d'une évaluation exhaustive de notre secteur, ainsi que d'une profonde compréhension de nos réalités. J'ai vraiment hâte de poursuivre cette conversation et de partager nos idées avec le ministre Guilbeault et Patrimoine canadien au cours des semaines à venir.

Maintenant, revenons au sujet qui nous intéresse.

J'aimerais revenir à l'essentiel pour un instant et vous rappeler la raison d'être de Téléfilm : le développement et la promotion de l'industrie audiovisuelle canadienne **grâce au développement des talents, à l'engagement des Canadiens où qu'ils soient, et à notre impact sur la scène internationale.**

Depuis plus d'un demi-siècle, Téléfilm Canada est une institution de grande valeur, et je dirais même indispensable, au cœur de l'industrie audiovisuelle et cinématographique canadienne.

Et maintenant, à l'aube d'une nouvelle décennie, l'engagement de Téléfilm envers le développement et la promotion de cette industrie est plus fort que jamais.

Nous savons tous que notre secteur est en pleine mutation. Je crois que nous sommes tous d'accord pour dire que s'il y a des occasions extraordinaires à saisir, celles-ci s'accompagnent également d'énormes défis à relever.

C'est pourquoi j'ai décidé que Téléfilm devait modifier son plan stratégique. D'abord et avant tout, nous devons répondre aux besoins réels de l'industrie d'aujourd'hui, et veiller à ce que Téléfilm demeure un leader dans les années à venir.

Autrement dit, nous voulons renforcer la position de **Téléfilm, et du Canada, en tant que partenaire de choix.**

Nos précédentes priorités stratégiques – c'est-à-dire **diversité et inclusion, innover, réinventer et prendre des risques, collaboration stratégique et partenariats, et voir plus grand** – sont maintenant

enracinées dans notre ADN, et constituent aujourd’hui notre credo en matière de gestion.

En s’appuyant sur ce credo pour guider ses actions, Téléfilm s’emploiera à mettre en œuvre quatre grandes priorités.

**D’abord, renforcer la valeur des marques « Téléfilm » et « Canada ».**

Nous allons redoubler d’efforts pour faire valoir le Canada comme un partenaire clé en coproduction, pour accompagner nos clients sur le marché international, et renforcer la position de Téléfilm au cœur de cette industrie chez nous.

Nous allons renforcer nos partenariats de promotion et de diffusion, tels que MADE | NOUS, CBC Gem, Via Rail et Apple, afin que chaque Canadien sache non seulement que nos productions sont de grande qualité, mais aussi où les regarder.

Et laissez-moi vous dire que ces partenariats nous ont démontré ce que nous avons toujours su : si le public canadien peut trouver du contenu canadien, il va le regarder.

**Ensuite, il y a le besoin toujours croissant d'attirer des fonds et des investissements supplémentaires.**

Je ne vous apprend rien si je vous dis qu'il n'y a tout simplement pas assez de ressources dans le système pour répondre aux besoins actuels.

C'est pourquoi il est si encourageant de voir que ce gouvernement a renouvelé son engagement envers le cinéma en promettant

d'augmenter le financement annuel de Téléfilm comme l'a réitéré ce matin encore le ministre Guilbeault. Les discussions vont bon train et

nous travaillons en étroite collaboration avec Patrimoine canadien.

Cela dit, pour que le Canada demeure compétitif dans cette économie mondiale de l'attention, nous devons aussi **diversifier nos fonds** et

obtenir de nouvelles sources de financement récurrentes, en travaillant avec des partenaires internationaux, nationaux et du secteur privé.

**Revoir notre approche en matière d'allocation du financement.**

Téléfilm doit trouver de nouvelles façons de soutenir davantage – et plus efficacement – les entreprises qui veulent constituer un portefeuille de projets compétitifs sur la scène internationale, notamment grâce à la coproduction.

Afin d'optimiser le plus efficacement possible tous nos programmes, nous devons nous attaquer d'abord au pivot de notre architecture de programme : l'**Indice de réussite**.

Afin de mettre en place un indice modernisé pour l'exercice 2021-2022, mon équipe et moi-même allons parcourir le Canada pour mener des consultations publiques, transparentes et inclusives.

Aux mois de mai et de juin prochains, nous allons voyager à travers le pays pour vous présenter des propositions de révision de l'Indice et recueillir vos suggestions et commentaires. Vous aurez également la possibilité de soumettre officiellement vos commentaires en ligne.

Soyons clairs : je n'ai aucune idée préconçue du résultat final. Cela dit, je n'ai également aucun doute que le temps est venu de nous remettre en question et de trouver une approche qui favorise un modèle viable pour récompenser l'excellence et l'expression culturelle, et qui respecte nos valeurs fondamentales en matière de soutien aux créateurs autochtones, de diversité, de parité et d'inclusion.

Notre portefeuille de financement doit être à l'image de tous les Canadiens : les créateurs autochtones, les femmes et les hommes de toutes les orientations, les minorités visibles, les communautés de langue officielle en situation minoritaire. Bref, des créateurs de tous les

milieux, de toutes les communautés, avec des capacités différentes, et provenant de toutes les provinces et territoires.

Téléfilm agira de façon audacieuse et équitable pour constituer ce **portefeuille équilibré.**

**Enfin, nous allons optimiser la capacité opérationnelle de Téléfilm.**

Téléfilm renouvellera son engagement à favoriser la croissance et la promotion de la **PI canadienne.**

## **Conclusion**

L'industrie du cinéma change rapidement, et ce, à l'échelle mondiale.

Notre but est de demeurer compétitifs en étant une **source de référence**, en **optimisant nos pratiques** pour mieux servir nos clients d'aujourd'hui et de demain, et en **faisant preuve d'audace** dans la poursuite de notre objectif.

Aujourd'hui plus que jamais, nos clients ont besoin d'un joueur solide et influent— et plus encore, d'un « partenaire de choix ».

Merci.