



## ASSEMBLÉE PUBLIQUE 2012 DE TÉLÉFILM CANADA

### Sommaire des questions reçues à l'avance par courriel

---

**Q. Pourquoi ne faites-vous plus cette rencontre en direct sur le Net ? Le différé enlève tout intérêt...**

**Q. Est-ce que l'assemblée sera diffusée via Skype, une webdiffusion en direct ou via ballado-diffusion?**

**R.** Nous avons opté pour une formule hybride qui nous permet de rencontrer nos clients et partenaires en personne tout en donnant l'occasion aux autres intervenants de nous soumettre leurs questions à l'avance par courriel. Une vidéo de l'Assemblée publique annuelle, de même que les questions reçues et leurs réponses, seront également rendues disponibles sur le site Web de Téléfilm. Nous avons tenu compte des coûts reliés à une webdiffusion et de l'incidence sur notre budget administratif.

**Q. Pourquoi l'Assemblée publique annuelle a-t-elle lieu à Toronto?**

**R.** Au cours des dernières années, l'Assemblée publique annuelle a été pour nous une occasion de rencontrer des clients et intervenants des régions partout au pays. Les assemblées ont lieu dans une région différente chaque fois. Les assemblées publiques annuelles précédentes de Téléfilm Canada ont eu lieu à Montréal, Halifax et Saint-Boniface, au Manitoba.

**Q. Qu'arrive-t-il au programme Spark Plug, qui était très important pour la diversité culturelle?**

**R.** Le programme Spark Plug a été aboli en 2006. Il a ensuite été remplacé par les programmes d'activités de langues officielles (ALO-OLA) et Place aux histoires autochtones qui ont à leur tour été abolis en 2011 pour être intégrés à nos nouveaux Programmes de [développement](#) et de [promotion](#). Téléfilm continue de soutenir les nouveaux talents par le biais d'initiatives telles que le [Programme de production à micro-budget](#). En outre, notre Programme de développement remanié permet aux nouveaux créateurs et à ceux des communautés minoritaires de travailler en collaboration avec des sociétés de production cinématographique admissibles qui agissent alors à titre de mentors.

**Q. L'industrie cinématographique et télévisuelle change de manière très rapide. Quand pensez-vous développer un programme de soutien à la promotion des nouvelles plateformes pour soutenir la diffusion et le rayonnement de telles œuvres?**

**R.** Le nouveau [Programme de production à micro-budget](#) de Téléfilm met l'accent sur l'appui aux nouveaux talents qui misent sur les plateformes numériques pour la production, la mise en marché et la promotion de leur long métrage. La refonte de nos programmes touchant la distribution, sur laquelle nous travaillons actuellement, tiendra également compte de ces nouveaux besoins. Enfin, nous avons

récemment tenu, en collaboration avec le Fonds des médias du Canada (FMC) et le CRTC, un symposium sur la promotion du contenu canadien s'adressant à l'ensemble de l'industrie. Les discussions entourant les stratégies relatives aux nouvelles plateformes sont évidemment au cœur de cette initiative.

**Q. Dans le cas du programme de développement, les requérants inadmissibles (c'est-à-dire ceux qui n'ont pas produit de longs métrages au cours des cinq dernières années) peuvent tenter d'associer leur requête à celle d'un autre producteur. Cette façon de procéder n'est pas pratique et peut constituer une forme de discrimination. Comment quelqu'un peut-il savoir quel producteur dispose de fonds? Pourquoi l'un et l'autre souhaiteraient-ils s'associer? Même si un tel arrangement est possible, il y a de fortes probabilités que l'autre producteur ait déjà formulé sa requête annuelle... Le fait que le financement du montage (*packaging funding*) est maintenant intégré au développement est un autre obstacle à surmonter, en particulier pour des projets nationaux à budget élevé... Téléfilm modifiera-t-elle sa politique actuelle pour tenir compte de ces facteurs?**

**R.** Il n'est pas du tout rare que des producteurs s'associent en vue de développer et de produire des longs métrages. Les raisons d'établir ce type de partenariat sont nombreuses, et nous avons vu de telles associations dans un grand nombre de requêtes formulées dans le cadre de notre programme de développement cette année. De plus, il a clairement émané de nos consultations que les producteurs souhaitent bénéficier d'une plus grande autonomie et de davantage de souplesse dans les décisions concernant leurs projets; ils ont exprimé le besoin d'un encadrement moins serré par Téléfilm. Il s'agit là d'un des éléments clés de la refonte de nos programmes d'aide au [développement](#).

Les nouveaux talents et les talents issus de certaines collectivités ciblées (cinéastes autochtones et francophones hors Québec, notamment) peuvent maintenant profiter d'une nouvelle relation d'affaires avec des sociétés établies. Notre nouveau programme d'aide au développement permet à ces scénaristes de se prévaloir du programme par l'entremise d'entreprises établies. De plus, lorsque leurs requêtes sont accueillies favorablement, ces entreprises bénéficient d'un soutien en sus de leurs propres projets. Nous visons à ce que les partenariats conclus entre de nouveaux talents et des producteurs expérimentés favorisent l'élaboration de projets plus solides potentiellement générateurs de productions fructueuses qui rejoignent leur public.

Nous ne versons pas de fonds aux producteurs à l'avance (qui eux par la suite nous soumettent une demande...); nous finançons leur portefeuille de projets tel que soumis, si la demande est acceptée. Il est donc impossible pour Téléfilm d'alerter quelqu'un à l'avance en ce qui a trait aux fonds qui seront alloués à un producteur. Il incombe au producteur de constituer le meilleur portefeuille possible, qui peut certainement inclure des partenariats avec d'autres joueurs (y compris des nouveaux talents).

Lorsque des décisions finales auront été prises, nous entendons procéder à un suivi et présenter une analyse rétrospective de la première année de notre programme de développement.

**Q. Si l'objectif de Téléfilm est de produire 100 % des longs métrages qu'elle contribue à développer, alors, comment un producteur – qui n'a pas accès à une aide au développement maintenant – sera-t-il jamais en mesure d'obtenir une aide à la production de Téléfilm? Avec ces changements, n'est-il pas juste de dire que les producteurs qui ont obtenu une aide au développement en 2012 seront probablement les seuls producteurs, à l'avenir, qui pourront avoir accès aux fonds de Téléfilm, que ce**

**soit pour le développement ou la production? Et qu'est-ce qui fait croire à Téléfilm que 1/3 est un mauvais ratio? Les studios de Hollywood ne produisent-ils pas moins de 1 % des films qu'ils développent?**

R. Nous comprenons que l'industrie créative est une industrie de recherche et développement, où il y n'y aura probablement pas un taux de réussite de 100 % quant aux projets en développement passant en production. Ce que nous avons dit, c'est qu'à l'heure actuelle, seulement le tiers des projets produits avec l'aide de Téléfilm (en production) avaient obtenu des fonds de Téléfilm pour le développement. Cela signifie que 65 % des projets actuellement en production avec l'aide de Téléfilm ont été développés sans notre soutien.

Cela dit, Téléfilm a cherché à mieux identifier les besoins de sa clientèle très diversifiée et à adapter l'aide au développement en fonction de ces besoins. La refonte de nos programmes permet notamment davantage de fluidité, de souplesse et d'autonomie, trois éléments nécessaires qui sont ressortis clairement de nos consultations auprès de l'industrie.

Téléfilm sait que cette industrie a besoin d'un apport constant de nouveaux créateurs et de talents émergents pour pouvoir prospérer. C'est pourquoi Téléfilm a créé d'autres incitatifs financiers dans le cadre de son [programme d'aide au développement](#) remanié, favorisant les occasions pour les nouveaux talents de travailler avec des sociétés de production établies, afin que ceux-ci aient de meilleures chances de voir leurs scénarios être développés et produits, et qu'à terme leur film attire les auditoires.

**Q. Avec plus de 75 % des fonds alloués au développement écoulés, Téléfilm n'a financé jusqu'ici que cinq compagnies de la région de l'Atlantique, en comparaison à 27 l'an dernier. Pourquoi 95 % des producteurs de longs métrages devraient-ils se voir refuser l'accès aux fonds publics de Téléfilm pour le développement? N'y a-t-il pas une meilleure solution aux problèmes budgétaires de Téléfilm que de mettre en péril la carrière de milliers de personnes?**

R. L'un des principaux objectifs de la refonte de nos programmes d'aide au développement a été de donner aux producteurs plus d'autonomie et de souplesse à l'égard des décisions quant à leurs projets; de simplifier les processus d'affaires de Téléfilm; d'être moins bureaucratique. Ces points ont été soulevés à maintes reprises durant nos consultations auprès de l'industrie.

Nous avons pu ainsi réaliser des économies de coûts du côté de nos dépenses administratives et réinvestir ces sommes dans nos programmes, ce qui est crucial dans le contexte financier actuel.

En fait, en 2011-2012, nous avons transféré 1,2 million \$ de notre budget administratif vers nos programmes de financement.

Au moment de rédiger ce document Questions et réponses (novembre 2012), les fonds alloués au développement n'ont pas tous été investis, ce qui n'était pas le cas à la même époque l'an dernier.

Nous sommes engagés à soutenir un portefeuille diversifié, et il reste encore à voir combien de projets de développement en provenance de la région de l'Atlantique nous appuierons au cours du présent exercice financier.

Le nouveau Programme d'aide au développement n'en est qu'à sa première année, et il est trop tôt pour en déterminer l'impact. Toutefois, nous procéderons à un bilan du processus au début de l'année 2013 et solliciteront la rétroaction de l'industrie. Nous déterminerons à ce moment si des ajustements sont nécessaires.

**Q. Le calcul de l'Indice de réussite de Téléfilm, qui sert à établir les « sociétés qui ont du succès » et qui pourront éventuellement avoir accès à des fonds publics pour le développement, ne tient pas compte de la taille du budget d'un film. Par conséquent, les sociétés qui sont actuellement en mesure d'obtenir une aide au développement sont simplement celles qui ont produit des films à gros budget ayant bénéficié d'une coûteuse campagne de promotion (et qui, ironiquement, sont les films qui ont perdu le plus d'argent). Autrement dit, la nouvelle stratégie de Téléfilm est de donner plus d'argent aux producteurs qu'ils ont toujours financés. Téléfilm pourrait-elle fournir la liste des sociétés de production de longs métrages à petit budget de l'ensemble du pays qui ont réussi à obtenir du financement pour leurs projets en développement en 2012?**

R. Tel qu'énoncé dans son plus récent plan d'entreprise, *Valoriser la réussite culturelle*, la création d'une mesure plus large du succès constituait une priorité. Au cours des dix dernières années, l'expérience nous a démontré que même si les recettes-guichet continuent d'être importantes, celles-ci doivent être prises en compte parallèlement à d'autres facteurs, comme les plateformes de distribution. L'Indice de réussite est un outil quantitatif qui nous permettra de mesurer la réussite du portefeuille d'investissements de Téléfilm au fil du temps.

Téléfilm continuera de récompenser le succès tout en demeurant engagée à maintenir un portefeuille d'investissements diversifié, composé de productions présentant les meilleures chances de réussite auprès d'auditoires tout autant diversifié, peu importe la région, la langue ou la communauté culturelle.

Pour des raisons de confidentialité, il nous est impossible d'identifier ou d'étiqueter certaines sociétés comme étant des sociétés produisant des films « à petit budget ». Toutefois, comme c'est le cas pour tous nos programmes, les décisions sont affichées sur une base trimestrielle dans la section Rapports d'investissements de notre site Web (<http://telefilm.ca/fr/telefilm/rapports-d-investissements>).

**Q. Téléfilm est-elle prête à apporter des changements à l'Indice de réussite?**

R. Les composantes de *l'Indice de réussite*, pour le moment, ne changeront pas. Ces composantes sont : le succès commercial, le succès culturel et le succès industriel.

Cela ne veut pas dire que les mécanismes – et les processus – servant à recueillir l'information ne vont pas être améliorés et modifiés. Ils le seront. Les producteurs et d'autres intervenants de l'industrie nous ont déjà fait plusieurs suggestions sur ce que nous devrions faire pour améliorer la communication des données.

**Q. Cette grave perte de confiance de l'industrie à l'égard de Téléfilm résulte principalement de deux choses, soit (a) le manque de transparence et (b) le manque de consultation au sujet des changements subits apportés par Téléfilm à sa politique d'aide au développement le printemps dernier. À l'avenir, Téléfilm pourrait-elle fournir une liste publique des noms des personnes qui ont été consultées, indiquant le rôle de chacune de ces personnes dans l'industrie cinématographique? De plus, Téléfilm pourrait-elle s'orienter vers une consultation plus approfondie avec les producteurs eux-mêmes? De**

**plus, Téléfilm pourrait-elle être plus sensible aux conflits d'intérêts, et au fait que plusieurs des changements à ses politiques sont susceptibles de profiter grandement à certains producteurs et de nuire à d'autres? De plus, Téléfilm pourrait-elle – comme toute autre société d'État administrant des fonds publics – faire preuve de transparence relativement à ses données, ce qui inclut la publication de l'Indice de réussite pour chaque société, chaque producteur et chaque film?**

R. Tout d'abord, Téléfilm n'a jamais autant consulté l'industrie que depuis les deux dernières années et demie. Un grand nombre de nos idées concernant les changements et la refonte provenaient de l'industrie qui nous a demandé deux choses : moins de bureaucratie et plus d'autonomie.

Nous avons consulté plusieurs organisations de l'industrie, incluant les organismes provinciaux, les associations de producteurs, les associations de scénaristes, les distributeurs, etc. (veuillez vous référer à la liste des consultations en annexe). Nous nous attendons à ce que les représentants de ces groupes communiquent l'information à leurs membres ou collègues.

De plus, nous avons rencontré des producteurs de façon individuelle. Il nous est impossible d'organiser une rencontre avec tous les producteurs; toutefois, nous sommes convaincus que les producteurs et intervenants que nous avons consultés sont représentatifs de l'industrie dans son ensemble.

Cela dit, à moins qu'une organisation ait rendu publique sa position, pour avoir une discussion franche et ouverte avec nos partenaires, nous devons respecter leur anonymat quant aux commentaires qu'ils nous ont soumis.

Enfin, nous ne pouvons pas partager l'information quant aux pointages de réussite individuels, étant donné que certains de ces résultats sont directement reliés aux données commerciales et financières fournies par les clients. Évidemment, les détails concernant les investissements propres à Téléfilm sont de nature publique, comme toujours.

**Q. Je suis extrêmement préoccupé par ce que je considère comme un manque de vision dans l'approche de Téléfilm qui définit un producteur uniquement comme étant quelqu'un dont au moins un film a été distribué dans les salles de cinéma canadiennes au cours des cinq dernières années. Il existe de nombreux producteurs d'expérience, comme le producteur primé Norman Jewison, qui ont produit des films qui n'ont pas été distribués en salles au Canada dans les cinq dernières années et qui ont prouvé être capables professionnellement et créativement de produire des longs métrages. Or, comme aucun de leur film n'a été lancé en salles au Canada au cours des cinq dernières années, leurs capacités ne sont pas reconnues en vertu des principes directeurs de Téléfilm.**

R. Il n'y a pas de nouvelle définition de ce qu'est un producteur pour aucun de nos programmes. Les critères d'admissibilité pour un producteur, applicables au Programme d'aide à la production de Téléfilm, n'ont pas changé. Ce sont les critères d'admissibilité pour notre Programme d'aide au développement qui ont été modifiés au cours du présent exercice financier.

Comme vous le savez, les Programmes d'aide au développement affichaient un taux de demande trop élevé, ce qui entraînait des coûts administratifs élevés et de longs délais de décision. L'industrie nous a fait savoir que cela devait changer. L'objectif de la refonte est d'accroître notre efficacité afin de répondre aux besoins de nos clients en simplifiant les procédures administratives et réduisant le délai de décision. Pour ce faire, nous simplifions les principes directeurs et clarifions les critères d'admissibilité.

Il s'agit de la première édition du nouveau processus concernant le développement. Nous avons reçu des suggestions et des commentaires de la part de différents producteurs comme vous, par conséquent, nous ferons un bilan sur le développement l'année prochaine et chercherons à répondre aux préoccupations exprimées.

**Q. L'an dernier, quel pourcentage du soutien de Téléfilm en production a été attribué à de nouveaux cinéastes ou à des cinéastes émergents?**

Soutenir les nouveaux talents et les talents émergents a été une priorité pour Téléfilm au fil des ans. Par le biais de nos divers programmes et de nos initiatives liées à la formation, Téléfilm appuie de manière active les nouveaux talents et les talents émergents, puisqu'il s'agit d'un facteur essentiel pour assurer la croissance de notre industrie.

Pour établir ces statistiques, nous avons défini les nouveaux talents et les talents émergents comme étant les personnes qui ont produit et/ou réalisé un premier ou un deuxième long métrage et dont les projets ont été soutenus en production en 2011-2012.

En 2011-2012, environ 45 % de l'ensemble des projets de production que nous avons appuyés ont été des projets émanant de nouveaux réalisateurs ou de réalisateurs émergents (ç.-à-d. 34 projets soutenus). Pour le marché de langue anglaise, ce chiffre atteint 57 % (25 projets soutenus), alors que pour le marché de langue française, il est de 29 % (9 projets soutenus). En ce qui a trait aux nouveaux producteurs ou aux producteurs émergents, environ 25 % de l'ensemble des projets soutenus en production émanait de producteurs émergents. Pour le marché de langue anglaise, le chiffre est de 34 % (15 projets soutenus) tandis que pour le marché de langue française, il est de 13 % (4 projets soutenus).

Ces données ne reflètent toutefois pas l'ensemble de l'appui de Téléfilm aux nouveaux producteurs et réalisateurs ou aux producteurs et réalisateurs émergents. Ces derniers bénéficient également de notre soutien en développement, à la mise en marché, en formation, et par le biais d'initiatives liées au développement des talents, et aux festivals. De plus, cette année, nous avons lancé le nouveau programme de production à micro-budget qui s'adresse spécifiquement aux nouveaux talents à l'échelle du pays.

## **Sommaire des questions demandées durant la période de questions et réponses de l'Assemblée**

---

**Q. Pouvez-vous nous en dire plus sur l'Indice de réussite? Pourquoi l'avez-vous créé et comment cela fonctionne-t-il?**

**R. (M. Roy)** Il y a deux ans, je feuilletais des documents en prévision d'un discours que je devais prononcer. J'ai été stupéfié de constater que seulement 6 % des recettes brutes des films canadiens en langue anglaise provenaient des salles de cinéma, ce qu'on appelle les recettes-guichet. Pourtant, nous

nous basions sur ce seul indicateur pour évaluer le succès de nos films canadiens. Je trouvais qu'une telle mesure était non seulement incomplète, mais qu'elle était injuste pour les producteurs.

Elle ne tenait pas compte du fait que 65 % de leurs recettes brutes provenaient des ventes internationales et que 15 % de ces recettes provenaient de la télévision. Elle ne tenait pas compte du fait qu'un pourcentage des recettes provenait des DVD et probablement d'autres types de plateformes, d'écrans, etc. Elle n'était pas seulement incomplète, elle était carrément injuste.

Nous en avons discuté avec la direction, qui a élaboré cet indicateur – ce que j'appelle un indicateur composite – qui prend en considération tous les aspects du succès réel d'un film. Comment est-ce qu'il fonctionne? Soixante pour cent de l'Indice porte sur des mesures économiques, dont 40 % représentent les recettes-guichet nationales. Trente pour cent porte sur l'aspect culturel du succès d'un film. Parce qu'il ne faut pas oublier que certains de nos films, même s'ils ne remportent pas nécessairement un succès monstre au cinéma, peuvent récolter des tonnes de prix dans des festivals partout dans le monde. Cela génère de l'intérêt pour les films canadiens – pour le cinéma canadien – qui profitera à d'autres films, qui connaissent peut-être plus de succès en salles. Il nous faut donc tenir compte également de cela lorsque vient le temps d'évaluer le succès d'un film.

Enfin, 10 % de l'indice porte sur l'aspect industriel, c'est-à-dire la part du financement que le producteur a réussi à obtenir du secteur privé pour sa production, car comme Carolle l'a mentionné plus tôt, nos rapports indiquent que les films qui bénéficient le plus d'un investissement privé sont également ceux qui ont le plus de succès. Voilà comment fonctionne l'indicateur.

**Q. Vous avez mis en vigueur de nouveaux critères d'admissibilité pour l'aide au développement l'an dernier. Est-ce que ce même type de critères sera mis en application pour l'aide à la production?**

**R. (C. Brabant)** Non. Les critères d'admissibilité en production n'ont pas changé et ils ne changeront pas.

**Q. Ceci est une assemblée publique annuelle. Vous y présentez votre rapport annuel et vos documents financiers. Nous sommes tous venus à cette assemblée publique pour voir ces documents et vous poser des questions. Vous parlez d'argent, mais où sont les rapports financiers? Comment sommes-nous censés nous informer pour vous poser des questions si nous n'avons pas le rapport annuel et les états financiers devant nous?**

**R. (C. Brabant)** Bien, nous avons pris la décision il y a deux ans de dépenser l'argent d'une façon plus réfléchie. La publication de nos rapports annuels coûtait très cher, et seul un très petit nombre de personnes s'en servaient réellement. Nous avons donc trouvé une solution plus efficace, plus écologique, et avons décidé de publier l'information sur le Web, une information que vous pouvez imprimer si vous le désirez. Il y a des versions PDF et je crois que nous nous sommes tournés vers cette solution il y a deux ou trois ans. Jusqu'à présent, tout le monde s'est dit très satisfait de cette solution.

**Q. Quelle est la définition de talent émergent?**

**R. (C. Brabant)** Selon notre définition, un talent émergent est une société de production ou un cinéaste qui n'a pas produit un grand nombre de films – voilà ce que serait un talent émergent. Cela n'a rien à

voir avec l'âge. Ce sont les antécédents mesurés par la feuille de route de la société ou du cinéaste. Voilà comment nous définissons le talent émergent.

**Q. Bonjour, je suis Jack Blum. Je suis le directeur général de Reel Canada et j'ai été un peu surpris que mes paroles soient rapportées sur la scène. À titre informatif, Reel Canada présente effectivement des festivals de films canadiens dans des écoles secondaires de l'ensemble du pays. Téléfilm a semé le projet et a joué un rôle fondamental en y accordant du financement sur une base régulière, ce qui lui a permis de prendre de l'expansion. Nous sommes au point où dans quelques années, si nous continuons... Nous sommes présents dans sept provinces à l'heure actuelle. Bientôt, nous serons peut-être en mesure d'en tirer avantage, de promouvoir les films avant leur lancement – le bon film dans les bonnes circonstances. J'aimerais seulement demander à M<sup>me</sup> Brabant de nous parler un peu plus de ces nouvelles occasions de promotion que vous avez en tête, et des différentes façons dont vous espérez rehausser le profil de la marque canadienne.**

**R. (C. Brabant)** C'est un projet qui a été lancé il y a trois ans en même temps que notre nouveau plan stratégique. L'idée était en fait d'accroître la demande. Comme nous l'avons mentionné dans plusieurs de nos discours, nous avons réalisé il y a trois ans que, oui, nous avons rempli le volet de notre mandat qui était de bâtir une industrie, et vous en êtes la preuve. Il y a des succès, il y a du contenu sur nos écrans. Mais nous estimions que nous avions encore de la difficulté à intéresser les gens au contenu. C'est là que nous nous sommes demandé comment nous pourrions y arriver. Nous étions très heureux de voir que le Fonds des médias du Canada et d'autres partenaires pensaient comme nous. À l'avenir, un des projets que nous mettrons en place seront en lien avec les séances de projections que nous avons organisées par exemple au MIPCOM. Mais ce n'est qu'une première étape. C'était une façon, je crois, de mettre cette idée à l'essai, et nous sommes enchantés de poursuivre ce projet avec le FMC, et nous espérons qu'il y en aura d'autres. Nous sommes satisfaits des résultats du symposium à Ottawa et heureux de voir que de nombreuses personnes se sont montrées intéressées à participer à ces initiatives. Téléfilm et le FMC rencontrent d'ailleurs le CRTC demain pour voir quelle sera la prochaine étape. Notre objectif est de présenter un plan plus officiel à la CMPA [Canadian Media Production Association]. En attendant, nous avons présenté *Midnight's Children* dans diverses régions du Canada.

**Q. Je suis Elvira Lount, je suis une productrice de la Colombie-Britannique, et je suis un peu l'exception dans cette salle aujourd'hui. Tout d'abord, j'aimerais simplement dire que les producteurs de la Colombie-Britannique partagent sensiblement... partagent le même point de vue que ceux de l'Ontario et des provinces de l'Atlantique qui, dans les derniers jours, ont exprimé par le biais des médias leur mécontentement à l'égard du nouveau plan de Téléfilm pour le développement. Nous sommes nombreux à penser que nous sommes sur un bateau en train de couler qui a été torpillé par Téléfilm et qu'en tant que producteurs, nos chances de survie sont minces. Maintenant que je me suis vidé le cœur, ma question est la suivante. Combien de producteurs de la Colombie-Britannique ont obtenu une aide au développement de Téléfilm et comment cela se compare-t-il aux années précédentes? Comment cela se compare-t-il à la moyenne pour la province, pour les autres régions du pays, et quel a été, selon votre rapport annuel, le pourcentage du financement total de Téléfilm ayant été accordé à la Colombie-Britannique et aux autres provinces de l'Ouest en 2011-2012, que ce soit pour le développement et la production, la promotion, etc.? Parce que l'an dernier, le pourcentage**

**n'était que de 6,5 % alors que 34 % de la population vient de l'Ouest, et nous n'avons obtenu que 6,5 % du financement.**

**R. (C. Brabant)** Pour ce qui est de la première partie de votre question, comme je l'ai mentionné plus tôt, nous n'avons pas les résultats finaux, parce que l'argent n'a pas été entièrement dépensé. Nous vous présenterons les résultats finaux pour le développement lorsque nous les aurons, mais l'argent n'a pas été complètement dépensé. Ce que nous pouvons dire, c'est que jusqu'à maintenant, l'argent a été dépensé dans toutes les régions du pays. Les talents émergents ont reçu de l'argent, mais je n'ai pas les chiffres exacts, alors, je suis désolée, mais je ne peux pas répondre à la première partie de votre question, parce que nous n'avons pas encore toutes les données.

**(M. Roy)** Est-ce que je pourrais seulement donner une réponse générale à la première partie de la question et peut-être que vous pourriez ensuite entrer dans les détails? Je vous ai parlé plus tôt de documents que j'avais consultés il y a deux ans en prévision d'un discours. L'une des données qui m'avaient vraiment frappé est qu'au Canada anglais, la part de marché, nous parlons bien entendu des recettes-guichet, plus précisément des recettes-guichet nationales, la part de marché des films canadiens en anglais était de 0,9 %.

Difficile d'aller plus bas que cela. Il m'est apparu évident qu'il nous fallait changer les choses. Quand je dis « nous », je ne parle pas seulement de Téléfilm, je parle de l'industrie; je parle de tout le monde. Parce que le grand défi que nous avons maintenant et le grand défi que nous allons avoir durant les prochaines années est de nous assurer que... Nous avons certains des meilleurs producteurs, réalisateurs, acteurs et techniciens au monde. Ceux-ci peuvent se mesurer aux meilleurs dans le monde entier et peuvent travailler avec les meilleurs dans le monde entier. Notre problème, c'est d'amener la population, les auditoires canadiens, à en prendre conscience. Il semble qu'il nous reste du chemin à faire.

Nous devons faire quelque chose, et nous devons le faire ensemble, parce qu'un groupe ne peut y arriver seul – c'est toute l'industrie et les organismes publics qui, ensemble, peuvent y arriver. Nous devons convaincre les auditoires canadiens que nous avons un produit qui figure parmi les meilleurs au monde. Pour ce faire, il faut nous assurer que les meilleurs produits se retrouvent sur les écrans, afin que nous puissions séduire le public canadien.

Nous n'allouons pas nos fonds par région. En réalité, pour être franc, nous allouons nos fonds en fonction de la qualité des projets que nous recevons. Si nous recevons plus de projets de qualité de la Colombie-Britannique que de toute autre région – et nous avons eu cette discussion ce matin – la Colombie-Britannique obtiendra une plus grande part du gâteau. Il faut nous assurer de présenter un projet de qualité à l'écran, afin de pouvoir convaincre les Canadiens que nous avons un produit qui se situe parmi les meilleurs au monde. Voilà pour ma réponse générale.

**Q. (Elvira Lount) Comment pouvez-vous créer des projets de qualité? En développement, vous ne lisez même pas les scénarios. L'industrie est basée sur des projets créatifs, qui commencent par le scénario. Vous avez maintenant éradiqué cet aspect.**

**R. (M. Roy)** Bien, vous savez quoi? Les scénarios ne nous en disent pas beaucoup.

**(C. Brabant)** Et ce que nous avons entendu de vous, de tout le monde, et de je ne sais pas combien de personnes ou d'organisations que j'ai rencontrées. De Terre-Neuve, à Halifax, à Vancouver, à Victoria, vous nous avez dit que vous saviez ce que vous faisiez, que vous étiez autonomes, que vous aviez prouvé que vous étiez capables de déterminer quels projets étaient les meilleurs et quels projets pouvaient aller en développement, et que vous en aviez assez que Téléfilm vous tienne par la main à toutes les étapes du processus. Et c'est exactement les changements que nous avons apportés. Nous savons que vous avez la capacité de décider quels projets nous devrions financer et quels projets nous devrions examiner. Voilà exactement en quoi consiste le développement. Vous avez raison de dire que nous avons haussé la barre pour le développement.

Une autre chose qui est ressortie très clairement lors des réunions que nous avons tenues est que si nous avons une définition pour la distribution, et c'est quelque chose que nous faisons depuis longtemps, nous devons déterminer qui est une société de distribution et qui possède les compétences pour être une société de distribution. Nous l'avons fait pour les sociétés de production, et nous avons décidé de le faire pour le développement. La règle que nous avons fixée est que pour être considéré comme une société de production, parce que nous finançons des films, il faut avoir produit un film en cinq ans – un film. Même un film qui n'a pas été financé par Téléfilm, n'importe quel film. Parce que vous nous avez dit que nous devrions tenir compte – et c'est vrai – de l'expérience que vous avez en télévision. Alors, c'est ce que nous avons fait. Vous ne pouvez pas avoir l'autonomie et nous demander en même temps de mener la barque et de prendre toutes les décisions. Il faut un équilibre et c'est pourquoi l'Indice est si utile. Croyez-moi, nous avons fait notre travail, et nous ne l'aurions pas fait si nous n'avions pas évalué vos feuilles de route comme nous l'avons fait depuis toujours, de 1968 à aujourd'hui. Et l'Indice nous permet de le faire d'une manière plus équitable. Nous le faisons sans outil. C'est un outil. Ce n'est pas un décideur. Il nous permet d'établir une comparaison d'une façon plus transparente.

Passons à la deuxième partie de votre question. Oui, nous savons qu'il y a un problème et en fait, nous avons identifié le problème de la réduction du financement qui touche notamment la Colombie-Britannique. Nous avons examiné les données, et sans trop aller dans les détails, nous aurons une réunion avec la CMPA-BC à la fin du mois. Nous ne sommes pas les seuls à être en cause là-dedans. Nous pouvons vous assurer qu'en ce qui concerne le développement, les productions à petit budget, la postproduction, le financement de Téléfilm n'a pas beaucoup changé au fil des ans. Les statistiques qui peuvent varier d'une année à l'autre, mais très légèrement. C'est très équitable. Le financement a été réparti dans l'ensemble du pays, et il n'y a eu aucun changement.

Là où il y a eu des changements, c'est du côté des projets nationaux. Nous sommes en mesure de financer seulement huit ou dix projets nationaux en anglais chaque année. L'élément qui permet d'obtenir du financement pour un projet national est véritablement la participation du marché. Les statistiques auxquelles vous faites référence indiquent qu'il y a eu beaucoup en 2007 et peu en 2011. Mais en 2007, trois producteurs [de la Colombie-Britannique] seulement se sont taillé la part du lion. L'un d'eux n'est plus en affaires, et les deux autres sont partis s'établir en Ontario.

Donc, je pense qu'il y a des raisons pour lesquelles nous ne finançons des projets de grande qualité qu'à hauteur de 25 % du budget de production; l'autre tranche de 75 % doit provenir d'ailleurs. Nous avons constaté qu'un fort pourcentage de projets étaient abandonnés – particulièrement en Colombie-

Britannique. Cela nous préoccupe et nous allons en parler pour essayer de trouver des solutions. Mais ce sera en collaboration avec d'autres, parce que nous ne sommes pas les seuls responsables de cette situation.

**Q. Je suis Avi Federgreen. Je suis producteur et distributeur. J'aimerais signaler quelques problèmes. D'abord, la plupart des films qui sont financés au Canada aujourd'hui ont des budgets d'environ 1 million de dollars. Les dernières personnes à être payées et, dans la plupart des cas, à ne pas être payées sont les producteurs. Il y a de nombreux producteurs qui reportent, reportent et reportent encore leur paiement pour finalement ne jamais recevoir un sou. Comment ils peuvent réussir à survivre dans cette industrie est un mystère. Et je suis l'un d'eux.**

**L'autre aspect du problème est que lorsque vous faites ce genre de films, la plupart des distributeurs ne veulent pas s'en occuper. Et lorsque ces films sont distribués, ce n'est que dans un ou deux cinémas dans tout le pays. Vous fondez vos décisions sur le succès, mais il ne peut y avoir grand succès si seulement deux cinémas projettent votre film, ce qui pose un énorme problème, surtout, comme je l'ai dit, lorsque la plupart des films qui sont produits au Canada chaque année... et je vois beaucoup de cinéastes venir à moi à la recherche d'un distributeur et me supplier littéralement d'examiner leur projet sérieusement. Ce sont tous des films de moins de 1 million de dollars et je suis peut-être leur unique solution.**

**R. (C. Brabant)** Pour répondre à la première partie de votre question, c'est un environnement très, très compétitif – c'est certain – et nous n'allons pas vous contredire là-dessus. En moyenne, nous donnons notre accord à seulement 20-25 % des projets qui nous sont présentés. Nos ressources ne nous permettent de financer que 20-25 % des projets que nous recevons. Nous estimons que nous devrions donner plus d'argent aux producteurs pour leur permettre de produire leurs films. Nous allons donc donner plus d'argent aux films à plus petit budget et nous élargissons la définition de ces films pour inclure les productions d'un budget maximum de 2,5 millions de dollars.

Comme je l'ai déjà dit, nous ne sommes pas là pour financer 100 % des films. Fondamentalement, et cela dépend du nombre de demandes présentées à Téléfilm, nous ne finançons en moyenne qu'environ 30 % des projets. Cela peut varier pour les films à plus petit budget, mais la moyenne se situe autour de 30 %. Oui, c'est difficile de trouver le reste du financement. C'est pourquoi nous avons créé le Fonds des talents. Si c'est une réussite, nous allons trouver des partenaires qui seront prêts à investir plus d'argent. C'est un outil. Ce n'est pas la réponse à tout.

Comme je le mentionnais, nous allons travailler avec la CMPA-BC pour tenter de trouver d'autres solutions. Nous avons créé l'outil pour les projets à micro-budget pour offrir des occasions aux producteurs et aux talents émergents de réaliser leur premier film. Lorsqu'il est question de mesurer le succès, l'outil et les attentes, bien entendu, seront différents, selon ce dont il s'agit. Comme je le disais, nous n'utilisons pas l'Indice de réussite comme un outil noir et blanc pour dire « c'est oui ou c'est non ». Ce n'est qu'un des outils utilisés.

Bien sûr, il y a des gens très talentueux à Téléfilm qui prennent les décisions, et ils vont faire preuve de jugement pour évaluer la demande, en fonction du type de demande, de la taille du budget, etc. Et bien entendu, nous ne demandons pas le même niveau de succès à quelqu'un qui présente une demande

pour un film à petit budget – de moins de 2,5 millions de dollars – qu’à quelqu’un qui demande du financement pour un film de 10 millions de dollars. Ce n’est pas la même chose et nous allons en tenir compte.

Nous croyons que notre façon de mesurer le succès ouvre en fait la porte à plus de talents et à une plus grande reconnaissance de la part des différentes sources. Par exemple, les cinéastes qui signent une première œuvre – et c’est là que leur carrière commence – obtiennent souvent beaucoup de succès sur la scène internationale dans les marchés et les festivals, et nous considérons cela comme un élément contribuant à la feuille de route des sociétés de production et des cinéastes.

**Q. J’aimerais commencer par faire une déclaration au nom de la Producers Roundtable of Ontario et je poserai ensuite ma question. À la PRO, nous croyons fermement qu’il faut « plus pour un plus grand nombre et non beaucoup plus pour un très petit nombre ». La façon dont l’argent est alloué par Téléfilm Canada, qui refuse de nous donner les chiffres – et croyez-moi, nous les avons demandés – est qu’ils donnent trop d’argent aux personnes qui se trouvent dans le haut de la chaîne alimentaire économique, et pas assez aux talents émergents ni à ceux qui sont au milieu. Nous sommes prêts à travailler avec le gouvernement et les artistes de tous les secteurs pour mettre fin à cette pratique.**

**La PRO a soumis trois propositions pour lesquelles nous n’avons encore reçu aucune réponse, ce qui me déçoit énormément. L’une d’elles est que les sociétés qui ont obtenu une aide au développement pour cette année devraient se retrouver dans le bas de l’échelle pour l’an prochain. PRO Ontario, PRO Atlantic Canada, et j’imagine que je devrais vous informer que PRO Western Canada en fera la demande également, devraient être des membres permanents du groupe de travail de Téléfilm.**

**Avant que la proposition de Téléfilm concernant l’évaluation du financement ne soit mise en application, elle devrait faire l’objet d’une vérification indépendante financée par Téléfilm ou par Patrimoine canadien, dont les résultats seraient communiqués à l’industrie.**

**Je comprends que les conseils d’administration doivent être constitués de personnes provenant de différents domaines d’expertise. Ma question est la suivante : grosso modo, quel pourcentage de votre conseil d’administration est formé de membres ayant de l’expérience dans l’industrie cinématographique, et cette combinaison de compétences permet-elle de guider convenablement Téléfilm à travers les méandres de notre industrie qui évolue rapidement?**

**R. (M. Roy)** Bien, pour ce qui est du conseil, je peux répondre ceci. La réponse est qu’aucun membre du conseil d’administration de Téléfilm n’a le droit d’avoir des intérêts dans l’industrie audiovisuelle. C’est une règle sur le conflit d’intérêts qui a été mise en vigueur, si je me souviens bien, il y a quatre, cinq... ou peut-être six ans lorsque je suis entré en fonction. Donc, aucun membre de notre conseil ne peut avoir des intérêts dans quelque secteur que ce soit de l’industrie audiovisuelle.

Mais je peux cependant vous dire une chose. Les membres du conseil d’administration de Téléfilm, dont certains possèdent des connaissances de base sur l’industrie, sont des gens très dévoués, très généreux de leur temps. Ils sont vaillants et travaillent très fort pour le bien-être de l’industrie – je peux vous l’assurer. Mais il est très difficile de trouver une personne possédant une connaissance très pointue de l’industrie et n’ayant aucun intérêt dans cette même industrie – c’est le défi qu’il nous faut relever.

**Q. Nous participions récemment à une réunion avec Téléfilm et une des choses qui me frustrent le plus comme producteur est que le nouveau programme de développement avait pour but d'améliorer les choses, mais il ne semble pas que ce soit le cas.**

**R. (C. Brabant)** Bien, ce fut le cas pour certains. Par le passé, et encore une fois, peut-être que cela ne répond pas spécifiquement à votre question, par le passé, il fallait compter en moyenne 18 semaines pour que les décisions concernant le développement soient rendues, ce qui, selon nous, était inacceptable.

**Q. Je suppose que ça ne fait qu'un an, mais dans notre environnement économique, je ne peux passer un an sans recevoir de chèque. Nous ne pouvons attendre en mai...**

**R. (C. Brabant)** Nous répondons rapidement aux demandes. Pour la première suggestion, je suppose qu'il nous faudrait aller en consultation, car je ne sais pas si certains de vos collègues approuveraient le fait de ne pas recevoir d'aide au développement l'an prochain s'ils en ont obtenue cette année.

Je pense que nous nous faisons un point d'honneur de répondre avec empressement aux demandes. En ce qui concerne la PRO, corrige-moi si je me trompe, Dave, mais depuis mai, nous avons eu au moins cinq réunions avec vous, alors je crois que nous sommes très réceptifs à votre demande. Nous ne pouvons pas trouver toutes les solutions au lendemain de votre demande. Nous allons nous pencher sur votre proposition. Nous trouverons une réponse. Mais, comme je le disais, dans un cas au moins, cela nécessitera plus de travail car je soupçonne que nous devons sans doute aller en consultation.

**Q. L'approche de Téléfilm est d'encourager les productions à micro-budget, d'encourager les investissements du secteur privé, et parmi les plus importants actifs que possède Téléfilm, il y a, à mon avis, les projets qui ont été développés mais non produits sur une période de plus de 30 ans. Si c'est vraiment là l'objectif, et que Téléfilm ne fait presque pas d'argent avec des projets qui vont en production, des projets développés par Téléfilm, mais non financés par Téléfilm – c'est un très, très petit nombre – quand on sait qu'il y a tant de producteurs qui pourraient créer des projets à micro-budget en obtenant du financement du secteur privé, des projets qui sont destinés à de nouveaux marchés, si Téléfilm pouvait considérer renoncer au remboursement des prêts – des prêts pour le développement – pour les projets dans lesquels elle ne va pas investir et transformer ces prêts pour le développement en investissement dans les projets, de sorte que nous ne soyons pas tenus de rembourser... Je vois souvent des projets qui ont obtenu 100 000 \$ pour leur développement mais que Téléfilm ne financera jamais. Vous pourriez prendre ce projet, et créer une série Web ou tout autre projet si vous n'aviez pas à rembourser les 100 000 \$ à Téléfilm – cet argent pourrait simplement servir d'investissement. Vous n'allez pas récupérer l'argent de toute façon, alors, pourquoi ne pas considérer renoncer au remboursement de ces prêts et simplement investir dans ces projets, pour donner ainsi plus de chances à tous ceux qui sont dans la salle aujourd'hui et à chaque producteur qui produit depuis 30 ans pour Téléfilm, et trouver un nouveau marché pour ces projets. Certains remontent à une dizaine d'années, alors qu'il n'y avait pas le Web pour les diffuser. Pourquoi n'utilisez-vous pas cet argent qui... Ce n'est pas réellement de l'argent pour vous; vous n'allez pas le récupérer. Investissez-le dans les projets et laissez les producteurs faire ce qu'ils peuvent dans le secteur privé.**

**R. (C. Brabant)** Nous allons certainement nous pencher sur cela. Nous allons considérer cela comme une suggestion. Dans cet ordre d'idées, je crois que nous avons pris certaines mesures. L'une d'elles – et ça ne fonctionnera peut-être pas pour l'Ontario à cause du crédit d'impôt provincial – mais depuis le 1<sup>er</sup> avril, nous offrons aux producteurs la possibilité que Téléfilm n'acquière pas nécessairement les droits – les droits de propriété – dans la production. Voilà quelque chose que nous avons fait pour transférer l'entière propriété des projets aux sociétés de production.

## Annexe

---

### Liste des consultations pour la refonte des programmes

Academy of Canadian Cinema and Television (ACCT)	Hamilton Film Production
Association coopérative des productions audio-visuelles (ACPAV)	Item 7
Alliance Films	K Films
Alliance of Aboriginal Media Producers	KinoSmith
Alliance des producteurs francophones du Canada (APFC)	Lowenbe Holdings
Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ARRQ)	Manitoba Film and Music
Attraction Media	Max Films
Brightlight Pictures	micro_scope
Buffalo Gal Pictures	Minds Eye Entertainment
Burns Films	Mongrel Media
Canadian Association of Film Distributors and Exporters (CAFDE)	National Screen Institute of Canada
Cinémaginaire	Novem Communications
Cinéastes indépendants	Ontario Media Development Corporation (OMDC)
Cineplex	Pixcom
Cirrus	Pope Productions
Canadian Media Production Association (CMPA)	Pristine
Canadian Media Production Association (CMPA) BC Branch	Producers Roundtable of Ontario
Copperheart Entertainment	Producers Roundtable of Atlantic Canada
Dark Thunder Productions	Productions Rivard
Directors Guild of Canada (DGC)	Prospero Pictures
DHX Media	Rhombus Media
Entertainment One	Rogers
Christal Films	SARTEC
Films 53/12	Screen Sirens
Films Caramel	Serendipity Point Films
Foundation Features	SODEC
Foundry Films	Topsail Productions
	Union des artistes
	Union Pictures
	Vera Rights Management (Aver)
	White Pine Pictures
	Whizbang Films
	Writers Guild of Canada