



ALLOCUTION DE MICHEL ROY

PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION
DE TÉLÉFILM CANADA,

LORS DE L'ASSEMBLÉE PUBLIQUE ANNUELLE

AU SIR JAMES DUNN THEATRE, HALIFAX

LE 8 DÉCEMBRE 2010

(PRIORITÉ AU DISCOURS PRONONCÉ)

Français

360, rue Saint-Jacques, bureau 600 | Montréal (Québec) | H2Y 1P5 | ☎ : 514-283-6363 | 📠 : 514-283-0838 | 1 800 567-0890 | 🌐 : 514-283-2365

Reception : bureau / Suite 500

Siège social / Head Office Montréal | Halifax | Toronto | Vancouver

www.telefilm.gc.ca

Canada

Bonjour mesdames et messieurs.

En tant que président du conseil d'administration de Téléfilm Canada, je suis heureux de vous souhaiter la bienvenue à cette deuxième assemblée publique de notre organisme.

Nous sommes à Halifax, devant un auditoire composé essentiellement de représentants de l'industrie audiovisuelle de la région atlantique, une région à la fois créative et dynamique.

Mais des Canadiens de toutes les régions du pays sont également avec nous, grâce à la webdiffusion de l'événement. Je voudrais les saluer et les remercier d'avoir répondu à notre invitation.

J'ai l'honneur et le réel plaisir d'animer un conseil d'administration qui exerce un devoir de surveillance des activités d'une société d'État qui, au cours de la dernière année, a réduit le ratio de ses frais de gestion près de la barre des 6 %, réussi un examen spécial du Vérificateur général, revitalisé sa structure d'organisation, provoqué l'achèvement d'une entente internationale de coproduction pour l'aide au développement cinématographique, soutenu des ventes et des ententes à l'étranger pour plus de 150 millions de dollars, accueilli une nouvelle directrice générale, madame Carolle Brabant, sans compter l'administration des programmes du Fonds des médias du Canada, d'une valeur de plus de 350 millions de dollars et la gestion de quelque 120 millions de dollars pour soutenir le long métrage, une des industries les plus fascinantes au pays.

Bienvenue chez Téléfilm Canada!

Notre conseil d'administration est formé de sept membres dévoués et compétents et je suis fier de vous présenter ceux qui sont parmi nous aujourd'hui.

Tout d'abord, la vice-présidente du conseil, une spécialiste du droit de la propriété intellectuelle et des systèmes de gestion des connaissances : madame Elise Orenstein.

Spécialiste des communications et du marketing, associée directrice chez Bridge Communications à Vancouver, elle préside le comité de la planification et des communications : madame Marlie Oden.

Quant à notre président du comité de vérification et des finances, il a fait carrière à Québec où il a dirigé pendant 25 ans un important bureau de comptabilité de la firme Mallette : monsieur Yvon Bélanger.

Notre président du comité de la gouvernance est un avocat bien connu de Halifax, associé chez Stewart McKelvey, et retenu aujourd'hui par les exigences de son métier de spécialiste en droit du travail : monsieur Grant Machum.

En 2010, le conseil a accueilli un tout nouveau membre, un pionnier de la gestion des médias numériques dans le secteur de l'éducation qui a passé 10 ans à l'Université de Dalhousie, jusqu'au milieu des années 1990. Il est le fondateur-directeur général de e-academy Inc. Retenu à Ottawa, il participe à cette assemblée par le biais de la webdiffusion : monsieur Ram Raju.

Et il en est de même pour le commissaire du gouvernement à la cinématographie et président de l'Office national du film du Canada, membre d'office de notre conseil d'administration, monsieur Tom Perlmutter.

Stimuler la demande

Au début de la session, vous avez pu voir des extraits vidéo de récents longs métrages canadiens qui ont obtenu un franc succès chez nous et, souvent, sur la scène internationale. On pense notamment à *De Père en flic*, *Trailer Park Boys : Countdown to Liquor Day*, un cadeau de la région atlantique, *Splice* qui a conquis le marché américain, *Les Amours imaginaires*, un incontournable du circuit international des festivals, et *Incendies* qui pourrait bien trouver son couronnement à la prochaine remise des Oscars, à titre de sélection canadienne dans la catégorie des Meilleurs films en langue étrangère.

Bien sûr, cela est très bien, mais ce n'est pas encore suffisant. Le cinéma canadien a bouclé l'année 2009 à 3,3 % de part canadienne de marché. C'est mieux qu'en 2008, mais encore loin de l'objectif de 5 % que suggère la politique canadienne du long métrage.

Or, cette politique est en application depuis maintenant dix ans et la situation qui prévalait au moment de sa mise en vigueur a beaucoup évolué. Ainsi, nous avons maintenant au Canada des producteurs, des réalisateurs, des scénaristes, des acteurs, des directeurs photo, des techniciens, bref, des artisans du cinéma qui peuvent se mesurer aux meilleurs au monde, qui peuvent collaborer avec les meilleurs au monde et produire des films qui sont parmi les meilleurs au monde.

Malheureusement, pour une raison difficile à expliquer, une partie importante des cinéphiles canadiens tarde à reconnaître cette réalité. Nous devons désormais nous employer à sensibiliser ceux-ci à l'excellence de notre cinéma.

Les indices de mesure

Aussi, il faut bien accepter que le marché canadien ne soit pas celui des États-Unis, de l'Inde ou de la Chine. Notre marché est celui d'une petite nation productrice de films, et il est normal que notre industrie audiovisuelle s'ouvre au reste du monde. Cela est particulièrement vrai pour les producteurs de films anglophones qui, en 2009-2010, ont tiré les trois quarts de leurs recettes brutes des ventes internationales, et seulement 17 % émanant des recettes-guichet canadiennes.

Il en va différemment des films francophones qui ont tiré au-delà de 40 % de leurs recettes brutes des salles de cinéma mais, même pour eux, les marchés étrangers et autres plateformes ont représenté près de 60 % de leurs recettes totales.

Ce constat nous amène à conclure que les recettes-guichet canadiennes ne constituent plus, à elles seules, un indice suffisant pour mesurer le succès d'un film. Le temps est maintenant venu de développer un indice composé qui prendra en compte les revenus émanant des salles de cinéma, bien sûr, mais aussi des ventes sur les marchés internationaux, à la télévision, sur DVD, sur des plateformes numériques, de même que des considérations d'ordre culturel et qualitatif comme le succès dans les festivals et, pourquoi pas, les éloges de la critique.

La diversification des sources de financement

Enfin, les productions coûtent de plus en plus cher. Ça prend donc de plus en plus d'argent pour tourner, distribuer, et pour concurrencer les productions étrangères. Au cours de 2009-2010, alors que Téléfilm était impliquée dans 43 productions représentant un budget total de 192 millions de dollars, on constate que...

- Téléfilm Canada a assuré 37 % du financement
- les autres sources gouvernementales, 34 %
- les diffuseurs, 8 %
- les investisseurs privés, 8 %
- les distributeurs et exportateurs, eux aussi, 8 %
- et les partenaires étrangers, 5 %.

En combinant les contributions de Téléfilm et celles des autres sources gouvernementales, on constate que près des trois quarts du budget de production des films émanent des gouvernements. Plus globalement, l'analyse des sources de financement au cours des cinq dernières années démontre que les fonds publics ont toujours représenté de 50 à 75 % des devis de production.

Bien sûr, le Canada est loin d'être le seul pays à soutenir son industrie cinématographique. Exception faite des États-Unis, de l'Inde et de la Corée du Sud, à ce qu'on me dit, la plupart des pays doivent protéger leur cinéma des blockbusters hollywoodiens.

Mais la conclusion n'est pas très difficile à imaginer : avec des coûts de production de plus en plus élevés, et avec une participation des gouvernements déjà à hauteur de 71%, il faut sérieusement envisager d'autres sources de financement.

Conclusion

Au cours des six derniers mois, l'équipe de direction de Téléfilm, à la demande du conseil d'administration, a mené une vaste consultation auprès de l'industrie canadienne de l'audiovisuel et de nos partenaires, d'un bout à l'autre du pays. L'analyse des informations recueillies sert présentement de fondement sur lequel on est à échafauder le nouveau plan institutionnel de Téléfilm.

Le cinéma d'un peuple est important pour sa mémoire et les valeurs qui l'animent. De fait, le cinéma d'un peuple est trop important pour le laisser se développer en marge. Nous avons trop d'images à montrer aux Canadiens et au monde entier, nous avons trop d'émotions à communiquer, trop de créateurs de premier ordre, autant dans les domaines techniques qu'artistiques. L'industrie du cinéma existe au Canada, elle est vivante, vibrante, dynamique. Quelques ajustements pourraient l'aider à quitter la marge et la faire basculer du côté du succès.

C'est pourquoi, notre nouveau plan institutionnel, lequel sera en vigueur à compter du premier avril prochain, nous invitera à oser changer. Oser remettre en question nos façons de faire. Oser changer certaines règles du jeu. Oser adopter une vision d'avenir qui permettra enfin à notre cinéma d'occuper la place qu'il mérite dans le cœur des cinéphiles au Canada et dans le monde entier.

Merci de votre attention.