

Le talent d'abord
Rapport annuel 2012-2013

Notes pour l'allocution de M. Michel Roy, président du conseil, dans le cadre de l'assemblée publique annuelle au Centre PHI de Montréal, le mercredi 11 décembre 2013 à 10 heures.

*« En fait, un seul et même thème
pourrait tous nous rallier : le talent ! »*

Michel Roy

Bonjour Mesdames, bonjour Messieurs,

Je voudrais tout d'abord remercier madame Phoebe Greenberg pour son accueil.

L'objectif du Centre PHI est de rendre l'art accessible au plus grand nombre de personnes en favorisant les échanges entre les artistes, les œuvres et le public. C'est précisément ce que nous tentons de faire au jour le jour chez Téléfilm : établir des ponts durables entre les créateurs et le public canadien.

D'entrée de jeu, permettez-moi de vous présenter la vice-présidente du conseil et présidente du comité de vérification et des finances, avocate à Toronto et spécialiste de la propriété intellectuelle, madame Élise Orenstein.

2012-2013 – Le talent d'abord

Nous croyons fermement qu'il faut placer le talent au cœur du système audiovisuel canadien. Le titre de notre rapport annuel l'indique bien.

En 2012-2013, les films canadiens ont obtenu 60 prix et mentions sur la scène internationale. Souvenez-vous, c'était l'année de *Rebelle*, de *Vic + Flo ont vu un ours*, de *Laurence Anyways*, de *Blackbird*, de *Midnight's Children*, entre plusieurs autres.

2011-2012 est l'année où la production de films au Canada a été la plus élevée en dix ans, s'établissant à 381 millions de dollars. Les films canadiens ont obtenu une part de 10 % du marché national indépendant, ce qui représente des recettes de plus de 26 millions de dollars aux guichets. Rappelons-nous que le marché national indépendant exclut les films produits par les studios américains.

Je vois dans tout cela un signe de vitalité et de dynamisme.

Je vais prendre quelques minutes aujourd'hui pour vous proposer un bilan sommaire de Téléfilm pour l'année 2012-2013, pour ensuite vous parler des défis qui nous attendent dans les prochaines années.

Téléfilm Canada : le bilan 2012-2013

Pour amorcer le bilan de 2012-2013, il importe de rappeler les grands principes qui ont guidé les actions de Téléfilm tout au long de l'année. L'essentiel de notre mandat demeure, bien sûr, le financement de productions audiovisuelles, mais nous avons élargi notre vision afin d'accroître les auditoires pour le contenu canadien au pays et partout dans le monde – un contenu que nous souhaitons varié, de qualité et accessible en tout temps sur toutes les plateformes disponibles.

Nous sommes bien conscients qu'il s'agit là d'un objectif à longue échéance, qui se réalisera par étapes. Mais si de plus en plus d'acteurs de l'industrie travaillent ensemble dans la même direction, comme ce fut le cas cette année, nous pourrions marquer des progrès constants. Il est grand temps que les auditoires de chez nous réalisent que notre cinéma est parmi les meilleurs au monde et cultivent un intérêt pour nos films, pas parce qu'ils sont canadiens ou québécois, mais parce qu'ils sont bons et divertissants.

C'est ce que nous entendons par *valoriser la réussite culturelle pour stimuler la demande de contenu canadien*. Nous avons d'ailleurs développé cette orientation stratégique en consultation et en étroite concertation avec l'industrie.

Nous avons établi quatre principes pour y arriver, et nous avons été fidèles à ces principes tout au cours de l'année :

- D'abord maintenir et diversifier notre rôle essentiel d'investisseur;
- Ensuite, développer notre rôle de promoteur, au pays comme sur la scène internationale;
- Troisièmement, améliorer et partager notre connaissance du marché avec l'industrie, et enfin,
- Renforcer notre excellence organisationnelle.

Se concentrer sur l'essentiel : la création, la promotion, les partenariats

Le recentrage de nos programmes a probablement constitué le plus important chantier de l'année.

Nous avons en effet consolidé, puis recentré nos programmes de développement, de promotion, de production et de mise en marché en fonction de notre objectif de rejoindre les auditoires.

Ces changements ont exigé beaucoup d'efforts des équipes et des suivis rigoureux, mais on peut déjà en constater les bénéfices.

Ainsi, notre nouveau programme de développement a rempli ses promesses en appuyant une plus grande diversité de projets, en accordant plus d'autonomie aux

entreprises établies et en donnant accès à de nouveaux partenariats, notamment par le mentorat.

Nous avons mis en œuvre des programmes novateurs comme celui des productions à micro-budget pour encourager l'émergence de nouveaux réalisateurs et producteurs. Nous avons fait davantage de promotion autant dans les régions que sur la scène internationale.

De façon générale, nos processus sont aujourd'hui plus simples. Nos décisions se prennent plus rapidement. Et nos services sont plus branchés puisque la majorité de nos transactions s'effectuent maintenant en ligne.

Conséquemment, les entrepreneurs de l'industrie peuvent se consacrer davantage à la création et à la recherche de partenariats pour le développement et la promotion des talents.

Notre nouvel Indice de réussite nous a permis de mesurer les résultats de nos investissements autrement que par la seule mesure « recettes-guichet », comme c'était le cas auparavant.

L'Indice nous donne un portrait de chaque entreprise ainsi qu'un portrait global de notre portefeuille, année après année, sur le plan culturel, le plan commercial et le plan industriel, les trois axes essentiels à la croissance de l'industrie.

Un effort collectif de financement et de promotion du contenu canadien

En 2012-2013, nos programmes de financement ont permis d'investir 96,9 millions de dollars dans l'industrie. 77 % de cette somme a été consacré au développement et à la production – donc à la création, et 23 % a été investi dans la mise en marché, les événements promotionnels canadiens et la participation aux événements internationaux – donc à la diffusion et à la promotion de nos talents.

Nous avons contribué financièrement à la production de 72 longs métrages et à la mise en marché de 94 longs métrages.

Tout cela représente une masse considérable de contenu canadien sur les écrans. Il s'agit là d'un contenu d'une grande valeur et nous avons la responsabilité collective de le promouvoir sur toutes les plateformes possibles, et auprès du plus grand nombre d'auditoires.

Quand je parle de responsabilité collective, je veux mettre en lumière la collaboration des autres intervenants qui participent avec nous au financement des productions.

Comme vous pouvez le voir à l'écran, nous avons assumé 35 % des devis de production. Le reste du financement a été assuré par les gouvernements provinciaux,

les distributeurs et exportateurs, le secteur privé, les participants étrangers et les télédiffuseurs.

Du côté de la promotion, nous avons participé à quelque 160 événements – plus de 40 festivals de films et près de 125 événements de l'industrie au pays et à l'étranger.

Quant à la coproduction, nous savons qu'elle offre un complément financier souvent nécessaire à un projet et qu'elle ouvre de nouveaux marchés, c'est-à-dire qu'elle donne accès à de nouveaux auditoires. À cet égard, nous avons recommandé au ministère du Patrimoine canadien la certification de 59 coproductions officielles qui ont été réalisées avec 14 pays partenaires.

L'excellence organisationnelle

Dans un autre ordre d'idée, je veux profiter de cette assemblée pour souligner l'efficacité de l'administration de Téléfilm.

Malgré un contexte exigeant, nous avons encore réussi à diminuer nos frais d'administration, qui sont passés de 6,3 % à 5,8 % par rapport à l'exercice précédent, ce qui s'est soldé par des économies administratives de 2,5 millions de dollars. Cette somme a été réinvestie dans nos programmes, notamment dans notre programme de développement.

Toujours au sujet de notre administration, nous avons interrogé nos clients sur les changements qui ont été apportés aux programmes au cours de l'année et les réponses ont été fort positives. Je souligne également qu'une étude de KPMG commandée par le Fonds des médias du Canada sur les services de Téléfilm a fait ressortir l'excellence de l'organisation dans la gestion de ses dossiers.

L'avenir : la question de l'accessibilité

En 2014, le conseil de Téléfilm entamera une réflexion en vue du prochain plan d'entreprise qui débutera en 2015.

Il y aura continuité, bien évidemment.

La promotion du contenu et des talents demeure un impératif incontournable. Nous avons encore du chemin à faire puisque, selon un sondage réalisé par Ad hoc Recherche en avril de cette année, seulement 37 % des Canadiens anglophones jugent que la qualité des films canadiens est aussi bonne que celle des films étrangers.

Même au Québec, où le film québécois jouit d'une popularité relative, pas plus d'un Québécois sur deux juge que les films québécois sont aussi bons que les films étrangers. Nous souhaitons évidemment voir ces pourcentages augmenter dans les années à venir.

Il est clair également qu'il faudra poursuivre le développement de partenariats stratégiques. À ce chapitre, nous sommes sur la bonne voie. J'en veux pour exemple notre nouveau Fonds des talents qui offre aux individus, aux entreprises et aux télédiffuseurs la possibilité d'appuyer directement la production et la promotion du cinéma canadien et de contribuer à sa réussite. Ce fonds suscite beaucoup d'intérêt.

Nous poursuivrons aussi les échanges sur la promotion du contenu canadien entamés en octobre 2012 avec l'ensemble des intervenants du système de radiodiffusion canadien. Plusieurs organismes du milieu sont maintenant engagés avec nous dans la réalisation d'une stratégie nationale de promotion qui comprendra une importante offensive de communication dans les médias sociaux.

Mais au-delà de la promotion, il nous faudra aussi examiner, de manière plus large, la question de l'accès au cinéma canadien. Autrement dit, nous devons mieux connaître où et quand les consommateurs canadiens ont accès à nos films, et comment nous pouvons améliorer ces accès.

Nous savons que l'écoute évolue rapidement. Une recherche Téléfilm / HEC Montréal nous apprenait récemment que 81 % des répondants avaient vu leur dernier film à la télévision. Chez les jeunes, 39 % des 15-17 ans avaient regardé leur dernier film sur un ordinateur. Et 55 % des répondants souhaitaient voir plus de films en ligne.

Les questions que soulève la prolifération des plateformes sont autant de défis pour tous les acteurs de l'industrie : quelles cibles faut-il viser pour chaque plateforme ? Comment fera-t-on pour rejoindre des auditoires de plus en plus segmentés avec des histoires qui susciteront leur intérêt ? En fait, toute l'industrie – Téléfilm, le Fonds des médias du Canada, le CRTC, les organismes provinciaux et tous les investisseurs font face au même enjeu de taille, celui de rejoindre efficacement les auditoires.

Dans ce contexte, il faut se réjouir de l'initiative Éléphant de Québecor, qui donne déjà accès en ligne à plus de 200 films québécois. L'entreprise a l'intention de restaurer ou de numériser 800 autres films au cours des prochaines années. Et pour son cinquième anniversaire, Éléphant a annoncé que tout le pays, et bientôt les États-Unis, aura accès à ces films grâce à une entente avec iTunes Canada. Nous avons besoin de multiplicateurs comme celui-là.

En fait, un seul et même thème pourrait tous nous rallier : le talent !

Parce qu'il explose littéralement sur les écrans d'ici et d'ailleurs depuis quelques années. Parce que plusieurs cinéastes et acteurs font actuellement honneur à notre pays en relevant haut la main le défi des productions internationales, que ce soit :

- Denis Villeneuve avec *Prisoners*;
- Jean-Marc Vallée avec *Dallas Buyers Club*;
- Ken Scott avec *Delivery Man*;
- Philippe Falardeau avec *The Good Lie*;

- Christian Duguay avec *Jappeloup*;
- Atom Egoyan avec *The Devil's Knot*, ou encore
- La comédienne Sophie Nélisse dans *The Book Thief*.

Et que dire de *Gabrielle*, de Louise Archambault, qui représente le Canada dans la course à l'Oscar du Meilleur film en langue étrangère.

Ou encore de Sarah Polley, dont le film *Stories We Tell* a récemment remporté plusieurs honneurs, dont celui d'être en lice dans la catégorie du Meilleur documentaire aux Oscars.

Tous ces talents démontrent que l'industrie audiovisuelle canadienne est un terreau unique de création et d'innovation. Elle constitue un véritable fleuron culturel et économique pour tout le pays.

Je félicite les réalisateurs qui se sont distingués cette année, en espérant qu'ils deviendront une source d'inspiration pour les jeunes talents qui poussent d'un océan à l'autre.

En terminant, je remercie les membres du conseil, toute l'équipe de direction ainsi que nos employés pour le travail effectué au cours de l'année. Les gens de Téléfilm sont compétents et passionnés. C'est toujours un privilège pour moi de les côtoyer. Ensemble, au cours des dernières années, nous avons établi une solide structure de gouvernance qui nous a permis d'amorcer un virage radical et décisif vers une meilleure promotion des talents d'ici. Et à l'avenir, c'est avec ces mêmes gens passionnés que nous trouverons les moyens de rendre plus accessibles les œuvres de ces talents.

Je vous souhaite une bonne fin de journée et j'invite notre directrice générale, madame Carolle Brabant, à vous adresser la parole.