

Assemblée publique annuelle 2013 de Téléfilm Canada
Centre PHI, 11 décembre 2013

Questions reçues du public

PROGRAMMES DE TÉLÉFILM CANADA

- 1. Je souhaiterais que les dirigeants de Téléfilm nous parlent de leur vision du développement pour les projets de long métrage. J'ai entendu dire que dans les années à venir le financement du développement serait la responsabilité des producteurs sans l'appui de l'institution. Est-ce exact? Pouvez-vous développer vos intentions?**

Nous allons bien sûr continuer de soutenir le développement. Mais à la suite de nos consultations avec l'industrie, nous avons accru l'autonomie des entreprises établies. Nous avons remis aux producteurs la responsabilité de porter leurs films à l'écran. Nous voulons que les liens entre les producteurs et les scénaristes soient importants.

Au cours de la première année de notre nouveau Programme d'aide au développement, nous avons réussi à maintenir un portefeuille diversifié d'entreprises et de projets de toutes tailles et de toutes régions. De plus, notre nouveau programme encourage le mentorat et nous sommes très heureux de la réponse enthousiaste que nous avons reçue de ce côté-là.

Finalement, une somme de 2,5 millions \$ a été épargnée sur le plan administratif et ce montant a été réinvesti en bonne partie dans le développement de projets.

- 2. J'aimerais connaître comment fonctionnent les enveloppes à la performance. À qui vont elles? Aux producteurs et aux distributeurs?**

Le système des enveloppes à la performance sera remplacé en 2014-2015 par un nouveau mécanisme de financement appelé financement accéléré. Les enveloppes à la performance existaient autant pour les producteurs que pour les distributeurs.

Le volet accéléré sera réservé aux sociétés de production ayant prouvé leur capacité de produire régulièrement des longs métrages qui obtiennent un très haut niveau de succès.

- 3. Suite aux recommandations du Groupe de travail sur les enjeux du cinéma québécois (GTEC), à cette consultation du milieu, quelles sont vos intentions, mais plus concrètement vos plans d'action face aux questions suivantes : fréquentation en salle, soutien à la scénarisation et promotion du cinéma. Est-ce qu'il y aura un seuil à la baisse des contributions aux programmes de promotion?**

Accès

La multiplication des plateformes de diffusion d'un film constitue une opportunité pour l'industrie du cinéma puisqu'elle permet aux consommateurs plus de choix pour voir un film, que ce soit en salle, à la maison, immédiatement ou plus tard. C'est une occasion pour notre cinéma de se faire valoir. Ce défi nous demandera à tous d'innover, d'être plus créatifs, non seulement pour faire connaître nos productions, mais aussi pour rendre les contenus accessibles sur un plus grand nombre de plateformes.

Scénarisation

En ce qui concerne notre Programme d'aide au développement, nous avons accordé plus d'autonomie et de flexibilité aux entreprises établies. Nous avons donné aux producteurs la responsabilité de porter à l'écran des films de qualité qui peuvent rejoindre le public.

Promotion

Il est important de développer des partenariats, des alliances, pour maintenir les sommes consenties. À Téléfilm, la diversification de nos sources de revenus constitue un des piliers de notre plan d'entreprise. Nous souhaitons que l'industrie adopte une telle approche porteuse de croissance.

Nous prévoyons maintenir le financement actuel de notre programme de promotion.

4. Le Quebec English-language Production Council aimerait connaître la politique actuelle de Téléfilm concernant la minorité de langue officielle au Québec. Nous aimerions savoir quels sont les changements à cette politique proposés par Téléfilm afin de respecter ses obligations en vertu de la Loi sur les langues officielles. Nous aimerions également connaître le calendrier et la date limite de Téléfilm pour les consultations des CIOSM avec le QEPC.

En tant qu'institution fédérale, Téléfilm Canada a l'obligation de prendre des mesures pour favoriser l'épanouissement des minorités de langue officielle et appuyer leur développement. Nous avons respecté cette obligation.

Nous avons rencontré à plusieurs reprises les représentants du Quebec English-language Production Council et serons heureux de les rencontrer de nouveau au début de 2014.

5. De quelle manière est-ce que vous sélectionnez les projets?

Téléfilm Canada se base sur un ensemble de facteurs pour sélectionner les projets. L'objectif est de soutenir un portefeuille de projets diversifiés qui ont un véritable potentiel de réussite. Les éléments créatifs sont au premier plan, mais on tient compte également de la feuille de route de la société de production; de la feuille de route du réalisateur, du scénariste et de l'ensemble de l'équipe de création; de la participation du marché; de la stratégie de promotion et du potentiel de mobilisation de l'auditoire. L'Indice de réussite de Téléfilm est une source de référence en ce qui concerne la performance des entreprises et des équipes de création sur le plan culturel, commercial et industriel.

6. Veuillez décrire le mécanisme du Fonds des talents.

Ce nouveau fonds, alimenté par des dons privés, a pour but de créer de nouvelles sources de financement pour l'industrie ainsi que de promouvoir davantage le talent et le cinéma canadiens. Comme il est administré par Téléfilm, il est assuré de respecter des normes élevées en matière d'efficacité et de gouvernance. Les contributions sont considérées comme des « dons au Canada » aux fins de l'impôt, ce qui signifie que les entreprises donatrices ont droit à une déduction fiscale, tandis que les particuliers ont droit à un crédit d'impôt. Le Fonds a également été reconnu par le CRTC comme un fonds de production indépendant certifié, ce qui permet aux entreprises de télédiffusion d'y contribuer dans le cadre de leurs bénéfices tangibles.

Le Fonds des talents est constitué de deux volets : un volet qui soutient les cinéastes émergents; et un volet qui permet d'aider les cinéastes établis à réaliser pleinement le potentiel de leurs films, au Canada et à l'étranger.

7. Je voulais vous transmettre quelques commentaires sur vos exigences en matière d'admissibilité : « Les requérants admissibles sont des sociétés canadiennes... » Un changement immédiat et très utile serait de remplacer « sociétés » par « entreprises ». Tandis que les obstacles financiers à la production cinématographique diminuent, la diversité des gens qui font des films n'a jamais été aussi grande, ce qui est bon sur le plan culturel. La nécessité de se constituer en société est un obstacle important pour la plupart des gens. Je sais, cela vous obligerait à assumer plus de responsabilités, mais je crois que Téléfilm doit s'adapter à la culture changeante de l'industrie cinématographique et trouver une façon de financer les entreprises non constituées en sociétés, surtout lorsque le financement demandé est peu élevé.

Nous vous remercions de vos commentaires. Faire un film n'est pas seulement un travail de création, c'est aussi une activité commerciale. Notre programme principal de financement du Fonds du long métrage du Canada prend en compte la feuille de route des entreprises de production et de l'équipe créative. Nous donnons priorité aux projets provenant d'équipes qui ont l'expertise pour porter des productions à l'écran, et qui peuvent donc assumer les obligations contractuelles de ce processus.

D'autre part, notre Programme de production à micro-budget soutiendra les projets même si les requérants prévoient se constituer en société une fois notre décision rendue.

DÉFIS DE TÉLÉFILM ET DE L'INDUSTRIE

8. Comment relevez-vous le défi du manque d'argent? Est-ce que le privé a un véritable intérêt pour cette question? Va-t-il interférer dans les affaires de Téléfilm?

Il faut d'abord dire que nous administrons les fonds publics de façon très rigoureuse. Nos frais d'administration ont diminué. Des économies administratives importantes, liées en partie à la consolidation et à la simplification de nos programmes, ont ainsi été réinvesties dans les projets de l'industrie depuis deux ans.

De plus, nous faisons en sorte que nos investissements agissent comme un levier efficace auprès des autres intervenants de l'industrie, tant en production qu'en promotion. Nous encourageons les investissements privés au pays et en provenance de l'étranger. Nos efforts de promotion conjoints avec le secteur privé contribueront à rehausser le profil des entreprises et des talents canadiens et sensibilisent un nombre grandissant d'investisseurs au cinéma canadien, notamment dans le cadre de nos activités promotionnelles et du Fonds des talents. Notre nouveau Programme de production à micro-budget compte aussi sur une nouvelle vague d'appuis du secteur privé.

Nous encourageons l'industrie à élargir son réseau de partenaires au pays et à l'étranger, entre autres par la coproduction. L'appui du secteur privé et l'apport étranger nous permettront de maintenir une masse importante de contenu canadien et de lui assurer un rayonnement qui contribuera à attirer les auditoires.

Notre expérience de collaboration avec des partenaires privés comme Birks, Technicolor ou PriceWaterhouseCooper, s'avère très positive puisqu'elle nous permet de mieux faire valoir les talents canadiens, chez nous et à l'international. Nous souhaitons que ces partenariats se multiplient.

9. Est-ce que Téléfilm va faire d'autres études pour pousser encore plus loin l'information qui permettra de mieux connaître les auditoires?

Oui, c'est l'un des axes de notre plan d'entreprise [Valoriser la réussite culturelle canadienne](#). Nous nous sommes engagés à devenir une source de référence pour l'industrie en colligeant et en partageant une information stratégique de pointe avec nos clients, notamment pour leur permettre de relever les défis de l'environnement multiplateforme et de saisir les nouvelles occasions de rejoindre les auditoires.

Notamment, d'autres études nous aideront à sensibiliser le jeune public aux films produits ici. L'âge est un facteur déterminant dans les habitudes de consommation. Les jeunes sont les plus grands consommateurs de films au pays et ils les regardent sur plusieurs plateformes.

10. Est-ce qu'on peut espérer un jour avoir plus d'accès aux films dans les cinémas indépendants et en région?

Dans le cadre de la préparation du prochain plan d'entreprise de Téléfilm Canada, le conseil d'administration se penchera sur l'importante question de l'accessibilité aux films d'ici. Notre objectif est de rejoindre davantage les auditoires au pays. Nous souhaitons donc que les Canadiens aient accès aux films canadiens partout et en tout temps, sur les réseaux de diffusion traditionnels comme sur les plateformes numériques. Le nouvel environnement numérique offre d'immenses possibilités pour rejoindre les auditoires et nous devons en tenir compte.

DIVERS

11. Est-ce que cela vous inquiète que le gouvernement Harper préconise le dégroupement des chaînes de télévision par câble sans consulter les intervenants du secteur culturel? D'après vous, quelles seront les conséquences, le cas échéant, du dégroupement sur l'industrie audiovisuelle canadienne?

Le CRTC se penche désormais très précisément sur la grande question des modèles de l'avenir dans le but d'ajuster le contexte législatif et réglementaire au cours des prochaines années. Il apparaît donc qu'une ère de changement est bel et bien commencée; nous continuerons de voir cet afflux d'offres commerciales innovantes et des ajustements aux pratiques d'affaires pendant plusieurs années encore.

Le CRTC tiendra une instance publique formelle (un examen de la politique de la télévision) en septembre 2011. Tous les intervenants pourront y participer.

L'industrie du cinéma, bien évidemment aussi inscrite dans ce vent de changement, doit s'adapter. Nos films doivent être vus. Les Canadiens veulent voir ces films. Nous voilà donc placés en face d'un vaste champ d'opportunités : réinventer certaines pratiques promotionnelles pour assurer que les Canadiens puissent voir les films produits ici selon leurs désirs et préférences, tout en assurant que les joueurs de l'industrie trouvent dans ce nouvel univers les modèles d'affaires qui assureront leur pérennité financière.

12. Quelles sont les mesures que Téléfilm Canada compte adopter pour stimuler la création de musique(s) originale(s) dans les productions qui jouissent de son financement? Par opposition à l'utilisation de musique(s) préexistante(s). N'y aurait-il pas moyen de convertir ces efforts en points de « Canadianisation de production»? Et en profiter pour s'assurer que les sommes imparties à cette portion des budgets de production (la musique), soient cohérentes avec les budgets globaux, dans le contexte du marché québécois/canadien/nord-américain, en tenant compte des coûts réels de production et des retombées dans le milieu de la production « Made in Quebec ».

À chaque fois que nous en avons l'occasion, nous encourageons bien entendu nos clients à utiliser de la musique canadienne dans la mesure du possible. Toutefois, les projets que nous finançons sont l'œuvre artistique de l'équipe de production.