



Rapport final du Sommet du Mont-Tremblant 2001

Les défis de demain

A. OBJECTIFS DU SOMMET

Le but du sommet était de favoriser la discussion et l'échange entre les intervenants traditionnels et nouveaux sur le rôle de Téléfilm Canada au cours de la présente décennie. Le sommet représentait le point de départ d'une réflexion visant à déterminer de quelle façon Téléfilm pourrait renforcer son rôle d'investisseur culturel en cinéma, télévision, nouveaux médias et musique. Pour la Société, il s'agissait d'une occasion unique de faire le point sur ses politiques, ses stratégies et ses procédés actuels et à venir, alors qu'elle est à définir ses orientations stratégiques pour la décennie. Voici donc une synthèse des commentaires qui s'articule autour des cinq grands thèmes abordés lors du sommet:

- Thème 1 : Renforcer la créativité
- Thème 2 : Stratégies pour rejoindre les auditoires au Canada
- Thème 3 : Partenaires internationaux et voix canadiennes dans le monde
- Thème 4 : Faire affaire avec Téléfilm Canada
- Thème 5 : Vision d'avenir : une vision et des objectifs pour l'avenir

Cette synthèse fait état des multiples enjeux identifiés par les participants qui représentaient l'industrie du cinéma, de la télévision, des nouveaux médias et de la musique. Elle présente aussi les nombreux points de vue exprimés par les créateurs, les producteurs, les distributeurs, les radiodiffuseurs et les représentants des organismes provinciaux et du gouvernement fédéral.

B. SYNTHÈSE DES COMMENTAIRES

Renforcer la créativité

- ⇒ Accroître l'appui au « développement » afin d'assurer la continuité des créateurs et des producteurs.
- ⇒ Encourager un dialogue franc et une plus grande collaboration entre le scénariste, le réalisateur, le producteur et le distributeur.
- ⇒ Réviser les critères en matière de contenu canadien, en particulier le critère « visiblement canadien », que certains participants perçoivent comme un « obstacle au processus créatif ».

- ⇒ Examiner l'impact de la récupération sur le mandat de Téléfilm Canada – culturel ou industriel – en tenant compte du fait qu'il est plus difficile de récupérer des sommes des œuvres typiquement canadiennes.
- ⇒ Favoriser une collaboration et un dialogue entre les différents intervenants (créateurs, producteurs et distributeurs). La promotion de la collaboration et du dialogue fait partie du rôle de Téléfilm Canada.
- ⇒ Téléfilm Canada doit être plus inclusif, par exemple : Considérer les interprètes comme faisant partie des interlocuteurs de Téléfilm Canada.
- ⇒ Permettre aux réalisateurs de longs métrages d'accéder au financement de Téléfilm Canada par le biais des enveloppes fondées sur la performance. (Ceci est le point de vue des réalisateurs)
- ⇒ Réviser le système de points du BCPAC (particulièrement en ce qui a trait au protagoniste principal).

Stratégies pour rejoindre les auditoires au Canada

- ⇒ Inventorier les leçons à retenir de la formule à succès du cinéma québécois.
- ⇒ Évaluer l'état de santé actuel du cinéma commercial et d'auteur (à l'échelle du Canada).
- ⇒ Effectuer des recherches et des analyses des données démographiques concernant les auditoires du cinéma canadien.
- ⇒ Réviser la formule du BCPAC de façon à élargir la définition de « Canadien » pour y inclure tous les acteurs canadiens demeurant à l'étranger.
- ⇒ Déterminer si l'augmentation du budget de production d'un film a pour effet d'augmenter ses recettes-guichet.
- ⇒ Étudier l'option d'accorder des enveloppes fondées sur la performance à un plus petit nombre de compagnies de production dans le cadre du Fonds du long métrage du Canada.
- ⇒ Améliorer les stratégies de marketing des films canadiens et accroître le niveau de collaboration entre producteur et distributeur (le marketing devrait débiter bien avant l'étape de la distribution).
- ⇒ Concevoir des promotions multiplateformes et des méthodes de marketing en ligne.
- ⇒ Envisager le soutien et les mesures incitatives à l'endroit des exploitants de salles canadiens pour les encourager à présenter des films canadiens.
- ⇒ Envisager le recours aux distributeurs étrangers pour les produits canadiens, mais ces distributeurs ne doivent pas avoir accès aux fonds publics du Canada.

Partenaires internationaux et voix canadiennes dans le monde

- ⇒ Téléfilm Canada doit continuer de jouer un rôle de premier plan dans le développement des marchés internationaux mais a besoin d'une approche globale et d'une stratégie à long terme comportant des buts précis à atteindre.

- ⇒ Augmenter l'appui aux programmes d'immersion organisés pour les professionnels canadiens dans les marchés étrangers (ces immersions seront organisées par Téléfilm avec la collaboration des secteurs public et privé).
- ⇒ Mettre davantage en évidence la valeur et l'importance des partenariats publics et privés (avec pour modèle le partenariat TéléFrance Internationale –TFI).
- ⇒ Téléfilm Canada doit continuer de soutenir la présence sur les marchés européens mais doit aussi développer des stratégies pour l'Amérique latine et l'Asie.
- ⇒ Étendre la portée des coproductions de façon à inclure les nouveaux médias.

Faire affaire avec Téléfilm Canada

- ⇒ Améliorer la prestation des programmes de Téléfilm Canada de façon à intensifier la collaboration et à renforcer le processus créatif.
- ⇒ Rendre les critères d'évaluation plus flexibles de manière à juger de la qualité d'un produit canadien selon les quatre principaux critères que sont la cote d'écoute, les prix décernés, l'accueil de la critique et les ventes à l'étranger.
- ⇒ Accroître les ressources pour le développement (en finançant par exemple un plus grand nombre de phases).
- ⇒ Téléfilm Canada doit jouer un rôle de catalyseur et de conseiller stratégique en sa qualité de chef de file et de levier de l'industrie (particulièrement au niveau des politiques).
- ⇒ Téléfilm Canada doit rendre disponible des enveloppes corporatives afin que le roulement de l'appui financier aux entreprises canadiennes soit plus opportun et que l'approche concernant l'appui aux entreprises qui ont fait leurs preuves soit plus cohérente.
- ⇒ Simplifier les procédés de Téléfilm Canada en vue d'améliorer l'efficacité des débours.

Vision d'avenir : une vision et des objectifs pour l'avenir

- ⇒ Renforcer les voix créatives au Canada.
- ⇒ Étudier l'impact des développements technologiques (les effets de la technologie numérique sur la production, la distribution et la radiodiffusion).
- ⇒ Agir comme un mentor des jeunes générations et soutenir la diversité des auditoires.
- ⇒ Prendre en considération le rôle du CRTC et le milieu de la réglementation.
- ⇒ Refléter la représentation des minorités – diversité culturelle, voix autochtones – dans les programmes de Téléfilm Canada.
- ⇒ Revoir l'impact de la mondialisation sur les exigences en matière de contenu canadien et définir le besoin de nouvelles mesures.
- ⇒ Entreprendre l'exploitation multiplateforme des scénarios (production et promotion).
- ⇒ Renforcer le processus d'élaboration des politiques.

C. LES PROCHAINES ÉTAPES

Dans l'ensemble, le sommet a fourni à Téléfilm Canada des indices d'orientation stratégique dans les domaines suivants:

- ❑ Les rapports entre les intervenants traditionnels et nouveaux.
- ❑ Les règles en matière de contenu canadien et le milieu de la réglementation
- ❑ Les enjeux de la diversité culturelle et des voix autochtones
- ❑ La création et le marketing des produits culturels
- ❑ Le rôle de chef de file de Téléfilm Canada

En tenant compte de ces orientations, Téléfilm s'engage à donner suite au sommet par les moyens suivants:

- ◆ Réviser le plan d'affaires stratégique de la Société pour en améliorer la vision, les priorités, les stratégies et les actions.
- ◆ Développer et mettre en œuvre un plan d'action en conséquence.