



ALLOCUTION À LA CONFÉRENCE
GRANDE ÉCOUTE À OTTAWA
LE VENDREDI 20 FÉVRIER 2009

*CHANGEMENT ET OCCASIONS POUR
LA NOUVELLE ÈRE DE CRÉATION*

(Le discours prononcé fait foi)

BON APRÈS-MIDI MESDAMES ET MESSIEURS, ET MERCI À GUY MAYSON POUR SA GÉNÉREUSE INTRODUCTION.

FÉLICITATIONS AUSSI POUR CE 25^e ANNIVERSAIRE, QUI EST AUSSI LA PREMIÈRE EDITION DE PRIME-TIME ENTIÈREMENT SANS PAPIER.

JE VEUX AUSSI FÉLICITER TOUS LES FINALISTES ET LAURÉATS DES PRIX INDIE REMIS MERCREDI, DE MÊME QUE LES FINALISTES DES PRIX GÉNIE, QUI SERONT REMIS LE 4 AVRIL PROCHAIN ICI-MÊME A OTTAWA.

JE SUIS HEUREUX QUE TÉLÉFILM SOIT EN BONNE VOIE DE RENOUELER SON ENTENTE DE SERVICES AVEC LE FONDS CANADIEN DE TÉLÉVISION POUR LES TROIS PROCHAINES ANNÉES. VOILÀ UN EXEMPLE D'UN MARIAGE ARRANGÉ QUI FONCTIONNE FORT BIEN.

JE REMERCIE LE GOUVERNEMENT FÉDÉRAL, QUI A CONFIRMÉ SON ENGAGEMENT ENVERS L'AVENIR DE L'INDUSTRIE NUMÉRIQUE CANADIENNE EN RENOUELANT SA CONTRIBUTION DE 28,6 MILLIONS \$ POUR LES DEUX PROCHAINES ANNÉES, PUIS DE 14,3 MILLIONS \$ PAR ANNÉE POUR LES ANNÉES SUIVANTES. COMME LE MENTIONNAIT CETTE SEMAINE *THE GLOBE & MAIL*, NOTRE MARCHÉ EST ENVAHI PAR LES PRODUCTIONS EN LIGNE VENUES DES ETATS-UNIS ET DE PARTOUT DANS LE MONDE.

UN FONDS DE 100 M\$ PERMETTRAIT D'ASSURER, POUR REPRENDRE LES MOTS DU PRÉSIDENT DU CRTC KONRAD VON FINKENSTEIN, « L'OUVERTURE ET LE CHOIX INDIVIDUEL... TOUT EN SOUTENANT L'ACCÈS À, ET POUR, LES HISTOIRES, OPINIONS ET IDÉES CANADIENNES ».

HIER, LE PRÉSIDENT DES ÉTATS-UNIS EST VENU À OTTAWA. LE PRÉSIDENT OBAMA S'EST ENGAGÉ EN FAVEUR DU CHANGEMENT ET LE MOINS QUE L'ON PUISSE DIRE, C'EST QUE LE MONDE ACTUEL EST DIFFÉRENT DE CE QU'IL ÉTAIT IL Y A À PEINE QUELQUES MOIS.

CELA DIT, N'OUILIONS PAS CE MOT CÉLÈBRE DE MARK TWAIN : « NOUS SOMMES TOUS EN FAVEUR DU PROGRÈS; C'EST LE CHANGEMENT QUE NOUS N'AIMONS PAS. »

ET COMME LE CHEF DE CABINET DU PRÉSIDENT OBAMA, RAHM EMANUEL, L'A MENTIONNÉ : « NE LAISSEZ JAMAIS POURIR UNE CRISE SÉRIEUSE. »

LE MONDE VIT UNE CRISE SÉRIEUSE. NOTRE INDUSTRIE AUSSI VIT UNE CRISE. NE LAISSONS PAS CETTE CRISE PASSER SANS RÉAGIR.

UNE DES LEÇONS DE L'HISTOIRE, C'EST QUE LES PÉRIODES DIFFICILES ET MÊME CHAOTIQUES SONT À L'ORIGINE DU VÉRITABLE CHANGEMENT ET DU PROGRÈS QUI S'ENSUIT.

JE NE SUIS PAS LE SEUL À LE PENSER.

LA SEMAINE DERNIÈRE, RICHARD FLORIDA ET ROGER MARTIN, DE LA ROTHMAN SCHOOL OF MANAGEMENT, ONT SOUMIS AU PREMIER MINISTRE DE L'ONTARIO LEUR RAPPORT INTITULÉ *ONTARIO IN THE CREATIVE AGE*.

CE RAPPORT RETRACE LES CHANGEMENTS HISTORIQUES QUI ONT MARQUÉ L'ÉCONOMIE DE L'ONTARIO AU COURS DES ANNÉES, ET SOULIGNE LES TENDANCES QUI DEVRAIENT INFLUENCER L'ÉCONOMIE ONTARIENNE ET LA VIE DES CITOYENS, DE MÊME QUE LA COMPÉTITIVITÉ ET LA PROSPÉRITÉ DE LA PROVINCE.

LA LECTURE DE CE RAPPORT, EN PLUS D'ÊTRE FASCINANTE, EST PLEINE D'ENSEIGNEMENTS POUR NOTRE INDUSTRIE.

ON PEUT Y LIRE : « NOUS PASSONS DE L'ÈRE INDUSTRIELLE À L'ÈRE DE LA CRÉATIVITÉ, CE QUI NOUS OUVRE UN TERRITOIRE VIERGE OÙ LES OCCASIONS SERONT NOMBREUSES. »

MONSIEUR FLORIDA EST CELUI QUI, LE PREMIER, A ÉTABLI UN LIEN ENTRE LA VITALITÉ CRÉATRICE CULTURELLE D'UNE VILLE OU D'UNE RÉGION ET SES PERSPECTIVES ÉCONOMIQUES.

FLORIDA PARLE D'UNE NOUVELLE CLASSE SOCIALE, LA CLASSE SUPER CRÉATIVE.

CETTE CLASSE COMPREND LES ARTISTES, LES MUSICIENS, LES PRODUCTEURS CULTURELS. BREF, IL S'AGIT DE VOUS TOUS...

DANS CETTE CLASSE, IL INCLUT ÉGALEMENT LES SCIENTIFIQUES, LES INGÉNIEURS ET LES MÉDECINS, TOUS CES GENS DONT LA CRÉATIVITÉ PERMET DE NOUVEAUX TYPES DE PROSPÉRITÉ ET, CONSÉQUEMMENT, DE NOUVELLES SOURCES DE CROISSANCE ÉCONOMIQUE.

DANS CE QU'ON POURRAIT APPELER UNE NOUVELLE ÉCONOMIE GÉOGRAPHIQUE, LES VILLES, LES RÉGIONS ET LES PAYS QUI RÉUSSIRONT SONT CEUX QUI SAURONT ATTIRER CES SUPER CRÉATEURS.

POUR FLORIDA, LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE S'APPUIE SUR LES TROIS « T » : TECHNOLOGIE, TALENT ET TOLÉRANCE.

CE N'EST PAS UNE COÏNCIDENCE SI TORONTO, MONTRÉAL ET VANCOUVER, TROIS DES VILLES LES PLUS CRÉATIVES DU CONTINENT, SONT DES VILLES OÙ L'ON TROUVE UNE RICHE DIVERSITÉ CULTURELLE.

EN AOÛT 2008, LE CONFERENCE BOARD DU CANADA A RÉDIGÉ UN RAPPORT INTITULÉ *VALORISER NOTRE CULTURE : MESURER ET COMPRENDRE L'ÉCONOMIE CRÉATIVE DU Canada*, QUI CONCLUAIT QUE L'EMPREINTE ÉCONOMIQUE DU SECTEUR CULTUREL CANADIEN S'ÉLÈVE À 84,6 MILLIARDS \$, SOIT 7,4 % DU PIB.

DANS LE DISCOURS DU TRÔNE DE NOVEMBRE DERNIER, LE GOUVERNEMENT CANADIEN AFFIRMAIT : « LA CRÉATIVITÉ CULTURELLE ET L'INNOVATION SONT ESSENTIELLES NON SEULEMENT À LA VITALITÉ DE LA CULTURE CANADIENNE, MAIS AUSSI À L'AVENIR ÉCONOMIQUE DU PAYS. »

NOS INDUSTRIES SONT BIEN PLACÉES – ELLES SONT À UN POINT TOURNANT – POUR TIRER PROFIT DES OCCASIONS QUE VA CRÉER CETTE IMPORTANTE MUTATION DE L'ÈRE INDUSTRIELLE À L'ÈRE DE LA CRÉATION OU ÈRE NUMÉRIQUE.

IL Y A CINQ ANS, L'AUTEUR D'UN ARTICLE PUBLIÉ DANS LE *NEW YORK TIMES* AFFIRMAIT QU'UN DIPLÔME EN CINÉMA OUVRAIT DÉSORMAIS AUTANT DE PORTES QU'UN MBA.

EN AMÉRIQUE DU NORD, PLUS DE 600 COLLÈGES ET UNIVERSITÉS OFFRENT AUJOURD'HUI DES COURS DE PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE.

EST-CE QUE TOUS CES ÉTUDIANTS VEULENT DEVENIR RÉALISATEURS DE FILMS ?

PEUT-ÊTRE. MAIS C'EST AUSSI UNE QUESTION DE POUVOIR.

L'ARTICLE PRÉCISAIT : « LES GENS QUI DÉTIENNENT UN POUVOIR SOCIAL ET QUI OCCUPENT UN POSTE PRESTIGIEUX PEUVENT UTILISER LE FILM ET LES MÉDIAS POUR MAINTENIR OU RENFORCER LEUR POUVOIR. »

L'AUTEUR POURSUIVAIT : « ÊTRE CINÉASTE, CE N'EST PAS JUSTE UNE PROFESSION, C'EST PARLER LE LANGAGE DE L'AVENIR. DANS L'UNIVERS NUMÉRIQUE, IL Y A CEUX QUI SAVENT PARLER ET DÉCODER LE LANGAGE DES MÉDIAS, ET IL Y A LES AUTRES, CEUX QUI N'ONT PAS CE SAVOIR. »

LE SUCCÈS DE *YOU TUBE* ILLUSTRE LA FORCE DE CE POUVOIR, DE CETTE TRANSITION VERS L'ÈRE NUMÉRIQUE DE LA CRÉATION.

NOS INDUSTRIES NE SONT PEUT-ÊTRE PAS CONFRONTÉES AUX MÊMES PROBLÈMES QUE L'INDUSTRIE AUTOMOBILE OU LES SERVICES FINANCIERS.

MAIS CES PROFONDS CHANGEMENTS ÉCONOMIQUES NOUS AFFECTENT AUSSI, ET NOUS OBLIGENT À RELEVER DE SÉRIEUX DÉFIS.

DANS QUELLE MESURE CETTE SITUATION NOUS AFFECTE-T-ELLE ?

AU COURS DES SEPT DERNIÈRES ANNÉES, LE FONDS DU LONG MÉTRAGE DU CANADA A CONNU UNE BAISSÉ IMPORTANTE EN TERMES DE DOLLARS RÉELS, EN RAISON DE DIVERSES COMPRESSIONS ET DU TAUX D'INFLATION. L'INDUSTRIE EN A ÉTÉ AFFECTÉE.

LES VARIATIONS IMPORTANTES DU DOLLAR CANADIEN, DE MÊME QUE LA CONCURRENCE FÉROCE DES NOMBREUX ÉTATS

AMÉRICAINS DANS LE SECTEUR DES CRÉDITS D'IMPÔT ONT EU UN IMPACT IMPORTANT DANS LE SECTEUR DES SERVICES DE PRODUCTION.

L'ENGAGEMENT DE MOINS EN MOINS IMPORTANT DES RADIODIFFUSEURS DANS LE FINANCEMENT ET LA PROGRAMMATION DE LONGS MÉTRAGES A AUSSI CONSTITUÉ UN FREIN À LA CROISSANCE DE L'INDUSTRIE.

NOS ACCORDS DE COPRODUCTION DOIVENT ÊTRE MIS À JOUR POUR RESTER PERTINENTS DANS LE CONTEXTE DU 21^E SIÈCLE ET POUR QUE LE CANADA PUISSE RÉAFFIRMER SON AVANTAGE CONCURRENTIEL SUR LE PLAN MONDIAL.

QU'EN EST-IL MAINTENANT DE LA NOUVELLE GÉNÉRATION DE SCÉNARISTES, RÉALISATEURS ET PRODUCTEURS CANADENS ?

LA RÉCENTE ABOLITION DE PROGRAMMES, MÊME MODESTES, COMME LE FONDS NATIONAL DESTINÉ AUX ÉCOLES DE FORMATION, COMPROMET L'AVENIR DE NOTRE INDUSTRIE.

COMMENT POUVONS-NOUS RELEVER CES DÉFIS, COMMENT ÊTRE DES AGENTS DE CHANGEMENT ET PROVOQUER NOUS-MÊMES CES OCCASIONS CRÉATRICES DONT PARLENT ROGER MARTIN ET RICHARD FLORIDA ET QUI SONT ESSENTIELLES À NOTRE AVENIR ?

SELON MOI, IL Y A QUATRE SECTEURS OÙ NOUS POUVONS AGIR POUR AMENER CES CHANGEMENTS ET FAIRE PROGRESSER NOTRE INDUSTRIE.

PERMETTEZ-MOI DE VOUS DONNER MA VISION DES ENJEUX QUI NOUS CONFRONTENT ET DES SOLUTIONS POSSIBLES.

CE FAISANT, JE VOUS INVITE AUSSI À NOUS FAIRE PART DE VOTRE PROPRE VISION, PARCE QUE NOTRE ENGAGEMENT À TOUS, ET L'ENGAGEMENT DES PROFESSIONNELS DU MINISTÈRE DU PATRIMOINE CANADIEN ET DE L'ENSEMBLE DU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL SERA NÉCESSAIRE POUR REDONNER À NOTRE INDUSTRIE TOUT SON DYNAMISME ET SON LEADERSHIP. II FAUT ÊTRE À L'AVANT-SCÈNE, NON À L'ARRIÈRE-SCÈNE.

PROCÉDONS DONC DANS L'ORDRE... COMME LE DIT L'ADAGE POPULAIRE, ON NE PEUT EN MÊME TEMPS S'ESSUYER LES MAINS ET ROULER SES MANCHES DE CHEMISE.

PREMIÈREMENT, LA SOLUTION DES 5 % DE RECETTES-GUICHET N'EST PAS UNE VÉRITABLE SOLUTION.

L'OBJECTIF PRINCIPAL QUI A DÉFINI LE FONDS DU LONG MÉTRAGE DU CANADA DEPUIS SA CRÉATION IL Y A 8 ANS EST LA CIBLE DE 5 % DES RECETTES-GUICHET.

NOUS AVONS ATTEINT CET OBJECTIF EN 2005, ALORS QUE L'AJOUT DE 50 MILLIONS \$ EN NOUVEAUX DOLLARS ANNUELLEMENT A EU UN IMPACT SUR LE NIVEAU DE PRODUCTION.

IL EST CLAIR QUE CE 5 % FUT UN ÉLÉMENT DÉTERMINANT POUR NOUS.

36 FILMS ISSUS DU FLMC ONT PRIS L'AFFICHE EN 2005. EN 2008, CE NOMBRE A CHUTÉ À 27 EN RAISON D'UNE DIMINUTION DE RESSOURCES FINANCIÈRES.

CE DÉCLIN A ÉTÉ PLUS MARQUÉ AU QUÉBEC, OÙ LA PROPORTION DES RECETTES-GUICHET EST PASSÉE DE 27 % EN 2005 À ENVIRON 14 % EN 2008.

LES MILITAIRES AMÉRICAINS ONT UN DICTON QUI DIT :

« UN OBJECTIF POUR LEQUEL ON NE CONSENT PAS LES RESSOURCES SUFFISANTES N'EST PAS UN OBJECTIF : C'EST UN MIRAGE. »

NOTRE OBJECTIF D'ATTEINDRE 5 % DES RECETTES-GUICHETS EST UN MIRAGE.

NOUS N'AVONS PAS LES RESSOURCES POUR Y PARVENIR ET NE LES AVONS À PEU PRÈS JAMAIS EUES !

NOUS DEVONS AVOIR D'AUTRES OBJECTIFS... ET NOUS DONNER
LES RESSOURCES POUR LES ATTEINDRE.

CES OBJECTIFS DOIVENT COMPRENDRE LES DIVERSES
PLATEFORMES SUR LESQUELLES LES CINÉASTES CANADIENS SONT
PRÉSENTS.

LE SUCCÈS DU FILM *PASSCHENDAELE*, QUI A RECUEILLI ENVIRON
5 MILLIONS \$ EN RECETTES-GUICHET, N'EST QU'UN DÉBUT.

LA SEMAINE DERNIÈRE, CE FILM FIGURAIT DANS LA LISTE DES
10 DVD LES PLUS VENDUS.

COMBIEN DE CONSOMMATEURS CHOISIRONT DE REGARDER
PASSCHENDAELE DANS LE CONFORT DE LEUR FOYER, SUR LEUR
GRAND ÉCRAN PLAT, AVEC SON AMBIOPHONIQUE ?

COMBIEN LE LOUERONT À LA TÉLÉVISION PAYANTE, LE
REGARDERONT À LA TÉLÉVISION TRADITIONNELLE OU LE
TÉLÉCHARGERONT SUR INTERNET (TOUT À FAIT LÉGALEMENT
BIEN SÛR) ?

NOUS ESTIMONS QUE LE FILM *BON COP, BAD COP*, DONT LA
CARRIÈRE SUR TOUTES LES PLATEFORMES PERTINENTES EST
MAINTENANT TERMINÉE, A ÉTÉ VU PAR QUELQUE 7 MILLIONS DE
CANADIENS.

CE N'EST PAS UNIQUEMENT UNE QUESTION DE RECETTES-GUICHET, MAIS BIEN D'AUDITOIRE, QUELLE QUE SOIT LA PLATEFORME.

DEUXIÈME CHANGEMENT, LE LONG MÉTRAGE ET LA RADIODIFFUSION NE FONT QU'UN.

L'AN DERNIER, TÉLÉFILM CANADA, EN CONSULTATION AVEC LES GROUPES DE TRAVAIL FRANCOPHONE ET ANGLOPHONE, A DEMANDÉ À PETER GRANT ET MICHEL HOULE DE RÉALISER UNE ÉTUDE SUR LES LIENS QUI UNISSENT L'INDUSTRIE CANADIENNE DU FILM ET LES RADIODIFFUSEURS.

CEUX QUI ONT ASSISTÉ AU DÉBAT DE CE MATIN CONNAISSENT LES CONCLUSIONS DE CETTE ÉTUDE.

PREMIÈRE PARTIE DE L'ÉTUDE : ON A ÉTUDIÉ DE QUELLE FAÇON LES PAYS EUROPÉENS SOUTIENNENT L'INDUSTRIE DU LONG MÉTRAGE – EN CIBLANT PARTICULIÈREMENT LA TÉLÉVISION CONVENTIONNELLE, LA TÉLÉVISION PAYANTE, LA VIDÉO SUR DEMANDE ET L'INTERNET.

DEUXIÈME PARTIE DE L'ÉTUDE : ON A AUSSI ÉTUDIÉ LA DIFFUSION AU CANADA DES ŒUVRES DES CINÉASTES CANADIENS. ENCORE LÀ, ON A TENTÉ DE VOIR COMMENT LES PLATEFORMES PARALLÈLES CONTRIBUENT À LA PRODUCTION DE FILMS CANADIENS, ET L'ON Y A RÉSUMÉ LES EXIGENCES

RÉGLEMENTAIRES IMPOSÉES PAR LE CRTC EN VERTU DE LA *LOI SUR LA RADIODIFFUSION*.

TROISIÈME PARTIE DE L'ÉTUDE : EN SE RÉFÉRANT AUX MODÈLES QUI ONT FAIT LEURS PREUVES DANS D'AUTRES PAYS, ON A PRÉSENTÉ UNE SÉRIE DE RECOMMANDATIONS DESTINÉES AU GOUVERNEMENT ET AUX ORGANISMES RÉGLEMENTAIRES.

EXIGER QUE LE SYSTÈME DE RADIODIFFUSION ACCORDE UN MEILLEUR SOUTIEN AUX LONGS MÉTRAGES CANADIENS CONTRIBUERA, SELON MOI, À ATTEINDRE L'UN DES PRINCIPAUX OBJECTIFS DE LA POLITIQUE GOUVERNEMENTALE SUR LE CINÉMA, À SAVOIR : « BÂTIR UN PUBLIC PLUS VASTE, AU CANADA ET À L'ÉTRANGER, DE FILMS CANADIENS. »

L'UN DES ÉLÉMENTS QUI M'ONT LE PLUS FRAPPÉ DANS CE RAPPORT EST LE SUIVANT : « EN MOYENNE, UN CITOYEN BRITANNIQUE VOIT 78 FILMS PAR AN : TROIS AU CINÉMA, 18 SUR DVD, UN PAR VIDÉO SUR DEMANDE ET 56 À LA TÉLÉVISION. »

UN PETIT APARTÉ : ON DIT QU'À BORD DU NOUVEAU SUPERJET AIRBUS 380, LE LOGICIEL QUI SERT À LA DIFUSION DES FILMS ET DES JEUX VIDÉO EST PLUS SOPHISTIQUÉ QUE LE LOGICIEL QUI SERT À FAIRE VOLER L'AVION.

QUE L'ON SOIT À 10 000 MÈTRES D'ALTITUDE OU DANS LE CONFORT DE SON SALON, IL NE FAUT PAS SE SURPRENDRE DE CETTE CONCLUSION D'UN RAPPORT DU CONSEIL DE L'EUROPE :

« IL N'EST PAS FRÉQUENT QU'UN FILM EUROPÉEN FASSE SUFFISAMMENT DE RECETTES-GUICHET POUR COUVRIR NE SERAIT-CE QUE LES COÛTS DE SORTIE DU FILM, ET À PLUS FORTE RAISON, QU'IL GÉNÈRE POUR LE PRODUCTEUR DES REVENUS SUFFISANTS POUR COUVRIR LES FRAIS DE PRODUCTION ».

DANS SON PLUS RÉCENT RAPPORT STATISTIQUE, LE UK FILM COUNCIL AFFIRMAIT QUE : « BIEN QUE LES MÉDIAS PARLENT DES FILMS À PEU PRÈS UNIQUEMENT LORS DE LEUR SORTIE EN SALLES, C'EST LORS DE LEUR PRÉSENTATION À LA TÉLÉVISION QUE LA PLUPART DES GENS VOIENT CES FILMS ».

EN 2007, L'AUDITOIRE TOTAL DES FILMS PRÉSENTÉS À LA TÉLÉVISION AU ROYAUME-UNI FUT DE 3,1 MILLIARDS, SOIT 19 FOIS PLUS QUE L'AUDITOIRE EN SALLES.

EN FÉVRIER 2006, LA BBC A SIGNÉ AVEC LE UK FILM COUNCIL UN PROTOCOLE D'ENTENTE QUI PRÉVOIT UN PLAN EN CINQ POINTS POUR ACCROÎTRE LE SOUTIEN DE LA BBC AU CINÉMA BRITANNIQUE.

AU COURS DES PROCHAINS MOIS, TÉLÉFILM CANADA RENCONTRERA L'INDUSTRIE ET LES RADIODIFFUSEURS EN VUE DE CRÉER UN PROGRAMME DE MARKETING POUR ACCROÎTRE L'ACQUISITION, LA PROGRAMMATION ET LA PROMOTION DES LONGS MÉTRAGES CANADIENS IMPORTANTS DIFFUSÉS EN SALLES, INCLUANT DES COPRODUCTIONS.

PLUS DE FILMS CANADIENS, PLUS DE TEMPS D'ANTENNE ET PLUS D'ARGENT.

TROISIÈMEMENT.

NOUS DEVONS ACCORDER PLUS D'ATTENTION ET DE SOUTIEN AUX COPRODUCTIONS INTERNATIONALES.

JE CROIS QUE LA POLITIQUE MISE DE L'AVANT PAR PATRIMOINE CANADIEN SUR LA COPRODUCTION REPRÉSENTE UNE RÉELLE OCCASION POUR L'INDUSTRIE AUDIOVISUELLE CANADIENNE.

NOS INDUSTRIES DU FILM ET DE LA TÉLÉVISION DOIVENT ACCROÎTRE LEURS ACTIVITÉS DE COPRODUCTION ET ÊTRE PLUS DYNAMIQUES DANS LEURS EFFORTS DE MISE EN MARCHÉ AU-DELÀ DU 49^e PARALLÈLE.

LES ÉCHANGES COMMERCIAUX SE DIVERSIFIENT – ON PARLE MAINTENANT DU BRÉSIL, DE LA CHINE, DE L'INDE – ET NOUS DEVONS NOUS PRÉPARER À PARTICIPER À CES ÉCHANGES, À ÊTRE COMPÉTITIFS SUR LA SCÈNE MONDIALE ET À CONNAÎTRE LA PROSPÉRITÉ EN CETTE ÈRE DE CRÉATION.

NOUS DEVONS POURSUIVRE NOS EFFORTS POUR TROUVER DE NOUVELLES SOURCES DE FINANCEMENT POUR LES COPRODUCTIONS – PAR DES PARTENARIATS ENTRE LES SECTEURS PUBLIC ET PRIVÉ.

VOILÀ POURQUOI LE CONSEIL D'ADMINISTRATION DE TÉLÉFILM A RÉCEMMENT APPROUVÉ UN AVANT-PROJET SOUMIS PAR LA DIRECTION EN VUE DE CONSTITUER UN FONDS COMMERCIAL EN COPRODUCTION, EN COLLABORATION AVEC DES INVESTISSEURS PRIVÉS ET PUBLICS.

NOUS CONTINUERONS ÉGALEMENT DE TRAVAILLER AVEC LE MINISTÈRE DU PATRIMOINE CANADIEN POUR FINALISER LE CADRE STRATÉGIQUE DE LA COPRODUCTION ET POUR METTRE À JOUR LES PRINCIPES DIRECTEURS EN MATIÈRE DE CERTIFICATION.

NOUS CONSTITUERONS D'ABORD UN GROUPE CONSULTATIF FORMÉ DE COPRODUCTEURS, DE DISTRIBUTEURS ET DE RADIODIFFUSEURS D'EXPÉRIENCE EN VUE DE DÉCIDER DES ACTIONS À PRENDRE À COURT ET À LONG TERME. NOUS ALLONS RÉAFFIRMER LE LEADERSHIP CANADIEN ET REPRENDRE NOTRE AVANTAGE CONCURRENTIEL.

QUATRIÈMEMENT, LES CRÉDITS D'IMPÔT.

LE MINISTÈRE DU PATRIMOINE CANADIEN A RÉCEMMENT RENDU PUBLIQUE SON ÉVALUATION DU CRÉDIT D'IMPÔT POUR PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE ET MAGNÉTOSCOPIQUE CANADIENNE (CIPC).

MIS EN PLACE EN 1996, LE CIPC A DONNÉ LIEU À DES CRÉDITS D'IMPÔT TOTALISANT PLUS DE 1,6 MILLIARD \$ POUR PLUS DE

9 000 PRODUCTIONS CINÉMATOGRAPHIQUES ET TÉLÉVISUELLES –
LE TOTAL DES BUDGETS DE CES PRODUCTIONS ÉTAIT DE
17,3 MILLIARDS \$.

EST-CE UNE BONNE PERFORMANCE ? CERTAINEMENT ! POURRAIT-
ON FAIRE MIEUX ? BIEN SUR !

LE RAPPORT DE PATRIMOINE CANADIEN SUR LE CRÉDIT D'IMPÔT
MENTIONNE NOTAMMENT QUE DES PAYS COMME L'AUSTRALIE,
LE ROYAUME-UNI ET LA FRANCE UTILISENT DE PLUS EN PLUS LE
CRÉDIT D'IMPÔT COMME MOYEN DE SOUTENIR LEUR INDUSTRIE
DU FILM ET DE LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE... ET Y INCLUENT
LES PRODUCTIONS DES NOUVEAUX MÉDIAS.

DE PLUS, CES TROIS PAYS ONT RÉCEMMENT ADOPTÉ UNE
FORMULE DE CRÉDIT D'IMPÔT SELON LAQUELLE LES DÉPENSES
ADMISSIBLES NE SONT PAS UNIQUEMENT LES DÉPENSES DE MAIN-
D'ŒUVRE, MAIS AUSSI D'AUTRES TYPES DE DÉPENSES.

CES PAYS N'ONT PAS ADOPTÉ LES RESTRICTIONS EN VIGUEUR AU
CANADA RELATIVEMENT À LA VENTE DES DROITS PAR LE
PRODUCTEUR.

DANS CES TROIS PAYS, EN PLUS DES CRÉDITS D'IMPÔT MOINS
RESTRICTIFS QU'AU CANADA, LE SOUTIEN FINANCIER À LA
PRODUCTION NATIONALE EST AUSSI PLUS IMPORTANT.

EN AUSTRALIE PAR EXEMPLE, LE GÉNÉREUX CRÉDIT D'IMPÔT ATTEINT 40 % ET LES TROIS AGENCES FÉDÉRALES DE SOUTIEN À L'INDUSTRIE DU FILM ET DE LA TÉLÉVISION ONT ÉTÉ REGROUPÉES EN UNE SEULE SUPER AGENCE, SCREEN AUSTRALIA.

JE CROIS QUE, TOUT COMME DANS LE CAS DE NOTRE POLITIQUE EN MATIÈRE DE COPRODUCTION, NOUS DEVONS MODERNISER NOS PROGRAMMES DE CRÉDIT D'IMPÔT POUR NOUS ASSURER QUE LE CANADA AIT SA PLACE, TANT ICI QU'À L'ÉTRANGER.

JE SUIS CONVAINCU QU'IL Y A BEAUCOUP D'AUTRES MESURES QUE NOUS POURRIONS PRENDRE POUR AIDER NOTRE INDUSTRIE À RETROUVER SON DYNAMISME.

MAIS J'AIMERAIS QUE TOUS ENSEMBLE NOUS RÉFLÉCHISSIONS AUX QUATRE CHANGEMENTS QUE JE PROPOSE AUJOURD'HUI :
– ÉLABORER DE NOUVEAUX CRITÈRES POUR MESURER LES AUDITOIRES ; INTRÉGER UN SOUTIEN À LA PRODUCTION; CINÉMATOGRAPHIQUE AU SYSTÈME DE RADIODIFFUSION; MIEUX SOUTENIR NOS COPRODUCTIONS INTERNATIONALES ; ET RÉVISER ET MODERNISER LE CRÉDIT D'IMPÔT.

ENCORE UNE FOIS, JE FAIS CES SUGGESTIONS EN ESPÉRANT QU'ELLES SUSCITENT UNE RÉFLEXION ET GÈNÈRENT D'AUTRES IDÉES.

TOUTES CES SUGGESTIONS NE VISENT QU'UNE SEULE CHOSE : QUE NOTRE INDUSTRIE AUDIOVISUELLE PUISSE SURVIVRE EN

INTÉGRANT HARMONIEUSEMENT CES CHANGEMENTS
INÉLUCTABLES ET IMPORTANTS.

JE DEMEURE CONVAINCU QUE LORSQU'IL FAUT EFFECTUER
D'IMPORTANTS CHANGEMENTS ET CRÉER DES OCCASIONS –
SURTOUT EN CE QUI A TRAIT AUX INDUSTRIES CULTURELLES
CANADIENNES – UNE INTERVENTION DE L'ÉTAT S'AVÈRE
ESSENTIELLE.

NOS INDUSTRIES CULTURELLES SONT AUSSI ESSENTIELLES QUE
NOS INSTITUTIONS BANCAIRES OU NOS INSTITUTIONS
FINANCIÈRES.

NOUS POUVONS CRITIQUER NOTRE SYSTÈME BANCAIRE, NOTRE
SYSTÈME DE SANTÉ OU NOS INDUSTRIES CULTURELLES. MAIS
AILLEURS DANS LE MONDE, TRÈS PEU DE PERSONNES CRITIQUENT
NOS FAÇONS DE FAIRE. EN FAIT, LA PLUPART DES GENS NOUS
ADMIRENT ET MÊME NOUS ENVIENT.

SANS L'INTERVENTION ET L'ENGAGEMENT DU GOUVERNEMENT
AU FIL DES DÉCENNIES, LA DIFFÉRENCE ENTRE LE CANADA ET LES
ÉTATS-UNIS SUR LE PLAN CULTUREL SERAIT À PEU PRÈS AUSSI
IMPORTANTE QUE LA DIFFÉRENCE ENTRE MONACO... ET LA
FRANCE.

POURQUOI ?

NOUS SOMMES UNE PETITE POPULATION SUR UN TRÈS VASTE TERRITOIRE.

DÈS LORS, CRÉER UN IMAGINAIRE COLLECTIF QUI NOUS DISTINGUE DES AUTRES ET CRÉER DES HISTOIRES QUI CIMENTENT NOTRE IDENTITÉ N'EST PAS CHOSE FACILE.

NORTHROP FRYE L'A BIEN EXPRIMÉ : « L'IDENTITÉ EST À LA FOIS LOCALE ET RÉGIONALE... ELLE SE NOURRIT DE L'IMAGINATION ET DE NOS GRANDES ŒUVRES CULTURELLES. »

LA CÉLÈBRE ROMANCIÈRE CANADIENNE MARGARET LAURENCE A ELLE AUSSI DIT LA MÊME CHOSE EN SES PROPRES MOTS :

« ON PEUT ÉCRIRE SUR DES ÉVÉNEMENTS QUI ONT EU LIEU DANS UNE PETITE VILLE DES PRAIRIES, ET TOUT CE QUI A PU SE PRODUIRE A CET ENDROIT S'EST PRODUIT AUSSI, D'UNE FAÇON OU D'UNE AUTRE, À PEU PRÈS PARTOUT DANS LE MONDE. »

J'EN SUIS À LA DERNIÈRE ANNÉE DE MON MANDAT DE CINQ ANS À TITRE DE DIRECTEUR GÉNÉRAL DE TÉLÉFILM CANADA.

À CHAQUE ANNÉE, DEPUIS CINQ ANS, J'AI EU LE PLAISIR DE M'ADRESSER À VOUS LORS DE LA CONFÉRENCE GRANDE ÉCOUTE À OTTAWA, ET J'AI APPRÉCIÉ CHACUNE DE CES OCCASIONS.

JE TIENS À REMERCIER L'ACPFT DE M'Y AVOIR INVITÉ.

CERTAINS D'ENTRE VOUS AURONT PEUT-ÊTRE NOTÉ, AU COURS DES ANS, UNE RÉCURRENCE DES IDÉES, DES THÈMES ET DES VALEURS.

CE N'EST PAS DE LA RÉPÉTITION : C'EST DE LA COHÉRENCE.

IL Y A UNE CHOSE QUI N'A JAMAIS CHANGÉ, UN ENGAGEMENT QUI A MOTIVÉ CHACUNE DES DÉCISIONS QUE J'AI PRISES PENDANT MON MANDAT À TÉLÉFILM :

MON ENGAGEMENT ENVERS « LE TALENT CANADIEN... QUI PRODUIT DU CONTENU CANADIEN... QUI INTERPELLE LES AUDITOIRES CANADIENS... ET LE MONDE ENTIER . »

MERCI.