



Chambre des communes  
CANADA

## Comité permanent du patrimoine canadien

---

CHPC



NUMÉRO 022



1<sup>re</sup> SESSION



38<sup>e</sup> LÉGISLATURE

---

TÉMOIGNAGES

**Le jeudi 10 mars 2005**



**Présidente**

Mme Marlene Catterall

Toutes les publications parlementaires sont disponibles sur le  
réseau électronique « Parliamentary Internet Parlementaire » à l'adresse suivante :

**<http://www.parl.gc.ca>**

## Comité permanent du patrimoine canadien

Le jeudi 10 mars 2005

• (0910)

[Traduction]

**La présidente (Mme Marlene Catterall (Ottawa-Ouest—Nepean, Lib.)):** Je n'ai pas de maillet, mais je vais tout de même déclarer ouverte la séance du Comité permanent du patrimoine canadien.

Monsieur Shellenberger, je n'ai pas mon maillet ce matin. Vous devrez donc respecter les règles.

Nous allons faire patienter nos témoins pendant quelques minutes afin de régler quelques motions demeurées en suspens lors de réunions précédentes.

Nous allons commencer par la motion de M. Angus.

Monsieur Angus, souhaitez-vous commencer par nous présenter la motion et nous en parler?

Charlie, êtes-vous prêt à présenter votre motion?

**M. Charlie Angus (Timmins—Baie James, NPD):** Désolé, madame la présidente. J'étais absorbé par mes pensées.

Oui, je suis on ne peut plus prêt à présenter ma motion.

Il s'agit essentiellement d'une motion dont ont été saisis plusieurs comités, dont celui de l'agriculture, celui de la citoyenneté... six ou sept comités environ. Elle est conforme au principe selon lequel toute motion, toute nomination, renvoyée au comité représente ce qu'il y a de mieux. J'estime donc que nous devrions tous souhaiter que toutes les nominations qui nous sont soumises sont impartiales.

**La présidente:** Je vous remercie, monsieur Angus.

Madame Bulte.

**L'hon. Sarmite Bulte (Parkdale—High Park, Lib.):** Madame la présidente, j'aimerais parler de la motion comme telle.

Le travail des comités consiste à examiner les nominations assujetties à un examen parlementaire, avant qu'elles aient lieu, et à vérifier que le gouvernement a suivi un processus fondé sur les compétences qui est à la fois transparent et équitable. De fait, les comités peuvent tenir les ministres qui font les nominations responsables de la qualité de leur candidat et peuvent certes les obliger à rendre des comptes. C'est là le rôle qui leur revient.

Cela étant dit, le processus d'examen préalable à la nomination n'est pas censé éclipser le travail du pouvoir exécutif dans le choix et la transmission des candidatures qu'il propose. Dans le cas qui nous occupe, la suggestion voulant que le comité examine et approuve les critères de sélection pour toutes les nominations faites par le gouvernement ne cadre pas avec le mandat du comité en la matière.

Quand des candidatures sont présentées au comité, il faudrait que les ministères fournissent aux membres du comité de la documentation convenable, y compris les critères de sélection, de l'information sur le processus et ainsi de suite. Il faut que la candidature soit défendue et justifiée par le ministre. Il se peut que le ministre reçoive

des suggestions utiles du comité, mais le processus grâce auquel ces critères sont fixés relève de lui et de son ministère, ainsi que du BCP et du CPM.

Le gouvernement du Canada a également annoncé récemment un nouveau processus de nomination fondé sur le mérite pour les PDG, les administrateurs et les présidents de sociétés d'État qui inclut un examen parlementaire. Les conseils d'administration des sociétés d'État se conformeront désormais au nouveau processus de nomination que voici. Chaque conseil d'administration formera un comité permanent des candidatures. Si le conseil en décide ainsi, le comité peut inclure des personnalités éminentes de l'extérieur afin d'appuyer le travail du conseil. Entre autres choses, le comité des candidatures fixera les critères qui s'imposent pour la sélection des candidats. De plus, on retiendra les services de recruteurs professionnels pour aider le comité des candidatures à choisir le candidat le plus méritant. Par ailleurs, de la publicité paraîtra dans les journaux et dans la *Gazette du Canada* pour annoncer tous les postes vacants de PDG et de président. Le comité des candidatures présentera au conseil d'administration une recommandation, et le conseil d'administration soumettra une courte liste de candidats au ministre responsable de la société.

Le ministre recommandera la nomination d'un candidat à partir de cette liste. Le comité parlementaire compétent examinera ensuite la candidature recommandée par le ministre, ce que nous avons en réalité déjà fait à deux occasions. La décision finale quant à la nomination continue de relever du Cabinet.

Enfin, madame la présidente, j'aimerais souligner qu'en exigeant l'unanimité pour rejeter une candidature, c'est comme si on faisait de la facturation tacite. Cela va à l'encontre de la démocratie, du principe des décisions consensuelles et de l'esprit de coopération qui ont toujours caractérisé notre comité.

En novembre, une lettre a été envoyée par le ministre Valeri à tous les présidents de comité pour annoncer que le comité de la procédure étudierait la question des nominations. Don Boudria a également envoyé une lettre à tous les comités pour solliciter les vues des députés au sujet du processus. Par conséquent, je soumetts respectueusement, madame la présidente, étant donné tout ce qui précède, qu'il n'est pas nécessaire d'adopter la motion à l'étude. En fait, elle est redondante.

**La présidente:** Madame Bulte, je vous remercie.

Y a-t-il d'autres commentaires?

Monsieur Lemay.

[Français]

**M. Marc Lemay (Abitibi—Témiscamingue, BQ):** Nous sommes d'accord sur la proposition présentée par M. Angus. J'ai écouté avec attention ce que Mme Bulte vient de dire. Ici, à ce comité, nous voulons surtout que, relativement aux nominations qui concernent les dossiers de Patrimoine canadien, nous soyons non seulement consultés mais aussi informés des critères élaborés pour la désignation des personnes. Nous avons un exemple aujourd'hui. J'aurais beaucoup de difficulté à appuyer quelqu'un qui irait siéger au conseil d'administration de Téléfilm Canada et qui viendrait du milieu du sport. Une telle chose s'est déjà produite, pas à Téléfilm Canada bien évidemment, mais dans d'autres dossiers de Patrimoine canadien, et je pourrais vous en citer des exemples. Bien qu'il soit possible de discuter et d'argumenter sur les critères, l'essence de la motion est que nous connaissions à tout le moins ces critères, afin de savoir sur quoi s'est basé le gouvernement pour nous soumettre les candidatures des personnes qu'il veut désigner. C'est cela que nous voulons savoir.

Merci, madame la présidente.

•(0915)

[Traduction]

**La présidente:** Madame Oda.

**Mme Bev Oda (Durham, PCC):** Merci, madame la présidente.

Je peux comprendre que les critères relatifs à la capacité d'une personne d'assumer les responsabilités de son poste sont très importants pour des nominations particulières et je suis certes d'accord avec cette idée. Toutefois, je me demande s'il ne conviendrait pas, ce dont je suis personnellement convaincue, d'en imposer la responsabilité et l'obligation à un autre niveau d'abord—au niveau du gouvernement. Il incombe... Le Parti conservateur est assurément convaincu que des critères de sélection et un processus ouvert et transparent de nomination sont importants et névralgiques pour faire en sorte que les titulaires agissent de manière responsable et assument leurs responsabilités.

Toutefois, les comités se doivent de connaître de A à Z l'organisation à laquelle est nommée la personne, le rôle que cette personne doit y assumer. Par conséquent, il faut faire en sorte de bien connaître les organisations et les responsabilités que notre comité souhaite voir l'organisation assumer au nom de la culture et des arts au Canada.

J'hésiterais donc à appuyer la motion actuelle parce qu'elle vise un autre niveau. Je propose que notre comité continue de travailler de manière consensuelle de telle manière qu'il peut, au besoin, avoir une discussion au sujet de l'organisation, de ses responsabilités et des critères qui, selon lui, s'appliquent à la personne nommée pour la diriger ou pour faire partie de son conseil d'administration, après quoi le comité pourra rencontrer le candidat proposé.

Il faut que le comité, pour être efficace, s'en tienne, dans l'acquiescement de ses obligations, dans ses discussions et ses débats, aux questions pertinentes pour les organismes ou les sociétés d'État dont il a la responsabilité.

Je vous remercie.

**La présidente:** Merci, madame Oda.

Monsieur Angus, vous plairait-il d'avoir le dernier mot?

**M. Charlie Angus:** Merci, madame la présidente.

**La présidente:** Oh! Je crois que M. Kotto souhaitait également avoir la parole.

[Français]

**M. Maka Kotto (Saint-Lambert, BQ):** Merci, madame la présidente.

Je voudrais simplement renchérir sur ce que mes deux collègues viennent de dire. Je comprends parfaitement les réserves de Mme Bulte, mais il ne faut pas non plus oublier que nous sommes ici pour faire le lien entre le gouvernement et la population que nous sommes censés servir. Il est important de souligner qu'il y a une notion de perception à mettre de l'avant. Plus on émet de signes qui inspirent le flou artistique, plus on génère chez les citoyens un sentiment de népotisme quant aux nominations. On sait toute la publicité négative qui a été faite par le passé sur ces dossiers, et on connaît la distance que les citoyens et les citoyennes ont établie entre le politique et eux. Tout ce qui pourrait aller dans le sens de la transparence est bienvenu de notre point de vue. Il est sûr que le gouvernement a une responsabilité, qui devrait être assise sur la notion de confiance, mais cette confiance s'effrite et elle est en déliquescence. Je pense qu'en la circonstance une telle motion, à partir du moment où elle serait avalisée par nous, ne pourrait avoir qu'un impact positif au niveau de l'inconscient collectif. C'est ce que je voulais dire.

[Traduction]

**La présidente:** Nous allons maintenant céder la parole à M. Angus, pour qu'il mette fin au débat.

Puis-je seulement préciser, toutefois, qu'il semble clair qu'il n'y a pas de consensus au sujet de la motion. Si vous souhaitez la maintenir, je n'aurai peut-être pas d'autre choix que de la mettre aux voix.

•(0920)

**M. Charlie Angus:** Je n'ai absolument rien contre l'idée d'un vote. Nous n'avons pas travaillé à plusieurs dossiers de manière consensuelle, de sorte que je n'en prends pas ombrage.

Le principe fondamental mis de l'avant dans la motion à l'étude se trouve énoncé à la ligne où on peut lire que les nominations sont assujetties à un examen de la part du comité permanent. C'est là la nature de notre travail au Parlement. Nous répondons particulièrement de la nature impartiale des nominations. J'ai écouté ce qu'avait à dire ma collègue, mais en bout de ligne, il me semble que le pouvoir fondamental dont il est question est le pouvoir de l'exécutif et le pouvoir du CPM de prendre de pareilles décisions.

Tout dépend de qui vous connaissez au sein du CPM. La façon dont les nominations se sont faites dans le passé me préoccupe vivement. Si l'on se fie aux nominations partisans faites au cours des six dernières années au ministère du Patrimoine, on constate qu'elles sont très lourdement liées au parti au pouvoir. Elles l'ont toujours été, et nous n'avons pas le pouvoir, au sein du comité, de même en débattre. En fait, lors d'une nomination récente, on nous a dit qu'il ne nous appartenait pas de l'appuyer ou de la refuser, que nous étions simplement là pour l'examiner.

On ne peut pas continuer d'approuver pour la forme des nominations dans un portefeuille aussi important que celui du Patrimoine. C'est pourquoi j'estime que nous avons vraiment besoin de renforcer notre mandat à cet égard.

**La présidente:** Monsieur Angus, je vous remercie.

Madame Oda, je vous laisse faire une dernière petite observation. Je rappelle que nous avons des témoins qui attendent.

**Mme Bev Oda:** J'en suis consciente, madame la présidente. Toutefois, je dois déclarer officiellement, certainement pour le compte de mon parti, l'opposition, que nous sommes tout à fait d'accord qu'il existe une responsabilité... C'est une question que nous avons abordée à la Chambre des communes et, comme je l'ai dit tout à l'heure, je crois que c'est dans cette enceinte qui devraient avoir lieu les débats. Il appartient ensuite à notre comité de s'acquitter des responsabilités qui lui ont été confiées.

En précisant où réside la plus grande responsabilité, je m'assurerai durant le débat à la Chambre des communes de l'objet réel de la motion de M. Angus. Cependant, en ce qui concerne notre comité, nous devrions nous concentrer sur les responsabilités qui nous reviennent. Le travail en comité permet d'analyser plus soigneusement l'à-propos des nominations au sein d'organismes particuliers dont nous avons la responsabilité.

**La présidente:** Madame Oda, je vous remercie.

Je mets donc la motion aux voix. Que tous ceux qui sont pour la motion lèvent la main.

(La motion est rejetée.)

**La présidente:** J'aimerais que nous poursuivions et que nous réglions le point soulevé par la vérificatrice générale. Je vous laisse décider s'il faut le faire tout de suite. Avons-nous besoin d'en débattre longuement ou aurons-nous le temps de régler cette question après avoir entendu les témoins?

**L'hon. Sarmite Bulte:** Nous devrions commencer par entendre les témoins.

**La présidente:** Je vous remercie beaucoup.

Il serait utile selon moi de prendre quelques minutes pour permettre à M. Black de nous résumer la liste des questions que le comité a reçues pour définir le cadre de son étude et les questions qui sont particulièrement pertinentes pour nos témoins d'aujourd'hui. Je vais laisser deux minutes à M. Black pour le faire.

**M. David Black (attaché de recherche auprès du comité):** Merci.

Les membres ont déjà reçu une liste de questions et s'en sont servis pour interroger d'autres témoins. J'aimerais simplement souligner que la liste inclut d'autres questions qu'il serait peut-être particulièrement indiqué de poser à Téléfilm.

Il y aurait, par exemple, la première question, au sujet des programmes de soutien fédéraux, la deuxième, au sujet des organismes, et la quatrième concernant les premières étapes du tournage, y compris la rédaction de scénarios. Il serait particulière-

ment pertinent de poser la question 12, par exemple, au sujet du marketing, la question 14, au sujet des différences entre le marché anglophone et le marché francophone, la question 17, à savoir si de nouveaux instruments financiers sont nécessaires, et peut-être, la question 21, concernant ce qu'il faut faire pour conserver le public du marché francophone, et les questions 24, 25 et 26 peut-être qui portent sur les orientations: ce qui a fonctionné au cours des cinq dernières années, ce qui n'a pas fonctionné et les principaux obstacles au succès. Ensuite, je ne sais pas trop, mais les membres pourraient poser la question 32, une légère variante par rapport à ce que Mme Oda a posé l'autre jour au sujet d'une réflexion sur l'essentiel de ce que nous tentons de faire.

Voilà. Je ne crois pas avoir pris les deux minutes qui m'étaient accordées.

● (0925)

**La présidente:** As-t-on quelque chose à dire, des questions à poser?

Passons à l'audition des témoignages. Monsieur Clarkson, je vous souhaite la bienvenue, à vous et à vos collègues. Il nous tarde d'entamer cette matinée fort chargée. Je vous remercie.

**M. S. Wayne Clarkson (directeur général, Téléfilm Canada):** Merci.

Madame la présidente, membres du comité permanent, mesdames et messieurs, je vous remercie de l'occasion qui m'est offerte aujourd'hui de comparaître devant vous.

[Français]

Parmi les gens qui m'accompagnent se trouve le président de Téléfilm Canada, M. Charles Bélanger, qui se fera un plaisir, plus tard, de répondre à vos questions au sujet du Festival du film de Montréal. Il y a également Mme Karen Franklin, notre directrice des opérations du côté anglais, M. Michel Pradier, directeur des opérations du côté français et du bureau du Québec, ainsi que M. Ralph Holt, responsable national du secteur long métrage.

[Traduction]

Ils se joindront à moins pour vous expliquer en détail comment Téléfilm travaille à mettre en place tous les éléments qui sont essentiels pour que les cinéastes canadiens puissent informer, faire réfléchir et divertir les cinéphiles partout au pays et aux quatre coins du monde.

Depuis ma dernière comparution devant vous—il y a de cela à peine deux mois—, j'ai voyagé partout au pays pour rencontrer les associations, les syndicats, les guildes et les joueurs clés des industries du film, de la télévision et des nouveaux médias. J'en ai beaucoup appris en très peu de temps sur l'étendue et la portée de l'industrie cinématographique du Canada—une industrie qui n'est plus limitée à Montréal et à Toronto et qui est au contraire forte, vivante et en pleine croissance dans toutes les régions. Les créateurs que j'ai rencontrés dans chacun des centres m'ont inspiré par leur innovation, leur assurance et leur originalité. Grâce aux infrastructures matérielles, aux équipes de production aguerries et au savoir des producteurs, l'industrie canadienne est prête pour une nouvelle ère de croissance et d'expansion.

À Halifax, j'ai visité le bureau régional de Téléfilm et j'ai participé à une table ronde organisé par la Guilde canadienne des réalisateurs avec les diffuseurs, les cinéastes et Bev Oda, membre du comité de direction. De plus, j'ai visité le plateau de *The Conclave*, une coproduction Canada-Allemagne dont l'action se situe en Europe médiévale et qui a été tournée dans une usine hydroélectrique désaffectée.

[Français]

À Montréal, j'ai assisté à la remise des prix Jutra en compagnie de Mme la ministre Liza Frulla, à l'ouverture des Rendez-vous du cinéma québécois et à la soirée Hommage à Gilles Carle, animée par Daniel Langlois et Pierre-Karl Péladeau. J'ai aussi participé à la première du film *Le goût des jeunes filles*, de John Lécuyer, dans lequel figure un autre membre du comité permanent, Maka Kotto.

[Traduction]

À Toronto, j'ai rencontré le conseil d'administration de l'Association canadienne de production de film et télévision et j'ai assisté au gala pour le Centre canadien du film auquel assistait également l'honorable Sam Bulte, membre de votre comité.

J'ai en outre participé à des tables rondes et à des ateliers de travail de l'industrie à Winnipeg et à Regina (où j'ai visité le plateau de la mini-série *Tommy Douglas* en cours de tournage dans un studio de plusieurs millions de dollars situé dans une ancienne école normale). À Calgary et à Edmonton, j'ai eu l'occasion de rencontrer le ministre du Développement économique responsable des productions cinématographiques, Gary Mar, après quoi je me suis rendu au bureau régional de Téléfilm à Vancouver pour assister à des réunions.

J'ai dormi dans quelque 24 chambres d'hôtel au cours des 42 dernières nuits—à croire que je suis candidat dans une campagne électorale.

**Des voix :** Oh, oh!

**M. S. Wayne Clarkson :** Il serait peut-être utile de se rappeler à quel point notre industrie du long métrage est jeune—avec tout le respect que je dois aux pionniers, aux producteurs et aux réalisateurs du début, dont le travail est malheureusement perdu ou impossible à visionner—, même si le Trust pour la préservation de l'audiovisuel effectue un travail remarquable de préservation et de distribution de films anciens, comme *Bush Pilot* (1946).

• (0930)

[Français]

Par exemple, en 1984, le Festival du film de Toronto a demandé à des critiques de films, des professeurs et des cinéastes canadiens et étrangers de choisir les 10 meilleurs longs métrages canadiens.

La liste finale était fascinante. Le film en tête de liste était le chef-d'oeuvre de Claude Jutra, *Mon oncle Antoine*. Parmi les autres films sélectionnés se trouvaient *La vraie nature de Bernadette*, *The Apprenticeship of Duddy Kravitz* et *The Grey Fox*, pour n'en nommer que quelques-uns.

Étrangement, le plus vieux film était *Nobody Waved Goodbye*, réalisé en 1964. Comment se fait-il que certains des plus grands films de ce pays aient été produits au cours d'une période d'environ 20 ans seulement, soit de 1964 à 1984? Pour nous, le phénomène est très intéressant.

[Traduction]

Dix ans plus tard, en 1994, le festival décida de mettre à jour la liste et les films rajeunirent. *Mon Oncle Antoine* figurait toujours en tête de liste, mais celle-ci incluait pour la première fois *I've Heard the Mermaids Singing*, une production de 1987, et *Le Déclin de l'empire américain*, réalisé en 1986.

En fonction de ces deux listes—et d'une troisième qui a été entreprise en 2004 et qui a donné les mêmes résultats—, on pourrait donc affirmer que notre industrie du long métrage de fiction débuta en 1967, avec la création de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne, aujourd'hui devenue Téléfilm Canada. On pourrait aussi en conclure que le leadership

du gouvernement fédéral et de sa société d'État a favorisé la mise en place d'organismes provinciaux de même nature, la création d'ententes de coproduction—il y en a 55 actuellement—, la participation croissante de notre industrie aux événements internationaux et la prolifération de festivals de films dans tous les grands centres du pays. Et cela, sans oublier le rôle que Téléfilm joue dans le développement et le financement de programmes de formation, y compris des grandes écoles de formation situées à Montréal, à Toronto et à Winnipeg.

[Français]

Qui aurait cru qu'une allocation parlementaire initiale de 10 millions de dollars visant à soutenir l'industrie canadienne du film aurait généré une industrie qui vaut aujourd'hui plus de 3 milliards de dollars par année et qui peut se targuer de produire des cinéastes aussi applaudis qu'Atom Egoyan, Denys Arcand, Zacharias Kunuk, Paul Gross, Deepa Mehta, Sturla Gunnarsson, Léa Pool et François Girard?

[Traduction]

Pour illustrer cela, j'aimerais maintenant attirer votre attention sur quelques-unes des histoires et des images, aussi captivantes que saisissantes, qui ont récemment touché les auditoires du Canada et de l'étranger.

• (0935)

[ Note de la rédaction : Présentation audiovisuelle ]

• (0940)

Je vous remercie beaucoup de votre attention.

Il s'agit-là à mon avis d'une sélection impressionnante de films, et nous en parlerons plus abondamment tout à l'heure.

J'ai eu le plaisir, l'autre jour, de rencontrer Denise Robert, productrice du film qui a remporté un Oscar et un César, soit *Les invasions barbares*. Elle m'a demandé de lui présenter l'Oscar et le César. Elle a certes du respect pour Téléfilm Canada et elle salue le comité pour son soutien constant.

Comme l'a écrit le grand réalisateur canadien Norman Jewison: « Faire un film, c'est comme aller à la guerre. Il faut du courage, de la confiance, du dévouement et du sacrifice ».

• (0945)

[Français]

Comptant parmi les rares investisseurs culturels qui s'impliquent dans tous les secteurs clés de la création et de la livraison des longs métrages, du développement à la distribution en passant par la production et le marketing, nous avons donné la possibilité à des milliers de scénaristes, réalisateurs, producteurs, distributeurs, techniciens et acteurs canadiens de faire carrière au pays et de travailler dans leur langue maternelle et dans leur région, ce qui inclut les productions de langue française hors Québec.

[Traduction]

Comme l'a si bien dit David Cronenberg : « L'engagement de Téléfilm envers mon oeuvre cinématographique a été déterminant dans mon choix de rester au Canada. [...] J'étais sur le point de déménager à Los Angeles ».

Avec votre permission, je vais maintenant céder la parole à mes collègues qui vous expliqueront plus en détail pourquoi Téléfilm est un partenaire vital pour l'industrie. Ils vont aborder les enjeux clés de l'industrie qui ont été mentionnés dans notre présentation et ils traiteront du besoin d'augmenter notre soutien au cinéma canadien.

**Mme Karen Franklin (directrice, Opérations en anglais, Téléfilm Canada):** Bonjour.

Je m'appelle Karen Franklin et je suis directrice des opérations en anglais. C'est pour moi un plaisir d'être ici aujourd'hui.

La production du genre de film que vous venez de voir n'est qu'une composante du paysage de la production des longs métrages au Canada. Les tournages de productions étrangères, ou services de production cinématographique, représentent le gros de l'activité au Canada. Ces productions fournissent une source vitale d'emplois pour les Canadiens et elles sont destinées à des publics internationaux. Les productions à contenu canadien non seulement emploient des Canadiens, mais elles sont également lancées et contrôlées, sur le plan créatif, par des cinéastes canadiens et font travailler des auteurs, des réalisateurs et des acteurs canadiens.

Les longs métrages financés par Téléfilm ne sont pas simplement la création de Canadiens; ils visent particulièrement à attirer des publics canadiens par leur histoire, leurs caractères et leurs décors, ainsi que par leur distribution et leur mise en marché. Téléfilm Canada soutient les producteurs indépendants. Ses contributions financières permettent aux producteurs canadiens d'obtenir, d'autres sources, de trois à quatre fois plus de fonds. Cela permet de réaliser toute une gamme de films canadiens et contribue à développer le talent canadien et à prévenir l'exode de ces Canadiens talentueux, de sorte qu'ils puissent raconter leurs histoires aux Canadiens et au monde.

Michel.

[Français]

**M. Michel Pradier (directeur, Affaires francophones, Téléfilm Canada):** Bonjour. Je m'appelle Michel Pradier et je suis directeur des opérations en français à Téléfilm Canada.

Pour qu'un long métrage rejoigne ses auditoires, il doit traverser avec succès un processus composé de quatre étapes étroitement liées: le développement et l'écriture, le financement et la production, la mise en marché et la distribution, et finalement l'exploitation. Le succès dans chacune de ces étapes dépend d'une main-d'oeuvre qualifiée et spécialisée, dotée, entre autres, d'une formation solide. Les résultats obtenus à chaque étape du processus ont pour conséquence directe l'attrait du film pour le téléspectateur. Téléfilm Canada est présent à chacune de ces étapes. C'est très important.

Dans les prochaines diapositives, vous allez voir un peu les impacts des processus par lesquels Téléfilm Canada soutient les films à chacune de ces étapes.

Prenons l'exemple de *The Fast Runner (Atanarjuat)*. Sans l'aide de Téléfilm Canada, du développement à la mise en marché, le chef-d'oeuvre autochtone le plus populaire au Canada et sans doute sur la planète n'aurait pu être réalisé. De plus, il a fait des recettes de 1 million de dollars en France, par exemple. C'est une occasion pour des voix autochtones et régionales de rejoindre un public canadien. Ce film s'est d'ailleurs mérité plusieurs prix au niveau international et au Canada.

Dans le même souffle, le film *Les invasions barbares* n'aurait pu voir le jour sans l'aide de Téléfilm Canada, depuis le développement jusqu'à la mise en marché. Ce film est important parce qu'il prouve à la population qu'un film d'auteur peut avoir un immense succès

commercial non seulement au Canada, mais à l'étranger. Seulement au Canada, il a obtenu des recettes de 7,4 millions de dollars, y compris 1 million de dollars pour sa présentation en langue anglaise. Il a donc rejoint les deux marchés linguistiques. À l'étranger, il a récolté 35 millions de dollars, sans compter les immenses récompenses obtenues dans les divers marchés, à Cannes, au Canada et ailleurs. C'est un exemple frappant du succès de ce programme.

• (0950)

[Traduction]

**M. Ralph Holt (chef de secteur, Long métrage, Téléfilm Canada):** Bonjour.

Je m'appelle Ralph Holt et je suis le responsable national du secteur long métrage en anglais.

*Men with Brooms*, je crois, est un autre exemple de long métrage qui a bénéficié de l'aide de Téléfilm à chacune des étapes importantes de la chaîne de valeur, du développement, du financement et de la production jusqu'à la mise en marché et à la distribution. Le film fut extrêmement populaire partout au Canada et illustre fort bien également le jumelage avec les diffuseurs. Dans ce cas-ci, il existait un rapport très novateur avec des vedettes de la télévision pour le film durant la finale pour la médaille d'or de curling aux Olympiques. Eh oui, c'est celui-là.

*Spider* est un exemple intéressant, encore une fois, comme l'a dit Wayne, d'un cinéaste canadien que nous avons réussi à retenir au Canada. L'investissement d'un million et demi de dollars de Téléfilm a permis de lever d'autres capitaux pour financer la production, qui avait un budget total de 21 millions de dollars. Le soutien de Téléfilm s'est maintenu tout au long du financement, de la mise en marché et de la distribution au Canada.

*Mambo Italiano* est un autre excellent exemple de l'aide apportée par Téléfilm tout au long de la chaîne de valeur, allant de la scénarisation, c'est-à-dire de l'adaptation d'une très populaire pièce de théâtre québécoise en un scénario de long métrage, du financement et de la production jusqu'à la mise en marché et la distribution. Comme vous pouvez le voir, le film a rapporté au guichet 5,1 millions de dollars et il a pu tirer profit du vedettariat canadien puisqu'il mettait à l'affiche des actrices canadiennes comme l'anglophone Mary Walsh et Ginette Reno et Sophie Lorain, du côté des francophones.

*FUBAR* est un film à petit budget. Il illustre l'aide apportée par Téléfilm Canada aux nouveaux producteurs de film à petit budget dont les réalisateurs détiennent les droits d'auteur et les contrôlent. Nous sommes tous vivement impressionnés par l'engagement et le dévouement de ces jeunes cinéastes qui font leurs premières armes dans la profession.

[Français]

**M. Michel Pradier:** Dans le cas du film *Le bonheur, c'est une chanson triste*, il s'agit aussi de ce qu'on appelle le Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget, qui est destiné aux réalisateurs. Avec un modeste budget de 400 000 \$, ce film a généré des recettes quand même appréciables. Il a été reconnu à l'occasion de plusieurs festivals internationaux et a obtenu l'appui d'un distributeur national canadien-français de même que deux licences de télévision sur les ondes canadiennes. Nous avons collaboré au financement, à la production et à l'aide à la mise en marché.

Dans le même ordre d'idées, précisons que *La grande séduction* a été ce qu'on pourrait appeler un succès total au box-office, soit 8,9 millions de dollars de recettes au Canada, dont 800 000 \$ pour la version anglaise, *Seducing Doctor Lewis*. Ce film a sans contredit rejoint la population par le truchement d'un thème régional qui ouvrait la porte à des préoccupations nationales et internationales. Ce film s'est mérité une reconnaissance au Sundance Film Festival ainsi qu'au Festival du film de l'Atlantique.

Prenons comme exemple le film *La grande séduction* pour expliquer un peu le cycle de vie d'un long métrage. En plus de la grande quantité de travail que nécessite sa fabrication, de l'écriture à la production, il est mis en marché. La mise en marché commence par une première ou par une reconnaissance dans le cadre d'un festival. C'est là la naissance du film. Il se rend ensuite sur les écrans. *La grande séduction*, pour sa part, a été projeté sur 79 écrans, en anglais et en français.

Une fois que sa vie commerciale sur les écrans s'atténue, un autre marché s'ouvre à lui, soit celui de la vidéocassette et du DVD. Dans le cas présent, Alliance Atlantis Home Video a lancé le film en 2004. Quand cette vie commence à s'atténuer également, c'est la télévision payante qui prend la relève, dont Super Écran et First Choice, et donne elle aussi une vie à ce film. Vient ensuite la télévision conventionnelle, en l'occurrence un télédiffuseur privé ou public. Dans le cas de ce film, il s'agit de Radio-Canada. Il pourrait même arriver que le film passe ensuite par la télévision spécialisée.

Il est important de comprendre que la vie culturelle et économique d'un film peut s'étendre au minimum sur deux ans et générer non seulement des retombées économiques mais aussi une visibilité accrue pour les Canadiens.

[Traduction]

**Mme Karen Franklin:** Pour ce qui est d'obtenir de bonnes recettes-guichet, comme vous avez pu le voir dans les bandes annonces, Téléfilm a débloqué du financement névralgique pour soutenir un portefeuille diversifié de films. Tout comme dans l'industrie minière, la récompense dans l'industrie cinématographique est à la mesure du risque. Plus l'éventail de films est diversifié, plus on a de chance de connaître un succès.

Nous abordons la diversité sous divers angles. Les histoires et les cinéastes viennent de toutes les régions du pays. L'accroissement des ressources financières a permis d'avoir un meilleur équilibre des budgets de production. En produisant plus de films à grand budget, nous sommes plus en mesure de rivaliser pour les publics avec les meilleurs productions indépendantes du monde entier. Cela incite les Canadiens talentueux à faire des productions canadiennes et les entreprises de production indépendantes à croître.

Les budgets de mise en marché ont également été augmentés, reflétant des films plus commercialisables ayant de meilleures chances d'atteindre des publics. Les budgets de mise en marché inférieurs conviennent souvent aux films plus spécialisés et moins chers qui connaissent souvent du succès grâce à des campagnes de publicité originales, ciblées et, en fin de compte, moins chères s'adressant aux gens d'ici.

Notre portefeuille de productions représente également une diversité de genres, de styles et de langues. Les marchés anglophone et francophone sont très différents l'un de l'autre à de nombreux égards. La croissance de notre part du marché au box-office depuis la mise en place du Fonds de financement de longs métrages canadiens est claire sur les deux marchés. Ainsi, l'avancée de 4,5 % de l'an dernier s'explique par une croissance de 21,2 % sur le marché

francophone et de 1,6 % sur le marché anglophone, ce qui représente une progression de 530 % sur trois ans.

● (0955)

[Français]

**M. Michel Pradier:** Comme vous le savez sans doute, la part de marché des films canadiens-français connaît une croissance constante et spectaculaire. Plusieurs éléments sont essentiels pour maintenir un tel succès.

On peut expliquer la recette de ce succès de la manière suivante. C'est une masse critique de films diversifiés, un portefeuille. C'est important qu'il y ait beaucoup de films à l'écran pour que les gens puissent aller les voir. On n'insistera jamais assez sur le fait que ce sont des scénarios de qualité, soutenus par un programme d'aide que nous gérons. Il y a aussi un engagement des distributeurs. Ceux-ci jouent un rôle essentiel. En effet, s'ils croient au film, ils vont transmettre leur croyance aux exploitants de salles. Il y a aussi un appui significatif des télédiffuseurs, qui s'occupent de la promotion, des talk-shows, etc., une mise en marché ciblée et intelligente, une maturité de l'industrie de production qui fait de bons films, des équipes techniques et créatives talentueuses, un système de vedettariat et des exploitants enthousiastes.

Je voudrais souligner que le système de vedettariat dépend de la convergence de plusieurs facteurs: la télévision, les talk-shows, les tabloïdes, la presse écrite, la radio. C'est ce qui fait que les Canadiens voient des Canadiens à l'écran et sont intéressés.

On voit le résultat. Bien modestement, il s'agit de recettes qui sont passées de 12 millions de dollars en 2001 à 29 millions de dollars en 2004, ou de 9,6 p. 100 à 21,2 p. 100, ce qui est fantastique.

Cependant, il ne faut pas s'asseoir sur ses lauriers. Le défi est de maintenir cette croissance stable. L'industrie doit continuer à produire un volume important de films de haute qualité. C'est ce qui fait que le spectateur canadien sera intéressé à voir des films canadiens. Ce n'est pas seulement un genre, il s'agit de plusieurs genres, plusieurs voix, plusieurs régions. Il faut des ressources nationales accrues pour continuer à travailler dans ce sens. Il faut un meilleur accès au financement étranger.

On a vu tout à l'heure la reconnaissance internationale des *Invasions barbares* et de *La grande séduction*, qui ont été projetés sur 175 écrans en France. Ce sont des revenus étrangers. Il faut donc aider cette industrie à aller chercher du financement étranger pour contribuer à son financement au Canada et renforcer son potentiel, afin qu'elle puisse développer de nouveaux projets et grandir.

[Traduction]

**M. Ralph Holt:** En ce qui concerne le marché anglophone, il existe des débouchés pour les productions canadiennes en anglais. Depuis 2001, lorsqu'il ne représentait que 0,3 p. 100 des recettes au guichet, le marché anglophone a connu une croissance de 1,6 p. 100. Cela signifie que les recettes se sont multipliées par six, passant de 2 millions de dollars à 12 millions de dollars durant la même période. Cependant, de toute évidence, il faudra faire beaucoup plus pour reproduire cette expérience sur le marché francophone.

Nous avons une liste de choses que nous faisons et que nous souhaitons faire. Téléfilm a contribué beaucoup plus au développement dans son ensemble dans son budget global et a accru les ressources fournies aux projets individuels pour faire en sorte que les producteurs aient ce dont ils ont besoin pour bien développer leurs projets de même que le temps pour le faire.



En ce qui concerne la mise en marché, nous avons promis et continuons de faire en sorte que les ressources de mise en marché de Téléfilm sont à la disposition de chaque film dès son arrivée au grand écran. Depuis trois ans, Téléfilm travaille avec les Associations des propriétaires de cinémas du Canada, lors de leur congrès annuels qui visent surtout les sorties de films américains, à améliorer avec les présentateurs canadiens l'accès en salle des films canadiens.

Il reste toutefois de nombreux défis à relever encore. Certes, il faut définir un rôle significatif des diffuseurs de manière à ce qu'ils contribuent non seulement au financement, mais également à la visibilité et à la mise en marché des longs métrages canadiens. Chacun de nous, dans l'industrie, continue à travailler au développement d'un vedettariat pour que le public puisse reconnaître les vedettes qu'il voit à l'écran. Il faudrait aussi que nous continuions de concert avec les Associations des propriétaires de cinémas du Canada à améliorer l'accès des films canadiens au grand écran des salles de cinéma canadiennes.

• (1000)

**M. S. Wayne Clarkson:** Avec votre permission, je vais commenter brièvement et vous donner une petite idée de l'avenir.

Il est intéressant de voir où se situent des pays comparables au Canada, en termes de succès dans leurs propres pays auprès de leurs propres publics : ainsi, les Allemands détiennent 24 p. 100 de leur marché intérieur, l'Italie, 20 p. 100, l'Espagne, 13 p. 100, le Royaume-Uni, 17 p. 100, et la Suède, qui a une population inférieure à 10 millions, a un taux de pénétration de 22 p. 100.

Examinons maintenant l'avenir. Quand a été créé le Fonds de financement de longs métrages canadiens, notre part du marché était un modeste 1,7 p. 100. Quatre ans plus tard, il a presque triplé, atteignant 4,5 p. 100. Il reste encore un an avant la disparition du fonds, et nous croyons que nous pourrions atteindre 5 p. 100.

Toutefois, quel défi sommes-nous prêts à nous fixer pour l'avenir? Je ne crois pas qu'un objectif de 10 p. 100 soit trop audacieux. Nous sommes capables de l'atteindre. Pour cela, il faut être déterminé à le faire. Quand on compare le taux de 10 p. 100 à ceux des pays comparables de la diapositive précédente, il y a sûrement moyen d'y arriver.

De nouvelles possibilités s'offrent à nous. Il faut de nouvelles ressources, de toute évidence, pour en profiter. Avant tout, il faut continuer de soutenir le talent canadien et continuer d'accroître les publics au Canada même, comme l'indique l'objectif de 10 p. 100.

Il faut voir plus loin que la sortie en cinéma. Nous sommes tous au courant du succès remporté par le marché du DVD. Nous sommes conscients de la vidéo-sur-demande, des chaînes numériques qui se multiplient, des nouveaux téléviseurs à écran plat et à affichage à cristaux liquides qu'on retrouvera bientôt dans tous les foyers et, bien sûr, de l'Internet et de la capacité de télécharger de la musique comme cela se fait actuellement. Dans très peu de temps, il sera possible de télécharger des films. Quels débouchés cela offre-t-il au talent canadien, aux productions canadiennes?

N'oublions pas non plus les cinémas numériques. Ils vont radicalement changer la programmation des salles. Vous pourrez, de Toronto ou, peut-être, de Los Angeles ou de New York, presser des boutons pour décider du film qui sera présenté dans telle salle. Nous pourrions en profiter, en ce sens que ce n'est pas une question simplement du nombre de salles dans lequel votre film est diffusé au Canada, mais des salles où il est à l'affiche. Certaines salles répondent fort bien aux besoins des publics canadiens, d'autres, moins.

Il y en a un exemple à Toronto. Le cinéma Varsity est la salle qui fait le meilleur accueil aux films canadiens.

Pour ce qui est des circuits régionaux de distribution, ils existent au Québec et en Ontario et dans d'autres provinces. Ce qu'ils ont prouvé, c'est qu'on ne retrouve, dans les localités rurales, qu'une ou deux salles de cinéma en règle générale, la plupart entièrement consacrées aux superproductions hollywoodiennes. Or, il existe dans ces localités un intérêt, une curiosité et une soif non seulement à l'égard d'autres genres de film, de films indépendants et de films en langues étrangères, mais également de films canadiens. Il faut en profiter. Téléfilm Canada peut, de manière rentable, soutenir des circuits régionaux de distribution des films.

Je crois que des changements se préparent dans le monde de la présentation. Comme bon nombre d'entre vous le savent peut-être, Famous Players est à vendre.

Nous sommes des habitués du cinéma. On y fait passer de nombreuses annonces à l'écran. On y fait beaucoup de promotion de films américains qui doivent bientôt sortir à l'écran. Pensez-y comme à un écran de télévision. Pourquoi ne pouvons-nous pas, dans nos négociations avec Famous Players, demander ou exiger que plus temps de promotion soit réservé aux films canadiens sur ses écrans? Pourquoi ne peut-on pas donner aux films canadiens de l'espace publicitaire dans les aires d'accueil des cinémas?

Je ne suis pas en train de parler, de quelque façon que ce soit, de quotas—ne vous y méprenez pas—, mais j'estime qu'il y a moyen de poser de petits gestes qui auront beaucoup d'impact sur la promotion et le visionnement de films canadiens.

Naturellement, il y a aussi la diversité culturelle et les nouveaux publics qui se forment. Après avoir mis à l'écran *Mambo Italiano*, on peut penser à des films comme *Mariage de l'année* et, bien sûr, nous avons fait passer des extraits de *Bollywood/Hollywood* et ainsi de suite. Les films de ce genre exercent beaucoup de fascination et d'attrait dans les nouvelles communautés du pays.

Et que penser des nouvelles formes? Une en particulier que nous connaissons bien est le long métrage documentaire. Dans un pays qui a une aussi riche tradition de production documentaire, il est très regrettable qu'il n'existe pas de fonds, qu'on ne mette pas de nouvelles ressources à la disposition des producteurs de longs métrages documentaires.

• (1005)

Quand j'ai parcouru le pays, chaque localité que j'ai approchée a encouragé la création, chez Téléfilm, d'un fonds de financement de longs métrages documentaires à l'appui des cinéastes indépendants. Sur écran géant, IMAX, 3-D—ce que j'appelle le cinéma événement—, si nous quittons le confort de notre foyer, c'est le genre de cinéma qui va beaucoup attirer la famille. Y a-t-il là un rôle à jouer pour Téléfilm et le secteur public? Je le crois.

Pour ce qui est de l'Internet et des longs métrages interactifs, bientôt, vous pourrez vous asseoir à la maison et, grâce à votre convertisseur, interagir avec le long métrage et construire vos propres histoires. Nous connaissons tous des enfants qui regardent le même film 20 fois. Ils pourront désormais le regarder, jouer avec lui et construire leurs propres histoires. Il existe donc de merveilleuses possibilités à l'égard desquelles Téléfilm et le secteur public ont un important rôle à jouer.

Je vais conclure en vous citant un article que j'ai lu récemment dans le *New York Times*. L'auteur soutient que les écoles de cinéma ont supplanté les écoles d'administration. Le nombre de demandes d'inscription y a augmenté sensiblement au fil des ans aux États-Unis, bien que les possibilités d'emploi à Hollywood n'aient pas connu une croissance correspondante. Les jeunes choisissent d'étudier le cinéma et la production cinématographique parce que :

Ceux qui jouissent d'un pouvoir social et de prestige peuvent utiliser les images médiatiques et cinématographiques pour renforcer leur pouvoir—il faut se tourner vers le cinéma pour conférer du pouvoir aux marginalisés de la société ou à ceux qui ne sont pas actuellement représentés.

Il ajoute :

La plus grande ligne de partage dans le monde du numérique passe entre ceux qui sont capables de lire et d'écrire en se servant des différents médias et ceux qui ne le peuvent pas.

Je vous remercie de m'avoir écouté. Nous sommes maintenant prêts à répondre à vos questions.

**La présidente:** Monsieur Clarkson, je vous remercie beaucoup.

M. Schellenberger sera le premier à vous cuisiner.

**M. Gary Schellenberger (Perth—Wellington, PCC):** C'est moi qui cuisine.

Je vous remercie beaucoup de nous avoir fait ce fantastique exposé ce matin. Je l'ai trouvé très instructif.

Je dois vous féliciter de vous être fixé des buts. Vous m'avez probablement enlevé les questions de la bouche, mais un objectif de 10 p. 100 est très ambitieux, et je vous en félicite. Si nous le fixions à 9 p. 100, nous obtiendrions peut-être huit, mais comme c'est vous qui le fixez à 10 p. 100, vous réaliserez peut-être 10 p. 100. Je vous en sais gré.

Vous avez mentionné dans votre déclaration que vous jouissiez d'un appui considérable des diffuseurs, qu'il s'agisse des exploitants de cinéma ou d'autres. Si le public ne sait pas que ces films canadiens passent à l'écran parce qu'on n'en fait pas la publicité, il n'ira pas les voir. En tant qu'élus, nous savons à quel point une bonne presse peut avoir une influence. Il doit en être de même dans le milieu du cinéma.

Il existe plusieurs programmes d'aide fédéraux et provinciaux. Des subventions et des incitatifs fiscaux sont offerts pour ouvrir des portes aux créateurs canadiens comme des scénaristes, des cinéastes, des vedettes, des acteurs et les employés de production, et pour les conserver au pays. À quel point ces mesures sont-elles efficaces et sont-elles toutes nécessaires? Dans l'affirmative, quelles améliorations pourraient y être apportées? Dans la négative, de quelles autres mesures a-t-on besoin? Je sais que c'est une des questions que nous poserons probablement lorsque nous parcourrons le pays dans le cadre de nos audiences. J'aimerais bien que vous répondiez à toutes ces questions, s'il vous plaît.

• (1010)

**M. S. Wayne Clarkson:** Je vais commencer, mais je compte sur mes collègues pour m'aider.

Comme nous l'avons fait valoir dans notre présentation, j'espère que les ressources dont dispose Téléfilm Canada sont mises à une contribution très particulière à chaque étape d'un projet. Nous sommes tous conscients de l'importance de la scénarisation. C'est donc là une utilisation prioritaire des fonds dont nous disposons. Il existe des organismes provinciaux qui y investissent aussi des ressources.

Mon collègue, Ralph Holt, a fait observer que nous avons un programme relatif aux productions indépendantes à petit budget qui

visé à encourager les jeunes cinéastes, à leurs débuts. Les fonds sont offerts aux cinéastes et ils sont destinés à la relève—aux Denys Arcand, David Cronenberg et Atom Egoyan de la nouvelle génération. Cette aide se poursuit à l'étape de la production, en mettant l'accent à nouveau sur des points précis. Ralph a mentionné le modeste investissement que nous avons fait dans la production *Spider* de David Cronenberg et qui lui a permis d'aller chercher ailleurs dans le monde 21 autres millions de dollars. Le recours aux coproductions est un domaine particulier.

Nous nous concentrons de plus en plus sur la mise en marché. Mes observations des quatre dernières années et ce que j'ai appris depuis le peu de temps que je suis à Téléfilm Canada m'ont convaincu qu'il s'agit là d'un changement important et attendu depuis longtemps. Nous engageons des dollars de mise en marché à l'appui de films canadiens de manière à attirer plus de Canadiens, et le taux de croissance, qui frise les 5 p. 100, en témoigne.

Il a ensuite été question brièvement de ventes internationales, de marchés internationaux et de festivals internationaux. Il est certain que Téléfilm Canada coordonne ses activités avec les organismes provinciaux. La coordination est grande au Québec avec la SODEC, elle est en train de s'accroître au Manitoba et dans les Provinces maritimes.

Il s'agit de se concentrer et de coordonner l'activité pour qu'il n'y ait pas de dédoublement des ressources. Nous avons eu beaucoup de succès à cet égard.

S'il vous plaît, s'il...

**M. Ralph Holt:** Si vous me permettez de renchérir, à la page 2 de notre exposé, on trouve une excellente représentation graphique. Ces systèmes d'aide sont devenus très complémentaires. Dans la mesure où une production étrangère est visée, il existe un crédit d'impôt relatif aux services dont un producteur peut profiter s'il réalise le film au Canada, où les avantages pour la main-d'oeuvre et les services se répercutent sur notre économie. Il existe un crédit d'impôt national dont peuvent profiter les maisons de production pour financer leurs films.

Le genre de financement qu'offre Téléfilm vise les projets les plus difficiles à financer qui ont un contenu canadien élevé et qui n'intéresseraient habituellement pas ou naturellement pas le marché. Il offre d'énormes possibilités aux voix canadiennes de se faire entendre d'un océan à l'autre de nombreuses façons différentes.

Il existe aussi une grande complémentarité entre les structures d'aide fédérales et les structures d'aide provinciales, en ce sens que chaque province peut aider ses cinéastes régionaux à développer leurs productions au sein de leurs propres communautés et à se faire le reflet très authentique de leurs voix.

[Français]

**M. Michel Pradier:** La situation pour les films francophones est un peu similaire à celle que Ralph vient de décrire pour les films anglophones, mais c'est encore un peu plus difficile de faire des ventes internationales pour compléter le financement d'un film francophone. La coordination avec une agence telle que la SODEC, au Québec, est essentielle pour le financement d'un film.

Téléfilm Canada met aussi sur pied d'autres initiatives, comme essayer de faire des mariages de producteurs pour initier plus de coproductions. On essaie d'avoir des partenariats au niveau international pour combler ce manque de financement. Ce sont des initiatives extrêmement importantes, et prolifiques d'ailleurs.

[Traduction]

**M. Charles Belanger (président du Conseil d'administration, Téléfilm Canada):** Puis-je ajouter quelque chose, monsieur Schellenberger?

J'aimerais vous faire part d'une de mes pensées préférées. Le comité pourrait se rendre très utile en recommandant au ministre et à d'autres organismes fédéraux que le système canadien de radio-diffusion appuie beaucoup plus les productions canadiennes indigènes, qu'il s'agisse de cinéma ou de télévision. Nous avons le grand privilège au Canada d'avoir une poignée de grandes maisons qui sont propriétaires de presque toutes les composantes du système de vedettariat. Ils sont là, mais nous n'avons pas fait grand chose pour encourager les propriétaires de ces grands conglomerats à privilégier ces productions. Je ne critique pas. Je reconnais que certains réussissent à faire du très bon travail, mais je crois qu'on pourrait faire un peu plus pour aider et soutenir et pour faire savoir aux Canadiens qu'il existe des talents canadiens, des équipes bourrées de talent et des productions dignes d'être vues une deuxième fois. Il existe deux façons de les encourager : par les impôts et en achetant des billets de cinéma.

Je vous remercie.

•(1015)

**M. Gary Schellenberger:** Il y a une chose que j'aimerais dire rapidement. Le Stratford Festival Theatre se trouve dans la circonscription que je représente. Certains programmes là-bas produisent beaucoup de nouveaux auteurs, de nouveaux acteurs et de nouveaux producteurs. Je suis très au courant du phénomène que vous décrivez. Il faut faire en sorte de promouvoir nos gens.

Je vous remercie.

**La présidente:** Monsieur Schellenberger, je vous remercie beaucoup.

Monsieur Kotto.

[Français]

**M. Maka Kotto:** Merci, madame la présidente.

Bonjour et merci d'être venus. Je vais vous poser rapidement une série de questions et je vais vous laisser le temps d'y répondre. J'ai deux ou trois questions majeures.

Dans un des paragraphes concernant le Canada, on parle du soutien à apporter aux festivals pour faire rayonner le cinéma canadien. Je considère que les festivals sont des médias de promotion importants, surtout pour une industrie cinématographique faible vis-à-vis du gros mammoth hollywoodien.

Cela m'amène à parler de ce qui se passe à Montréal relativement à l'appel d'offres qui a été lancé conjointement avec la SODEC pour l'émergence d'un nouveau festival de cinéma. Premièrement, Téléfilm Canada avait-il le mandat de faire un tel appel d'offres? Si ce n'est pas le cas, cela a-t-il été un précédent?

Deuxièmement, dans *Le Devoir* du 6 mars, on parle d'un mariage raté entre L'Équipe Spectra et le Festival du nouveau cinéma, L'Équipe Spectra et le Festival du nouveau cinéma étant ceux qui ont généré le projet qui a été retenu par Téléfilm Canada et la SODEC. Étant donné ce schisme, peut-on considérer que l'appel d'offres est caduc?

Par ailleurs, on lit que Téléfilm Canada et la SODEC apportent maintenant leur soutien à deux festivals à Montréal. Comment peut-on expliquer cela?

Mon autre question concerne votre objectif de 10 p. 100. Des coupures sont faites dans les crédits accordés à Téléfilm Canada.

Vous n'avez peut-être pas encore l'information à ce sujet. Téléfilm Canada avait un budget de 129 674 000 \$ pour 2004-2005, et celui-ci passe à 123 874 000 \$ pour 2005-2006. Cela nous donne un écart de 5 800 000 \$, ce qui peut être considéré comme une coupure. Ce chiffre reste à confirmer. Que pensez-vous de la réduction des sommes allouées à Téléfilm Canada dans un contexte de mondialisation, où il est important de se démarquer comme pays souverain culturellement? N'est-ce pas un handicap relativement à cet objectif de 10 p. 100 projeté pour l'avenir?

Je voudrais poser une question subsidiaire. En France, par exemple, on a eu à mettre sur pied une politique culturelle dans le domaine du cinéma qui taxe l'exploitation du cinéma hollywoodien et qui permet, par ricochet, de financer le cinéma français de divertissement et d'auteur et aussi d'aider le cinéma dans la Francophonie, parce qu'il y a un souci de sauvegarde de la diversité culturelle. Qu'est-ce que Téléfilm Canada envisage pour essayer de gagner, peut-être avec des politiques plus coercitives, des parts de marché à l'intérieur du Canada et du Québec?

Voilà l'ensemble de mes questions. Merci.

•(1020)

**M. Charles Belanger:** Monsieur Kotto, j'aimerais répondre aux trois premières questions que vous avez posées.

Vous avez demandé si Téléfilm Canada était dans son droit et respectait son mandat en lançant l'appel d'offres. La réponse, quant à nous, est positive. Nous faisons exactement ce que Téléfilm Canada doit faire selon sa loi actuelle, c'est-à-dire préconiser le soutien à l'industrie cinématographique. Comme nous l'avons dit, nous soutenons l'industrie depuis le début, soit à partir du scénario jusqu'à la présentation à l'écran, en passant par tous les instruments de promotion qui permettent de faire connaître le cinéma d'ici, par exemple un festival international. Pour ce qui est de l'aspect juridique, après consultation de notre propre contentieux, du contentieux du ministère de la Justice fédéral et d'experts externes, nous étions et sommes toujours confiants que nous étions dans le droit chemin en faisant cet appel d'offres. Voilà qui répond à la première question.

En ce qui concerne l'article du *Devoir* et le schisme que vous avez évoqué, la question est de savoir si ce schisme rendrait l'appel d'offres caduc. La réponse est évidemment négative. D'abord, lorsque la décision a été rendue, au mois de décembre, nous visions à ce que 2005 soit une année de transition. Le partenariat qui était annoncé alors aurait permis de se servir du tremplin du mois d'octobre et du Festival du nouveau cinéma pour dégager et lancer la nouvelle version, la version rafraîchie, rassembleuse et festive du nouveau festival que nous avons choisi d'encourager. Que ce partenariat n'ait pas fonctionné à la hauteur de nos espérances, nous n'y pouvons rien. Ce n'est pas le Festival du nouveau cinéma que Téléfilm Canada et la SODEC ont choisi, mais le regroupement mené par L'Équipe Spectra, qui a la responsabilité de relancer, de réorganiser et de mettre en place un événement international d'envergure, qui va faire le plaisir des Montréalais et des Québécois et nous remettre sur la carte internationale comme un centre incontournable de cinéma. Cela dit, la semaine dernière, nous avons assuré au nouveau président du Festival du nouveau cinéma que nous respecterions l'entente du mois de décembre et que nous contribuerions donc au financement du Festival du nouveau cinéma en octobre prochain. Voilà les faits.

Pour ce qui est du troisième point que vous soulevez, les deux festivals à Montréal sont deux festivals complètement différents. Ce n'est pas d'hier que Téléfilm Canada soutient le Festival du nouveau cinéma, comme vous le savez très bien. C'est un créneau spécialisé qui vise les nouveaux talents, le cinéma un peu plus audacieux. Son positionnement n'a rien à voir avec celui d'une manifestation d'envergure internationale qui se comparerait aux festivals de Cannes, de Berlin, de Toronto et autres grands festivals. D'ailleurs, c'est peut-être pour cette raison que le schisme s'est opéré. En ce sens, il n'y a pas de problème particulier puisqu'on ne parle pas forcément des deux mêmes choses.

• (1025)

[Traduction]

**Mme Karen Franklin:** Les compressions qu'ont absorbées pendant les deux dernières années le Fonds de financement de longs métrages canadiens et Téléfilm ont représenté 2 millions de dollars par année, et l'on prévoit une réduction supplémentaire de 2 millions de dollars, l'année prochaine. Nous avons réussi à maintenir le niveau de notre aide à l'industrie en dépit de ces compressions grâce aux revenus que nous ont rapportés nos investissements. Par conséquent, les compressions n'ont entraîné aucune réduction de notre aide à l'industrie.

Voilà qui montre bien à quel point il est critique que nous continuions à maintenir...

[Français]

**M. Maka Kotto:** Excusez-moi, mais il y a une chose que je ne comprends pas. Il y a une compression, mais cela n'altère pas votre soutien à l'industrie?

Au cours d'une présentation qu'ils ont faite ici avant-hier, des représentants du CRTC ont déclaré soutenir la diffusion d'un film francophone sur dix par le biais des réseaux, alors que du côté anglais ils soutiennent un film sur vingt, je crois. Je ne me rappelle plus le ratio du côté anglais. Selon eux, il est nécessaire d'augmenter ce ratio. Or, pour y arriver, il faut bien soutenir d'autres projets, parce que beaucoup dorment sur les tablettes et ne sont pas diffusés, faute de soutien financier.

Le raisonnement que vous faites m'amène à penser que vous pouvez couper comme vous le voulez et que vous êtes prêts à offrir du soutien, mais à l'intérieur des limites des fonds dont vous disposez. C'est ce que vous voulez dire?

**M. Michel Pradier:** Je crois bien comprendre votre question. Nous offrons notre soutien avec l'argent que nous avons. Depuis deux ans, nous subissons des réductions récurrentes de l'ordre de deux millions de dollars. Il est certain que cela nous force à être créatifs, à considérer des projets en coproduction et à aider nos producteurs à les réaliser. Cependant, nous ne prêchons pas contre la vertu. Si nous avions plus d'argent, nous serions plus contents.

Au sujet du système de billetterie qui existe en France, je crois que sa mise sur pied au Canada ne serait pas possible, étant donné qu'on parlerait ici d'un impôt spécialement affecté.

**M. Charles Belanger:** Monsieur Kotto, si je peux ajouter quelque chose, je préciserai que dans le contexte actuel, les gouvernements exigent une performance optimale de leurs agences, ministères et autres entités. On nous a imposé, comme à tout le monde, de revoir nos méthodes de travail et de remettre au fonds consolidé un certain nombre de dollars. Téléfilm Canada, dont le troisième objectif corporatif consiste à être un super-administrateur culturel, a revu ses façons de procéder, a réussi—et c'est malheureux—à réduire ses effectifs, et a en effet continué à dispenser les mêmes services.

Le troisième point, qui est important, a déjà été abordé par Mme Franklin. Il se résume au fait que la production canadienne rapporte des dollars. Nous générons des revenus autonomes à chaque année. Ceux-ci sont renvoyés dans le fonds de Téléfilm, précisément pour que nous puissions continuer à appuyer le plus grand nombre possible de projets. Malheureusement, nous ne sommes pas capables d'en faire beaucoup plus pour le moment, de là notre plaidoyer devant vous. S'il est question de hausser le pourcentage à 10 p. 100, soyons honnêtes et admettons que des efforts additionnels devront alors être consentis, et pas seulement de la part des gouvernements.

On parlait plus tôt de l'appui accordé au star-système par l'ensemble des diffuseurs. Cela pourrait avoir un effet extrêmement positif. Nous pourrions prendre le temps de revoir un peu nos politiques relatives aux traités de coproduction, dont la majorité date déjà d'une quinzaine d'années. Le monde a changé depuis. L'Europe n'est plus ce qu'elle était. Les États-Unis, c'est autre chose. Les pays en voie de développement et l'Europe de l'Est offrent des débouchés. Or, nous n'avons pas suivi la mouvance et nous accusons aujourd'hui un certain retard.

À mon avis, une combinaison d'instruments et de bonne volonté concertée nous permettrait de passer à l'étape du 10 p. 100 et, qui sait, peut-être même du 12 p. 100.

• (1030)

**La présidente:** Vos questions et les réponses à celles-ci ont pris plus de 10 minutes. Je pense donc qu'il faut passer à M. Angus.

**M. Marc Lemay:** J'aimerais invoquer le Règlement, madame la présidente.

Je n'ai aucune objection à céder mon tour. Cependant, comme Téléfilm Canada est un acteur essentiel, je demande qu'il compare de nouveau à ce comité le plus tôt possible, quitte à ce que nous continuions la semaine prochaine, avant de partir en tournée. Ce qui se dit aujourd'hui est vraiment très important.

**La présidente:** Monsieur Lemay, je pense que vous savez que nous allons continuer jusqu'à 12 heures. À la fin de notre réunion, le comité pourra décider ce qu'il voudra bien décider.

Monsieur Angus.

[Traduction]

**M. Charlie Angus:** Je vous remercie.

Je suis d'accord avec mon collègue. Je ne pourrai pas rester jusqu'à midi, car je suis en train d'éteindre des feux un peu partout ce matin.

Je souhaitais dire au départ que j'ai trouvé cet exposé très utile. Ensuite, mon langage corporel va dénoter beaucoup de frustration et d'impatience. Ce n'est pas que je ne veuille pas entendre vos réponses, mais bien que je dispose de cinq minutes et qu'il m'en faudrait en réalité 25, tant il y a de points que j'aimerais explorer.

Je vais en aborder quelques-uns rapidement avec vous. Primo, pour mon édification personnelle, ces productions incluent-elles du sous-titrage codé pour malentendants?

**M. S. Wayne Clarkson:** Je l'ignore.

**Mr. Charlie Angus:** Je vous pose la question parce que ma fille aînée adore le cinéma et qu'elle est sourde. Nous avons pour règle à la maison de ne jamais regarder quoi que ce soit qui ne soit sous-titré codé. C'est pourquoi nous regardons des gros canons d'Hollywood, parce qu'ils comportent des sous-titres codés.

C'est très frustrant pour les personnes sourdes. Elles ne peuvent pas aller au cinéma. Ma fille ne va jamais voir un film nulle part. Il n'y a qu'un cinéma à Toronto et même s'il projette un film hollywoodien méridique, toute la famille va le voir parce que c'est la seule option. Il serait très important que tous les films diffusés soient sous-titrés codés, je voulais le mentionner.

Ensuite, pour revenir à votre proposition sur l'espace publicitaire de Famous Players, je suis foudroyé. Nous sommes assis là à nous demander ce que nous allons faire de l'industrie cinématographique. Nous disons vouloir être entendus, mais nous avons les mains complètement liées.

Prenons l'industrie musicale, à l'époque où *Shakin' All Over* a été le premier hit canadien à tourner à la radio parce que les programmeurs ne pensaient pas qu'il venait du Canada. Les Guess Who ont dû se faire un nom pour obtenir de l'attention. C'est le type de programmation que nous avons et c'est le type de programmation que nous aurions toujours si le Canada n'avait pas obligé les stations à consacrer un certain pourcentage de l'espace aux artistes canadiens. Je pense donc au succès phénoménal que nous avons eu pour la musique, pourtant nous nous attendons à ce que vous alliez de l'avant avec les mains complètement liées. Comment allez-vous réussir à pénétrer le marché? C'est impossible.

J'aimerais que nous réfléchissions à cette idée, compte tenu surtout de tous les débouchés que nous offrent dorénavant les ventes de DVD. Le film n'a même plus besoin de sortir au cinéma pour se vendre si nous avons de l'espace publicitaire. Y aurait-il moyen de recommander vivement au gouvernement de faire en sorte que cinq ou dix pour cent de la publicité dans ces salles soient consacrés aux films canadiens?

**M. S. Wayne Clarkson:** Je tiens à répéter que je ne revendique pas l'imposition de quotas aux cinémas, c'est-à-dire qu'un pourcentage du temps d'écran soit réservé aux longs métrages canadiens. Je le dis parce que cela ne fonctionnera pas. Il y a trop d'autres options qui s'offrent aux gens aujourd'hui. S'ils ne veulent pas voir un film, ils n'iront pas le voir, même si l'on exige que deux écrans sur dix dans un complexe soient consacrés aux films canadiens.

Il y a déjà de nombreuses années que le règlement sur le contenu canadien est entré en vigueur pour la musique, entre autres. Je pense qu'il serait pratiquement impossible d'adopter une politique pareille pour la musique aujourd'hui, compte tenu de la facilité de télécharger n'importe quoi gratuitement sur Internet.

Cependant, j'ai effectivement dit—et je suis content que vous soyez d'accord—que la promotion des films canadiens est véritablement la clé du succès. Compte tenu du potentiel de vente de Famous Players, je pense que ce gouvernement devrait saisir l'occasion pour préconiser un appui promotionnel dans les cinémas. J'ai travaillé pour Famous Players et pour Cineplex Odeon pendant des années. Les deux siégeaient au conseil du Centre canadien du film, et j'ai travaillé avec eux lorsque j'étais au Festival international du film de Toronto. Ils sont assez ouverts à ces possibilités, vraiment. Je pense qu'ils ont seulement besoin d'un petit coup de pouce et d'un peu d'encouragement, mais ils sont ouverts au dialogue.

Je conviens aussi que nous devons nous tourner davantage vers la promotion dans les marchés auxiliaires : le DVD, la télévision et les chaînes numériques. Il est beaucoup moins dispendieux de faire de la publicité sur des chaînes numériques et des chaînes thématiques. Cela dit, la sortie de films dans les salles de cinéma attire la clientèle.

● (1035)

[Français]

Par exemple, *Men With Brooms* a obtenu des recettes de plus de 4 millions de dollars. Après cela, avec The Movie Channel, puis les DVD

[Traduction]

... et la rediffusion en direct à la CBC, il a été vu par 1,3 million de spectateurs. Bref, l'effet cumulatif de ce film sur les publics canadiens est important.

Vous avez absolument raison, et comme le député Maka Kotto l'a souligné, il faut intensifier la promotion à la télévision. Cela ne fait aucun doute. Comme Ralph l'a dit, Alliance Atlantis, qui a sorti *Men With Brooms* en collaboration avec la CBC, par exemple, a acheté du temps de publicité pendant la finale de hockey entre les Américains et les Canadiens—les possibilités sont immenses—et cela a influencé le succès du film dans les salles de cinéma.

**M. Ralph Holt:** J'aimerais tout de même souligner le travail qui a été fait. Depuis trois ans, nous travaillons avec les propriétaires de cinémas du Canada afin de prévoir un grand jour du Canada dans leur convention annuelle, qui, comme je l'ai déjà dit, est principalement organisée pour montrer les nouveautés hollywoodiennes à tous les propriétaires de cinémas. Je trouve que l'APCC manifeste beaucoup d'enthousiasme à l'idée de prévoir une journée du Canada pour présenter les films canadiens aux propriétaires de cinémas et ainsi susciter plus d'engouement de leur part.

En novembre, nous avons fait une présentation au conseil d'administration; nous devons introduire l'idée d'un espace réservé pour les bandes-annonces et les affiches dans les cinémas. Je pense qu'ils réfléchissent à des moyens pratiques de le faire, mais je ne pense pas qu'ils soient très enthousiastes. Selon moi, il faut vraiment saisir l'occasion dont nous a parlé Wayne concernant Famous Players pour créer une impulsion en ce sens.

**M. Charlie Angus:** Je ne veux pas passer par quatre chemins. Soyons bien clairs, pour revenir à la question des quotas, je ne propose absolument pas de quotas pour les films. Je pense que ce serait un échec. Ce pourrait même être un échec délibéré et réfléchi. Ils diraient ensuite que cela ne fonctionne pas.

C'est à cause du marché des DVD. Je peux trouver presque n'importe quel film que vous avez mis à l'affiche dans le club vidéo de ma petite ville du Nord de l'Ontario, qui compte 3 000 habitants. C'est un immense changement. C'est une immense occasion à saisir.

On parle de crédits d'impôt. Dans toutes les provinces du pays, on essaie de trouver des moyens de stimuler l'industrie, mais l'outil le plus évident qui s'offre à nous est la publicité dans les cinémas. J'ai essayé de trouver en vidéo le film sur le canard de Terre-Neuve parce que je l'avais vu dans un cinéma de Toronto, la publicité, et que j'ai toujours voulu voir ce film par la suite. Lorsqu'il va sortir en DVD, je vais le trouver, grâce à la publicité. Comment pouvons-nous faire en sorte...?

Vous avez parlé de la publicité à la CBC. Nous finançons beaucoup la CBC. Le simple fait de diffuser de la publicité sur ces films nous permettrait de faire énormément de ventes de plus en bout de ligne, et nous n'allons jamais atteindre l'objectif de 10 p. 100 sans cela. Ne pouvons-nous pas légiférer pour dire à Famous Players que nous voulons un certain pourcentage du marché des bandes-annonces? C'est tout ce que nous demandons.

**M. S. Wayne Clarkson:** Je ne me prendrai pas pour un avocat en la matière, mais je pense que la diffusion est de compétence provinciale. Je ne pense pas que le gouvernement fédéral ait des responsabilités législatives à cet égard. Corrigez-moi si je me trompe, mais je pense que les cinémas sont régis par les provinces.

Famous Players a des cinémas dans tout le pays. Je le répète, mon expérience dans mes rapports avec... lorsque que Viacom Canada a acheté Paramount, qui était propriétaire de Famous Players—c'était il y a environ sept ans—je pense qu'elle est passée par Investissement Canada. Ils ont injecté des sommes importantes pour appuyer l'industrie, pas la diffusion. Nous avons peut-être négligé cette occasion à ce moment-là, mais la voilà de nouveau...

•(1040)

**M. Charlie Angus:** Je sais que mon temps tire à sa fin.

**La présidente:** Votre temps est fini depuis trois minutes et demie.

**M. Charlie Angus:** Vous ne me laisserez pas en poser une autre?

**La présidente:** Je vais vous laisser en poser une dernière, Monsieur Angus, parce que je comprends qu'il est difficile, dans la situation, de nous interrompre rapidement.

**M. Charlie Angus:** Je pense qu'une partie du problème, c'est que nous parlons continuellement du cinéma anglais au Canada comme du parent pauvre—vous savez, le pauvre orphelin qui vit à côté des immenses États-Unis, les grands méchants États-Unis—et je pense que nous fermons les yeux sur le meilleur potentiel au monde. Nous exportons notre musique de manière phénoménale aux États-Unis et nous avons un tas de vedettes, parce que notre musique anglophone pénètre le plus grand marché anglophone. Comment pouvons-nous faire voyager notre produit? Plutôt que de nous demander seulement comment nous allons raconter notre propre histoire, demandons-nous comment nous allons la vendre aux États-Unis. Il y a un véritable intérêt aux États-Unis pour les diverses voix régionales et uniques. Tout n'est pas qu'homogénéité. Comment pouvons-nous commencer à cibler ce marché aux États-Unis?

**M. S. Wayne Clarkson:** Il y a quelques éléments. J'ai lu des statistiques qui indiquaient que le nombre de films non américains qui sortent aux États-Unis augmente beaucoup. Je pense que c'est encourageant. Le public américain s'intéresse dorénavant un peu plus au reste du monde et à ce qu'il produit. Fait intéressant, le pays qui connaît le plus de succès sur le marché américain est la France, les films français.

Je pense que nous avons un avantage que nous n'exploitons pas, et c'est certainement celui évident de la langue anglaise. Je pense à nos relations avec les petites sociétés indépendantes des États-Unis comme Searchlight et Sony Pictures Classics, qui ont toutes de modestes divisions répertoires à la recherche de films indépendants, originaux, différents, mais commercialement viables. Je conviens que nous devons être plus audacieux. Je ne pense pas qu'il s'agisse de signer des ententes avec la CAA. Il faut provoquer la rencontre avec les distributeurs indépendants et non avec les gros canons d'Hollywood. Nous connaissons leur milieu et ce n'est pas le nôtre. Ils cherchent de bons films pouvant être lucratifs, et nous faisons de bons films, nous en avons la preuve.

J'aimerais dire une chose en réponse à votre question. Oui, il y a une lutte continue sur le marché anglophone. Je pense que l'avancée de 0,5 p. 100 à 2 p. 100 est importante, compte tenu des obstacles que nous avons connus jusqu'ici.

On m'a rappelé dernièrement qu'au Québec, il y a 10 ou 12 ans, la pénétration du cinéma francophone québécois était de moins de 5 p. 100. Aujourd'hui, elle dépasse 20 p. 100. Ils avaient l'avantage

de leur langue et de leur culture uniques il y a 10 ou 12 ans, donc qu'ont-ils fait depuis? Pouvons-nous apprendre quelque chose de leur expérience? Je pense que c'est attribuable à leur appui très méthodique et soutenu à toutes les étapes de la chaîne alimentaire, y compris la distribution et la diffusion. Je doute que la question se règle du jour au lendemain au Canada anglais. Nous avons fait du chemin depuis quatre ou cinq ans, mais il va nous falloir encore quatre ou cinq ans de plus. Je pense que l'objectif de 10 p. 100 est tout un défi, mais nous sommes sur une bonne lancée.

Je me permettrai de dire qu'il ne s'agit pas de doubler notre investissement et de dire: « Nous vous avons donné 100 millions de dollars et vous avez obtenu 5 p. 100; il va nous en coûter encore 100 millions de dollars... », je ne pense pas. Je pense qu'il y a une rentabilité qui s'est établie. De toute évidence, il faudra investir de nouveaux fonds. J'ai déjà fait mention du fonds pour les documentaires indépendants de longue durée. Nous ne pouvons pas prendre des ressources investies dans la dramaturgie pour financer les documentaires. Nous avons besoin de nouveaux fonds. Il faut d'autres ressources pour les grands formats, IMAX, le 3-D. Je le répète, suivons l'exemple du Québec et de sa réussite depuis 10 ou 12 ans. C'est un modèle pratique.

•(1045)

**La présidente:** Merci.

Monsieur Smith, c'est enfin votre tour.

[Français]

**M. David Smith (Pontiac, Lib.):** Je vous remercie, madame la présidente.

Mesdames et messieurs, merci beaucoup d'être ici ce matin. Merci également pour votre belle présentation. Je ne viens absolument pas de l'industrie du film, mais j'éprouve une grande fierté quand je vois de beaux produits. Mon épouse et moi, comme parents de deux adolescents, avons tendance à faire l'effort d'aller regarder les films québécois, car nous sommes québécois. Je peux vous dire que nous y allons maintenant par intérêt parce qu'ils sont bons. Plus on avance, plus il y en a et plus ils sont intéressants.

Vous avez parlé tout à l'heure d'Internet et de tous ces moyens qui permettent de communiquer avec le monde entier. Vous avez parlé de marketing, de vente, d'outils de promotion. Le marché est énorme. Vous êtes des experts, vous êtes dans l'industrie et vous la connaissez bien. J'aimerais que vous remettiez au comité des suggestions et des propositions. Tout à l'heure, M. Bélanger parlait de choses qui pourraient se faire et qui n'exigeraient peut-être pas des investissements, mais des ententes. En tant qu'experts de contenu, vous pourriez peut-être nous fournir des suggestions qui pourraient améliorer le sort de l'industrie et de toute la chaîne. Il faut promouvoir notre produit. Je suis convaincu qu'il y a d'énormes succès qui existent sur des tablettes à certains endroits, mais le problème est peut-être que les gens ne le savent pas.

**M. Michel Pradier:** Je suis tout à fait d'accord avec vous. Nous allons nous empresser de vous faire parvenir nos propositions, d'autant plus qu'il s'agit de sujets auxquels nous réfléchissons déjà, dans la mesure où il faut se tourner vers l'avenir. Comme le disait M. Clarkson, les nouvelles technologies vont nous donner davantage l'occasion d'agir sur le cycle de vie des longs métrages que nous finançons.

Nous finançons entre autres le contenu et la promotion, mais les progrès technologiques vont créer des débouchés additionnels. Il faut profiter de cela, c'est certain. Ces débouchés toucheront la diffusion à la fois culturelle et économique de nos produits. Cela sera profitable pour les compagnies de production canadiennes et aidera Téléfilm à réinvestir dans ce milieu.

[Traduction]

**La présidente:** Mario.

**M. Mario Silva (Davenport, Lib.):** Je tiens d'abord à dire que je suis fier de Téléfilm et du travail incroyable qu'il effectue. C'est vraiment une grande institution canadienne.

Pour revenir à la question qui nous occupe depuis un certain temps, soit à la distribution, à la promotion et aux partenariats qui doivent être établis, je me rends compte qu'il y a des limites dans la façon d'obtenir de l'espace pour promouvoir les films canadiens dans ces cinémas. Cependant, je me demande si nous pouvons, sans imposer de quotas ni forcer ces diffuseurs, discuter avec nos homologues des provinces et nous pencher sur la question du classement des films, parce que le classement est très problématique. Si nous pouvions trouver une solution à ce problème pour eux, ils pourraient peut-être nous laisser de l'espace pour promouvoir les productions et les films canadiens. Pourrions-nous l'envisager?

Autrement dit, je propose que nous travaillions en partenariat avec tous les acteurs provinciaux, dont l'Association des propriétaires de cinéma du Canada, pour les aider à régler leurs problèmes. Ils se préoccupent beaucoup du classement, par exemple, et cela leur fait perdre beaucoup d'argent. En fait, plusieurs millions de dollars se perdent selon le classement octroyé, et tout est réglementé par les provinces. Voyons si nous pouvons obtenir ce que nous voulons en contrepartie de notre aide. J'aimerais avoir votre opinion à ce propos.

**M. S. Wayne Clarkson:** J'ai une certaine expérience du classement, et ce n'est vraiment pas simple, parce qu'il varie d'une province à l'autre. Nous l'avons déjà dit, Famous Players est un organisme national et il doit régler cette question province par province. Je pense que si nous manifestions une volonté de les aider à résoudre ce problème dans chaque province, ils seraient certainement prêts à prendre certains engagements en retour, comme vous le dites. Je pense que c'est tout à fait possible.

Je dois dire que c'est un travail de longue haleine, parce qu'on est confronté aux goûts et aux valeurs de chaque province. Certains films sont populaires au centre-ville de Toronto, mais sont classés différemment à Charlottetown, à l'Île-du-Prince-Édouard, ou à Medicine Hat... Ils sont très sensibles à leurs obligations provinciales de classement, mais nous pourrions certainement en discuter avec eux.

•(1050)

**M. Mario Silva:** Si nous ne pouvons pas intervenir dans toutes les provinces, ne pourrions-nous pas au moins le faire dans les grandes provinces où ce serait financièrement viable?

**M. S. Wayne Clarkson:** Pour changer le classement?

**M. Mario Silva:** Oui.

**M. S. Wayne Clarkson:** Oui. J'ai déjà vu s'opérer le miracle en Ontario, qui est passé d'un régime de censure très rigide, strict et autocratique (lorsque j'étais jeune) au régime actuel, qui est essentiellement un marché ouvert. On peut voir de bons films et décider de façon adulte si on veut ou non les voir. Je suis très impressionné des changements qui ont eu cours en Ontario. Je suis donc très optimiste que d'autres changements pourront s'opérer à la

lumière de ce qui s'est fait sur la censure. Je pense que c'est tout à fait possible.

**La présidente:** Avez-vous terminé, Monsieur Silva?

**M. Mario Silva:** Oui.

**La présidente:** Madame Oda.

**Mme Bev Oda:** Merci, madame la présidente.

Je vous remercie d'être avec nous ce matin.

J'aurais besoin d'une précision, Monsieur Clarkson. Je ne sais pas si je fais partie des dernières critiques de films autocratiques ou de la nouvelle ère de la Commission de contrôle cinématographique de l'Ontario, mais je dois dire que j'ai été très fière qu'on mette plus d'avertissements et d'information à l'intention des familles et des cinéphiles.

Je suis convaincue que Téléfilm a joué un rôle important à plusieurs chapitres et qu'il va continuer de jouer un rôle important dans l'avenir. Je tiens à la dire. Monsieur Clarkson, vous avez suscité mon intérêt avec certaines des idées mentionnées à la fin de votre exposé sur les changements et les nouvelles orientations possibles. Je sais que vous avez partagé certaines idées qui vous ont été suggérées. J'ai la chance d'avoir reçu copie d'une lettre d'un jeune cinéaste de la Nouvelle-Écosse, et il avance des idées très intéressantes.

Voici où je veux en venir. Vous travaillez à cela depuis deux mois. Je suis très contente que vous envisagiez de nouvelles idées. Cependant, je me demande où vous en êtes et quels sont vos plans dans le cadre de votre examen. Je sais que vous êtes très informé. Vous avez beaucoup d'expérience. À ce stade-ci, avez-vous l'impression d'avoir assez de temps pour travailler avec votre conseil à un programme à long terme pour Téléfilm, entre autres?

Je ne veux pas entrer dans les détails des travaux de Téléfilm. Nous étudions l'industrie cinématographique, pas les petits détails techniques. Nous voulons examiner la politique cinématographique du pays. Je veux m'assurer que nous prenons le temps de parler du rôle de Téléfilm. Pouvez-vous me dire si vous avez eu l'occasion de discuter avec les membres de votre conseil au cours des deux derniers mois et à quoi ces discussions ont abouti?

**M. S. Wayne Clarkson:** Oui, il y a un certain nombre de choses.

Comme je l'ai dit, lorsque j'ai parcouru le pays, on m'a posé cette question. Par exemple, par un beau samedi matin de printemps à Regina, quelque 55 producteurs, scénaristes et réalisateurs, venus en voiture de Saskatoon, ont participé à un brunch que nous avons organisé. Ils nous ont posé précisément ces questions. Quel est votre programme? Quelles sont vos priorités? Quelles politiques vont motiver vos décisions?

Ce sont-là de bonnes questions. J'ai répondu, et je vais répéter la même chose aujourd'hui, que j'ai passé les six dernières semaines à apprendre. J'ai beaucoup d'expérience, mais j'ai consulté des producteurs dans toutes les régions. J'ai appris des choses extraordinaires dont je n'étais pas au courant.

J'ai notamment constaté l'importance des bureaux régionaux de Téléfilm. Cela me permettra de contribuer de façon plus informée à l'élaboration de cette politique parce que j'en ai beaucoup entendu parler et je sais que leur apport est précieux. Lorsque des cinéastes de l'ouest et de l'est du pays affirment qu'ils ne peuvent fonctionner sans la présence de ces bureaux et qu'ils leur sont nécessaires, je crois qu'il s'agit là d'un élément qui va dicter les politiques futures.

Quant à savoir si j'ai rencontré le conseil d'administration, la réponse est oui. Comme je l'ai fait remarquer dans ma déclaration, j'ai assisté à ma première réunion du conseil d'administration dans le cadre du congrès de l'Association canadienne de production de film et télévision qui s'est tenu au début du mois de janvier à Ottawa. Peu après, j'ai assisté pour la première fois à une réunion du conseil d'administration du Fonds canadien de télévision. Je me suis entretenu avec des membres du conseil. Fil Fraser m'a merveilleusement bien accueilli lors ma visite en Alberta. Trina McQueen, que vous connaissez, est l'une des personnes les mieux informées du secteur de la radiodiffusion.

Pour ce qui est de savoir si j'ai eu des discussions, la réponse est oui.

Bev, si vous me demandez si je suis aujourd'hui en mesure d'énoncer une politique ou une priorité, je vous répondrais que non, car je crois qu'il serait présomptueux de ma part de le faire après si peu de temps.

• (1055)

**Mme Bev Oda:** C'est ce que je veux comprendre. En ce qui a trait aux idées que vous exprimez, ai-je raison de dire qu'il ne s'agit pas de propositions de Téléfilm au comité approuvées par votre conseil? Monsieur Clarkson, vous avez certes un rôle à jouer au sein de Téléfilm, mais c'est également le cas de votre conseil d'administration. Celui-ci exerce le rôle de surveillant public de l'ensemble des activités de Téléfilm. Comme vous êtes ici à un moment unique dans le cadre de vos fonctions à Téléfilm, je veux m'assurer qu'on comprenne bien le sens de vos propos. Nous savons que votre comparaison précipite les choses. Mais à la fin de notre processus d'examen, vous pourriez peut-être revenir présenter au comité certaines propositions que vous aurez élaborées en collaboration avec votre conseil. Est-ce que j'ai bien compris?

**M. S. Wayne Clarkson:** Je crois que cela résume clairement la situation.

On discute de façon informelle d'un certain nombre de ces questions aux réunions du conseil. Il est certain que Charles et moi avons eu des discussions. La question du 10 p. 100 est un sujet dont nous avons parlé récemment à l'interne. C'est là surtout pour faire valoir de façon symbolique ce qui se profile à l'horizon. Ce que j'ai surtout soulevé, ce sont des questions. C'est certain Bev que le sujet des longs documentaires et des films grand format été soulevé publiquement.

**Mme Bev Oda:** Si, dans le cadre de notre examen, nous adoptions une politique qui prévoit un objectif de 10 p. 100 parce que vous nous avez conseillé de le faire, je voudrais être certaine que votre conseil d'administration appuie cette mesure. Au bout du compte, ce sera une réussite ou un échec et nous allons compter sur l'étude approfondie que vous ferez sur la façon d'atteindre de façon réaliste 10 p. 100. C'est pourquoi je vous pose la question.

Vous nous avez dit avoir parcouru le pays. Quelles conversations et quelles rencontres avez-vous eues avec la ministre et ses collaborateurs?

**M. S. Wayne Clarkson:** À la fin de janvier, dans le cadre du congrès de l'Association canadienne de production de film et télévision, j'ai eu l'occasion de rencontrer pour la première fois le sous-ministre et le sous-ministre adjoint et, ensemble, nous avons rencontré la ministre et discuté de certaines de ses préoccupations à l'égard du secteur cinématographique, mais également dans d'autres dossiers. En outre, j'ai eu le plaisir d'assister à la soirée des Jutra avec la ministre et d'être assis à sa table l'autre soir lors du gala des prix de l'association des femmes en communications. Depuis, nous échangeons des lettres.

**Mme Bev Oda:** Je ne sais pas si on vous a demandé ou non de collaborer, mais le ministère procède également à l'examen de sa politique cinématographique.

**M. S. Wayne Clarkson:** Non. J'ai eu des discussions informelles avec le ministère.

L'une des choses les plus utiles que j'ai faite dans le cadre de mes déplacements un peu partout au pays a été de passer deux jours ici à Ottawa pour apprendre la structure des liens entre les organismes autonomes et le rôle d'un directeur administratif par rapport au conseil d'administration, au ministre et au ministère. Ce fut la journée et demie la plus utile. J'ai vraiment beaucoup appris de cette expérience. J'aurais aimé savoir cela avant mon entrée en fonction. Ainsi, je n'aurais peut-être pas commis toutes ces erreurs.

• (1100)

**Mme Bev Oda:** Je me souviens de la conversation que nous avons eue la dernière fois.

**La présidente:** Madame Oda, vous en êtes à huit minutes. J'ai été assez généreuse quant au temps alloué.

**Mme Bev Oda:** Ce sera ma dernière question.

**La présidente:** Très bien.

**Mme Bev Oda:** J'aimerais vraiment que vous reveniez devant le comité.

Il y a une chose à laquelle je voudrais que vous réfléchissiez. Lorsque des représentants du CRTC ont comparu devant nous, nous leur avons demandé ce qu'ils croyaient être la meilleure façon d'appuyer l'industrie cinématographique canadienne. La priorité pour eux n'était pas tant l'argent que l'importance d'une vitrine et de possibilités d'accès.

Lorsque nous nous sommes entretenus avec des représentants du BCPAC, nous nous sommes penchés sur la façon dont ils s'y prennent pour déterminer de façon objective ce qui est canadien et ce qui ne l'est pas. Nous leur avons fait remarquer que leur système de points était fondé non pas sur le contenu, le sujet ou les images, mais purement sur la citoyenneté. Par conséquent, la nationalité permet-elle à elle seule de déterminer que le résultat, le produit ou la création est à teneur canadienne? Pouvez-vous répondre à cette question? Personnellement, c'est le point que je voudrais approfondir dans le cadre de notre examen.

**M. S. Wayne Clarkson:** J'aimerais dire quelques mots sur la première question que vous avez soulevée au sujet du CRTC. Puis, je vais demander à Karen et à d'autres de réagir.

Je crois que le contenu, la vitrine et le temps d'antenne... j'ajouterais à cela le temps publicitaire, s'il y avait une façon de le rendre avantageux ou rentable pour les distributeurs canadiens et pour les producteurs qui font la promotion des films canadiens. De façon générale, c'est très cher, à moins que vous...



**Mme Bev Oda:** Mais je crois savoir qu'en vertu des règles du CRTC, la promotion des films canadiens par des émetteurs de radiotélévision canadiens n'est pas considérée comme une activité publicitaire, mais plutôt comme un communiqué d'intérêt public; elle n'est pas considérée comme... La promotion peut se faire par l'intermédiaire du diffuseur.

**M. S. Wayne Clarkson:** Je crois que toute mesure visant à augmenter le temps d'antenne pour la promotion de films canadiens est une bonne chose.

**Mme Karen Franklin:** En ce qui a trait au BCPAC, c'est vrai qu'il s'appuie sur la citoyenneté et qu'il fait appel à un système de points. Dans la présentation, on a indiqué que la production étrangère au Canada se classait au premier niveau et que les productions à contenu canadien étaient au deuxième; cela correspond à la production du BCPAC. Lorsqu'une production accumule au moins six points sur dix sur l'échelle du BCPAC, on tient pour acquis qu'elle est canadienne. Ce que nous faisons, c'est de rehausser les critères du BCPAC à l'égard du contenu canadien en prenant en considération l'histoire, les personnages et le lieu de l'action.

**Mme Bev Oda:** Je me demande ce qui justifie cette mesure alors qu'aux fins des crédits d'impôt, le critère de la citoyenneté est suffisant. Pour obtenir l'investissement ou le soutien de Téléfilm, il y a d'autres critères. Ajoutez-vous un critère avant de décider parce que la demande dépasse l'offre? Comprendons-nous bien pourquoi ce critère en particulier a été choisi et comment il peut être appliqué efficacement et ouvertement de façon à ce que tout le monde sache quel est le critère—le deuxième niveau de critère que Téléfilm applique maintenant—et s'il donne les résultats escomptés en bout de ligne.

Je veux essayer de comprendre: est-ce parce que les ressources sont limitées que vous ajoutez un autre critère et s'agit-il du critère le plus pertinent à adopter?

Comme vous le savez, il y a beaucoup de confusion entourant l'application des critères, ce qui parfois suscite la controverse; ils sont plus subjectifs qu'objectifs, et c'est un problème pour l'industrie, je crois. L'examen nous donne l'occasion de regarder tout cela de près et de proposer, notamment, des améliorations et des modifications.

• (1105)

**M. S. Wayne Clarkson:** Je ne crois pas que la décision de Téléfilm de hausser la barre comme l'organisme le fait depuis des décennies est motivée par un manque d'argent ou par un nombre croissant de demandes de financement. Elle est motivée par la politique gouvernementale et par des impératifs culturels.

Quiconque obtient une certification auprès du BCPAC peut demander des crédits d'impôt. Mais cette personne n'aura peut-être pas nécessairement accès à Téléfilm, car il nous faut tenir compte de certains impératifs culturels et de certaines politiques. Il est toujours possible d'obtenir des crédits d'impôt pour un film ou une coproduction, et du point de vue de l'industrie j'estime que c'est correct. Avec des priorités culturelles, nous rehaussons les critères et nous exigeons plus que la résidence ou la citoyenneté.

**La présidente:** Merci beaucoup, madame Oda.

Monsieur Lemay.

[Français]

**M. Marc Lemay:** Je révisais les notes que j'avais prises lors de votre visite d'il y a deux mois, monsieur Clarkson. Je constate que vous avez fait beaucoup de choses en deux mois, mais je sens surtout

que vous êtes bien en selle, pour utiliser une expression de vélo que je connais bien.

Je voudrais également vous dire que l'accueil que vous avez reçu lors de la présentation des prix Jutra, de la part de certains humoristes, n'est pas partagé par tous ceux et celles qui oeuvrent dans le domaine du cinéma au Québec. Je voulais que ce soit clair. Certains ont fait des blagues de mauvais goût, qui ne sont pas partagées par les autres, en particulier ceux qui sont ici devant vous aujourd'hui.

Cela dit, je suis préoccupé par les festivals de cinéma. Dans la région d'où je viens, l'Abitibi-Témiscamingue, il y a un petit festival. Je l'ai dirigé pendant de nombreuses années. Je ne peux pas le comparer à celui de Toronto, de Montréal ou de Cannes, bien évidemment. Cependant, je m'inquiète pour ce petit festival en région, compte tenu de l'arrivée d'un nouveau joueur dont on nous dit qu'il est en transition en 2005, qui est le Festival international du film de Montréal. Au Québec, on dit le FIF; on peut presque en rire. Cependant, il est là, en ce moment même. Il semble qu'il sera en transition. Or, vous avez des principes directeurs pour 2002-2003 qui s'appliquent encore aujourd'hui et qui disent qu'un requérant admissible doit « démontrer que son festival ne chevauche ni n'est similaire à aucun autre festival présenté dans la même région »—on s'entend pour dire que la région est le Québec pour Téléfilm Canada et pour la structure fédérale—, « à moins qu'il n'ait été approuvé comme un festival régional dérivé d'un événement majeur ». C'est sur cela que j'aimerais entendre quelqu'un de Téléfilm Canada.

Nous sommes extrêmement préoccupés. Bien évidemment, nous comprenons tout ce qu'il y a eu derrière l'appel d'offres. Les dirigeants du Festival international du film de Montréal comprennent cela, mais ils sont inquiets, et vous pouvez les comprendre. La transition les inquiète. Combien de temps peut-elle durer? Est-ce qu'elle va durer seulement une année? Est-ce qu'elle peut être reportée, compte tenu qu'elle court-circuite les primeurs que pourraient penser présenter certains festivals, entre autres le Festival du cinéma international en Abitibi-Témiscamingue? *Mémoires affectives* y a été présenté, et c'est par la suite qu'il a connu ce qu'il a connu et qu'il a obtenu le Jutra du meilleur film. C'est ma première question.

Voici ma deuxième et dernière question. Que vous regardiez *Mambo Italiano* en français, en anglais ou même en italien, vous ne voyez aucune différence. Cependant, dans le cas des versions françaises des films canadiens-anglais, je ne sais pas où vous prenez vos interprètes, mais il y a une carence incroyable. Je vous vois hocher de la tête, et vous êtes sûrement d'accord avec moi. On n'a aucun intérêt à aller voir un film mal traduit qui est présenté en salle au Québec. C'en est presque ridicule. Je ne veux pas parler en mal des auteurs et je ne nommerai donc pas de films. Bien sûr, *Spider* est l'exception. Je voulais attirer votre attention sur ce point. Il est très important que vous y voyiez si vous voulez que le marché du Québec se développe. Le film *La grande séduction* traduit en anglais est magnifique. Pour ce qui est de *Mambo Italiano* et de *Manners of Dying*, c'est parfait. N'a-t-il pas moyen d'insister pour que les films soient tournés simultanément en anglais et français?

• (1110)

**M. Michel Pradier:** En réponse à votre deuxième question, je dirai que certains titres pourraient être améliorés sur le plan de la qualité de la traduction, on en convient. Cependant, faire un film en version française et en version anglaise entraînerait des coûts de production extraordinaires. Cela coûte très cher. À mon avis, il y aurait lieu de se pencher sur la question de la version française de certains films en anglais. Vous avez raison à cet égard.

**M. Marc Lemay:** Pouvez-vous répondre à la première question?

**M. Michel Pradier:** Le Festival du cinéma international en Abitibi-Témiscamingue à Rouyn-Noranda existait avant les événements qui ont lieu cette année. C'est un festival très apprécié et très prolifique. Je ne vois pas en quoi le nouveau festival de Montréal pourrait nuire à ce festival qui, de toute façon, allait bien pendant le règne de l'ancien festival.

**M. Marc Lemay:** Le problème est uniquement que cela risque de court-circuiter les films en primeur. Le festival de Rouyn-Noranda se déroulait et se déroule toujours à la fin du mois d'octobre. Ce sont donc des films qui vont sortir au printemps prochain. C'était son créneau. On ne peut pas comparer. C'est la première fois qu'il voit arriver ce festival dans son champ de vision. Je sais que ce grand festival est en transition.

**M. Charles Belanger:** Le seul engagement qu'on ait de la part du regroupement qui doit relancer un événement international à Montréal, c'est que la transition ne s'opère que pendant l'année 2005, aux dates prévues du mois d'octobre. C'est un engagement. Je ne suis pas en mesure de vous dire que cela ne durera pas.

Étant donné qu'on a pris des engagements de cette importance et qu'il s'agit d'entreprises de cette taille, avec des gens responsables à leur tête, je me sens tout à fait à l'aise pour vous dire, sans vous donner une assurance absolue, qu'il s'agit d'un hiatus limité à 2005. On va tout faire pour que le Festival du cinéma international en Abitibi-Témiscamingue conserve toute sa saveur et toute sa capacité de présenter des films en primeur au cours des années à venir.

Cependant, pour l'année en cours, il y a une difficulté particulière et nous en sommes conscients. Nous allons tout faire pour nous assurer que les confrontations soient limitées au strict minimum. C'est ce à quoi nous pouvons nous engager.

**M. S. Wayne Clarkson:** Je vous remercie pour vos bonnes paroles.

[Traduction]

J'ai passé une merveilleuse soirée lors de la remise des prix Jutra.

[Français]

C'était une soirée incroyable. Le réalisateur Michel Brault est passé juste avant moi. Ce fut un moment extraordinaire.

En Ontario, il y a le Festival international du film de Toronto. C'est un grand festival. Il y a aussi un fantastique festival à Sudbury. Il n'y a pas de problèmes dans la relation entre les organisateurs des deux festivals. Je suis certain—ou, du moins, je l'espère—qu'il en sera de même entre les organisateurs du Festival du cinéma international en Abitibi-Témiscamingue et du nouveau festival de Montréal.

•(1115)

[Traduction]

**La présidente:** Merci.

Madame Bulte.

**L'hon. Sarmite Bulte:** Merci beaucoup.

Je vous remercie d'être venus. J'ai aussi quelques questions à poser.

Monsieur Clarkson, vous avez parlé de Viacom. J'estime que le gouvernement fédéral a un rôle à jouer pour ce qui est d'approuver l'achat, par des entreprises étrangères, d'institutions culturelles canadiennes et je crois que, puisque Viacom est une entreprise américaine, elle a dû se soumettre à l'époque à certaines conditions.

Malheureusement, elles n'étaient que pour une période déterminée. Après leur expiration, elles ont disparu.

Donc, les conditions sont utiles pendant un certain temps, mais elles ne restent pas obligatoires. Lorsqu'elles ne le sont plus, on les laisse tomber. C'est une préoccupation. Dans le cas d'une autre prise de contrôle, par exemple si un étranger se portait acquéreur de Famous Players, le gouvernement fédéral interviendrait. Je crois que les institutions culturelles relèvent du ministère du Patrimoine.

Ce dont je voulais vous parler... et bon nombre d'exposés ont abordé la question du Fonds du long métrage du Canada. On effectue un examen à ce sujet également. Qu'y a-t-il d'autre? Que faut-il de plus à Téléfilm, mis à part ce fonds, pour être en mesure de s'acquitter de son mandat?

Je veux également aborder la question des crédits d'impôt et de la situation de Téléfilm et comment vous tendez à récupérer les crédits d'impôt des provinces. Pourquoi estimez-vous qu'il est nécessaire d'agir de la sorte? Est-ce une politique que Téléfilm a établie? S'agit-il d'une politique du ministère? N'est-il pas temps de revoir cette politique particulièrement depuis qu'on a pu constater la réticence des provinces à augmenter leurs crédits d'impôt et qu'on permet à Téléfilm de les récupérer?

**M. S. Wayne Clarkson:** Je vais demander à Karen ou à Ralph de vous donner plus de détails, mais lorsque j'ai parcouru le pays, j'ai constaté que le recouvrement était l'une des préoccupations communes—ainsi que la réduction qui a entraîné les investissements en actions de Téléfilm en ce qui concerne les crédits d'impôt et le reste. Il s'agit d'une question prioritaire pour permettre que l'argent soit versé de façon plus directe aux producteurs pour renforcer les compagnies de production.

Comme Bev l'a mentionné plus tôt, je crois qu'il s'agit d'un problème de fond qui devrait être discuté à l'interne et au sein du conseil d'administration, mais c'est une priorité.

Karen, pouvez-vous nous parler de la réduction et nous donner plus d'explications à ce sujet?

**Mme Karen Franklin:** Certainement. Le financement de Téléfilm peut prendre plusieurs formes, qu'il s'agisse d'investissements en actions ou d'autre type de contribution, mais la plupart de nos contributions sont sous forme d'investissements en actions. Nous parlons de « réduction ». Le seuil d'après lequel le pourcentage de crédit d'impôt est calculé a été réduit. Nous n'avons pas établi cette politique. Il s'agit d'une politique officielle du ministère du Revenu. C'est lui qui a établi que le financement fédéral fourni par l'entremise d'une société d'État réduit le crédit d'impôt disponible.

**L'hon. Sarmite Bulte:** Cette politique provient-elle du ministère des Finances?

**Mme Karen Franklin:** Je ne suis pas certaine s'il s'agit d'une politique du Conseil du Trésor ou du ministère des Finances.

Nous aimerions que la situation soit différente. L'argent que nous investissons, par exemple, dans le fonds de télévision, sous forme d'investissements en actions dans les productions télévisuelles vaut moins. Chaque dollar que nous investissons vaut moins que le dollar investi dans le Fonds canadien de télévision, car il n'est pas considéré comme de l'argent du gouvernement fédéral.

**L'hon. Sarmite Bulte:** C'est intéressant que vous mentionniez le Fonds canadien de télévision parce qu'il y a certainement lieu de se demander si Téléfilm devrait continuer à l'administrer. Je sais qu'à l'heure actuelle vous administrez le volet axé sur les capitaux propres.

Donc, vous dites que si ce volet ne relevait plus de Téléfilm, l'organisme ne serait pas assujéti aux mêmes règles. Est-ce exact?

**Mme Karen Franklin:** Oui.

**L'hon. Sarmite Bulte:** C'est intéressant.

Monsieur Clarkson, vous avez par ailleurs déploré le fait qu'on ne produit pas de longs documentaires faute d'argent. Lors de la dernière campagne électorale, on a entendu parler abondamment de la nécessité pour Téléfilm de trouver le financement nécessaire pour produire des documentaires de ce genre.

Quelles mesures prenez-vous pour modifier vos politiques afin de trouver les fonds nécessaires pour financer la production de ces documentaires?

• (1120)

**M. S. Wayne Clarkson:** Je peux vous dire qu'on n'envisage pas faire de compressions à l'interne. Je crois qu'il serait injuste de piger dans les fonds consacrés aux films de fiction ou aux productions dramatiques pour financer une nouvelle initiative. On pénaliserait ainsi un fonds pour lequel les demandes sont de loin supérieures aux ressources. On priverait ainsi ces cinéastes.

C'est une priorité tant pour nous que pour le conseil. Nous avons soulevé la question auprès du ministère. Compte tenu de l'appui dont jouit cette initiative au sein de l'industrie et que vos consultations un peu partout au pays vont sûrement confirmer, je demeure optimiste à cet égard.

Si vous le permettez, j'aimerais revenir sur un point. Je ne veux pas m'attarder sur la question du Fonds canadien de télévision, parce qu'on pourrait facilement y consacrer trois autres heures. Je tiens simplement à dire que le transfert du volet axé sur les capitaux propres au Fonds canadien de télévision est une solution trop facile. Sauf votre respect, j'estime qu'il existe des priorités culturelles qui sont très importantes. La production de dramatiques télévisées constitue un défi de taille au Canada anglais et, dans une moindre mesure, au Québec.

Les dramatiques de langue anglaise sont importantes. Il y a un processus subjectif à appliquer à cet égard. L'utilisation des capitaux devrait être assujéti à ce processus. Il ne s'agit pas seulement d'un engagement envers l'industrie. Nous avons des politiques et des priorités culturelles qui entrent en ligne de compte.

Toutefois, si quelqu'un pouvait modifier les règles qui régissent notre fonctionnement et éliminer cette réduction, nous en serions ravis. Je ne suis toutefois pas convaincu que le fait de transférer le tout dans le Fonds canadien de télévision constitue la solution. Cette façon de faire créerait son propre lot de problèmes.

**La présidente:** Allez-y, madame Bulte.

**L'hon. Sarmite Bulte:** Pour revenir à ma première question, de quoi Téléfilm Canada a-t-il besoin? À part le Fonds du long métrage du Canada, vous dites maintenant que vous avez besoin de fonds consacrés expressément aux documentaires. Mais de quels autres outils avez-vous besoin pour exercer efficacement votre mandat?

L'une des choses que le gouvernement s'est engagé à faire pendant les élections, c'est de revoir le mandat de Téléfilm Canada et même si la Loi sur Téléfilm Canada a été quelque peu modifiée pour intégrer dans la mission de l'organisme le secteur audiovisuel—

un détail technique essentiellement—, êtes-vous sur le point de procéder à un examen de votre mandat à l'interne? Souhaitez-vous le faire?

**M. S. Wayne Clarkson:** C'est certain que le conseil en aura long à dire sur l'examen de notre mandat dans les discussions au sein de la direction. Y a-t-il du nouveau? J'ai présenté l'objectif sous forme de question. Je ne prétends pas à ce moment-ci, comme Bev l'a fait remarquer à juste titre d'ailleurs, qu'il y a des critères clairement établis pour l'atteindre en termes de dollars. De toute évidence, cela va coûter plus cher. Comme je l'ai mentionné plus tôt, je ne veux pas dire que les coûts vont doubler. Je crois que l'exercice est rentable.

Quant aux mesures à prendre sur les plans de la commercialisation et de la promotion, ce qui m'intéresse ce sont les possibilités qu'offrent le cinéma numérique et les programmes pour l'exploitation régionale. Il n'est pas nécessaire qu'ils soient coûteux—surtout en ce qui a trait aux programmes régionaux. Il existe des organismes indépendants privés et sans but lucratif au Québec, en Ontario et dans d'autres provinces qui oeuvrent dans ces domaines. À mes yeux, c'est le genre de soutien qui ne nécessite pas beaucoup d'argent mais qui contribuerait énormément à diffuser les films canadiens là où les gens sont intéressés à les voir. Tout ce qui peut être accompli auprès du diffuseur, comme on l'a dit plus tôt, pour augmenter le temps publicitaire et le nombre de films canadiens diffusés constitue certainement une priorité pour nous.

Il y a ensuite des considérations d'ordre technique. Je ne suis pas certain de vouloir entrer dans les détails, mais disons que nous devons avoir utilisé tous les fonds dont nous disposons au plus tard le 31 mars. On ne peut pas reporter les fonds inutilisés au prochain exercice. C'est une source constante d'irritation pour l'industrie. Comme l'argent doit avoir été dépensé au plus tard au 31 mars, on restructure à la hâte. Je commence à constater à quel point c'est difficile à l'interne.

Ce serait merveilleux. C'est ce que l'industrie a proposé bien des fois au Comité consultatif sur le long métrage dont je fais partie. Donc, si nous envisageons d'éliminer la réduction, ce serait formidable puisque cela permettrait à Téléfilm de reporter au prochain exercice les sommes qui ne sont pas engagées et de les utiliser au cours de l'exercice subséquent. Si on commence à tourner un film en février, le tournage pourrait se poursuivre jusqu'en mai, et ainsi de suite.

Ce sont là deux questions plutôt techniques qu'on pourrait examiner.

• (1125)

**La présidente:** Merci.

Je voudrais faire une observation, et j'aurai ensuite une question à poser.

Je partage en partie votre frustration. J'ai le sentiment qu'on effleure à peine le problème. J'ai besoin d'en savoir davantage sur les liens entre les nombreux organismes qui offrent du financement grâce auquel on peut réaliser les films et sur les tensions qui existent entre eux, si tensions il y a, afin de voir ce qu'on peut faire pour remédier à la situation.

J'ai vraiment été étonnée d'apprendre à quel point les recettes au guichet ne sont pas significatives, mais peut-être que ce n'est pas le cas. C'est peut-être un élément essentiel de la commercialisation du film. Toutefois, il est manifestement important de chercher à savoir ce qu'on peut faire pour renforcer cet autre volet, car c'est ainsi que la plupart des Canadiens visionnent aujourd'hui les films produits ici.

J'aimerais discuter un peu plus de la façon dont vous entrevoyez la démarche de Téléfilm—parce que la commercialisation est l'une des choses que vous envisagez—pour tenir compte de cette réalité. Quelle devrait-être notre politique? Comme je l'ai dit plus tôt un peu à la blague, doit-on réglementer le contenu canadien sur les tablettes de Blockbuster? Je sens que toute cette question suscite de la frustration; on vient à peine de commencer notre étude et les producteurs, les scénaristes et les acteurs ne nous ont pas encore fait part de leur mécontentement. Donc, je suis certaine que nous vous reviendrons là-dessus.

De façon générale, j'aimerais que vous pensiez—et il est peut-être trop tôt pour le faire, en particulier pour vous, Wayne—aux défis auxquels nous sommes confrontés. Où doit-on se situer dans cinq et dix ans et quelles mesures doit-on prendre pour y parvenir? Une augmentation de 10 p. 100 des recettes de guichet représente-t-elle une cible importante, ou doit-on plutôt envisager une hausse pouvant aller jusqu'à 10 p. 100? Cela a-t-il encore de l'importance?

**M. S. Wayne Clarkson:** Vous soulevez un excellent point. J'aime les objectifs mesurables, car j'estime qu'ils sont importants. Ce sont des sources d'inspiration, de motivation et de défi.

**La présidente:** La question était de savoir si cet objectif est pertinent de nos jours.

**M. S. Wayne Clarkson:** Comme je l'ai déjà dit, parfois la sortie en salle constitue un produit d'appel comme le sait probablement mieux que moi l'industrie hollywoodienne. Par exemple, la promotion à la télévision du film *Quatre gars et un balai* a considérablement fait augmenter les recettes au guichet. Ces activités de promotion ont également contribué à augmenter la vente et la location de DVD et fait étonnant elles n'ont pas compromis sa diffusion au réseau anglais de Radio-Canada. La chaîne alimentaire, à défaut d'une expression plus appropriée, est plus souvent qu'autrement alimentée par la sortie en salle du film.

Mais je suis d'accord avec vous. Même si le pourcentage de 10 p. 100 est un but qu'on vise—et qu'on ne devrait pas perdre de vue—, on ne devrait pas s'y limiter pour mesurer le succès. Qu'accomplissons-nous sur la scène internationale? Comme on l'a dit plus tôt, réalisons-nous des ventes à l'étranger, pas seulement aux États-Unis, mais aussi dans le reste du monde? Je crois qu'il faut assurer le suivi de questions de ce genre.

Peut-on mieux promouvoir les DVD? Serait-il possible de créer un programme destiné aux jeunes cinéastes dans le cadre duquel on leur offrirait de projeter pour la première fois leur film, pas dans les salles de cinéma, mais sur les réseaux TMN, Movie Channel et Super Écran et de les présenter sur DVD. Il a toutes sortes de modèles qu'il faut à tout prix examiner.

**La présidente:** La seule autre question que j'ai pour l'instant, et que vous attendiez jusqu'à un certain point, c'est que je souhaitais savoir dans quelle mesure le marché international est important pour certaines productions. Nous espérons d'ailleurs entendre les témoignages de représentants de Commerce international à ce sujet. Ce qu'on fait par l'entremise de nos ambassades à l'étranger et de nos délégués commerciaux est-il suffisant pour promouvoir les longs métrages et les produits culturels canadiens, mais surtout les longs métrages? Nos délégués commerciaux sont très actifs, mais je ne suis pas certaine qu'il s'agit d'une priorité pour eux.

• (1130)

[Français]

**M. Michel Pradier:** Le marché international, comme vous l'avez souligné, est une voie d'avenir parmi bien d'autres, mais cette voie

est très importante pour notre culture et elle mérite d'être soutenue et appuyée. Elle représente l'avenir, en quelque sorte. Prenons l'exemple du Québec, où la production francophone a déjà conquis son marché national. C'est fragile, mais c'est déjà fait. Elle en a 21 p. 100, ce qui est comparable à la Suède ou à d'autres pays que l'on a mentionnés tout à l'heure à l'écran. Pour que la culture et les entreprises soient viables, il faut développer d'autres marchés sur notre territoire—M. Clarkson parlait de DVD, de télévision payante et d'autres programmes complémentaires—pour amener des ressources supplémentaires et pour investir encore. À mon avis, il est primordial d'aller chercher des ressources sur le plan international.

[Traduction]

**La présidente:** Merci beaucoup.

Monsieur Schellenberger.

**M. Gary Schellenberger:** Je voudrais faire une observation. J'ai trouvé très intéressant que vous disiez qu'il vous fallait dépenser l'argent avant la fin de l'exercice. La question du financement durable à long terme en est une dont on entend constamment parler et à laquelle je souscris sans réserves. Cette année, la demande sera peut-être forte et toutes les sommes disponibles risquent d'être dépensées un mois avant l'échéance prévue. L'an prochain, si on a exercé beaucoup de pressions, il se pourrait qu'on ait un petit excédent qu'on pourrait reporter au prochain exercice, et ainsi de suite. Il est impératif que le gouvernement se rende compte qu'il oblige divers organismes gouvernementaux à dépenser leur argent dans un délai d'un an, alors qu'à l'égard de ses propres budgets, le gouvernement fait des prévisions de cinq et de dix ans. La situation est extrêmement difficile.

L'an dernier, je siégeais au comité des pêches et des océans et la Garde côtière était aux prises avec le même problème. La Garde côtière disposait de fonds pour les dépenses en capital. Si elle décidait de remplacer un brise-glace en avril ou en mai, elle passait la commande, mais elle ne pouvait obtenir le navire. C'est impossible de construire un brise-glaces en si peu de temps. Donc, les fonds n'étaient pas tous utilisés. Dans un tel cas, 35 millions de dollars sont retournés dans les coffres du gouvernement pour être réaffectés l'année suivante. Entre-temps, les fonds pour les dépenses en capital ou les projets d'immobilisations diminuent. C'est très intéressant que vous ayez soulevé la question.

À une certaine époque, j'ai été conseiller municipal. Je faisais partie du conseil régional des incendies. Un soir, seul le secrétaire et moi étions présents. Les autres membres qui devaient établir le budget pour l'année suivante étaient absents. J'ai donc décidé d'allouer 10 000 \$ au chef du service d'incendie pour les frais accessoires, et nous avons conclu que s'il ne dépensait pas cet argent—qui n'était pas alloué pour qu'on le dépense entièrement— et qu'il utilisait 1 000 \$, le reste pouvait être reporté au prochain exercice, juste au cas où il faudrait effectuer de plus grosses dépenses. Comme j'étais le seul membre présent, cette mesure a été adoptée. Lorsqu'on l'a portée à l'attention du conseil, le greffier ou le secrétaire a dit qu'on ne pouvait pas procéder de la sorte. J'ai demandé pourquoi et il m'a répondu qu'on n'avait jamais procédé ainsi auparavant. Je lui ai répondu que les choses étaient ce qu'elles étaient et qu'il devait trouver une façon pour que cela fonctionne. On a maintenu cette pratique qui se poursuit encore aujourd'hui.

Bref, je vous félicite. Vous résistez aux pressions auxquelles vous êtes soumis.

Je me rappelle avoir exécuté des travaux à un hôpital il y a plusieurs années. Afin que son budget ne soit pas réduit l'année suivante, l'hôpital devait redécorer tout l'intérieur de la résidence des infirmières au cours du dernier mois de l'exercice. Nous avons donc repeint l'intérieur de la résidence au complet; deux ans plus tard, l'édifice a été démoli.

Je comprends que vous ne vouliez pas dépenser l'argent inutilement.

**M. S. Wayne Clarkson:** Merci.

Si vous le permettez, j'aimerais apporter une précision. Ce n'est pas qu'on dépense tout l'argent qu'on nous alloue avant la fin de l'exercice de peur qu'on nous le retire l'année suivante. Ce dont nous parlons, c'est de l'évolution d'un film, du fait que la préproduction peut avoir lieu en janvier ou février et que le tournage peut débuter le 1<sup>er</sup> avril ou à la mi-mars. Nous affectons les fonds pour l'année en fonction du nombre de films qu'on prévoit produire. Le contexte est très instable. Lorsqu'on se rend compte que des tournages qui devaient commencer en février sont reportés à l'année suivante, c'est un véritable casse-tête. Il y a des films qu'on ne retient pas. Il ne s'agit pas de dépenser l'argent qui reste et de peindre l'édifice de sorte qu'on n'ait pas à donner... C'est loin d'être le cas. C'est essentiellement une question de mouvement de trésorerie et non de perte de fonds.

• (1135)

**M. Gary Schellenberger:** Merci.

**La présidente:** Madame Oda.

**Mme Bev Oda:** Merci, madame la présidente.

Je n'ai pas vraiment de question, mais je veux simplement répéter, car je tiens à faire passer mon message, que si on veut agir avec efficacité à l'égard de certaines des idées présentées, nous avons vraiment besoin de certains renseignements. Il nous faut des propositions clés.

Prenez l'idée d'un circuit cinématographique régional. Combien de Canadiens croyez-vous réellement qu'une initiative de ce genre va rejoindre? Si ce programme est financé à même les deniers publics, il est important de savoir, notamment, où sont ces cinémas et combien de personnes on prévoit rejoindre.

L'autre point que je voudrais faire valoir encore davantage, c'est l'importance de faire preuve de plus d'audace et dire... et cela fait suite aux observations de la présidente voulant qu'on se batte pour les recettes au guichet dans le marché de langue anglaise au pays. On fait sans cesse allusion à l'éléphant, au monstre de l'industrie du divertissement à qui nous livrons concurrence. Nous tentons de nous tailler une place. Mais compte tenu des nouvelles technologies, n'est-il pas dans notre intérêt de nous écarter lentement de ce modèle, de ne pas nous y accrocher obstinément, mais de dire que dans l'avenir les Canadiens visionneront les films et les vidéos autrement? Pour évoluer dans ce nouvel univers, il faut réorienter quelque peu le tir si on veut avoir notre part du gâteau. Si on attend avant de réagir que les cinémas et le maïs soufflé aient été remplacés par de petits appareils de projection maison, nous aurons manqué le bateau. Dans ce contexte, la concurrence sera encore plus difficile. Donc, je veux simplement vous inciter à faire preuve d'un peu plus de... et à nous dire de quelle façon vous prévoyez...

Dans les secteurs de la télédiffusion et des télécommunications, on entend parler de ces nouveaux appareils. On dit que les habitudes des cinéphiles changent. Cela ne veut pas dire pour autant que les cinémas vont disparaître, mais la taille de l'auditoire va peut-être changer.

Je vous incite vraiment à être visionnaire. Il s'agit d'un long processus. Les choses ne vont pas changer du jour au lendemain. La seule façon qu'on peut dire...

Assurons-nous d'avoir notre part du marché. Assurons-nous d'avoir suffisamment de choses à offrir pour attirer les gens. Assurons-nous d'avoir les talents et les compétences nécessaires pour l'avenir.

Comme vous le savez, monsieur Clarkson, dans certains cas, les artisans ont une formation en informatique—pas en cinéma— et ils réussissent bien. On dirait presque que certains d'entre eux, et c'est très encourageant de le constater, ne souhaitent pas profiter des programmes ou de l'aide du gouvernement. Ils travaillent dur et font leur marque sur la scène internationale. Je crois qu'il faut s'inspirer de ce genre de dynamisme et d'enthousiasme pour l'avenir.

Donc, je vous incite fortement à faire preuve d'audace dans vos réflexions.

**M. S. Wayne Clarkson:** Merci beaucoup.

Je devrais indiquer ce qui me satisfait énormément. Lorsque j'ai prononcé mon allocution à Ottawa, j'ai pu annoncer que la ministre avait engagé 4 ou 5 millions de dollars de plus dans le fonds pour les nouveaux médias. Je m'intéresse notamment aux nouveaux médias et je pense que cela se rapporte directement à ce que vous proposez. Quel est l'avenir de l'audio-visuel domestique? Quel est le rôle du film sous sa nouvelle forme, que l'on peut capter au téléphone ou instantanément à l'ordinateur lorsque vous êtes à bord d'un avion? Le monde va changer. La réalisation de longs métrages interactifs va être formidable et pour la jeune génération—certainement beaucoup plus jeune que moi—ce sera tout naturel.

Ceci étant dit, l'industrie du cinéma est en butte aux attaques de la nouvelle technologie depuis 100 ans. Tout d'abord, l'avènement de la télévision devait marquer la fin des longs métrages. Puis l'Internet est arrivé, etc. Le cinéma a survécu à tous ces changements technologiques et continuera de le faire, car c'est un merveilleux mode d'expression artistique.

Si je vous comprends bien, vous avez raison, les programmes et les visionnements communautaires seraient modestes. J'en suis parfaitement convaincu. Au cours de mes discussions dans tout le pays, je ne permettrai même pas que l'on parle des films d'Hollywood car c'est un raisonnement dépourvu de logique; ce n'est pas parce que je ne les apprécie pas, mais comment peut-on avoir une conversation au sujet d'un film dont la réalisation coûte 100 millions de dollars, qui est doté d'un budget de marketing de 100 millions de dollars et qui est visionné dans plus de 8 000 cinémas du monde entier? Le budget complet de Téléfilm Canada pour l'année, pour tous ses programmes, en français et en anglais, sans parler des nouveaux médias, correspond à celui d'un seul film hollywoodien.

N'en parlons donc pas et restons dans notre sphère. C'est pourquoi je trouve que les 10 ou 22 p. 100 représentent un but souhaitable. Cela revient à comparer le cinéma indépendant au Canada à son pendant aux États-Unis.

Madame la présidente, n'hésitez pas à m'interrompre car j'ai tendance à devenir poétique dans ce domaine, mais si vous permettez, j'ai un dernier point à souligner.

Le Sundance Film Festival que j'admire énormément est un véritable succès. Je me suis déjà entretenu avec son directeur et je lui ai demandé combien de films indépendants américains il visionnait en l'espace d'une année. Il m'a répondu près de 700. Je lui ai dit qu'il en reçoit 100 au festival et que 50 sont choisis pour diffusion. Sur ces 50, de 20 à 25 peut-être sont diffusés au Canada et si j'arrive à en voir 5 ou 6, c'est formidable. Chaque année, je m'émerveille devant l'ingéniosité et la régénération du cinéma américain indépendant. Je lui ai enfin demandé si les gens voient les 650 autres films et la réponse est non, en ce qui nous concerne.

Comme nous l'avons dit dans notre exposé, c'est aussi une question de chiffres jusqu'à un certain point. Développez davantage, produisez davantage et toute mesure supplémentaire qui permet de visionner les films est une bonne nouvelle pour le cinéaste.

• (1140)

**Mme Bev Oda:** Monsieur Clarkson, je veux simplement que vous compreniez...

**La présidente:** Madame Oda, c'est votre dernière question. M. Kotto voudrait également intervenir une fois de plus et j'aimerais donner à nos témoins la possibilité de conclure, s'ils le souhaitent.

**Mme Bev Oda:** Certainement. Je veux simplement souligner ou vous faire comprendre que lorsque j'entends ce que vous venez de dire, je pose de nouveau cette question: est-ce Téléfilm?

Ce qu'on adopte comme politique officielle et comme politique du cinéma doit être approuvé par les Canadiens à qui on indique qu'on va cibler les petits cinéastes indépendants dans le cadre de la politique canadienne du cinéma. Il faut indiquer à tous les Canadiens que l'argent du contribuable ne doit pas faire l'objet de comparaison et qu'il ne faut pas se comparer aux superproductions hollywoodiennes et que, par ailleurs, l'une des grandes agences cinématographiques du gouvernement canadien va maintenant cibler les petits et moyens indépendants. Si telle est la politique et si nous décidons que c'est la politique gouvernementale, il faut alors indiquer à tous les Canadiens que l'argent du contribuable va être dépensé de telle ou telle façon.

Je ne demande pas de réponse tout de suite, je veux simplement m'assurer que lorsque vous présenterez vos propositions indiquant que c'est ce que Téléfilm voudrait avoir comme politique cinématographique et que c'est le rôle que, selon nous, Téléfilm devrait jouer dans le cadre de cette politique cinématographique, ces éléments soient également pris en compte.

Je comprends parfaitement la préoccupation de la présidente au sujet du temps si bien que je ne vous demande pas vraiment de réponse aujourd'hui. Je vous demande simplement d'y penser.

Merci.

• (1145)

**La présidente:** Monsieur Kotto, je vous accorde près de cinq minutes avant de céder la parole à nos témoins pour qu'ils puissent conclure ou compléter leurs propos, s'ils le souhaitent.

[Français]

**M. Maka Kotto:** Merci, madame la présidente.

J'aurais aimé que l'on reste plus longtemps, mais les circonstances étant ce qu'elles sont, on va abrégé. Je vais donc faire une liste de mes quatre questions. Je serai bref.

Selon une étude conjointe récente de la SARTEC et de l'UDA, des 1,4 milliard de dollars consacrés à l'animation seulement, 10,9 p. 100 ont été investis dans les séries de langue française. Cette étude s'intitule « Le jeune public francophone dépossédé de sa culture et

privé de ses artistes ». La majorité des émissions canadiennes de langue anglaise sont doublées en français à l'étranger, et ce, en dépit des accords de coproduction.

Pourquoi Téléfilm Canada a-t-il investi dans les coproductions impliquant des doublages à l'étranger? Près de neuf séries sur dix sont écrites à l'étranger ou en anglais, et plus de 68 p. 100 d'entre elles ne font même pas appel aux artistes francophones d'ici. J'aimerais avoir vos commentaires à ce sujet.

Voici mon autre question. Avec l'arrivée du numérique—à cet égard, M. Clarkson m'a devancé dans un de ses énoncés tout à l'heure—, Téléfilm Canada prévoit-il une réserve d'argent pour la technologie IMAX, technologie, faut-il le rappeler, qui a été développée au Québec? La question qui en découle est celle-ci: IMAX faisant partie du portefeuille documentaire, envisagez-vous une concurrence avec l'ONF quant au financement du documentaire long métrage?

Mon avant-dernière question porte sur l'harmonisation des subventions de films de Téléfilm Canada et de la SODEC. Parfois, quand un producteur dépose sa demande à Téléfilm Canada, c'est oui d'un côté et non de l'autre. À la SODEC, c'est non ou inversement. Y a-t-il des ententes? Y a-t-il des possibilités d'harmonisation des soutiens financiers?

J'aimerais également connaître, de manière sommaire, votre vision de la politique culturelle du cinéma canadien dans un contexte de mondialisation. Je parle bien de politique culturelle, pas de politique économique.

Merci bien.

**M. Michel Pradier:** Concernant le rapport SARTEC-UDA, nous sommes sensibilisés à la question. Je pense qu'il faut situer certaines choses dans leur contexte, notamment la production de l'animation, qui se fait dans un cadre de coproduction. Les impératifs financiers de production sont souvent commandés par les opérateurs de langue anglaise, parce que ces productions sont extrêmement coûteuses. Pour arriver à boucler le financement, il y a souvent des avances sur achat importantes ou des partenaires financiers, importants eux aussi, qui vont dicter leurs conditions en matière de langue de production.

Pour ce qui est du doublage à l'étranger, certains traités ou accords entre pays exigent que le doublage soit fait sur le territoire de ces pays. Pour arriver à équilibrer le financement de part et d'autre, que ce soit le Canada ou le pays partenaire, le partage des coûts est souvent commandé par les impératifs des politiques de chacun des pays, eu regard aux traités qui les unissent. C'est une question sur laquelle nous nous penchons, mais dans le sens des programmes que nous gérons. Nous ne pouvons pas traiter toutes les questions reliées à cette problématique, qui est assez étendue.

Je laisserai à d'autres le soin de s'occuper de certaines questions. Je vais répondre à votre quatrième question sur l'harmonisation des décisions de la SODEC et de Téléfilm Canada. Je vous dirai qu'il n'y a pas de mécanique établie, parce que la SODEC a son plan d'affaires et son agenda, alors que nous avons les nôtres. Cependant, il n'y a pas eu de cheval qui soit resté sur une patte. En bout de ligne, en fin d'année financière, chaque institution a financé les mêmes films. Ceci s'explique d'une manière assez simple et logique. S'il s'agit d'un bon film, bien écrit et bien réalisé, avec des traitements de réalisation étoffés qui nous expliquent ce qu'est le produit, avec en plus une mise en marché qui est adéquate, il y a une bonne décision à prendre, autant à Téléfilm Canada qu'à la SODEC. C'est pour cela que nous n'avons pas vu, à ce jour, d'enfant orphelin, c'est-à-dire de film qui n'aurait pas reçu les deux parties du financement.

Cela n'empêche pas que nous devons être vigilants. Si la SODEC doit prendre une décision à la fin de son année financière et que nous sommes partenaires dans un film, j'imagine que cela va peser dans la balance des réflexions qu'elle vont faire à propos du financement de ce film. Le milieu francophone n'est pas vaste, et nous devons faire preuve de bon sens lorsque nous finançons des films.

Je laisserai les autres questions à mes collègues.

• (1150)

**M. S. Wayne Clarkson:** J'aimerais aborder la question de la concurrence avec l'Office national du film du Canada à propos des films numériques et des courts métrages, si vous me le permettez. À la Soirée des Jutra, il y avait cinq nominations pour les courts métrages d'animation.

[Traduction]

Les cinq ont été produits par l'Office national du film. N'y a-t-il pas d'animation cinématographique indépendante à Québec, à Montréal? Malgré les 60 ou 70 millions de dollars que possède l'Office du film, oublie-t-il les producteurs indépendants de courts métrages dramatiques du secteur privé?

Je le dis avec tout le respect voulu, car je connais l'histoire de l'Office du film. Je suis plein d'admiration devant le prix de l'Académie qu'il a remporté pour *Ryan*, qui a été également fait en partenariat avec le Collège Seneca. J'admire la sélection dont il a fait l'objet pour *Hardwood*, merveilleux documentaire qui, je pense, a été visionné par le comité. Il a été financé par la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario. Je félicite donc l'Office du film pour ses partenariats.

La concurrence est quelque chose de positif et l'Office du film peut soutenir la concurrence avec n'importe qui, mais ce qui m'inquiète—en raison de ce que j'ai pu voir à la remise des Prix Jutra—c'est que je ne suis pas sûr que les chances soient égales. Au cours de mon périple au Canada, j'ai rencontré des cinéastes indépendants de toutes les provinces qui considèrent Téléfilm comme l'agence de référence en matière de documentaires de longue durée. Nous coordonnons bien sûr nos activités avec l'Office national du film, mais ils considèrent Téléfilm comme l'agence par excellence qui appuie le cinéma indépendant.

**La présidente:** Merci.

[Français]

**M. Maka Kotto:** Il y avait la question sur la vision de la politique culturelle.

**M. Charles Belanger:** Comme nous l'avons dit un peu plus tôt, monsieur Kotto, c'est une question qui exige davantage de réflexion. Quand nous reviendrons devant le comité, nous serons plus en

mesure de vous faire part de cette vision, comme vous nous le demandez.

**La présidente:** J'espère que nous aurons au moins une autre séance avec nos témoins d'aujourd'hui.

[Traduction]

Vous pouvez prendre quelques minutes, si vous souhaitez résumer ou compléter quoi que ce soit. Sinon, je vous invite à communiquer avec le comité si vous avez un suivi. Je tiens à dire en particulier que je sais que nos attachés de recherche et nos analystes vont vouloir faire un suivi avec vous également, afin de préciser en quelque sorte certains points au sujet desquels nous avons posé quelques questions, mais qui n'ont pas été peut-être décrits de façon aussi approfondie que nous l'aurions souhaité.

Avez-vous une conclusion, monsieur Clarkson?

[Français]

**M. S. Wayne Clarkson:** Merci beaucoup.

• (1155)

[Traduction]

Nous avons hâte de revenir et je crois que vous voudrez poser toute une série de nouvelles questions une fois que vous aurez eu l'occasion de rencontrer les associations, les syndicats, les cinéastes, les réalisateurs, etc. Nous faisons bon accueil à ce dialogue.

Merci.

**La présidente:** Merci beaucoup.

[Français]

**M. Charles Belanger:** Je vous remercie de nous avoir posé des questions fondamentales, qui exigent que nous réfléchissions davantage. Mais je veux surtout que nous arrivions à vous proposer, ainsi qu'au gouvernement, une réflexion dans l'action.

[Traduction]

Il s'agit d'un plan d'action que nous nous sommes engagés à mettre au point. Nous serons bien sûr très heureux de revenir pour vous dire comment nous pensons que les choses vont maintenant se dérouler.

Merci beaucoup de nous avoir consacré du temps.

**La présidente:** Merci beaucoup.

Nous devons tenter d'aborder un autre point, mais je crois que la matinée a été longue pour tout le monde. Nous allons simplement le reporter. Merci beaucoup.

S'il n'y a pas d'autres points à l'ordre du jour, je vais maintenant lever la séance du comité du patrimoine.







**Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre des communes**

**Published under the authority of the Speaker of the House of Commons**

**Aussi disponible sur le réseau électronique « Parliamentary Internet Parlementaire » à l'adresse suivante :**

**Also available on the Parliamentary Internet Parlementaire at the following address:**

**<http://www.parl.gc.ca>**

---

**Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.**

**The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.**