



ALLOCUTION DE CAROLLE BRABANT

DIRECTRICE GÉNÉRALE
DE TÉLÉFILM CANADA,

LORS DE L'ASSEMBLÉE PUBLIQUE ANNUELLE

AU SIR JAMES DUNN THEATRE, HALIFAX

LE 8 DÉCEMBRE 2010

(PRIORITÉ AU DISCOURS PRONONCÉ)

English

360, rue Saint-Jacques, bureau 600 | Montréal (Québec) | H2Y 1P5 | ☎ : 514-283-6363 | 📠 : 514-283-2365

Reception : bureau / Suite 500

Siège social / Head Office Montréal | Halifax | Toronto | Vancouver

www.telefilm.gc.ca

Canada

Merci Véronick.

Bonjour mesdames et messieurs,

Visiter Halifax et les régions des provinces de l'Atlantique est pour moi un plaisir toujours renouvelé. C'est donc avec joie que je suis ici pour la deuxième assemblée publique annuelle.

Depuis mars dernier, j'ai le privilège de diriger Téléfilm Canada, un organisme que je connais très bien puisque j'y travaille depuis plus de 20 ans.

Ces nouvelles responsabilités, particulièrement en ce qui a trait à la préparation de notre plan stratégique, m'ont amenée ces derniers mois à travailler de plus près avec des créateurs, des producteurs, des entrepreneurs, des gens enthousiastes, décidés, responsables des succès et de la vitalité de notre industrie audiovisuelle.

En créant des institutions comme Radio-Canada, l'ONF, Téléfilm Canada et le Fonds des médias du Canada, le gouvernement a depuis longtemps — plus de 75 ans en fait — misé sur la culture, et contribué ainsi à l'essor d'une véritable production nationale.

Notre industrie se distingue aujourd'hui par le talent de ses créateurs ainsi que par l'impact économique, culturel et commercial des œuvres canadiennes au Canada et à l'étranger.

Ces succès n'auraient pu être réalisés sans l'apport important des gouvernements provinciaux qui, à travers des organismes comme Film Nova Scotia, la Société de développement des entreprises culturelles du Québec, l'Office de développement des médias de l'Ontario et BC Film, entre autres, participent aussi à l'essor de l'industrie.

Nous sommes ici aujourd'hui pour célébrer ces réussites et ces partenariats.

Téléfilm Canada a été créée en 1967. Sa mission, toujours pertinente aujourd'hui, est de contribuer au développement et à la promotion de l'industrie audiovisuelle au Canada. Nous sommes fiers de cette responsabilité. En fait, tous les employés de Téléfilm Canada sont de véritables fans des créations canadiennes, moi la première.

En 2009, nous avons financé, avec nos partenaires, près de 50 longs métrages originaux et diversifiés.

De plus notre administration efficiente des programmes du Fonds des médias du Canada a facilité la mise en ondes d'émissions telles *Flashpoint*, *Les Parent*, *Aveux* et *Little Mosque on the Prairie*.

Soutenir des œuvres qui reflètent notre réalité et notre diversité, offrir aux Canadiens des histoires qui nous font vibrer, qui nous font rire, pleurer et réfléchir, c'est là un rôle important.

Mais les temps changent...

Le contenu audiovisuel est, depuis quelque temps déjà, passé à l'ère numérique. La concurrence est maintenant mondiale, les occasions à exploiter aussi, et nous devons nous y adapter. Non seulement nous y adapter, mais aussi innover.

Tout autant qu'un levier financier, Téléfilm veut devenir un catalyseur de succès.

Des succès, nous pouvons en célébrer aujourd'hui, alors que nous lançons notre rapport annuel 2009-2010.

Dix longs métrages, particulièrement appréciés par les Canadiens, ont généré plus de 24 millions de dollars de recettes- guichets, une augmentation de 40 % par rapport à 2008.

Il faut aussi mentionner le succès de films comme *La Neuvaine* de Bernard Émond, qui a été choisi comme Meilleur film québécois de la décennie par l'Association québécoise des critiques de cinéma.

Plusieurs autres ont bien réussi auprès du public international dont *The Imaginarium of Dr. Parnassus*, *Splice* et *Les Amours imaginaires*.

La contribution enthousiaste de l'ensemble de nos employés à la gestion efficiente de nos programmes a permis de réduire de façon significative nos frais administratifs et d'investir 1,5 millions de dollars de plus dans la création de nouveaux projets.

Sur le plan international, 55 nouvelles coproductions officielles ont été certifiées, générant ainsi un apport de 248 millions de dollars de financement étranger dans des productions canadiennes.

Cependant, ces succès, mesurés en fonction de nos critères actuels, ne reflètent pas vraiment l'impact réel de l'industrie audiovisuelle.

En effet, les industries culturelles canadiennes apportent une contribution de 46 milliards de dollars au produit intérieur brut (PIB) et fournissent plus de 600 000 emplois directs, soit autant que l'agriculture, les pêches et la foresterie combinées. Le secteur de l'audiovisuel à lui seul vaut 5,2 milliards de dollars, créant ou maintenant 52 000 emplois directs.

L'industrie canadienne recherche l'excellence. Les entrepreneurs, les créateurs et les artisans que j'ai rencontrés sont ambitieux. Ils ont confiance en eux et en leurs créations; ils veulent conquérir non seulement le pays mais aussi le monde entier.

Nous entendons bien continuer à jouer un rôle important pour les aider à réaliser leurs objectifs. Mais pour cela, il faudra travailler ensemble, faire connaître nos œuvres et ainsi stimuler la demande pour nos contenus audiovisuels.

La concurrence pour attirer l'attention des consommateurs est forte et nous n'avons pas toujours utilisé tous les outils à notre disposition pour y arriver. Nous devons définir ensemble une culture du succès à l'échelle du pays.

Téléfilm Canada finance les œuvres canadiennes depuis plus de 40 ans, et ce, en collaboration avec de nombreux partenaires privés et publics qui ont à cœur le succès de cette industrie. Mais nous voulons faire plus. Faire la promotion de l'industrie et permettre à chacun des citoyens de ce pays de comprendre le rôle essentiel qu'elle joue. Voilà ce que nous comptons ajouter à nos responsabilités.

Nous avons déjà commencé. Sous la présidence de l'honorable James Moore et en partenariat avec l'industrie privée et différents organismes — les producteurs, les distributeurs, Astral, Corus, la CBC, le Centre national des arts et plusieurs autres — nous avons présenté aux parlementaires des films de qualité qu'ils ont grandement appréciés. *One week, Passchendaele, Barney's Version, Incendies, De père en flic* et plusieurs autres ont témoigné de la qualité de notre production.

Ce soir, des joueurs clés du monde culturel et économique de la région atlantique assisteront à une projection spéciale du film *Afghan Luke*, de Mike Clattenburg, un cinéaste de la région.

Comme nous le faisons sur la Colline parlementaire à Ottawa, cette projection est possible grâce à la collaboration de partenaires publics et privés de la région atlantique. Des partenaires qui ont voulu s'associer à nous pour créer un buzz autour de ce film.

Et pourquoi ne pas rêver un peu ? J'ai envie de lancer un défi à la région atlantique ! Ce film sortira bientôt sur vos écrans. Pourquoi ne pas travailler ensemble pour qu'*Afghan Luke* soit vu par au moins 5 pour cent de la population des provinces de l'Atlantique ?

Le passé est garant de l'avenir, comme on le dit souvent. Notre passé, et cette dernière année, sont témoins de la créativité, de l'esprit d'innovation et de la volonté de réussir des entrepreneurs, des artisans et des partenaires de l'industrie audiovisuelle canadienne.

Nous aurons besoin de tout ce dynamisme, et de bien plus encore, pour aller plus loin et tirer profit de l'environnement numérique qui nous permet maintenant de rejoindre les auditoires en tout temps, en tous lieux et sur toutes les plateformes.

Améliorer nos services, être ouverts aux changements, devenir plus flexibles et faire preuve de plus de leadership font partie des objectifs que nous nous sommes fixés.

L'industrie nous demande de simplifier nos processus de décision, d'être plus souples et plus ouverts aux nouvelles réalités. Comment ne pas être d'accord ?

Au cours des derniers mois, j'ai été heureuse de constater que nos clients, s'ils nous demandent de reconnaître la maturité de l'industrie, veulent aussi, en bons citoyens corporatifs, assumer leurs responsabilités. Ainsi, s'ils souhaitent avec raison que nous reconnaissons leurs succès, ils sont prêts, en contrepartie, à assumer leurs échecs, pour autant, évidemment, que les attentes et les mesures de succès soient adéquates.

L'industrie canadienne de l'audiovisuel a de bonnes années devant elle. De beaux défis, aussi, que les créateurs, les artisans et les entreprises sont manifestement prêts à relever.

Notre nouveau plan stratégique, qui sera publié au début de 2011, se voudra le reflet du dynamisme, de l'enthousiasme et de l'esprit novateur que nous percevons

chez nos clients et nos partenaires. Ensemble, nous ferons de grandes et de belles choses.

À cet égard, je voudrais souligner le bon travail des équipes qui ont rendu notre dialogue possible, aujourd'hui.

Enfin, en terminant, je souhaiterais vous rappeler que cette année, nous avons plusieurs films dans la mire des Oscars : *Incendies*, *Barney's Version*, *Cairo Time* et *Genius Within: The Inner Life of Glenn Gould*.

Si ce n'est déjà fait, je vous invite à aller voir ces films et à en parler à vos proches, sur Twitter, Facebook et tutti quanti.

Enfin, nous vous présentons maintenant un montage de films canadiens qui viennent de prendre l'affiche ou qui la prendront en 2011.

Bon cinéma ! Et merci.