



Gérer le succès
Gérer la croissance

Discours de Wayne Clarkson
Directeur général de Téléfilm Canada

Association des producteurs de films et
de télévision du Québec

Gatineau, congrès 2005 de l'APFTQ

Le 26 avril 2005

(Priorité au discours prononcé)

Merci, Jacquelin, pour votre accueil chaleureux.

En regardant les thèmes de l'APFTQ pour ce congrès – les tendances mondiales en télévision, l'exportation, le documentaire et le long métrage, je me suis dit : « c'est comme une réunion de Téléfilm. »

Il y a d'autres sujets qui retiennent mon attention – la gouvernance du Fonds canadien de télévision, le renouvellement du Fonds du long métrage du Canada.

J'ai conclu deux choses :

- nous avons – vous et moi – l'industrie québécoise et Téléfilm – beaucoup à faire; et
- au Québec – quelles sont les vraies questions ? Comment gérer le succès. Comment gérer la croissance.

À Téléfilm, nous voulons vous aider à aller plus loin. Nous voulons avoir un plan d'action solide pour la production en français.

J'ai un grand défi aujourd'hui – présenter mon discours – en français. La bonne nouvelle, c'est que le discours ne sera pas trop long...

Pour moi, les relations avec la langue française et la grammaire française ont mal commencé.

J'étais à la fin du secondaire, à Toronto. J'avais des cours de français et j'ai passé mon examen final. Les résultats – quarante-neuf pour cent. (Je crois que mon professeur venait de France et qu'il n'aimait pas mon accent – québécois).

O.K. – pendant l'été, je suis allé dans un camp d'immersion. Résultats, deux mois plus tard... ma note était 32 % !!

Aujourd'hui j'ai des professeurs de français à Montréal et à Toronto. Ils sont d'origine vietnamienne, espagnole et – encore – française de France. – Welcome to Canada !

Je suis le directeur général de Téléfilm depuis le 17 janvier. Trois mois actifs, stimulants et épuisants – trois mois formidables.

J'ai trouvé un appartement dans le Vieux Montréal -- et pour ma femme et moi, c'est un retour aux sources parce qu'elle est Montréalaise et que nous nous sommes mariés ici en 1968.

Je partage mon temps entre le siège social de Montréal, Toronto et, de plus en plus, Ottawa.

J'ai fait une tournée de plus de dix villes dans sept provinces; presque 30 nuits dans les hôtels.

Ici au Québec, j'ai rencontré plusieurs d'entre vous à Travelling Laurentides, aux Rendez-vous du cinéma québécois, pendant l'hommage à Gilles Carle, aux prix Gémeaux et Jutra.

Ah, oui – les prix Jutra – Monsieur Patrick Huard – Où est Patrick Huard? Peut-on me le présenter ?

C'est un comique bien sûr, un comédien dans un film où il est le Bon Cop – j'espère?

Comique, comédien, animateur de spectacle - Patrick, pourquoi pas organisateur d'un festival du film à Montréal – en septembre ou octobre – non – réalisateur o.k., mais directeur d'un festival de film – pas question !

À la fin mars, j'ai fait une présentation au Canadian Club de Toronto.

Et j'ai expliqué que pour les industries culturelles canadiennes, et particulièrement le cinéma et la télévision, l'appui du gouvernement est utile.

Non, l'intervention du gouvernement n'est pas utile... elle est absolument essentielle.

C'est la différence entre : être Canadien... et ne pas être Américain, tout simplement.

Depuis 75 ans, depuis la création de Radio-Canada en fait, les gouvernements canadiens sont intervenus pour soutenir et solidifier la culture canadienne.

Pourquoi ?

Parce que nous sommes peu nombreux et que nous occupons un grand territoire. Créer des mythes qui nous distinguent des autres tribus humaines, communiquer des histoires qui nous définissent, cela ne va pas de soi.

Si Radio-Canada, le Conseil des arts du Canada, l'ONF, le CRTC, Téléfilm – et le gouvernement du Québec, avec la SODEC – n'avaient pas mis l'épaule à la roue, pour encourager ce processus de création infini... où en serions-nous ?

Le grand écrivain Northrop Frye a écrit : « L'identité se joue sur le plan local et régional; elle est enracinée dans l'imaginaire et les œuvres culturelles. »

Frye est né au Québec. À Sherbrooke, en 1912.

Les intellectuels canadiens ont souvent dit : « Quelle est notre histoire, où sont nos héros ? »

Le cinéma et la télévision du Québec offrent des réponses -- hier et aujourd'hui -- et cela explique en grande partie votre succès.

Cette notion d'identité évolue. On dit qu'en 2012, 50 % des Canadiens feront partie de minorités visibles. Ils devront pouvoir s'exprimer et se reconnaître à l'écran. Il faudra assurer une place à leurs histoires.

Pour moi, travailler dans le domaine culturel est un privilège. Et les questions d'identité sont essentielles.

Télévision

Depuis janvier, la télévision est ma priorité. Il faut régler la gouvernance du Fonds canadien de télévision.

La ministre m'a demandé de prendre un certain leadership dans ce dossier, j'ai donc proposé des modèles qui sont inclusifs, puisqu'ils tiennent compte de l'expertise publique et privée.

Le ministère tiendra bientôt des consultations avec l'industrie sur le choix du modèle. Encore quelques semaines, et j'espère qu'il y aura un consensus.

Le modèle que je préfère est un projet de partenariat public/privé. Avec un conseil d'administration – le FCT; et avec un seul administrateur - Téléfilm.

Ce modèle tient compte de la géographie du pays et des besoins de nos clients en région et à l'international.

Il reconnaît que les enveloppes des télédifuseurs font leurs preuves.

Et, de plus, il représente une économie de trois à cinq millions de dollars.

Je suis persuadé que Téléfilm, une institution nationale avec près de 40 ans d'expertise culturelle, un siège social à Montréal, trois autres bureaux canadiens et un bureau à Paris, serait un excellent administrateur des ressources en télévision.

Téléfilm offre d'autres avantages ! Plus de 300 compagnies utilisent notre *eTelefilm* pour travailler en ligne avec nous. Le service va s'étendre aux scénaristes et réalisateurs qui ont accès à nos programmes.

De plus, Téléfilm est un administrateur performant. Les ressources publiques que nous administrons appuient vos idées et les portent à l'écran.

Long métrage

Parlons maintenant du long métrage.

J'ai expliqué au comité permanent du Patrimoine canadien le lien direct entre l'augmentation des ressources – grâce au Fonds du long métrage du Canada – et le fait que nous sommes déjà à quelques films du 5 % de recettes-guichet au pays.

Le cinéma canadien a fait des progrès immenses depuis cinq ans. Pour moi, il est de plus en plus clair qu'il ne faut pas se contenter de 5 % des recettes-guichet comme objectif.

Soyons ambitieux. Pourquoi ne pas viser le double, soit 10 % ? Vous me direz qu'il y a des contraintes d'argent et c'est vrai.

Mais d'autres cinémas ont réussi à conquérir leurs propres auditoires : l'Allemagne, avec 24 %, la Suède, avec 22 %, la Grande-Bretagne, avec 18 %.

Et le Québec a déjà plus de 21 % de part du marché francophone ! Pourquoi faudrait-il s'arrêter en si bon chemin ?

J'ai lu votre mémoire au comité permanent. Un bon mémoire qui tient compte d'aspects culturels et financiers, canadiens et internationaux.

J'ai été très heureux de la bonne note que vous donnez au Fonds. Vous reconnaissez que le FLMC a encouragé la diversité des créateurs, des genres et des budgets et qu'il a permis de rejoindre le public.

Vous souhaitez le renouvellement du Fonds avec des ressources sur plusieurs années, avec sa répartition linguistique un tiers / deux tiers et avec ses deux volets – sélectif et fondé sur la performance – le cinéma d'auteur et le cinéma grand public / commercial.

Nous sommes d'accord : il faut plus de ressources, particulièrement ici au Québec.

Admettons que le gouvernement augmente les ressources du Fonds l'année prochaine. Ce serait formidable.

Mais s'il n'y a pas de fonds publics additionnels ? Qu'allons-nous faire ?

Nous devons chercher ensemble – l'industrie, Téléfilm, la SODEC, etc. – des moyens pour augmenter les revenus et faire la promotion du succès.

Depuis un mois, je dis au Canada anglais que les provinces et les municipalités devraient s'engager davantage. Mon message est très simple : vous pouvez augmenter les crédits d'impôt pour les productions étrangères si vous voulez, mais rien ne sera aussi rentable, culturellement et financièrement, que des investissements dans la création.

Voici quelques actions concrètes de Téléfilm qui feront partie de notre plan d'action pour les opérations en français.

Sur le plan international

- Téléfilm va organiser cette année plusieurs immersions, taillées sur mesure, qui donneront rapidement des résultats concrets. La première immersion en français portera sur l'animation et aura lieu à Paris.
- Téléfilm et la SODEC vont collaborer davantage à l'occasion de certains événements internationaux, et j'en suis très content. Cela va commencer dès le festival de Cannes. Et nous allons organiser ensemble une immersion sur le long métrage francophone à Paris.
- Téléfilm veut augmenter les ventes internationales. Nous allons explorer avec vous comment on peut y arriver – avec des initiatives pilotes de promotion ou d'autres mécanismes.

Et maintenant, deux actions concrètes qui devraient vous aider à augmenter vos revenus :

- Téléfilm vient de donner son appui au projet Digimart de Daniel Langlois. Un nouveau concept de marché international pour les technologies numériques du cinéma. Il aura lieu l'automne prochain, en même temps que le Festival international de films de Montréal.
- Pour que les films québécois circulent davantage en français au pays; il y aura une tournée annuelle dans les autres provinces. Ce projet de distribution en français est reçu avec beaucoup d'enthousiasme.
- Rappelons qu'en anglais, à travers le pays, *Les Invasions barbares* ont fait un million de dollars aux guichets et *La Grande Séduction* (sous-titrée), huit cent mille.

Téléfilm a d'autres projets, mais il y a deux points d'actualité dont je voudrais vous parler aujourd'hui.

- *Le long métrage documentaire.* Téléfilm va créer dès cette année, avec des partenaires, un projet pilote pour le long métrage documentaire. On prévoit une première date de dépôt cet l'automne. Les détails seront annoncés au Festival de Banff.
- *Le comité consultatif du long métrage.* Le comité a rempli son mandat auprès du ministère et de Téléfilm. Il faut maintenant revoir sa composition et son fonctionnement en visant la simplicité et une bonne représentation de vos milieux.

Depuis janvier, j'ai appris que le directeur général de Téléfilm passe beaucoup de temps sur la glace !

Il patine dans un milieu en plein essor, entre des groupes d'intérêt aussi importants les uns que les autres, qui se battent tous pour *la* bonne cause et tiennent tous à compter des buts.

Compter des buts, c'est bien, mais à long terme, pour gagner, il faut un esprit d'équipe. C'est un peu le rôle de Téléfilm de rester au dessus de la mêlée tout en faisant preuve d'attention et d'équité.

Un jour, au Canada anglais, j'ouvrirai un journal et je lirai : « L'industrie canadienne de la production *s'unit* pour réussir ! »

Un jour, au Québec, j'ouvrirai un journal et je lirai : « L'industrie de la production *s'unit* pour gérer sa croissance. »

Encourageons et célébrons le succès.

Il y a trois films canadiens en compétition au Festival de Cannes cette année. C'est excellent !

Après le succès international des *Invasions barbares* et de *La Grande Séduction* l'année dernière, David Cronenberg, Atom Egoyan et Stuart Samuels prennent la relève.

D'autres succès viendront.

Il faut que les choix collectifs que nous ferons facilitent l'expression et la diffusion de la culture.

En terminant, permettez-moi de vous dire que je suis très heureux que *Le Survenant* reçoive un bon accueil.

Le jeune réalisateur Érik Canuel a raconté que la lecture du roman de Madame Guèvremont avait marqué son adolescence.

Je suis un peu jaloux.

Si j'avais lu *Le Survenant* à l'école secondaire; j'aurais peut-être eu moins de problèmes en français !

Merci. Thank you.

