



**Allocution présentée**

**au Canadian Club**

**par Wayne Clarkson**

**Directeur général de Téléfilm Canada**

**Toronto, mars 2005**

**(Priorité au discours parlé)**

Merci, Michael, de m'offrir cette tribune incomparable et de me présenter avec autant de chaleur.

À vous tous qui êtes ici aujourd'hui, cinéastes, membres de la communauté artistique, leaders du monde des affaires et du milieu culturel, philanthropes, représentants des médias, dirigeants de l'industrie, lobbyistes, ainsi qu'aux malheureux qui se sont trompés de salle, je n'ai qu'un message :

*« Je viens au nom du gouvernement et je suis ici pour vous aider. »*

Comme je le pensais, le sujet de l'intervention gouvernementale ne soulève pas beaucoup d'enthousiasme aux déjeuners du Canadian Club !

Mais je suis persuadé que pour les industries culturelles canadiennes, et particulièrement pour les secteurs du cinéma et de la télévision, l'intervention du gouvernement est utile.

Non, je me trompe. L'intervention du gouvernement n'est pas utile – elle est absolument vitale. C'est la différence entre être Canadien et ne pas être Américain, tout simplement.

Depuis plus de 75 ans, depuis la création de Radio-Canada en 1929, en fait, les gouvernements canadiens sont intervenus pour soutenir et renforcer la culture canadienne.

Pourquoi ?

Parce que nous sommes peu nombreux et occupons un territoire très vaste. Créer des mythes qui nous distinguent du reste du monde, communiquer les histoires qui fondent notre identité, cela ne va pas de soi.

Pourtant, des pays comme l'Espagne et l'Australie ont une population semblable et une culture florissante, *particulièrement* dans les secteurs du cinéma et de la télévision.

Quelle est la différence ? En cinq mots...

Notre proximité des États-Unis.

Nos voisins du Sud sont dix fois plus nombreux que nous et possèdent une culture extrêmement puissante, qui sait faire preuve d'un grand dynamisme. Depuis 1992, aux États-Unis, le milieu du divertissement, soit les livres, les films, les émissions de télévision et la musique enregistrée, occupe le deuxième rang des exportations, immédiatement après... l'aérospatial.

J'aime raconter le moment où j'ai été heurté par une voiture à l'âge de six ans, tout juste après avoir vu mon premier film en salle, ainsi que les « impacts » subséquents du cinéma dans ma vie.

Mais plus encore que cet épisode dramatique, je retiens un autre événement, qui s'est déroulé quelques années plus tard. Alors que j'habitais dans le West End de Toronto, j'ai vu mon premier long métrage canadien : *Nobody Waved Goodbye*, de Don Owen.

L'influence de ce film a été tout aussi renversante que la voiture qui m'avait frappé, quelques années plus tôt – je voyais pour la première fois au grand écran un film qui traitait de mon pays, de mon quartier, du passage de l'adolescence à l'âge adulte, de mes propres peurs et aspirations...

À partir de là, j'ai eu la piqûre et j'ai voulu cultiver mon goût pour le cinéma canadien, ses valeurs, ses histoires et ses artisans.

Northrop Frye a su exprimer clairement ce que j'ai ressenti : « L'identité se joue sur le plan local et régional – elle est enracinée dans l'imaginaire et les œuvres culturelles. »

Si Radio-Canada/CBC n'avait pas été là pour produire des dramatiques canadiennes originales; si le Conseil des arts du Canada n'avait pas été mis sur pied en 1957 pour aider les écrivains, danseurs, peintres, orchestres symphoniques et compagnies d'opéra du pays; si Ottawa n'avait pas créé l'Office national du film en 1939; si le CRTC n'avait

pas élaboré des réglementations relatives à la radiodiffusion, mettant ainsi de l'avant les chansons et les artistes canadiens; si Téléfilm Canada n'avait pas été créée en 1967 pour développer l'industrie cinématographique; et si les gouvernements provinciaux n'avaient pas mis l'épaule à la roue en créant des organismes pour alimenter ce processus infini... que serait-il arrivé ?

Je crois fermement qu'il n'y aurait pas de Margaret Atwood, de Karen Kain, d'Atom Egoyan, de Ben Heppner, de Barenaked Ladies, de Denys Arcand ou de Paul Gross. Et pas d'*Alliance Atlantis* non plus.

Sans un soutien gouvernemental adéquat, je crois que le Canada serait aussi différent des États-Unis que Monaco l'est de la France...

Après tout, la culture est ce qui différencie les nations les unes des autres, ce qui donne à chaque peuple son caractère unique.

D'ailleurs, loin de générer des emplois sous-payés et éphémères, les industries du cinéma et de la télévision produisent des emplois «de pointe » qui contribueront à la prospérité économique du Canada au cours des prochaines années.

L'intellectuel américain Richard Florida a été le premier à lier la densité de la créativité culturelle à l'économie éventuelle d'une ville ou d'une région.

Il parle d'une « classe super-créative », composée d'artistes, de musiciens et de producteurs culturels. Mais il inclut aussi dans cette classe les scientifiques, ingénieurs et docteurs, dont la créativité permet... disons ...de créer de nouvelles formes de richesse et, du même coup, de nouvelles sources de croissance économique.

Pour Florida, il y a trois mots clés concernant le développement économique, les trois « T » : technologie, talent et tolérance. Dans cette nouvelle « géographie économique », les villes, régions et pays qui réussissent sont ceux qui attirent et gardent les membres de cette classe super-créative.

Il n'est pas étonnant, par exemple, que Toronto, Montréal et Vancouver soient trois des villes les plus créatives du continent, puisqu'elles sont riches en termes de diversité culturelle.

Et nous serons de plus en plus riches sur ce plan-là parce que selon ce que le *Globe & Mail* indiquait la semaine dernière, plus de 50 % des Canadiens feront partie des minorités visibles d'ici 2012.

Le ministre d'État de la Nouvelle-Zélande affirme dans cet article : « Nous ne voyons plus l'immigration comme une fonction de surveillance des frontières mais plutôt comme une façon d'attirer les talents – ce qui est nécessaire pour une bonne économie. »

Dans le classement total du pourcentage de travailleurs dans le domaine créatif, l'Irlande arrive au premier rang, le Canada au huitième rang et les États-Unis au onzième rang.

Dans un discours récent, notre propre Allan Gregg, ici présent, établissait des liens entre l'activité culturelle et l'engagement politique. Il a discuté de l'effet stimulant des émissions de télévision, des films et des livres qui parlent de nous sur notre expérience commune en tant que Canadiens.

Il ne faut donc pas s'étonner que des villes comme Toronto, Montréal et Vancouver utilisent leur pouvoir culturel pour asseoir leur pouvoir économique. Elles le feront de plus en plus, surtout à cause de leurs cinéastes, artistes, musiciens et écrivains.

Ce n'est pas un hasard non plus si le *New York Times* avançait récemment que les études cinématographiques étaient en voie de devenir le prochain MBA.

Aux États-Unis, selon le *Times*, près de 600 collèges et universités comptent maintenant des programmes d'études cinématographiques. Tout le monde veut-il devenir cinéaste ? Probablement ! Mais c'est aussi une question de pouvoir.

Je cite : « Les gens dotés de pouvoir social et de prestige utilisent les images véhiculées par les films et les médias pour réaffirmer leur pouvoir. Nous devons donc nous tourner vers le cinéma pour donner du pouvoir aux marginaux. »

Comme l'indique le *Times* : « Le cinéma n'est pas tant une profession que le langage professionnel de l'avenir. » Parce que « l'ère numérique a créé un fossé entre ceux qui lisent et écrivent avec les médias, et ceux qui ne savent pas comment. »

Nous l'avons bien vu quand Michael Moore a décidé de faire un documentaire au sujet du *11 septembre* et quand Morgan Spurlock a illustré les effets de McDonald dans *Supersize Me*.

Et nous l'avons vu aussi avec le documentaire *The Corporation* des Canadiens Mark Achbar et Jennifer Abbott.

Ne nous leurrons pas, cette évolution est aussi liée à la volonté politique d'Ottawa et des provinces de soutenir leurs organismes culturels.

Il y a quarante ans, Ottawa créait l'ancêtre de Téléfilm Canada, la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne. Avec un budget annuel initial de 10 millions de dollars, cette Société devait financer les films et les talents canadiens. Aujourd'hui, grâce au soutien continu et croissant de Téléfilm, l'industrie vaut plus de 3 milliards de dollars au sein de l'économie nationale et elle joue un rôle crucial dans l'économie de chacune des provinces.

Los Angeles n'est pas une vilaine ville, et plusieurs Canadiens ont choisi d'y vivre pour travailler à Hollywood. Mais le soutien du gouvernement (et celui de Téléfilm) a permis

à des milliers de scénaristes, réalisateurs, producteurs, acteurs et techniciens canadiens de poursuivre leur carrière au pays, de travailler dans leur région et dans leur langue maternelle.

David Cronenbera télévision canadienne, et plus particulièrement les dramatiques de langue anglaise.

Pour citer Phyllis Yaffe dans un récent article du *Toronto Star* : « Les Canadiens doivent être les propriétaires de leur culture et nous devons être les gardiens de notre pays. »

En fait, ces jours-ci, plus les émissions sont canadiennes, plus elles semblent susciter l'intérêt des téléspectateurs. À l'antenne de CBC, les deux parties de la série épique *Shattered City: The Halifax Explosion*, ont attiré près de deux millions de téléspectateurs chaque soir.

*Corner Gas*, une comédie présentée à l'antenne de CTV, attire près de 2 millions de téléspectateurs par semaine, tandis que *Degrassi: The Next Generation* rejoint régulièrement plus de 600 000 téléspectateurs canadiens.

Cette série suscite aussi l'intérêt des médias les plus importants. Au début du mois, le *New York Times Magazine* dressait le portrait de la série initiale, la qualifiant de

« meilleure émission pour adolescents au monde », tout en expliquant aussi comment l'émission était devenue une série culte aux États-Unis.

*Degrassi*, une série culte ? Absolument. Dans le paysage télévisuel américain dominé par la rectitude politique, parler de sujets comme le viol commis par une connaissance, l'abus de Ritalin et le petit ami gai n'est pas monnaie courante.

Mais des millions d'adolescents américains s'efforcent de trouver les quelques chaînes qui osent diffuser une série racontant des histoires d'adolescents à partir du point de vue des adolescents.

Les 150 autres pays (en dehors des heures de grande écoute américaines) qui s'y intéressent démontrent avec éloquence qu'on peut ancrer un récit dans une polyvalente située à deux kilomètres de chez vous et attirer les foules du monde entier.

Parlant de séries cultes, n'oublions pas *Trailer Park Boys*, qui amorce sa quatrième saison sur la chaîne canadienne spécialisée Showcase. Le mois prochain, la série sera diffusée en grande première aux États-Unis à l'antenne, croyez-le ou non, de BBC America.

« L'IDENTITÉ SE JOUE SUR LE PLAN LOCAL ET RÉGIONAL – ELLE EST ENRACINÉE DANS L'IMAGINAIRE ET LES ŒUVRES CULTURELLES. »

Non seulement le Canada est-il un lieu privilégié pour ses propres productions télévisuelles et cinématographiques, mais il accueille aussi les productions venues d'ailleurs - particulièrement des États-Unis.

En 1994-1995, ces productions représentaient 539 millions de dollars. En 2003-2004, ce chiffre était passé à 1,9 milliard de dollars. Ces productions américaines ont été tournées ici à cause du peu de valeur du dollar canadien et parce que le Canada compte des professionnels de haut niveau. Le gouverneur de la Californie a lancé une campagne contre ces productions « fugitives ». Puis, l'an dernier, la valeur du huard augmentait de façon substantielle. Si vous étiez un producteur new-yorkais, il y avait moins de raisons de fuir les États-Unis.

City Hall et Queen's Park ont rapidement compris l'importance de la production cinématographique pour l'économie de leur communauté.

Et il n'a pas fallu de temps pour que Vancouver, Halifax et toutes les institutions canadiennes vouées au développement du secteur cinématographique se mobilisent et offrent des avantages fiscaux additionnels pour compenser la hausse du dollar canadien. Mais comme le dit le *Globe and Mail* : « Les crédits d'impôts sont-ils un attrape-nigaud ? »

Imaginons un instant ce qui se produirait si ces mêmes provinces se mettaient au défi d'obtenir des fonds additionnels pour l'aide au développement et à la production des projets d'ici, avec des interprètes et des créateurs canadiens.

Permettez-moi de vous rassurer; je n'ai pas minimisé, dans un discours récent à Ottawa, l'importance des crédits d'impôts provinciaux – ils sont importants.

Ce que je disais alors et ce que je répète maintenant, c'est que l'industrie canadienne a aussi besoin d'un plus grand appui provincial et municipal pour jeter les bases de sa production nationale. Et j'encourage la Ministre Meilleur et ses collègues du cabinet à s'engager davantage et à créer de nouvelles sources de financement pour le développement et la production. Pas seulement pour des productions faites en Ontario, mais pour des productions qui portent sur l'Ontario, créées par des cinéastes de la relève – après tout, vous avez ici à Toronto ce qui se fait de mieux comme centre de formation en film, en télévision et en nouveaux médias – le Centre canadien du film.

Vous pouvez penser que cette idée est bien impertinente, venant de quelqu'un qui est fonctionnaire fédéral depuis à peine deux mois.

Nous, Ontariens, avons intérêt à regarder comment notre province voisine, le Québec, a su par les investissements continus de son organisme culturel la SODEC, avoir une influence directe sur la capacité de l'industrie à rejoindre son auditoire au cinéma et à la télévision.

Il y a dix ans, les producteurs québécois qui s'adressaient à un marché trois fois plus petit que le marché canadien de langue anglaise, avec des films faits par des Québécois et traitant du Québec, ne récoltaient que 6 % des recettes-guichet de la province. Aujourd'hui, ces résultats tournent autour de 21 %, soit plus du triple de ce qu'ils étaient en 1995.

Lorsque j'ai fait remarquer cette avancée remarquable à l'un de mes amis, il m'a assuré que ce n'était pas tant le financement de la SODEC qui en était la cause, mais le fait que la culture québécoise était beaucoup plus concentrée et qu'elle bénéficiait d'un avantage linguistique de taille. J'ai dû lui faire remarquer qu'à ma connaissance les Québécois parlaient français bien avant que la SODEC implante ses nouveaux programmes.

Non, le succès du Québec, comme on l'a vu aux récents prix Génie, est le fruit d'un soutien financier stable, qui fait partie d'un plan à long terme pour élargir les auditoires et encourager les talents, tout en créant des emplois bien rémunérés pour des individus hautement qualifiés. L'objectif ultime ? Que la culture québécoise prenne sa place et s'affirme de plus en plus chez elle.

Mais l'essor du cinéma québécois ne se limite pas aux salles; il prend aussi sa place à la télévision. Parce qu'au cours des vingt dernières années, au Québec, les auditoires des émissions américaines ont chuté de moitié.

Ce « rapatriement culturel » n'a pas seulement lieu au Québec. En Grande-Bretagne, en Italie, en Suède, un peu partout en Europe, en fait, les auditoires regardent de moins en moins de productions étrangères et de plus en plus de productions locales.

Oui, nous avons de très bonnes émissions, comme *Da Vinci's Inquest* et *This is Wonderland*. Mais chaque année, il y en a moins. Rejoindre des auditoires plus vastes est donc un défi plus grand.

Nous savons tous que plus nous sommes ancrés dans notre région, plus nous sommes universels. Tournées dans un parc de maisons mobiles à Dartmouth, dans un tribunal du centre-ville de Toronto ou dans un magasin général situé à Dog River, en Saskatchewan, les bonnes dramatiques canadiennes, faites par et pour les Canadiens, se trouveront un public, tant au pays qu'à l'étranger, si on leur donne ne serait-ce que la moitié d'une chance.

En cinéma et en télévision, il est tentant de conclure que le pays a pris de l'assurance, que le gouvernement s'est engagé et que l'industrie a atteint la masse critique requise pour prendre un virage et réaliser le plein potentiel que tant d'intervenants, dont plusieurs à ce même podium, ont prédit pour la culture canadienne.

Après 40 ans d'appui gouvernemental aux industries canadiennes du cinéma et de la télévision, il est clair que nous arrivons maintenant à un point tournant. Là où il n'y avait

rien, ces investissements soutenus ont permis de mettre sur pied une industrie de plusieurs milliards de dollars.

Mais dans ce milieu qui a été décrit comme «collaboratif par excellence », nous allons avoir besoin d'aide pour aborder ce tournant et effectuer le virage.

Des défis de taille nous attendent encore. Ils font barrage à une industrie robuste et à une identité plus forte, mais ni l'argent d'Ottawa ni le travail de Téléfilm ne pourront surmonter seuls ces problèmes.

À la conférence de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, au début de décembre, et à celle de l'Association des producteurs de film et télévision, en février 2005, la ministre du Patrimoine canadien, l'honorable Liza Frulla, a présenté ses priorités et indiqué que Téléfilm est appelée à jouer un plus grand rôle.

Elle s'est notamment engagée à préserver le Fonds canadien de télévision et à examiner sa gouvernance avec les joueurs clés de l'industrie.

Madame Frulla présentera sous peu sa réponse au Lincoln Report, sa propre vision de l'industrie audiovisuelle canadienne.

Ensuite, nous aurons la responsabilité d'aligner nos intérêts communs, ceux du secteur public et ceux du secteur privé, ceux qui font les règles et ceux qui livrent la programmation créée par des talents canadiens.

Il est temps d'avoir un vrai partenariat public/privé.

Un partenariat qui reflète les réalités du marché et qui respecte les politiques publiques.

Un partenariat qui permet de réaliser des économies d'échelle et qui assure une véritable efficacité administrative.

Le Fonds canadien de télévision et Téléfilm Canada peuvent incarner ce véritable partenariat public/privé, avec deux conseils d'administration séparés – mais des intérêts et des responsabilités partagés – une seule administration efficiente et efficace qui est décentralisée et accessible à ses clients dans l'ensemble du pays.

Je citais précédemment Allan Gregg, qui établissait un lien entre la force culturelle d'une nation et l'engagement politique de ses citoyens. Mais Gregg a aussi observé qu'en termes de dépenses gouvernementales, le financement public des arts et de la culture arrive invariablement bon dernier dans les priorités des Canadiens.

Ceci m'apparaît étrange et contradictoire, considérant la renaissance extraordinaire de Toronto, une renaissance largement liée aux centaines de millions de dollars investis pour

construire de nouveaux espaces pour les arts et la culture, des lieux capables de rivaliser avec les endroits les plus magnifiques au monde.

Alors que les gens ont l'habitude de se plaindre des bouchons de circulation causés par les tournages, ils se plaignent maintenant de toute cette construction – la Galerie d'art de l'Ontario, le Musée royal de l'Ontario, le Conservatoire royal, l'Opéra et, bientôt, je l'espère, la nouvelle maison du Festival international du film de Toronto.

Oui, la revitalisation de Toronto est bien entamée, et elle est possible parce que les gouvernements fédéral et provinciaux, les entreprises et les gens qui affirment que les arts et la culture sont leur dernière priorité, les ont pourtant placés au sommet de leur liste de priorités.

Alors, plaçons la télévision et le cinéma au sommet de nos priorités.

Le premier pas est d'aller voir un film canadien. Nous vous facilitons la tâche : en quittant la salle, vous recevrez un billet d'entrée pour deux qui vous permettra d'aller voir n'importe quel film canadien à l'affiche dans les cinémas Famous Players, Cinéplex Odéon ou une salle d'Alliance Atlantis de la grande région de Toronto.

Un conseil en terminant – après le film, faites attention aux automobiles en traversant la rue. Vous pourriez ne plus pouvoir vous passer du cinéma canadien !

Merci.