



Chambre des communes  
CANADA

## Comité permanent du patrimoine canadien

---

CHPC



NUMÉRO 024



1<sup>re</sup> SESSION



38<sup>e</sup> LÉGISLATURE

---

TÉMOIGNAGES

**Le jeudi 24 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 24 mars 2005

•(0905)

[Traduction]

**La présidente (Mme Marlene Catterall (Ottawa-Ouest—Nepean, Lib.)):** Je déclare ouverte cette séance du Comité permanent du patrimoine canadien.

Nous avons deux témoins ce matin et je crains donc que nous ne pourrions pas consacrer à chacun d'entre eux autant de temps que nous le voudrions. Le premier, qui représente la Conférence canadienne des arts, est Jean Malavoy, qui en est le directeur général; Peter Fleming, que j'ai rencontré en diverses occasions, est consultant et travaille avec ce groupe.

Lequel d'entre vous va prendre la parole en premier, monsieur Malavoy?

[Français]

**M. Jean Malavoy (directeur général, Conférence canadienne des arts):** Madame la présidente, mesdames et messieurs les membres du comité, bonjour.

Je m'appelle Jean Malavoy et je suis le directeur général de la Conférence canadienne des arts, la CCA. À mes côtés se trouve Peter Fleming, qui a travaillé pour nous à titre d'expert-conseil et qui a contribué à l'élaboration de notre mémoire écrit.

La CCA voudrait remercier le Comité permanent du patrimoine canadien de nous avoir donné l'occasion de comparaître aujourd'hui. C'est la première fois que nous avons la chance de rencontrer le comité dans son ensemble.

La CCA fête ses 60 ans cette année. Nous avons pour mandat d'assurer que la voix des artistes et des créateurs soit entendue. Vous aurez l'occasion de rencontrer certaines de nos organisations membres qui comparaitront devant vous pendant le processus en cours. La CCA rassemble des organismes aussi divers que l'ACTRA, l'Indépendant Media Arts Alliance, la CFTPA, la Directors Guild of Canada, l'ACR et l'Union des artistes.

Notre objectif principal dans ce dossier est d'assurer que la mise au point des politiques régissant les films se base sur la place et l'importance des créateurs dans l'industrie du film. Nous sommes toutefois d'avis qu'un cadre politique qui appuie les secteurs d'affaires de la culture, dont dépendent ces créateurs, est également essentiel si on veut assurer le dynamisme de l'industrie canadienne du film, une industrie qui doit pouvoir refléter la vision, les valeurs et les expériences canadiennes.

Notre présentation d'aujourd'hui est étayée par cinq idées centrales sur lesquelles nous nous appuyons.

Premièrement, ce sont les questions culturelles qui doivent guider la politique sur le film, et les objectifs industriels doivent venir soutenir cet objectif.

Deuxièmement, la politique sur le film doit s'efforcer d'assurer que les Canadiennes et les Canadiens auront accès à des histoires

diverses relatant des faits canadiens, issues de toutes les régions du pays et reflétant toutes sortes d'horizons culturels.

Troisièmement, pour assurer la robustesse de l'industrie canadienne du film, il faut un effort concerté qui unisse toutes les parties intéressées des secteurs public et privé.

Quatrièmement, il est essentiel d'assurer la gestion responsable des fonds publics, mais cette exigence de responsabilité ne devrait pas entraver le processus au point de devenir un objectif en soi.

Cinquièmement, il faudrait que nous puissions résister à la tentation de mettre sur pied des agences de financement à guichet unique dans le domaine du film, et nous devons tenir compte du fait que l'harmonisation d'efforts divers produit un résultat supérieur.

[Traduction]

Une politique du film est une politique culturelle. Nous croyons que les objectifs culturels doivent être primordiaux. En même temps, nous devons reconnaître qu'en l'absence d'une industrie viable dotée de structures solides sur le plan de la création, de l'artisanat, des affaires et des finances, les objectifs culturels seront impossibles à atteindre.

Nous croyons que les quatre objectifs énoncés en 2000 dans la politique canadienne du long métrage, intitulée « Du scénario à l'écran », demeurent pertinents aujourd'hui : former et garder des créateurs de talent, encourager la qualité et la diversité des films canadiens, bâtir un public plus vaste, au Canada et à l'étranger, pour les films canadiens, et conserver notre collection de longs métrages canadiens et la rendre accessible au public d'aujourd'hui et de demain.

La CCA craint que certains s'imaginent qu'une politique du film est fondée uniquement sur le troisième de ces objectifs et ont l'œil rivé à une seule et unique mesure des progrès réalisés à cet égard, les recettes au guichet des longs métrages canadiens au Canada. Cela ne tient aucun compte des autres objectifs de la politique. Nous reconnaissons que l'objectif relatif à l'auditoire est important, mais nous croyons qu'une politique axée uniquement sur l'objectif des 5 p. 100 comporte deux faiblesses : elle néglige les autres formes de production et, plus important encore, elle ne tient pas compte des nombreuses autres manières dont les Canadiens ont accès à notre propre cinéma. En conséquence, nous recommandons que dans son examen du succès de la politique, le comité tienne aussi compte du succès des autres formes de cinéma, notamment les documentaires longs métrages, et que l'étude se penche aussi sur les progrès réalisés pour ce qui est d'attirer des spectateurs canadiens vers nos films diffusés au petit écran, dans les festivals de film et par d'autres méthodes de commercialisation directe. Nous recommandons aussi que vous examiniez le succès dans l'atteinte des autres objectifs, en particulier l'objectif de former et garder des créateurs de talent. En même temps, si nous ne trouvons pas le moyen d'accroître le temps d'écran consacré aux films canadiens dans nos cinémas, nous ne pouvons pas nous attendre à augmenter notre part des recettes du marché. Quoique nous ne soyons pas contre la réglementation pour atteindre cet objectif, une autre option consiste à mettre en place un régime quelconque de crédits d'impôt pour les distributeurs et les propriétaires de cinéma qui atteignent un certain niveau de temps d'écran consacré au cinéma canadien.

Notre politique du film doit garantir que notre cinéma projette une image diversifiée du Canada. Si l'on insiste trop lourdement sur le succès commercial, nous pourrions nous retrouver dans une impasse, s'efforçant constamment de copier les succès d'ailleurs, mais avec des ressources moindres. Cela veut dire que nous devons être ouverts au plus vaste éventail possible de sources de créativité, qu'il s'agisse des nombreuses régions du Canada, des Autochtones, ou encore des Canadiens d'origine ethnique autre qu'anglaise ou française. Le succès de films comme *Atanarjuat: The Fast Runner*, *Fire* de Deepa Mehta, ou encore *Bollywood / Hollywood*, nous montre que les films canadiens trouvent des auditoires nombreux en présentant des histoires tirées d'un grand éventail d'identités culturelles. Ces cinéastes ne devraient pas avoir besoin de rivaliser pour obtenir de l'argent tiré de l'enveloppe des langues officielles, mais devraient avoir des fonds qui leur sont consacrés explicitement.

La CCA recommande donc que le niveau actuel de financement de Téléfilm pour les films de langues anglaise et française soit, au minimum, maintenu, et soit idéalement accru, et que des fonds additionnels soient débloqués pour appuyer les cinéastes autochtones et multiculturels.

[Français]

Appuyer l'industrie du film exige des efforts de nombreuses parties intéressées. Pour assurer que la production de films au Canada ne se limite pas à un simple projet et qu'elle soit au contraire un effort durable à long terme, il faut d'abord et avant tout déceler, appuyer et former les créateurs qui choisissent de faire entendre en priorité notre voix à nous et faire voir nos films. Cela signifie que nous devons encourager les scripts des créateurs débutants, que nous devons assurer que nos scénaristes puissent faire carrière et que nous devons enfin donner notre appui à tous les metteurs en scène, acteurs, compositeurs de musique de films et artisans, qu'ils soient débutants, en devenir ou bien établis.

Pour ce faire, il nous faut l'appui du gouvernement fédéral et des gouvernements provinciaux et territoriaux. Il faut également assurer

le soutien de tous les radiodiffuseurs publics, ainsi que des radiodiffuseurs privés. Dans certains cas, la contribution des radiodiffuseurs privés a fait beaucoup pour le financement et la visibilité du film canadien. Nous sommes néanmoins convaincus qu'on peut en faire encore plus.

S'il ne faut pas exclure des réglementations qui augmenteraient le rôle joué par les radiodiffuseurs privés, nous sommes néanmoins ouverts à un régime de mesures incitatives pour ceux d'entre les radiodiffuseurs qui choisiraient d'augmenter la visibilité—et donc les frais de licence—des films canadiens. Il pourrait s'agir de mesures incitatives réglementaires, mais des mesures incitatives fiscales pour l'investissement pourraient également être envisagées.

Nous aimerions également souligner les rôles importants que jouent le Conseil des arts du Canada et l'Office national du film dans la formation des écrivains, des réalisateurs et autres créateurs. La continuation de leur appui est essentielle si on veut assurer l'épanouissement du film national, aujourd'hui mais aussi dans son avenir.

Chercher à assurer une gestion responsable ne devrait pas constituer une fin en soi. Nous comprenons fort bien la motivation qui anime les efforts pour assurer que les deniers des contribuables soient investis de façon efficace. Il faut toutefois également prendre garde que l'objectif d'assurer une gestion responsable des fonds ne devienne pas une fin en soi. Lorsque les systèmes sont d'une complexité telle que l'accès au soutien qu'ils accordent devient excessivement dispendieux, on fait alors face au problème d'attribuer des sommes trop importantes tirées des fonds publics aux procédures, et trop peu à la production. Nous vous demandons instamment d'assurer un juste équilibre dans ce système.

●(0910)

[Traduction]

Harmonisation et non pas intégration : certains ont laissé entendre qu'il nous faut un système à guichet unique, une seule agence qui s'occuperait de tous les mécanismes d'aide financière dans le domaine cinématographique. Nous comprenons la tentation de créer une super agence qui rassemblerait une somme impressionnante d'expertise. Nous croyons toutefois que des organisations différentes, ayant chacun son propre mandat, peuvent garantir une plus grande diversité d'intrants dans notre système.

Nous devons nous assurer de ne pas avoir de bureaucraties rivales ni de procédures d'application multiples. Il a été proposé bien souvent que les divers organismes de financement adoptent une approche harmonisée, pour qu'un seul formulaire puisse servir à des fins multiples. Peut-être que cette fois-ci, le comité pourra mettre son poids dans la balance en faveur de cette suggestion. Dans notre mémoire écrit, et aujourd'hui dans notre brève allocution, la CCA a formulé un certain nombre de recommandations et de suggestions qui vous sont adressées. Je voudrais les réitérer.

Confrontés à la tâche d'évaluer la politique du film, adoptez un point de vue très large et penchez-vous sur le succès obtenu dans l'atteinte de tous les objectifs énoncés en 2000.

Conservez et augmentez les enveloppes de langues anglaise et française pour les longs métrages, et complétez ce financement en injectant de nouveaux fonds pour les productions autochtones et multiculturelles.

Maintenez le financement—et augmentez-le si possible—pour tous les principaux intervenants dans le processus de production de longs métrages, notamment le Conseil des Arts du Canada, l'ONF et la SRC.

Envisagez divers moyens pour faire en sorte qu'un plus grand nombre de radiodiffuseurs s'impliquent dans le financement et la diffusion de films—par règlement, au besoin—et de nouveaux encouragements pour les amener à s'impliquer. La SRC doit jouer un rôle majeur dans les efforts déployés en ce sens.

Trouvez des moyens de simplifier et d'harmoniser les divers mécanismes d'aide pour qu'une plus grande part du financement serve à la production et aux entreprises artistiques.

Nous partageons l'espoir exprimé par d'autres qui ont comparu devant vous que votre rapport sera le point de départ de nouvelles orientations dans la politique canadienne du film, tablant sur les succès du passé et les leçons apprises dans le secteur de la radiodiffusion et d'autres, et que ce nouveau départ garantira l'existence d'une solide industrie cinématographique fondée sur les valeurs et les expériences canadiennes.

● (0915)

[Français]

Je voudrais vous remercier de votre attention. Je serai très heureux de répondre à vos questions avec Peter.

**La présidente:** Merci, monsieur Malavoy.

[Traduction]

Madame Oda, vous êtes la première à intervenir ce matin.

**Mme Bev Oda (Durham, PCC):** Merci, madame la présidente, et bienvenue à vous, monsieur Malavoy et monsieur Fleming.

C'est toujours un plaisir d'avoir l'occasion de discuter des arts et de la culture, surtout dans le cadre d'un examen du secteur des longs métrages. Je dois dire que j'ai trouvé votre mémoire écrit intéressant. Il est très complet—nous vous en sommes reconnaissants—et l'on y formule certaines suggestions très constructives.

Il y en a une dans le mémoire qui, à mon avis, n'a pas été explicitée très clairement dans le texte écrit et dont il n'a pas nécessairement été fait mention ce matin. Je vous renvoie à la page 2, au point numéro trois. C'est le quatrième point-vignette : « Le gouvernement fédéral devrait jouer un rôle de chef de file dans la défense des arts et de la culture et adopter une politique globale... ». À la fin du document, vous réitérez votre recommandation en faveur d'une politique culturelle.

Monsieur Malavoy, estimez-vous que nous n'avons pas actuellement de politique culturelle globale? Faut-il en établir une, ou bien estimez-vous qu'il en existe une et qu'il faut la réexaminer? Vous semblez dire dans ce passage qu'il n'existe pas de politique culturelle fédérale.

**M. Jean Malavoy:** Comme vous le savez, l'établissement d'une politique culturelle fédérale a été l'un des principaux objectifs de la CCA. Pour répondre à la question, je dirai non, il n'y a pas de politique culturelle fédérale globale, c'est-à-dire qui englobe tout. Il y a des politiques culturelles très précises, mais il n'y a aucune vision globale de la politique culturelle fédérale comme telle. C'est une grande question, une question intéressante. Une politique cadre, c'est un sujet qui ne suscite pas la passion parmi les Canadiens. Il n'y a pas de ruée dans la rue ni d'excitation. Je pense toutefois qu'il est indispensable, essentiel d'avoir une politique culturelle afin de ramener le débat culturel dans la rue, d'avoir un débat public sur les arts et la culture.

De plus, comme vous le savez tous, parce que nous avons tous combattu ardemment pour le financement du programme *Tomorrow Starts Today—Un avenir en art*—et vous avez été fermes là-dessus et vous faites encore preuve de fermeté dans ce dossier—il faut que

tous les Canadiens comprennent que les arts et la culture sont un pilier de la société, au même titre que l'éducation et la santé, et il faut donc une politique culturelle globale. C'est une question majeure pour la CCA et comme vous le savez peut-être, ce sera le thème de notre conférence nationale qui aura lieu à Toronto du 24 au 26 novembre.

[Français]

Je voudrais aussi profiter de l'exemple exceptionnel que le Québec a donné concernant sa politique culturelle. En l'occurrence, cela s'est fait lorsque Mme Frulla était ministre. La politique culturelle du Québec est un excellent exemple. C'est comme une sorte de charte des droits et libertés, un document qui peut faciliter la mise en place de politiques spécifiques. C'est un document de référence pour les fonctionnaires, mais cette politique peut aussi créer au sein de la population une sorte de vision par rapport à la politique culturelle de son pays.

J'avais beaucoup aimé le titre de la politique culturelle qui avait été faite en Australie: *Creative Nation*. C'est beau. Cela va au-delà de la culture. Donc, comme Mme Oda, je dirai que c'est une priorité pour nous. Je ne pense pas que cette politique existe aujourd'hui.

● (0920)

[Traduction]

**Mme Bev Oda:** Merci beaucoup.

Je conviens qu'il devrait exister une politique culturelle globale. Je pense que cela assurerait l'uniformité, concentrerait les efforts et aiderait certainement à l'harmonisation que vous souhaitez également.

Vous évoquez des objectifs culturels et c'est là une autre discussion très compliquée. On a demandé au gouvernement de baliser son travail dans ce domaine et dans beaucoup d'autres de manière que les objectifs soient clairement définis. Il faut des objectifs mesurables pour que nous puissions constater dans quelle mesure les politiques et programmes ont été efficaces.

Vous évoquez donc les objectifs culturels et je me demande si, dans le domaine précis du long métrage, dans le cadre que vous avez suggéré, vous pourriez nous faire des suggestions en fait d'objectifs culturels susceptibles d'atteindre ces objectifs tout en étant mesurables, pour que les fonds soient utilisés à bon escient et que nous puissions tous mesurer l'efficacité. Je n'aborde pas la question du succès commercial, mais puisque vous avez suggéré des objectifs culturels, avez-vous des recommandations à nous faire quant à ce que pourraient être de tels objectifs?

**M. Jean Malavoy:** Je dirai seulement que l'on parle d'objectifs industriels et aussi d'objectifs culturels, et nous disons que les deux sont vraiment fondamentaux. L'objectif industriel, c'est la rentabilité. C'est une affaire commerciale et il faut pouvoir gagner sa vie dans ce domaine. L'industrie du film est un secteur commercial, une industrie, il ne faut pas perdre cela de vue. L'objectif culturel est de mettre l'accent sur les créateurs, de donner du travail aux créateurs canadiens afin que nous puissions refléter qui nous sommes vraiment.

Un élément important de notre identité, ce sont les villages et les visages de tous les Canadiens; au fond, voilà l'objectif culturel et il est tout à fait lié à notre politique culturelle. L'objectif culturel n'est pas seulement dicté par le marché, il est dicté par l'identité canadienne. L'industrie québécoise du film se débrouille très bien à cet égard. Les films récents sont portés par l'émotion—on l'a vu dans le cas des films que nous avons énumérés—et reflètent des valeurs spécifiquement canadiennes qui nous rendent tellement uniques.

**La présidente:** Je vais maintenant donner la parole à M. Kotto.

[Français]

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

Monsieur Malavoy et monsieur Fleming, bonjour et merci d'être là.

Ma préoccupation s'inscrit dans une perspective holistique. Mon approche de la chose culturelle trouve son essence dans la nécessité de préserver la diversité culturelle, tout comme la biodiversité.

Étant donné votre expertise, considérez-vous que le gouvernement canadien se donne les bons moyens ou a suffisamment de moyens pour faire face à l'hégémonie culturelle hollywoodienne ou même new-yorkaise?

**M. Jean Malavoy:** Je trouve qu'on a fait des pas dans la bonne direction sur le plan du financement dans le dernier budget, entre autres pour stabiliser à long terme le financement de l'infrastructure. Par contre, il y a encore énormément de travail à faire pour accroître l'investissement dans les arts et la culture. J'aime beaucoup votre comparaison avec la biodiversité. Elle est aussi utilisée au niveau international, dans le cadre la Convention sur la diversité culturelle. On parle de l'inquiétude quant à la biodiversité, et on dit qu'on devrait s'inquiéter tout autant de la spécificité des différentes cultures du monde face au monolithisme américain et à ce mirage qui recoupe tout ce qu'on appelle *entertainment*. Je trouve que c'est une approche aussi fort complexe.

Étant donné sa langue, le Québec a pu assurer une certaine protection de sa culture. La situation dans le reste du Canada est beaucoup plus complexe. Dans le domaine du film, entre autres, il doit faire face à Hollywood dans un marché dont la langue est commune. Comme la situation est plus complexe, il faut donc créer. Je crois que dans tout dossier humain, il vaut mieux convaincre les gens que réglementer. Il est important de convaincre les gens plutôt que de les museler. On parle donc davantage de mesures incitatives que de mesures de réglementation, bien qu'au niveau de la télévision, cela ait bien marché. On est arrivé à protéger un certain nombre de contenus canadiens à la télévision. Le domaine plus commercial du film est peut-être plus complexe, mais il faut des mesures incitatives pour protéger notre marché et surtout faire valoir la richesse de nos créateurs.

Au Canada, il y a 135 000 artistes professionnels et ils n'ont pas assez de travail. Ils ont en eux une richesse phénoménale, mais ils n'ont pas assez de travail pour pouvoir l'exprimer. Les gens se retrouvent beaucoup dans leurs propres créateurs.

● (0925)

**M. Maka Kotto:** J'allais justement y venir. La place des créateurs au Canada et au Québec est-elle plus enviable que celle des créateurs aux États-Unis ou même en Europe? Y a-t-il des carences qu'il faudrait combler? C'est une question qui est aussi reliée à la fuite des talents vers l'étranger. Au Canada anglais, il n'y a pas de star-système comme celui qu'il y a au Québec. Il n'y a rien pour amener ces

artistes à développer un sens d'appartenance à leur propre collectivité. Donc, le couloir allant de Toronto à New York ou de Vancouver à Los Angeles est facile à traverser. Qu'est-ce qu'on peut faire relativement à cela? Et je vais encore plus loin. Dans le système d'éducation, rien n'est fait pour sensibiliser les élèves aux arts et à la culture en général, et au cinéma en particulier.

Quand j'étais à l'école primaire, nous avions des ciné-clubs où on nous éduquait à la lecture de l'image, à la lecture du scénario et à l'interprétation. Nous étions accrochés à nos propres valeurs dès le plus bas âge. Je parle de cela, car ce qui inonde le marché aujourd'hui—si on peut appeler cela un marché—, ce sont des produits qui ne sont pas le reflet ou le véhicule des valeurs canadiennes. Ces produits entrent dans la chambre à coucher des gens et dans les écoles de nos enfants et formatent leur manière de lire les arts et la culture. Il faut souligner que de 0 à 16 ans, les enfants en sont au stade de la formation de leur personnalité psychique. Au-delà de cet âge, c'est terminé. Si on ne fait pas ce qu'il faut, ils deviendront des consommateurs de produits américains et tourneront le dos aux produits canadiens.

J'aimerais avoir vos commentaires relativement à tout cela.

**M. Jean Malavoy:** Le créateur est au coeur de toute culture. Il en est le meilleur porte-drapeau. Il ne faut pas oublier qu'il n'y a pas de culture sans artistes. Il est donc important que dans le cadre de toute politique, qu'il s'agisse d'une politique du film, d'une politique du droit d'auteur ou d'une politique de stabilisation financière en général, on reconnaisse que le créateur est à la base du système. En général, c'est lui qui en profite le moins. C'est souvent le cas aussi des travailleurs dans des manufactures et dans beaucoup d'industries.

Selon moi, le Canada est un pays exceptionnel. Ce sont les Nations Unies qui fonctionnent. Prenons des villes comme Toronto, la ville la plus multiculturelle du monde. Nous avons un tissu culturel exceptionnel et, de par sa nature, le Canadien est accueillant. Il y a un respect de la différence et une espèce de cohésion sociale qu'on ne retrouve nulle part ailleurs dans le monde. Je trouve que c'est un élément exceptionnel que notre cinéma peut et doit refléter. La complexité du pays tient à sa proximité avec les États-Unis et aussi au fait qu'il est très vaste, que ses habitants sont disséminés sur un très grand territoire. Il est complexe de refléter les différentes régions.

Dans notre proposition, il y a beaucoup de mesures innovatrices. Il faut aller chercher des idées qui n'ont pas encore été émises. Il faut se dire qu'on parle d'écologie, mais qu'on parle aussi d'un écosystème dont tous les éléments ont un rôle important à jouer. Dans ce très grand écosystème, il y a Téléfilm, Radio-Canada, les radiodiffuseurs publics et privés, l'ONF et le Conseil des arts du Canada. Vous avez remarqué qu'on parle beaucoup du Conseil des arts du Canada, mais n'oubliez pas que David Cronenberg et Atom Egoyan ont commencé à travailler avec de petites subventions du Conseil des arts de l'Ontario. J'étais au Conseil des arts de l'Ontario quand Atom Egoyan faisait des demandes de 2 000 \$ ou 3 000 \$.

Donc, il y a cet écosystème dont tous les éléments ont un rôle important à jouer. La clé du succès réside dans les nuances. Il s'agit de trouver une approche qui facilite la création de films canadiens, qui permette aux Canadiens de voir leurs films. On n'aime que ce que l'on connaît. Le gros problème, c'est que les Canadiens n'ont pas accès à leurs films. Et s'ils ont accès à leurs films, c'est dans des conditions qui ne sont pas toujours les meilleures.

Je parlais d'être innovateur. Il y a les grandes salles de cinéma, mais il y a toutes sortes d'autres moyens de rejoindre le public avec le cinéma: le DVD, la télévision payante, les festivals, l'Office national du film. Le magnifique film sur M. Dallaire, *J'ai serré la main du diable*, a été présenté dans des festivals, mais les Canadiens l'ont vu à la télévision. Il y avait comme une sorte de sentiment de chapelle ardente. Ce film a eu un impact sur les Canadiens. Lorsque les gens l'ont vu, le lendemain matin, on a observé une minute de silence. Ce film a eu un impact considérable. C'est un film canadien qui a été présenté à un festival, mais les Canadiens y ont eu accès par le biais de la télévision.

Nous proposons différentes façons, souvent innovatrices, d'avoir accès aux films canadiens, tout en recommandant un financement accru pour l'industrie cinématographique afin que les Canadiens voient ce qu'ils sont dans leurs films.

• (0930)

[Traduction]

**La présidente:** Monsieur Angus.

**M. Charlie Angus (Timmins—Baie James, NPD):** Merci, madame la présidente.

Je dirai au départ, comme je l'ai déjà dit dans le cadre de nos discussions sur ce secteur, que mon langage corporel trahit peut-être mon exaspération, mais c'est seulement parce que cette discussion que vous deux avez amorcée, je préférerais la poursuivre en dégustant une bouteille de vin, et je serai très irrité quand mes cinq minutes seront écoulées.

**Une voix :** Du vin canadien, j'espère.

**M. Charlie Angus :** Oui, bien sûr.

Cette discussion sur ce qui constitue la culture, pour moi, va peut-être au coeur même de notre ambivalence au sujet d'une politique nationale, parce que d'une part, la culture est l'identité. Ma grand-mère était la dernière représentante de la tradition orale de la culture écossaise, et la culture était tellement partie intégrante de la transmission orale d'une histoire cohérente. Comme vous le signalez, nous avons aujourd'hui au Canada une culture qui se situe tout à fait au niveau de la rue, elle est très diversifiée et très fascinante. Pourtant, il me semble qu'au Canada, notre difficulté tient à une profonde ambivalence au sujet de l'autre aspect de la culture, à savoir le divertissement de masse, dont les États-Unis ont été les pionniers.

Il me semble que nous avons peur de produire notre culture ou en tout cas que nous nous enfermons dans un ghetto dans le secteur du film, pas tellement dans celui de la musique. Je me demande s'il n'y a pas une certaine méfiance face à la notion de la culture divertissement de masse.

Par exemple, l'émission *The Simpsons* n'est peut-être pas d'une culture aussi élevée que Margaret Atwood, mais les Simpsons définissent notre génération culturelle comme Margaret Atwood ne le fera jamais, et l'émission *The Simpsons* est imprégnée de références canadiennes.

Je soulève cette question à cause de ce qui s'est dit durant nos audiences l'autre jour, quand on disait qu'on ne permet pas que les

films canadiens soient distribués par les grands studios. Vous avez donné l'exemple de Warner Bros. Sommes-nous en train de créer cette culture tout en ayant peur qu'elle soit étouffée, peur qu'elle soit incapable de rivaliser, de sorte que nous l'enfermons dans une boîte pour qu'elle ne puisse en sortir?

Je voudrais avoir vos commentaires là-dessus et aussi sur la question de savoir si, à votre avis, le fait d'ouvrir notre distribution aux grands distributeurs américains nous aiderait ou nuirait à notre capacité de diffuser nos produits culturels.

• (0935)

**La présidente:** Je voudrais apporter une précision, car je crois qu'on en a un peu discuté à notre réunion de mardi. Je ne crois pas que le problème soit qu'il est interdit aux grands studios de distribuer nos films. Ce qui se passe, c'est que s'ils investissent dans un film—et c'est d'eux que vient une grande partie des investissements dans le cinéma—, alors le film n'a pas droit aux crédits d'impôt. Je pense que c'est le coeur du problème.

**L'hon. Sarmite Bulte (Parkdale—High Park, Lib.):** Je pense que nous devons être mieux informés là-dessus avant de faire des déclarations péremptives à ce sujet.

**Mme Bev Oda:** Madame la présidente, je peux apporter une précision.

**La présidente:** Allez-y. Cela vient maintenant de... [Note de la rédaction : *Inaudible*].

**Mme Bev Oda:** Pour y avoir accès, si c'est un distributeur canadien, il est admissible à l'aide financière. Si c'est un distributeur étranger, il ne l'est pas et par conséquent, il lui est interdit d'être le distributeur et donc d'avancer les fonds à une compagnie canadienne comme le ferait un distributeur.

**M. Charlie Angus:** C'est ce que l'on m'a dit après notre entretien.

Elle m'a dit : « Si vous appuyez le film, pourquoi ne nous permettez-vous pas d'en faire la distribution? » C'est ce qu'elle m'a dit par après. Elle n'a pas dit que dans...

**La présidente:** Mais la véritable question est celle-ci : « Pourquoi ne nous permettez-vous pas de bénéficier des mêmes crédits d'impôt si nous investissons dans un film que nous allons diffuser par la suite? »

**M. Charlie Angus:** Oui. Je suppose donc que ma question est...

**La présidente:** Bon, vous pouvez repartir de zéro.

**M. Charlie Angus:** Oui, le temps file.

Nous sommes-nous passés une camisole de force en termes de notre capacité d'être compétitifs, parce que nous avons peur d'être étouffés par le monstre Hollywood?

**M. Peter Fleming (consultant, Conférence canadienne des arts):** Vous avez commencé en parlant de l'idée de culture et de culture populaire par opposition à la culture noble. J'espère assurément que vous n'interprétez pas nos propos comme si nous disions que la culture consiste essentiellement à interpréter les oeuvres d'artistes européens morts dans des orchestres.

**M. Charlie Angus:** Non. Je demande de quoi nous avons besoin en termes de politique culturelle.

**M. Peter Fleming:** Si nous avons besoin d'une politique culturelle qui englobe toutes les manifestations de l'expression culturelle—ce qui est peut-être un meilleur terme que la politique culturelle pour ce qui est d'appuyer l'expression canadienne... Chose certaine, la CCA, au départ, préconise que l'on vienne en aide à tous les créateurs d'un bout à l'autre de la chaîne. Les créateurs, cela englobe tout le monde, depuis le scénariste jusqu'au compositeur de la musique du film, en passant par le réalisateur du film et les comédiens qu'on voit sur l'écran, et même, en un sens, les producteurs, qui ont un rôle très créateur pour rassembler tous les éléments du casse-tête. Nous devons nous assurer que nous sommes en mesure d'appuyer toutes ces équipes qui contribuent à la production.

Pour ce qui est du rôle des distributeurs, l'un de nos problèmes, dans une certaine mesure, c'est qu'il y a une certaine intégration entre les distributeurs et les propriétaires de cinéma et que dans certains cas... Nous donnons dans notre rapport l'exemple d'un film intitulé *Émile*, qui faisait très bien dans un Cineplex—en fait, le cinéaste signalait que les recettes brutes étaient supérieures à celles d'autres films qui passaient en même temps—mais il y avait un autre film qui s'en venait du même distributeur et c'était une superproduction; on a donc montré la porte à *Émile*. Je pense que c'est un problème auquel nous sommes continuellement confrontés.

D'une part, d'après ce que j'ai observé dans le secteur de la musique, par exemple, je dirais que les grands studios américains ont bien souvent été responsables du succès de vedettes canadiennes. Le revers de la médaille, c'est que si l'on va trop loin dans ce sens, qu'arrive-t-il aux producteurs canadiens indépendants qui découvrent ces talents et qui les accompagnent souvent dans leur cheminement jusqu'au point où ils se font cueillir par de grandes compagnies comme Sony? Il y a donc là une dichotomie et espérons que l'on pourra trouver un moyen de faire preuve de créativité et de mettre le cap dans la bonne direction.

D'autre part, la raison pour laquelle on limite la présence des distributeurs étrangers dans le secteur du film, c'est que beaucoup de nos cinéastes dans le passé ont eu le sentiment qu'il y avait toujours des producteurs qui s'enrichissaient à même les deniers publics. En fait, beaucoup d'entre eux ont fait leur argent en distribuant des produits étrangers plutôt que dans la production de produits canadiens. Si nous voulons maintenir cette protection, peut-être devrions-nous demander à ces gens-là ce qu'ils font pour la production. S'ils veulent être protégés de la concurrence dans le secteur de la distribution, peut-être devons-nous leur demander de prouver qu'ils nous en donnent pour notre argent. En fait, certains d'entre eux peuvent le prouver, mais pas toujours.

● (0940)

**M. Charlie Angus:** Le besoin d'un cadre de politique culturelle plus étendu au Canada est primordial, mais je me demande aussi si le temps n'est pas venu de nous pencher sur le fait que nous, en particulier au Canada anglais, nous trouvons dans une situation phénoménale, accotés au géant américain, mais que nous percevons continuellement ce géant américain comme un colosse qui menace notre culture, au lieu d'y voir de riches possibilités de diffuser notre culture aux États-Unis, alors qu'aucune autre culture n'est à la hauteur de la nôtre, sauf peut-être celle de l'Angleterre. Pourtant, notre secteur du film est en difficulté. À mes yeux, ce n'est pas le fait qu'on y voit des localités canadiennes qui lui nuit, car laissez-moi vous dire, et je le sais pour avoir écrit des chansons canadiennes, que les Américains se fichent pas mal de savoir où se trouve une localité, parce qu'ils pensent tous que c'est aux États-Unis de toute manière. Ce n'est donc pas très important pour eux. En fait, ils préfèrent les noms de localités canadiennes; c'est exotique à leurs oreilles.

Nous sommes donc tout à côté des États-Unis et pourtant, nous ne semblons pas avoir de plan à long terme pour diffuser nos films aux États-Unis. Cela fait-il partie du débat? Je sais que nous examinons un cadre interne, mais nous devons vraiment nous pencher sur la raison pour laquelle nous n'obtenons pas de succès à l'extérieur, dans notre principal marché.

**La présidente:** On verra si M. Malavoy a des commentaires à faire là-dessus, mais c'est précisément pourquoi je tiens tellement à faire venir devant nous nos fonctionnaires du commerce international.

**M. Jean Malavoy:** Je conviens qu'il n'y a pas de solution unique. C'est un large éventail d'éléments variés qui pourraient aider. Il faut une volonté politique au plus haut niveau pour s'assurer que les Canadiens aient davantage accès à leurs histoires, leurs valeurs, leurs artistes, à tous les niveaux.

De plus, certains intervenants qui jouent un plus grand rôle, comme la SRC, pourraient servir de modèle. Ce n'est pas facile. On constate actuellement que la société perd beaucoup d'argent à cause de l'absence de *La soirée du hockey*. On diffuse des films à la place et ce ne sont pas des films canadiens; ce sont plutôt des films de type Hollywood.

Il y a bien sûr la question de la publicité. La SRC en est un bon exemple. Il nous faut un financement ou un investissement stable à long terme du gouvernement canadien. Je pense que pour le long terme, le programme Un avenir en art, qui s'étend sur cinq ans, est un bon exemple à suivre, et aussi le fait d'avoir une stratégie d'investissement du secteur privé.

Tout cela fait partie du tableau d'ensemble. J'ai mentionné l'écosystème global; il faut faire appel à différentes solutions, parce que nous sommes tous d'accord. Personne n'est en désaccord. Personne ne dira que nous ne devons pas avoir un contenu canadien. Nous sommes tous tournés vers l'avenir; il nous faut seulement trouver des manières de comprendre qu'il existe une solution.

Peter veut ajouter un mot.

**M. Peter Fleming:** Les industries culturelles canadiennes ont fait de nombreuses tentatives pour prendre pied sur le marché américain. Bien des choses se sont passées. On se demande par exemple pourquoi le groupe Tragically Hip ou bien Blue Rodeo n'ont jamais eu de succès aux États-Unis alors qu'ils sont tellement extraordinaires. On pourrait soutenir que Blue Rodeo est l'archétype de l'orchestre américain, et pourtant ils n'ont jamais vraiment obtenu de succès là-bas.

Nous avons des foires commerciales. Nous avons des vitrines spéciales pour nos artistes dans différentes tribunes de l'industrie. Le secteur privé a beaucoup contribué à cela dans bien des cas, de même que des organisations comme FACTOR. Téléfilm a des boîtes de commercialisation en divers endroits. À un moment donné, Alliance Atlantis avait un bureau à Hollywood où il essayait de faire des affaires, mais ce bureau a été fermé par la suite. C'était peut-être à cause du faible taux de succès, mais peut-être aussi parce qu'ils ont décidé de se tourner plutôt vers la radiodiffusion. Néanmoins, de multiples tentatives ont été faites à cet égard.

Ça semble difficile de pénétrer ce marché. Je ne suis pas sûr que les auditoires américains soient tellement ouverts. Il est certain que dans le secteur de la télévision, il arrive souvent que les émissions ne soient pas suffisamment américaines dans leur orientation.

Je pense que si nous insistons trop sur ce marché-là, nous pourrions rater de belles occasions qui s'offrent sur d'autres marchés. Nous avons une population multiculturelle, des gens venus des quatre coins du monde et nous avons eu un certain succès en exportant des films comme *Fire, Bollywood / Hollywood, Monsoon Wedding*, et divers autres films qui sont l'expression de l'identité canadienne, mais qui touchent aussi de près des gens d'autres pays du monde. Certaines productions exotiques comme *The Fast Runner* sont également attrayantes sur le marché international.

Le problème, si l'on accorde trop d'importance aux États-Unis, c'est que cela exige beaucoup de ressources—je ne dis pas que cela ne devrait pas se faire, mais cela exige un effort soutenu. Il y a beaucoup d'autres marchés auxquels nous devrions nous intéresser également dans le monde. C'est plus difficile d'atteindre ces marchés-là parce qu'il y a davantage de portes auxquelles il faut frapper, mais nous devrions peut-être envisager de le faire—je ne veux pas dire qu'il faut oublier les États-Unis, mais il y a d'autres endroits également.

● (0945)

**La présidente:** Monsieur Silva.

**M. Mario Silva (Davenport, Lib.):** Merci, madame la présidente.

Je trouve toute la discussion sur la culture tout à fait fascinante, quoique nous savons tous qu'il s'agit d'une très longue discussion et je pense que beaucoup d'entre nous ont des opinions différentes quant à la manière dont on devrait la définir.

Cependant, j'ai été heureux de vous entendre dire dans votre exposé que votre organisation, laquelle est sans doute une organisation cadre qui en représente beaucoup d'autres, dit essentiellement que nous avons une bonne politique; qu'il ne faut pas la jeter au panier. Essayons plutôt d'améliorer cette politique et assurons-nous de promouvoir et de renforcer le contenu canadien et le film canadien. Je trouve que c'est très important. Je pense que c'est l'une des raisons pour lesquelles nous examinons la politique du film.

Je sais que dans toute cette discussion, nous sommes souvent obnubilés par ce que nous pourrions bien faire pour nous positionner sur le marché américain. Nous passons une grande partie de notre temps à nous comparer aux Américains. J'imagine que les Américains ne prennent pas la peine de discuter des répercussions que pourrait avoir sur eux la réalité canadienne ou l'industrie canadienne.

Je pense donc qu'il nous arrive parfois de rater le coche. Il y a d'autres marchés vers lesquels nous devrions nous tourner, comme on vient de le dire. Je me rappelle que durant mes études en France, l'une des séries les plus populaires en France était *Degrassi High*. C'était une série extrêmement populaire que les enfants adoraient suivre. On pourrait donner bien d'autres exemples.

Mais en fait, ce que je veux savoir, ou plutôt je veux qu'on me donne l'assurance que ce que nous faisons, nous le faisons pour les Canadiens, pour que le Canada puisse mieux se connaître et connaître son industrie. Ne nous inquiétons pas tant du marché américain, parce que nous ne serons jamais compétitifs. C'est presque stupide de croire que nous pourrions jamais concurrencer les Américains. Nous devrions plutôt nous comparer à un petit État. Nous ne sommes pas sur la même échelle que le géant américain en termes de population ou d'économie, et pourtant nous n'arrêtons pas de nous comparer à eux. Nous ne sommes pas dans la même catégorie.

Nous sommes bons dans les documentaires. Nous sommes très bons quand vient le temps de raconter de belles histoires—non pas des histoires donnant lieu à des superproductions, mais de belles et grandes histoires, en anglais et en français. Nous sommes capables de le faire extrêmement bien et c'est là-dessus que nous devrions nous concentrer dans nos efforts de promotion. Nous sommes conscients que nous n'allons pas toujours rejoindre un grand auditoire, mais il faut se tourner vers de petits marchés créneaux. Je pense que nous devrions nous efforcer de renforcer ces créneaux et je voudrais seulement avoir votre opinion là-dessus.

**M. Jean Malavoy:** Je trouve que c'est une excellente suggestion. Vous constaterez en lisant notre mémoire qu'on y suggère de tenter peut-être de se détourner un peu des États-Unis, du Royaume-Uni, de la France et du Québec dans le cas des films en français, et de nous tourner plutôt vers d'autres régions du monde où nous pourrions nous implanter. Que dire de la Chine? Et de l'Afrique? Et y aurait-il d'autres manières de créer des auditoires?

En un sens, c'est un reflet de notre pays. Notre pays compte une population tellement diversifiée. Je répète que c'est passionnant d'avoir l'occasion d'avoir le monde à notre portée, et nos films pourraient refléter cette réalité. Ils peuvent aussi essayer de rejoindre d'autres régions du monde. Ce que nous disons, c'est qu'il faut faire preuve d'innovation dans le secteur du long métrage. Il faut aussi être novateur dans la manière de découvrir et de pénétrer d'autres marchés et cela aidera aussi les Canadiens d'avoir une plus grande présence.

Peter, avez-vous quelque chose à ajouter?

**M. Peter Fleming:** Quand vous dites que nous ne devrions peut-être pas nous soucier tellement du marché américain, c'est tout à fait compréhensible que les producteurs, les créateurs et les diffuseurs de la politique culturelle se tournent vers ce marché. C'est un marché tellement riche. Et le problème qui se pose constamment pour les industries culturelles canadiennes, c'est qu'il n'y a pas assez d'argent pour répondre constamment aux besoins de tout le monde. Même si nous mourrions tous et allions directement au ciel et qu'on nous donnait tout l'argent additionnel que nous vous avons demandé d'injecter dans le long métrage, ce ne serait probablement toujours pas suffisant pour être capable de le faire.

Il est donc tout naturel de commencer à chercher des manières d'aller chercher des revenus ailleurs. Il est évident que le marché qui nous vient tout naturellement à l'esprit, c'est celui des États-Unis, et nous avons donc tendance à nous tourner de ce côté-là. En fait, nous avons d'ailleurs un certain succès dans certains marchés créneaux aux États-Unis. Le film sur Roméo Dallaire a été bien reçu au Festival Sundance. Il y a des méthodes alternatives de distribution qui permettraient de distribuer certains de nos produits. Nous ne devrions pas nécessairement négliger totalement ce marché. C'est plutôt que nous devons chercher à trouver des manières additionnelles de réussir.

Si nous décidons d'aller aux États-Unis, alors nous devrions le faire sérieusement. Nous devons mettre au point une stratégie, établir ce que nous faisons de mieux et délimiter les marchés qui sont disponibles pour nous. Je pense que jusqu'à un certain point, il n'y a pas eu d'effort soutenu dans le passé. Il y a eu divers efforts individuels, bien réfléchis et bien intentionnés, mais il n'y a pas nécessairement eu d'effort concerté.

● (0950)

**La présidente:** En toute justice, étant donné qu'il nous reste peu de temps, je vais donner une deuxième chance à ce côté-ci de la table et à M. Lemay. Il n'y aura probablement qu'une seule autre question.

Monsieur Schellenberger.

**M. Gary Schellenberger (Perth—Wellington, PCC):** Merci.

Vous avez parlé de financement stable à long terme. On en entend beaucoup parler. Pour le programme *Un avenir en art*, dans le budget, on a prévu environ 178 millions de dollars pour les deux premières années, après quoi le montant diminue de 20 millions de dollars par année pendant les trois années suivantes. Cela veut dire que la cinquième année, il y aura 60 millions de dollars de moins. C'est ça que vous appelez un financement stable à long terme?

Qu'arrive-t-il au bout de ces cinq années? À votre avis, faudrait-il à un moment donné évaluer la situation, et devrions-nous avoir toujours cinq ans d'avance?

**M. Jean Malavoy:** En fait, cela fait partie de la politique culturelle fédérale. Tous les éléments sont des pièces du casse-tête dont il faut tenir compte dans le cadre d'une vision globale.

Le programme *Un avenir en art* en est un bon exemple. Nous étions en situation de gestion de crise avant Noël dans ce dossier. Il y avait tellement d'artistes qui devaient arrêter leur tournée. C'était inévitable, il fallait envisager une vision à long terme. Cinq ans, c'est bon.

Après le cycle des programmes, disons dans le cas d'un programme de cinq ans, c'est différent par rapport à un programme financé à même les services votés. J'ai parlé au ministre Frulla le jour du budget et elle m'a assuré que le budget du programme *Un avenir en art* serait de 172 millions de dollars, plus 20 millions de dollars par année tiré du budget du ministère du Patrimoine canadien. Il n'y aura donc aucune compression. Ce sera 192 millions de dollars pendant cinq ans. Il faut espérer qu'on pourra se pencher sur la vision à long terme six mois avant la fin des cinq années.

Mais le financement à long terme, c'est exactement cela, pour que les gens sachent dans un secteur donné que vous investissez pour le long terme et aussi pour le très court terme. Je pense que chacun en bénéficie—le secteur privé, le secteur public, les radiodiffuseurs et les artistes—parce que l'on peut planifier à l'avance et que l'on peut faire une certaine planification stratégique.

On m'a dit récemment que quelqu'un a demandé à la SRC si elle faisait de la planification stratégique, et on lui a répondu que c'était très difficile quand on ignore quel sera le financement à long terme. Cela s'inscrit dans une problématique très intéressante que vous avez soulevée et qui est abordée dans notre mémoire.

**M. Peter Fleming:** Un exemple qui montre qu'il faut une certaine stabilité sur plusieurs années, c'est que les radiodiffuseurs se voient accorder des licences pour des périodes pouvant atteindre sept ans. Ils se présentent devant le CRTC et sont censés présenter leurs plans à long terme et préciser combien ils vont dépenser et quel sera leur engagement sur une certaine période.

C'est vrai autant pour la SRC que pour les radiodiffuseurs privés. Si par exemple le Fonds canadien de télévision n'est pas présent et que l'on prend des engagements relativement à un certain nombre d'heures de dramatiques ou d'autres émissions culturelles, c'est très difficile pour eux de faire des projections quelconques avec la moindre assurance, sans savoir à combien s'élèvera le budget.

**M. Gary Schellenberger:** Vous ai-je entendu dire qu'il y aura en fait aucune compression dans le budget, que le programme *Un avenir en art* pourra compter sur un financement stable pendant cinq ans?

• (0955)

**M. Jean Malavoy:** Oui.

**M. Gary Schellenberger:** Donc, quel que soit le montant la première année, ce montant sera exactement le même la cinquième année.

**M. Jean Malavoy:** Il y aura 192 millions de dollars par année pendant cinq ans, dont 172 millions de dollars d'argent neuf et 20 millions de dollars par année venant du ministère du Patrimoine canadien. Il n'y aura donc aucune compression.

**M. Gary Schellenberger:** Vous dites dans ce document qu'il faut maintenir le financement et l'accroître si possible. Vous dites que la SRC doit être impliquée dans le processus de production de longs métrages. La SRC a un budget assez important et tout le reste, mais tout le monde semble dire : « Écoutez, je m'en fiche. Si vous devez en faire pour deux milliards de dollars, vous aurez 1,2 milliard de dollars. Voilà ce qu'on exige de vous. C'est votre mandat ». Voici maintenant qu'on nous dit qu'ils doivent en faire encore plus à même ce qu'ils ont. Vous ai-je bien entendu?

**M. Jean Malavoy:** Je pense que la SRC devrait pouvoir compter sur un budget stable et accru pour faire son travail. Elle a un rôle à jouer dans le secteur du long métrage, mais il lui faut un budget accru et plus stable.

Nous avons dit que la SRC joue un rôle important dans l'industrie canadienne du film. Voilà ce que nous avons dit. Nous avons dit aussi que la SRC fait partie d'une écologie et qu'il faut en tenir compte, comme de l'ONF, de Téléfilm, etc.

Je ne veux donc pas trop insister sur la SRC. Notre message est peut-être que la SRC fait partie intégrante de cette écologie, de cet écosystème et qu'elle est un élément de la solution.

**M. Gary Schellenberger:** Merci.

**La présidente:** Merci.

Madame Bulte.

**L'hon. Sarmite Bulte:** C'est M. Simms.

**La présidente:** Oh, désolée.

Monsieur Simms.

**M. Scott Simms (Bonavista—Gander—Grand Falls—Wind-sor, Lib.):** Merci, madame la présidente.

J'ai remarqué que dans le passage que j'ai sous les yeux, vous dites que les cinéastes ne devraient pas avoir à rivaliser pour obtenir de l'argent tiré des enveloppes des langues officielles et que le succès de films comme *The Fast Runner*, *Fire* et *Bollywood / Hollywood* rejoint des auditoires dont l'identité culturelle est variée. Cela inclut-il également de nombreuses parties de la région? Est-ce que vous vous battez pour cela aussi?

Le succès auquel je pense était une coproduction du Canada et de l'Irlande, intitulée *Random Passage*. L'auditoire n'a peut-être pas été phénoménal ici, mais en Irlande, c'est l'émission de télévision qui a eu les plus hautes cotes d'écoute de l'histoire et elle a été réalisée ici même sur la côte Est.

Ce que je vous demande, en fait, c'est si, quand vous dites qu'il faut rejoindre des auditoires en leur racontant des histoires reflétant des identités culturelles variées, si les identités en question sont celles de l'Est, de l'Ouest et du Nord.

**M. Jean Malavoy:** Je vais vous répondre, après quoi Peter répondra lui aussi.

Oui, absolument, cela représente une très grande diversité culturelle. Je pense que nous avons dit dans notre mémoire qu'il devrait y avoir aussi un budget spécifiquement consacré aux films autochtones et qu'il devrait y avoir ce que nous appelons une approche du cinéma axée sur le diversité culturelle ou encore une approche multiculturelle, reflétant les différentes régions du pays. Tel est notre objectif.

Peter.

**M. Peter Fleming:** Si l'on prend du recul et qu'on examine le succès culturel de la politique du film... Si tous les films sont faits à Toronto, ce n'est probablement pas un immense succès pour ce qui est de bien refléter le visage du Canada.

Nous ne proposons pas qu'il y ait des enveloppes régionales individuelles et des quotas, parce que franchement, nous croyons que ce n'est probablement pas faisable. Dans le cadre de votre examen, nous vous suggérons de vous demander si le système est suffisamment ouvert pour que les bonnes idées qui viennent de partout, depuis Inuvik jusqu'à Come By Chance, aient la chance d'être portées à l'écran et à l'attention des Canadiens.

Par contre, dans le cas du film autochtone et du film multiculturel, ces gens-là n'ont pas vraiment d'enveloppe à leur disposition, et nous croyons donc que dans ce cas particulier, au lieu de faire la queue pour obtenir de l'argent à même les enveloppes anglophone ou francophone, ils devraient pouvoir compter sur de l'argent qui leur serait réservé spécifiquement.

**M. Scott Simms:** Vous proposez donc qu'il y ait des enveloppes séparées pour les secteurs français, anglais et multiculturel.

**M. Peter Fleming:** Et une enveloppe autochtone.

**M. Scott Simms:** Il n'est donc pas vraiment question d'enveloppes régionales...

**M. Peter Fleming:** Je pense que si vous tentez d'imposer un système de quotas, vous vous retrouverez certainement et inévitablement à faire des choix que vous n'auriez peut-être pas voulu faire. Par exemple, il y a peut-être deux excellents films de Terre-Neuve cette année, mais le quota vous limite à un seul; ou l'inverse, il n'y en a aucun cette année, mais il y en aura deux une autre fois.

Je pense donc que la question que vous devez vous poser, quand vous regardez dans le rétroviseur pour mesurer le taux de succès, c'est de savoir si nous avons bien reflété tout cela, et si nous ne l'avons pas fait, alors vous pourriez envisager des mesures prescriptives, si l'on peut dire. Mais nous disons qu'actuellement, dans le cadre de votre évaluation, regardez en arrière et demandez-vous si les films sont diversifiés. L'un des objectifs de la politique du film était d'avoir des films divers et de grande qualité, et l'élément de la diversité est important.

• (1000)

**M. Scott Simms:** Ma foi, je ne sais pas. Si l'on commence à créer des enveloppes ici et là et à faire des choix, on va se retrouver à ouvrir une boîte de Pandore et l'on perdra certainement le contrôle.

**M. Peter Fleming:** Je suis d'accord. C'est pourquoi nous ne proposons pas des enveloppes régionales. Mais en même temps, si vous vous posez la question : avons-nous fait du bon travail...

**M. Scott Simms:** Mais vous proposez d'autres types d'enveloppes, autres que linguistiques.

**M. Peter Fleming:** Oui, en effet, parce que pour ces gens-là, il y a un obstacle qui les empêche d'accéder au système, un blocage qui n'existe pas de la même manière pour les films régionaux. Nous disons que si tous les films viennent de Toronto et de Montréal, alors

nous avons un problème et nous devons nous pencher sur ce problème. Mais ce qu'on nous dit clairement, c'est qu'il y a des blocages dans le système, certainement au niveau de Téléfilm, pour les films autochtones et les films multiculturels.

**M. Scott Simms:** Si l'on crée cette troisième enveloppe, on aura quand même ce blocage créé à Montréal et à Toronto. Je dirais que c'est mauvais.

**M. Peter Fleming:** Je ne suis pas d'accord avec vous. Je pense que Téléfilm a aussi ses propres critères pour tenter de mieux refléter le pays. Ils ont des bureaux régionaux d'un bout à l'autre du Canada et ils font donc un effort dans ce domaine. Je ne suis pas certain que l'on fasse le même effort pour les autres types de films.

**La présidente:** Merci, monsieur Simms.

Je pense que nous devons passer à nos témoins suivants.

Je voudrais vous poser une question et, si vous ne pouvez pas me répondre tout de suite, peut-être pourriez-vous me faire parvenir la réponse. Est-ce qu'il s'en fait plus dans la production de films en français pour refléter la diversité, en comparaison des films en anglais, ou bien est-ce très mauvais dans les deux cas?

**M. Jean Malavoy:** Je ne comprends pas exactement votre question.

**La présidente:** Vous avez dit qu'il était important que les films reflètent la diversité du Canada. Est-ce que cela se fait davantage dans la production de films en français qu'en anglais, ou est-ce l'inverse, étant entendu qu'il ne s'en fait pas assez dans un cas comme dans l'autre?

**M. Jean Malavoy:** Vous voulez dire la diversité multiculturelle?

**La présidente:** Oui.

**M. Jean Malavoy:** Je pense que dans les films en français, on fait du très bon travail, parce que la langue est un excellent élément et qu'il y a dans notre vedettariat un très fort élément d'identité culturelle. Pour ce qui est de la diversité culturelle, je ne pourrais pas faire de comparaison. Je pense qu'il nous faudrait préparer une réponse à cette question après avoir fait des mesures plus précises. Je pense que vous voulez des chiffres, pas seulement des idées. Est-ce que l'exemple du Québec est un modèle à suivre pour la diversité culturelle? C'est bien votre question?

**La présidente:** Non. Je dis que le Québec est aujourd'hui une société très diverse sur le plan culturel, comme c'est le cas pour tout le Canada. Est-ce que les films en français reflètent cette diversité? Est-ce qu'on fait mieux à cet égard que dans les films en langue anglaise?

• (1005)

**M. Jean Malavoy:** Je pense qu'il y a des films au Québec qui sont excellents. *La grande séduction* est un film exceptionnel, universel. Il pourrait avoir été fait n'importe où. C'est comme une pièce de Michel Tremblay. Il y a toujours un coin perdu dans le monde où l'on a besoin d'un médecin et, en ce sens, c'est donc vraiment bon. D'autres films comme *Les invasions barbares* sont plus typiquement québécois—je suis Montréalais moi-même—, mais en même temps c'est international, et le film a reçu de nombreux prix.

Je pense qu'il y a un excellent système au Québec, mais comme je l'ai dit, c'est plus facile parce que nous avons la langue et la culture, ce qui rend les choses plus difficiles au Canada. Je dois dire aussi que le marché du Québec est comme un grand village. En tant que francophone hors Québec... Nous avons le problème de la dispersion. Les films canadiens anglais ont cette double difficulté de devoir refléter un pays immense.

Je vais demander à Peter de vous répondre plus précisément.

**M. Peter Fleming:** À ma connaissance, aucune analyse n'a été faite pour comparer la teneur des films en anglais et en français. Cependant, comme solution de rechange, vous pourriez peut-être jeter un coup d'oeil au rapport du Groupe de travail sur la diversité culturelle de l'Association canadienne des radiodiffuseurs, que Mme Oda a coprésidé. En fait, le CRTC a publié cette semaine sa réponse à ce rapport sous forme d'avis public. On y trouve deux tableaux qui sont une compilation de la présence des minorités visibles et des Autochtones dans diverses catégories d'émissions. C'est clair qu'il y a du travail à faire des deux côtés de la chambre, quoique les deux groupes aient à peu près le même rattrapage à faire —vous me reprendrez si je me trompe, madame Oda—et bien que les deux aient leurs points forts et leurs points faibles pour ce qui est de représenter la population sur les ondes. La barre est placée plus haut en pourcentage à cause de la différence démographique au Canada anglais et au Canada français, mais il n'en demeure pas moins que l'écart semble exister.

Il y a du progrès à faire des deux côtés, mais la situation n'est peut-être pas telle qu'on pourrait croire au départ.

**M. Jean Malavoy:** Pourrais-je avoir une seconde?

**La présidente:** Oui.

**M. Jean Malavoy:** Je veux seulement ajouter une belle réussite qui vient aussi du Québec. Marc Acito est un excellent exemple d'un grand acteur québécois, de même que Dany Laferrière. C'est une excellente ouverture permettant aux Québécois de renouveler leur regard sur leur véritable identité.

**La présidente:** Bev, il ne nous reste qu'un peu plus d'une demi-heure.

Je vais permettre une très brève question de Mme Oda.

**Mme Bev Oda:** Bien sûr.

Monsieur Fleming, je veux seulement signaler que dans ce cas précis, quand vous dites les deux côtés de la chambre, je pense que cela prend un sens différent de celui que vous entendiez au départ.

Pourrais-je demander une réponse écrite à une très brève et dernière question? J'ignore si c'est pertinent. C'est seulement pour faire suite à ce que vous avez dit, monsieur Malavoy, à savoir que le créateur est important. Je voudrais une réponse, une très brève réponse, peut-être d'une seule page. Est-ce que la citoyenneté est le seul critère qui détermine ce qui est canadien, ou bien analysons-nous le contenu? Comment définissons-nous ce qui est canadien, si l'on examine le contenu?

Je sais que la présidente préférerait une réponse écrite à cette question.

**M. Jean Malavoy:** Nous allons le faire.

**Mme Bev Oda:** Merci.

**M. Jean Malavoy:** Merci.

Je vous promets que nous vous enverrons cette réponse d'une page, madame Oda, et aussi à tout le comité.

**La présidente:** Merci beaucoup d'être venus nous rencontrer ce matin. Merci d'avoir contribué à nos travaux.

Sam.

**L'hon. Sarmite Bulte:** Madame la présidente, je vais devoir partir pour prononcer un discours à la Chambre. À titre d'information pour le comité, je crois savoir que le ministère va déposer aujourd'hui à 11 heures sa réponse au rapport intérimaire sur le droit d'auteur. C'est mon premier point.

Deuxièmement, au sujet des billets pour la cérémonie de remise des prix Juno, nous avons obtenu les 14 billets et il y en aura donc pour tous ceux qui en ont demandé. On les remettra au greffier qui les distribuera à Winnipeg.

**La présidente:** Merci beaucoup.

C'est avec plaisir que nous accueillons les représentants de l'ACTRA, soit Thor Bishopric, président national de l'ACTRA, et Wendy Crewson.

Nous vous remercions d'être des nôtres aujourd'hui.

**Mme Wendy Crewson (Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists):** Tout le plaisir est pour nous. Merci de nous avoir invités.

**M. Thor Bishopric (président national, Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists):** Bonjour, madame la présidente et honorables membres du comité.

Je m'appelle Thor Bishopric. Je suis un acteur de Montréal et président national de l'ACTRA, l'Alliance des artistes canadiens du cinéma, de la télévision et de la radio. J'ai rencontré bon nombre d'entre vous dans le passé et je suis ravi d'être ici aujourd'hui. L'ACTRA est une organisation nationale qui représente plus de 21 000 artistes de spectacle professionnels qui travaillent dans les médias d'enregistrement en langue anglaise au Canada.

Je suis accompagné aujourd'hui de Wendy Crewson, l'une des artistes de spectacle les plus connues et les plus distinguées au Canada. Vous l'avez peut-être vue dans *Air Force One*, film dans lequel elle jouait la femme du président des États-Unis, incarné par Harrison Ford; ou encore avec Robin Williams et Sam Neill dans *Bicentennial Man*; ou avec Robert Redford, Helen Mirren et Willem Dafoe dans *The Clearing*; dans *Twelve Mile Road* avec Tom Selleck; dans *The Last Brickmaker in America* avec Sidney Poitier, ou bien dans *The 6th Day* avec Arnold Schwarzenegger, qui était une covedette importante.

**Une voix :** Oh, je l'ai vu celui-là.

**Des voix :** Oh, oh!

**M. Thor Bishopric :** Vous la reconnaissez peut-être aussi pour l'avoir vue dans la très populaire série *24 heures chrono* avec Kiefer Sutherland.

Toutes ces productions ont deux choses en commun, Wendy Crewson et Hollywood, mais Wendy est une artiste canadienne et fière de l'être qui demeure déterminée à faire carrière et à contribuer à l'industrie chez nous. Par exemple, Wendy vient de terminer le tournage de *The Louise Arbour Story*, coproduction tournée à Montréal et aux Pays-Bas, et vous vous rappellerez peut-être que Wendy a joué le rôle de Sue Rodriguez dans le film *The Sue Rodriguez Story*, et vous vous rappellerez de ses rôles dans *The Many Trials of One Jane Doe* et dans *Sex Traffic*, films canadiens ayant des thèmes universels présentés dans une perspective canadienne.

Je suis heureux que Wendy, qui est revenue vivre au Canada il y a trois ans, soit avec moi aujourd'hui pour m'aider à exprimer comment la politique du long métrage se répercute sur les artistes de spectacle.

Premièrement, je voudrais vous rappeler en quoi consiste mon organisation, l'ACTRA. Nos 21 000 membres sont des artistes de spectacle professionnels travaillant à leur propre compte pour qui l'avenir culturel du Canada est un enjeu majeur. Lorsqu'il y a beaucoup de possibilités de travail dans les secteurs du film et de la télévision, nous en sommes avantagés. Nos membres croient passionnément que le Canada a besoin d'une solide présence canadienne partout où des produits et services du divertissement et de l'information sont créés et distribués. Nous croyons aussi passionnément en la créativité canadienne et en notre capacité de raconter et d'interpréter nos propres histoires. C'est pourquoi nous sommes ravis d'être ici aujourd'hui dans le cadre de ce processus public pour examiner l'avenir du film, de la télévision et des autres médias canadiens.

J'inclus la télévision et les autres médias parce que nous croyons que ces médias sont très étroitement associés pour les artistes de spectacle et les créateurs.

•(1010)

**Mme Wendy Crewson:** L'histoire du long métrage canadien anglais ressemble à celle du garçon dans le récent film canadien intitulé *Saint Ralph*. J'ignore combien d'entre vous ont vu ce film—qui l'a vu? Vous voyez, c'est très révélateur de l'état du cinéma au Canada anglais.

C'est l'histoire d'un garçon qui rêve de gagner le marathon de Boston. En dépit de toutes les embûches, il s'entraîne et participe au marathon et, bien qu'il ne termine pas premier, il obtient assurément un certain succès. À première vue, on peut dire que produire un long métrage couronné de succès au Canada, ça semble à peu près aussi probable que de remporter le marathon de Boston pour un garçon de 12 ans. Nous rivalisons avec les meilleurs, les plus brillants et les plus riches du monde. Malheureusement, trop souvent, nous ne réussissons pas, mais nous devons continuer d'essayer. Nous ne cessons de rêver et nous essayons sans relâche et quand nous avons du succès, nous devons le crier sur les toits.

Lundi soir, j'assistais à la cérémonie des prix Génie, qui est censée être notre occasion de célébrer le cinéma canadien. Comme M. Kotto le sait bien, les films français connaissent une réussite exceptionnelle. Ils ont un auditoire phénoménal. Ce sont des films brillants qui parlent aux gens. Le film canadien anglais est à l'agonie. Ce patient ne survit que grâce à un système de maintien des fonctions vitales; il lui faut plus d'aide, et les dramatiques télévisuelles et les longs métrages sont l'outil culturel le plus puissant que nous ayons. C'est la clé de voûte de notre culture.

Quand un artiste de spectacle travaille, il se trouve en fait à présenter un miroir à notre société. C'est ainsi qu'une société arrive à se comprendre. C'est ainsi que nous pouvons voir notre visage. C'est ainsi que nous reconnaissons notre tribu, en regardant ces dramatiques et ces longs métrages. Que voyons-nous quand nous allons au cinéma? Que voyons-nous quand nous allumons la télévision? Nous ne nous voyons pas nous-mêmes. Nous voyons notre voisin. Comment cela va-t-il se répercuter sur la santé culturelle de notre pays, à la longue? Ce sera catastrophique.

C'est le principal moyen pour les Canadiens de raconter et de diffuser leurs histoires. Nous parlons de nos héros, nous parlons de nos méchants à nous, de nos échecs, de notre insécurité, de nos succès.

D'aucuns soutiennent que seules les forces du marché devraient déterminer quelles productions survivent sur nos ondes et sur nos écrans, mais cet argument du libre marché ne tient pas au Canada. Le film canadien de langue anglaise, de même que la dramatique

télévisuelle, est très vulnérable à la domination de Hollywood et au dumping d'émissions américaines sur les ondes au Canada. L'aide gouvernementale est essentielle pour la production de dramatiques et de longs métrages canadiens.

Mais ce n'est pas une situation particulière au Canada. Comme vous le savez, des pays comme l'Australie, la Grande-Bretagne, l'Allemagne et la France produisent tous des longs métrages qui obtiennent de bons succès commerciaux. Ils ont aussi des émissions de télévision qui sont parmi les dix émissions les plus écoutées, et c'est parce que leur gouvernement fournit une aide financière directe à l'industrie. La France ne va pas se croiser les bras et laisser les Français regarder des émissions allemandes. Cela n'arrivera jamais. Et pourtant, ici au Canada, nous nous contentons des émissions américaines. Les États-Unis et l'Inde sont les deux seuls pays qui ne financent pas directement la production télévisuelle et cinématographique nationale, parce que leurs propres marchés intérieurs et d'exportation sont suffisamment importants pour soutenir de nouvelles productions en l'absence de toute aide gouvernementale. Ce sont les deux seuls pays du monde qui sont dans ce cas.

Maintenant, je sais que vous savez que le secteur canadien du film et de la télévision a un chiffre d'affaires annuel de 4,93 milliards de dollars et emploie plus de 133 000 Canadiens. L'aide financière publique, en moyenne, au cours de la période de 1996 à 2003, s'est élevée à environ 16 p. 100 du total de toutes les productions canadiennes certifiées par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens. Ces données montrent que pour chaque dollar d'aide gouvernementale, notre industrie a trouvé plus de 6 \$ de financement d'autres sources. C'est un merveilleux investissement. Même si ce n'était que la moitié de cette somme, pour la santé culturelle de notre pays, cela demeure un bon investissement.

Dans le récent discours du Trône, on a pris l'engagement de promouvoir des politiques culturelles qui aspirent à l'excellence, renforcent les bases sociales du pays et garantissent au Canada une place enviable et influente dans le monde. Ces objectifs énumérés dans le discours du Trône ne seront atteints que si l'on consent un engagement financier suffisant dans des programmes appuyant la création dans les secteurs du film, de la télévision et des médias d'information.

Le Fonds canadien de télévision, Téléfilm Canada, la SRC et l'Office national du film sont des organismes financés par le gouvernement qui jouent un rôle crucial dans la création et la diffusion des productions canadiennes, en particulier les dramatiques canadiennes. Ces organismes doivent être maintenus.

•(1015)

*Du scénario à l'écran*, la politique du long métrage qui a été présentée en octobre 2000, a été favorablement accueillie par les créateurs canadiens. Dans le cadre de cette politique, on se proposait d'accorder une aide financière aux scénaristes, aux nouveaux cinéastes, aux réseaux parallèles de distribution et aux productions à petit budget, objectifs que l'ACTRA préconisait depuis de nombreuses années. Cela ne ressemblait pas à la politique télévisuelle absolument catastrophique adoptée par le CRTC en 1999, qui s'est avérée avoir des conséquences désastreuses pour la production télévisuelle de dramatiques anglophones.

Un certain succès a été observé depuis 2000 à la suite de l'introduction de la politique canadienne du long métrage. Cependant, les recommandations n'ont pas toutes été reprises. La politique du long métrage n'a pas donné lieu à un suivi suffisant pour appuyer la promotion et la distribution de films canadiens à l'intérieur du Canada, pas plus que la politique n'a reconnu qu'il existe des marchés distincts pour les films en anglais et les films en français et que ces deux marchés doivent être traités différemment.

Accroître l'auditoire des films canadiens est un objectif valable, mais il demeure très difficile pour les Canadiens de trouver un film canadien à regarder. À moins de vivre dans une grande ville canadienne, on a très peu d'occasions de voir un film canadien. La blague qui circule à Toronto est qu'à moins de l'attraper dans les dix minutes de son passage au Carlton, c'est trop tard, il est parti. Il n'y a aucune possibilité de voir ces films.

Le gouvernement fédéral doit continuer à appuyer un secteur canadien du long métrage animé par une diversité de producteurs de différentes régions. La politique doit veiller à ce que les objectifs culturels continuent d'être pris en compte. Pour être admissible à titre de film canadien ayant droit à l'aide financière du Fonds de financement de longs métrages canadiens, sauf dans le cas d'une coproduction, il est essentiel qu'une production respecte le critère des dix points sur dix et que le film soit écrit, joué et réalisé par des Canadiens. Il n'est tout simplement pas acceptable de considérer comme canadienne et digne d'être financée à même les deniers publics toute production ayant un score inférieur à dix points. Les films canadiens doivent être faits par et pour les Canadiens, d'abord et avant tout, et pour les marchés étrangers en deuxième lieu.

Il y a beaucoup de différences régionales qui doivent être prises en compte dans un pays comme le Canada. C'est un fait que la politique fédérale du long métrage et les politiques et programmes provinciaux et municipaux reconnaissent l'existence de besoins régionaux distincts. Les artistes de spectacle acceptent cette réalité; cependant, la politique canadienne du long métrage doit stipuler qu'il ne doit exister aucune ingérence dans la mobilité d'un artiste qui souhaite travailler dans n'importe quelle région du pays.

Enfin, pour ce qui est de la régie de la politique du long métrage, la communauté des créateurs doit avoir une influence sur la manière dont la politique est interprétée et mise en oeuvre. Il est absolument crucial que la communauté des créateurs—les scénaristes, les réalisateurs et les artistes de spectacle—soient représentés au Conseil consultatif sur le long métrage, de même qu'au conseil d'administration du Fonds canadien de télévision. Qui d'autres que les créateurs eux-mêmes sont les mieux placés pour s'assurer que les objectifs culturels soient toujours pris en compte dans les décisions prises par ces organismes de régie et au sein de ces comités?

• (1020)

**M. Thor Bishopric:** Je veux vous dire pourquoi l'aide financière gouvernementale est essentielle pour assurer l'avenir d'une industrie canadienne du film et de la télévision, et pourquoi la promotion et la distribution des films canadiens nécessitent également l'aide du gouvernement.

Nous ne pouvons pas compter faire des films au Canada sans l'aide du gouvernement. La contribution du gouvernement au fonds de financement de longs métrages canadiens doit être augmentée. Nous devons nous assurer que l'augmentation soit utilisée pour faire de meilleurs films qui non seulement sont divertissants, mais qui parlent aussi aux spectateurs d'eux-mêmes, de leurs espoirs et de leurs rêves.

Premièrement, il doit y avoir davantage de soutien au niveau du développement, surtout de l'écriture de scénarios. Même si ce sont les interprètes qui donnent vie aux personnages, un bon film commence toujours par un bon scénario. Une politique nationale du film doit continuer à appuyer un vaste éventail de films au Canada, dramatiques, comédies, longs métrages et courts métrages, si nous voulons atteindre notre objectif d'atteindre et de maintenir une part de 5 p. 100 du marché canadien. Il faudra une aide supplémentaire pour qu'il y ait le moindre espoir d'atteindre l'objectif de Wayne Clarkson, soit 10 p. 100 du marché d'ici 2010. Mais 10 p. 100, est-ce vraiment satisfaisant? Nous croyons que l'on devrait pouvoir voir beaucoup d'excellentes histoires canadiennes dans les cinémas d'un bout à l'autre du pays.

Téléfilm est une importante institution culturelle qui fournit l'aide la plus importante au secteur canadien du long métrage. Téléfilm administre également les traités de coproduction que le Canada a signés avec plus de 50 pays. Les traités de coproduction sont essentiels et doivent être maintenus. Il faut notamment renégocier un traité de coproduction favorable avec le Royaume-Uni, qui est le principal partenaire de langue anglaise du Canada pour les coproductions. Il est toutefois impératif, pour améliorer la politique de coproduction du Canada, qu'il ne soit plus possible d'engager du personnel de pays tiers qui ne sont pas signataires de traités pour des films réalisés en coproduction et certifiés comme films canadiens.

Nous avons été déçus d'apprendre l'année dernière que Téléfilm avait commandé un rapport pour appuyer une proposition qui affaiblirait les règles sur le contenu canadien et faciliterait davantage l'entrée d'éléments américains dans les productions canadiennes. Nous espérons que votre comité prendra connaissance de la fameuse étude réalisée par Ogilvy Renault, dans laquelle on prétendait examiner les contraintes imposées à notre industrie par la réglementation et dont les auteurs préconisent d'ouvrir toutes grandes les portes. On dit dans ce rapport que nous aurons une industrie florissante si nous faisons appel en plus grand nombre à des vedettes américaines.

Le Fonds canadien de télévision est l'un des piliers de la structure de financement complexe des productions canadiennes. Notre politique du long métrage a des répercussions directes sur la production de dramatiques pour la télévision. En l'absence d'un secteur télévisuel florissant présentant des histoires canadiennes au petit écran, nous ne pouvons espérer bâtir notre tradition d'histoires canadiennes racontées au petit écran. La production télévisuelle est un terrain d'éclosion des talents et il faut donc soutenir ce secteur. Chaque année, à l'automne, depuis bon nombre d'années, notre industrie retient son souffle dans la crainte qu'on annonce dans le prochain budget une réduction des crédits accordés au FCT. Notre industrie doit savoir qu'elle peut compter sur l'engagement du gouvernement quant au financement stable et à long terme du FCT.

Les crédits d'impôt sont un élément important du financement des films canadiens et doivent être maintenus et même accrus. Ces derniers temps, l'industrie du film a reçu de bonnes nouvelles, certaines provinces clés ayant augmenté leurs crédits d'impôt provinciaux. L'ACTRA est d'avis que le crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne doit être porté à 30 p. 100. De plus, le crédit d'impôt pour les services à la production, qui est censé s'appliquer aux productions étrangères, devrait également être augmenté pour le porter à 18 p. 100.

Comme nous l'avons dit tout à l'heure, notre industrie a besoin d'un appui plus solide à l'étape du développement d'un film ou d'une émission de télévision. Un investissement accru à cette étape de la création débouche sur de meilleurs scénarios et de meilleurs films. Nous avons aussi recommandé un nouveau crédit d'impôt pour le personnel engagé à l'étape du développement du film. Les créateurs comme les réalisateurs, les acteurs et les concepteurs apportent une contribution cruciale aux premières étapes de l'élaboration de l'histoire.

• (1025)

**Mme Wendy Crewson:** Le financement de la production d'un film est très important, mais en fait, il ne représente que la moitié de l'équation. Sans vouloir paraître prétentieuse, quand je travaillais avec Harrison Ford au tournage de *Air Force One*, nous avions coutume de nous plaindre de cette tâche harassante qu'est la promotion du film avant sa diffusion. Il devait s'envoler vers le Japon et d'autres pays pour donner des interviews à des gens qu'il n'aimait pas et parler de choses dont il ne voulait pas parler. Je lui ai dit : « Seigneur, ça doit être dur ». Il m'a répondu qu'on ne le payait pas tout cet argent pour faire ce qu'il adorait faire, c'est-à-dire tourner le film, qu'on le payait pour vendre le film. C'est un élément crucial. Nous devons comprendre que pour qu'un film ait du succès, il faut qu'il soit vu. Les gens doivent connaître l'existence d'un film avant de décider d'aller le voir.

Avant l'adoption de la politique du long métrage en 2000, les deux tiers des longs métrages canadiens avaient des budgets de mise en marché inférieurs à 150 000 \$. Cela ne sert quasiment à rien. En comparaison, les productions des studios de Hollywood avaient en moyenne un budget de 37 millions de dollars pour les copies et la publicité. La politique du long métrage a accru le budget de mise en marché des films financés par Téléfilm pour le porter en moyenne à 421 000 \$ par production, ce qui est déjà quelque chose. On a au moins l'espoir de le faire connaître du public.

Téléfilm doit continuer de fournir un soutien pour la mise en marché et la promotion si l'on veut que les films canadiens trouvent leur auditoire. Mais la mise en marché, ce n'est pas tout. Dans un communiqué de l'ACTRA se félicitant de l'annonce de la politique du long métrage en octobre 2000, l'ACTRA a signalé que l'étape suivante doit être de confronter le fait regrettable que le réseau de distribution de films du Canada appartient presque intégralement aux grands studios américains et est intégré dans leur système de promotion et de mise en marché des films de Hollywood.

Les films canadiens doivent être vus pour avoir du succès. Dans le cadre de cet examen de la politique du long métrage, il faut aborder la question de savoir comment faire en sorte que les films canadiens soient projetés sur les écrans des cinémas canadiens et sur nos écrans de télévision. La politique du long métrage doit ouvrir la fenêtre de la radiodiffusion aux films canadiens. Nos films doivent être diffusés davantage à la fois par la SRC et par les radiodiffuseurs privés, de même que sur les canaux traditionnels et les canaux spécialisés.

Au Royaume-Uni, on recommandait récemment dans un rapport que la BBC publie une stratégie pour la promotion des films britanniques. On plaide dans ce rapport en faveur d'une forte augmentation du budget de la BBC pour la diffusion de films britanniques modernes, à la fois les longs métrages et les courts métrages.

La SRC est l'institution culturelle porte-étendard du Canada, et il faut accorder à la SRC un financement accru, stable, à long terme. Sa grille horaire doit continuer d'être canadienne, de manière distincte et prédominante, notamment en diffusant des films canadiens.

Récemment, une décision gênante a été prise quand l'émission *Movie Night in Canada*, qui remplaçait *Hockey Night in Canada*, s'est mise à diffuser de vieux films à grand succès de Hollywood au lieu de films canadiens.

En général, on se rappelle d'un film pour les grandes performances des acteurs qui y jouent. L'outil de promotion le plus important d'un film, c'est le vedettariat. Le succès au guichet des films de langue française est en grande partie attribuable à l'existence au Québec d'un système de vedettariat qui permet aux artistes de spectacle d'être la vedette d'émissions de télévision populaires et de longs métrages réalisés pour être distribués au Québec.

Malheureusement, il n'existe pas de système de vedettariat semblable chez nous. On n'a pas permis l'apparition d'un tel système au Canada anglais dans le marché du film et de la télévision. Les médias de langue anglaise ne semblent pas célébrer les réalisations des artistes de spectacle et, d'une certaine manière, nos propres agences gouvernementales ont fait obstacle dans le passé à l'émergence d'un vedettariat. On dirait que nos films sont souvent identifiés par leurs producteurs ou leurs réalisateurs, mais presque jamais par les artistes qui y jouent les rôles principaux.

La détermination de Téléfilm de créer des films commerciaux se reflète dans le fait qu'en 2002, l'agence a relâché les contraintes qui pesaient sur le recours à des acteurs étrangers dans des films canadiens. Dans le cadre d'une entente conclue l'année dernière, Téléfilm a payé un cachet considérable à la Creative Artists Agency aux États-Unis pour que cette firme de Hollywood apporte son aide à l'élaboration et à la mise en marché de films canadiens. L'ACTRA était contre cette politique, naturellement. Au lieu de recourir à une agence artistique américaine—nous avons beaucoup d'excellentes boîtes canadiennes dans ce domaine—, la politique devrait plutôt encourager la mise en vedette des artistes de spectacle et autres créateurs dans les films canadiens anglais. Inutile de dire que nous sommes très heureux que cette politique ait été abandonnée.

• (1030)

Disons-le clairement : nous ne sommes pas contre les films commerciaux, loin de là. Croyez-moi, tout le monde veut être au générique d'un grand succès commercial. Nous ne sommes pas contre les productions étrangères au Canada, parce que les services à la production étrangère ont aidé à bâtir notre infrastructure, mais quand il s'agit de raconter des histoires canadiennes à des auditoires canadiens, nous sommes catégoriquement contre l'importation d'artistes américains pour incarner les personnages de nos histoires.

**M. Thor Bishopric:** On parle beaucoup de convertir nos cinémas au numérique et l'on dit que cela va créer davantage de possibilités pour la diffusion de nos propres films. Au lieu d'avoir des systèmes de distribution monolithiques, nous devrions nous diriger vers un réseau numérique, un intranet de cinéma. Le conseil du film du Royaume-Uni—nous nous tournons encore une fois vers le Royaume-Uni—investit actuellement dans l'installation de projecteurs numériques pour 250 écrans aux quatre coins du pays. Leur réseau d'écrans numériques doit devenir un élément clé de la stratégie du Conseil du film du Royaume-Uni pour élargir l'éventail de films projetés partout au Royaume-Uni et surtout pour accroître l'accès à des films spécialisés, autres que les films de grande diffusion.

Il est important de suivre de près cette initiative financée par le gouvernement, car l'objectif est d'appuyer le secteur britannique du long métrage et des émissions spécialisées. Une initiative semblable au Canada aurait le potentiel de changer pour le mieux le paysage du cinéma canadien. Une politique canadienne du film doit encourager la technologie à contribuer à l'atteinte de nos propres objectifs culturels. Le Canada devrait s'inspirer de l'exemple du Royaume-Uni et peut-être le reprendre à son compte.

En terminant, je voudrais passer en revue les points que nous avons abordés aujourd'hui. Le Fonds canadien de télévision doit être maintenu et son budget doit être accru. Si nous voulons sérieusement créer une tradition cinématographique au Canada, nous croyons que le budget devrait être porté à 200 millions de dollars. Les crédits d'impôt doivent être augmentés—il faut porter à 30 p. 100 le crédit d'impôt pour production cinématographique ou magnétoscopique canadienne et à 18 p. 100 le crédit d'impôt pour les services à la production. Il faut renforcer le soutien à l'étape cruciale du développement. La politique du long métrage doit diriger davantage d'argent vers la promotion et la distribution, notamment en ouvrant plus grande une deuxième fenêtre pour la radiodiffusion.

Un secteur télévisuel solide mettant l'accent sur la production de dramatiques encouragera la création de longs métrages. Nous devons célébrer les performances canadiennes. Nous avons besoin d'un système de vedettariat au Canada anglais.

Enfin, je voudrais en terminant vous donner un autre point de vue sur le cinéma canadien. La semaine dernière, le Musée d'art moderne de New York, le MoMA, a annoncé qu'il reprendra l'année prochaine sa rétrospective du cinéma canadien qui a connu beaucoup de succès. Le reste du monde aime beaucoup nos films; nous devrions les aimer, nous aussi.

Je vous invite à prendre connaissance de notre mémoire écrit, qui en dit plus long sur toutes ces questions.

Je vous remercie beaucoup pour votre attention. Nous nous ferons un plaisir de répondre à vos questions.

**La présidente:** Merci.

Je tiens à remercier particulièrement Mme Crewson d'avoir été si modérée dans ses commentaires. En l'écoutant, je me disais constamment : pourquoi ne nous dit-elle pas ce qu'elle ressent vraiment?

**Mme Wendy Crewson:** Oui, ce que je ressens vraiment!

**La présidente:** Merci.

Lequel d'entre vous va commencer? Madame Oda.

**Mme Bev Oda:** Merci beaucoup.

Je vous souhaite la bienvenue, monsieur Bishopric et madame Crewson.

Je voudrais d'abord faire une observation. Je sais que même avec les témoins précédents, nous avons discuté d'histoires canadiennes racontées par des Canadiens, etc., et on a fait le commentaire qu'il fallait faire concurrence aux meilleurs et aux plus brillants. Je conteste cette affirmation, parce que je crois que nous sommes les meilleurs et les plus brillants. Je pense que l'obstacle tient plus à la structure de l'industrie qu'à notre talent. Nous avons énormément de talent chez nous. Malheureusement, nous avons exporté notre talent pour appuyer les industries d'autres pays.

Le créateur est important. Je pense que nous avons des créateurs chez nous. Nous avons des histoires à raconter, évidemment. Nous avons la technologie et les compétences techniques. De ce point de vue, nous sommes aussi bons sinon meilleurs que n'importe qui

d'autre. Il faut toujours du soutien, il faut toujours de l'encouragement, mais ce n'est pas ce qui nous manque.

Je pense que vous nous avez donné un aperçu vraiment complet, surtout dans votre mémoire écrit.

Notre temps est limité. Je veux vous parler d'un aspect particulier que vous avez évoqué, parce que c'est là que la concurrence entre en jeu. Il s'agit de l'argent consacré à la mise en marché et à la promotion. Vous avez signalé que nous avons de la concurrence à ce niveau. Les frontières n'existent pas du point de vue du marché. Nous n'avons pas de magazines comme *People*, *Us*, *Today*, qui sont vendus partout et qui servent d'outils pour la promotion.

À la dernière séance du comité, nous avons aussi discuté avec des distributeurs étrangers, et ceux-ci nous ont dit qu'ils n'étaient pas en mesure de contribuer parce que, comme on l'a dit tout à l'heure, s'ils assurent la distribution, cela empêche le projet d'avoir accès à d'autres sources d'aide gouvernementale.

Je vais vous présenter un scénario. Prenons un projet qui a un score de 10 sur 10; si l'on ouvrait la porte à un distributeur étranger qui pourrait utiliser son propre argent pour faire la promotion et la mise en marché du film, comment réagiriez-vous à cette suggestion?

• (1035)

**Mme Wendy Crewson:** Du point de vue technique, nous devons permettre l'investissement étranger...

**Mme Bev Oda:** Vous savez qu'actuellement, c'est un projet qui a 10 sur 10, n'est-ce pas? Nous avons un distributeur canadien, Alliance Atlantis. Ce que je propose, c'est que vous puissiez aussi vous adresser à la Warner Bros. ou à tout autre distributeur américain pour assurer la distribution du film.

**M. Thor Bishopric:** La distribution au Canada?

**Mme Bev Oda:** Oui, au Canada. Ils ne se contenteraient probablement pas de le distribuer au Canada; ils s'occuperaient de la distribution en Amérique du Nord, ou...

**M. Thor Bishopric:** Nous sommes prêts à admettre que la concurrence est très vive dans notre secteur. Auparavant, Alliance Atlantis défendait les acteurs canadiens, c'était le premier employeur du secteur privé dans la production de films.

**Mme Bev Oda:** En effet.

**M. Thor Bishopric:** La compagnie s'est retirée de la production de dramatiques canadiennes. Ce n'était pas assez rentable. Elle était et je suppose qu'elle est encore notre principale entité pour la distribution au Canada. Ses dirigeants ont fait savoir assez clairement l'année dernière qu'ils aimeraient se retirer du secteur de la distribution de films canadiens pour se concentrer sur leur lucratif réseau de distribution de produits américains.

**Mme Bev Oda:** En effet.

**M. Thor Bishopric:** Cela fait ressortir toute l'importance de la réglementation au Canada.

Beaucoup de compagnies, à l'instar d'Alliance Atlantis, ont connu une bonne croissance en profitant du soutien structurel, des crédits d'impôt et d'autres formes de financement. Ensuite, malheureusement, on constate que leur engagement envers le programme s'évanouit. Après s'être dotées de l'infrastructure voulue pour exploiter le marché de la distribution sur une plus grande échelle, ces compagnies se détournent de ce qu'elles devraient faire, du noyau de leurs activités.

**Mme Bev Oda:** Mais ce que je vous dis, monsieur Bishopric— c'est un débat d'idées que nous avons ici—, c'est que si l'on essaye de forcer une entité, par règlement ou par décret gouvernemental, à poursuivre à contrecœur ses activités dans un domaine qui ne l'intéresse plus, j'ignore combien d'énergie et de détermination la compagnie en question sera prête à y consacrer.

Je réfléchis tout haut. Y aurait-il moyen d'utiliser de l'argent étranger pour appuyer nos projets canadiens? Si c'est un projet qui a 10 sur 10, et si, comme vous l'avez signalé, la totalité des créateurs canadiens... Si notre principal distributeur canadien répugne à appuyer des projets canadiens, ne pourrait-on pas ouvrir la porte à des distributeurs étrangers en leur permettant d'utiliser leur propre argent pour assurer la mise en marché et la promotion? Ils le feront alors non seulement au Canada, mais comme pour n'importe lequel de leur projet, dans l'ensemble de l'Amérique du Nord.

**Mme Wendy Crewson:** Mais je ne comprends pas. Comment ouvririez-vous la porte...?

**Mme Bev Oda:** Cela leur est interdit actuellement, parce que si les promoteurs d'un projet veulent avoir accès au FCT ou à d'autres sources de financement, il leur est impossible de faire appel à un distributeur étranger. Il faut un distributeur canadien.

**M. Thor Bishopric:** Pour revenir à ce que je disais sur la réglementation, si l'on prend le cas de la télévision, ces compagnies-là ont un permis qui les autorise à faire de l'argent, essentiellement. Nous leur donnons une licence d'exclusivité pour utiliser les ondes publiques, et elles ne veulent pas dépenser le moindre sou de leur propre argent pour leur programmation parce que, comme Leonard Asper l'a dit récemment au congrès de l'ACR, nous ne produisons pas d'émissions canadiennes parce que cela coûte trop cher. C'est aussi simple que cela. Nous ne pouvons pas le faire. Alors pourquoi leur donne-t-on une licence qui les autorise à utiliser les fréquences publiques? Voilà la question.

Si l'on considère le secteur de la distribution du film au Canada, que l'on a malheureusement cédé il y a des décennies de cela, les Américains se sont appropriés le Canada en tant qu'élément de leur marché intérieur dans les années 30 et depuis lors ils ont intégré toute leur distribution à l'échelle du pays, d'un océan à l'autre. À un moment donné, il faut afficher notre fierté d'être qui nous sommes. Nous devons défendre ce en quoi nous croyons et affirmer que nos organes de distribution distribueront les films canadiens.

Dans ce contexte, il nous faut offrir des incitatifs. C'est une triste réalité. D'autres pays ont pris des mesures en ce sens et comme nous l'avons dit plus tôt, ils ont récolté un succès considérable. Ils ont maintenant une tradition culturelle.

L'un des problèmes liés au fait d'inviter les gros bonnets d'Hollywood à la table pour discuter de distribution, c'est qu'ils voudront exercer un contrôle sur le processus de création. Si l'on prend les films à succès en provenance d'Irlande, d'Australie ou de Nouvelle-Zélande, ce ne sont pas des films à grand déploiement qui tentent de séduire le marché américain. C'est l'histoire d'un travesti qui voyage en autobus partout en Australie. C'est l'histoire d'un petit garçon qui veut être danseur de ballet. C'est l'histoire de femmes qui posent nues pour un calendrier. Ce sont des histoires qui sont spéciales pour les gens qui les racontent. Elles ont un cachet d'authenticité. Lorsque ces films sont présentés en Amérique et à l'étranger, ils sont pris en charge par un distributeur parce que ce sont de merveilleuses histoires que l'on peut vendre à profit.

Lorsque nous disons qu'il faut investir dans la promotion et la distribution de films canadiens, nous ne préconisons pas de dépenser des fonds pour faire la promotion d'un film canadien aux États-Unis.

Cela se fera automatiquement. Il faut générer un marché autonome de la création ici, où il se fait davantage de production, où il y a une abondance de scénarios et où l'on fait moins de mauvais films et plus de bons films parce que la créativité est davantage stimulée. Si nous pouvons distribuer les bons films et qu'ils trouvent des auditoires au Canada, ils seront repris ailleurs dans le monde, et c'est là l'avantage pour les producteurs.

● (1040)

**Le président:** Merci beaucoup.

Monsieur Lemay ou monsieur Kotto.

[Français]

**M. Marc Lemay (Abitibi—Témiscamingue, BQ):** Monsieur Bishopric, madame Crewson, merci d'être là. Je m'en serais voulu de manquer cette matinée extraordinairement bien lancée par ceux qui vous ont précédés à cette table, M. Malavoy et M. Fleming. Je pense que nous touchons aujourd'hui avec vous le cœur de notre consultation. M. Malavoy a commencé, et je pense que nous allons maintenant toucher l'essence de nos travaux.

Je vais commencer par un petit commentaire. Madame Crewson, je vous ai remarquée lorsque vous êtes entrée et je me suis demandé où je vous avais vue. Était-ce à la télévision? Était-ce dans un film? Je ne le savais plus. Lorsque M. Bishopric vous a présentée, je me suis dit que, contrairement à M. Kotto, vous pouviez marcher sur le trottoir à Ottawa, à Toronto, à Vancouver ou à Winnipeg sans vous faire remarquer parce qu'il n'y a pas de star-système chez vous, au Canada anglais. Nous en avons un au Québec, et il est très poussé. Vous me voyez probablement venir.

Maka Kotto joue dans un film, mais il joue aussi à la télévision. Il y a au Québec une intégration qu'il n'y a pas au Canada anglais. Voici ma question. Selon vous, pourquoi n'y a-t-il pas d'intégration? Madame et monsieur, vous êtes des représentants des acteurs. Je ne comprends pas qu'on ne vous connaisse pas. On connaît notre bon ami Jim Carrey, qui fait des films aux États-Unis. Pourquoi ne vous voit-on pas à la télévision? Pourquoi ne vous voit-on pas dans des dramatiques au Canada anglais? Bien évidemment, je comprends: c'est qu'il n'y a pas de star-système chez vous. Cela ne m'entre pas dans la tête lorsque je regarde la télévision en anglais. Pouvez-vous m'expliquer cela?

● (1045)

[Traduction]

**Mme Wendy Crewson:** Oui, absolument. C'est incroyablement simple et triste.

Nous n'avons plus d'industrie de la télévision. La décision rendue par le CRTC en 1999 a carrément tué les dramatiques canadiennes à la télévision. Elle a ouvert la porte aux radiodiffuseurs. Elle a assoupli la réglementation et permis aux radiodiffuseurs d'affirmer qu'il n'y avait pas lieu de s'inquiéter et qu'en dépit de l'absence de toute obligation d'ordre réglementaire, ils veilleraient à intégrer un contenu canadien à la télévision. Or, ils ne présentent pas de contenu canadien à la télévision. Ils présentent des émissions de cuisine le lundi matin et ils considèrent que cela représente un contenu canadien. Il n'y a pas de dramatique. Nous sommes passés de 12 séries dramatiques au Canada anglais à...

[Français]

**M. Marc Lemay:** Attendez. Vous allez m'expliquer cela, car je veux vraiment comprendre. Vous dites qu'en 1999, il y a eu une décision du CRTC.

[Traduction]

**Mme Wendy Crewson:** Oui.

[Français]

**M. Marc Lemay:** Que disait-elle?

[Traduction]

**Mme Wendy Crewson:** Le CRTC a exempté les radiodiffuseurs de l'obligation de présenter du contenu canadien aux heures de grande écoute. Il a aussi allégé ses exigences au titre des dépenses à cet égard car les radiodiffuseurs estimaient qu'ils ne faisaient pas suffisamment d'argent.

**Mme Bev Oda:** Je suis désolée. Puis-je apporter une précision?

Le CRTC n'a pas réduit la quantité de contenu canadien. Il n'a pas allégé ses exigences concernant le contenu canadien. Il a élargi la gamme des émissions qui pouvaient être incluses dans le contenu canadien.

**Mme Wendy Crewson:** Oui, exactement. Je parlais du contenu canadien des dramatiques. Au lieu des dramatiques canadiennes, c'est...

[Français]

**M. Marc Lemay:** Je vais vous demander de nous faire parvenir vos notes. J'aimerais qu'on les distribue aux membres du comité, parce que ce que vous dites est essentiel. Depuis 1999, la situation est très difficile. Vous n'existez plus. C'est bien ce que vous dites?

[Traduction]

**Mme Wendy Crewson:** C'est navrant.

[Français]

**M. Marc Lemay:** Que fait-on maintenant pour rétablir la situation?

[Traduction]

**M. Thor Bishopric:** Nous comparaissons devant de multiples comités à Ottawa pour expliquer la situation désastreuse qui est la nôtre. Nous formons des coalitions comme la Coalition canadienne des syndicats de l'audiovisuel. Nous avons soumis des mémoires au CRTC et rencontré ses représentants.

Il s'agit là d'une composante cruciale. Il n'est donc pas étonnant que nous en parlions dans le contexte des longs métrages. Essentiellement, nous avons présenté des idées au CRTC. Nous avons dit que s'il envisageait d'introduire de nouvelles carottes, de nouveaux incitatifs, il faudrait aussi qu'il restaure une réglementation serrée. Le problème, c'est qu'il a pris notre idée, qu'il a lancé un nouvel incitatif qui donne aux radiodiffuseurs davantage de possibilités de générer des revenus, mais sans pour autant imposer la réglementation requise. Voilà pourquoi nous avons plaidé auprès de la ministre Frulla, de Sam et d'autres intervenants pour que soit adopté un décret en conseil ordonnant au CRTC de réexaminer sa décision de 1999, qui a été catastrophique.

Il faut se rappeler que nous sommes en présence d'une industrie entièrement intégrée. Cela ne veut pas dire pour autant que les créateurs et les artistes peuvent passer facilement de la télévision au grand écran. Il s'agit d'une intégration favorable aux radiodiffuseurs. Lorsque les mêmes entités possèdent les médias de distribution, les

journaux, il est facile de comprendre pourquoi et comment ils font la promotion croisée de leurs productions.

L'explication la plus simple, c'est que leurs dirigeants financiers ont un argument de poids. Selon cet argument, ils ne souhaitent pas le succès de la programmation canadienne car ils seront ainsi obligés d'y investir davantage et de dépenser plus. Plus longtemps ils pourront démontrer qu'il n'y a pas d'auditoire pour le contenu canadien, plus longtemps ils pourront jouir des avantages liés au fait d'être radiodiffuseurs, sans pourtant devoir jouer leur rôle convenablement.

**Mme Wendy Crewson:** Sans assumer leurs responsabilités.

**M. Thor Bishopric:** Sans assumer leurs responsabilités.

[Français]

**M. Marc Lemay:** Merci.

[Traduction]

**La présidente:** Je vais mettre fin à la période des questions, si vous le voulez bien, et je vais vous expliquer pourquoi. Dans bien d'autres villes où nous tiendrons des audiences, des acteurs comparaitront devant nous, et nous devons régler une ou deux questions administratives.

Je vous mettrai en tête de liste la prochaine fois.

**M. Charlie Angus:** Je ne sais pas. Je ne suis pas d'accord parce que...

**La présidente:** Je vais lui accorder une brève question.

● (1050)

**M. Charlie Angus:** C'est une question brève étant donné qu'on me coupe...

**La présidente:** Je suis désolée, Charlie. C'est simplement que le temps nous manque.

**M. Charlie Angus:** Dans ce cas, je me contenterai d'une question.

**La présidente:** Un autre comité nous succède dans la salle.

**M. Charlie Angus:** On constate que la décision du CRTC en 1999 a eu une forte incidence sur votre secteur. Comparativement à tous les intervenants que nous avons entendus autour de cette table, votre message est différent. Vous souhaitez être présents dans ces domaines, faire partie de conseils voués à la réglementation. Lorsque le projet de loi C-18 nous a été soumis, nous avons essayé d'y faire adopter un amendement parce que nous jugions très important qu'un réalisateur ou un artiste siège au conseil. De l'avis des membres du comité, les artistes auraient nécessairement eu un intérêt pécuniaire à l'égard des productions canadiennes.

En tant qu'artiste, êtes-vous d'avis que vous ne pourriez pas siéger à un conseil comme celui-là parce que vous ne pourriez faire autrement qu'être influencée par votre intérêt pécuniaire?

**Mme Wendy Crewson:** C'est plutôt dur, et même un peu ridicule. Nous devrions être...

**M. Thor Bishopric:** Permettez-moi de vous fournir un exemple. Nous avons demandé au Comité consultatif sur le long métrage d'y nommer un acteur délégué, et cela nous a été refusé. On a plutôt cherché quelqu'un qui n'était pas affilié à l'organisation pour combler ce siège.

Dans notre mémoire écrit, nous préconisons qu'on fasse en sorte que des comités consultatifs comme celui-là tirent parti de l'opinion du milieu de la création. Peut-être aurait-on trouvé plus tôt des solutions à un certain nombre de ces problèmes si nos mémoires avaient été pris en compte et si notre voix avait été entendue.

Je vous remercie de reconnaître l'importance de notre contribution à cet égard. Nous sommes convaincus de pouvoir apporter beaucoup à des comités comme celui-là.

**M. Charlie Angus:** Mais pour ce qui est de l'intérêt pécuniaire, pensez-vous que vous pourriez...

**M. Thor Bishopric:** Permettez-moi de répondre. Qui siège à ces conseils maintenant? En fait, de nombreux artistes qui avaient été nommés de façon indépendante ont cessé de participer. En conséquence, il ne reste qu'une poignée de producteurs. Qui a un intérêt pécuniaire, sinon les producteurs qui possèdent les droits d'auteur, qui contrôlent la distribution et qui, en bout de ligne, empochent les profits? En général, les acteurs ne deviennent pas riches chez nous. Je suis sûr que les gens savent cela.

**M. Charlie Angus:** Merci.

**La présidente:** Scott, vous étiez le prochain sur la liste. Voulez-vous glisser une question ou préférez-vous attendre que nous rencontrions les mêmes personnes à Toronto?

**M. Thor Bishopric:** À titre de précision, je signale que vous ne nous reverrez pas. Nous aurons d'autres représentants; en tout cas, nous l'espérons.

**Mme Wendy Crewson:** Pour ma part, je vais me déplacer jusqu'à l'autre bout du pays. Par conséquent, je vous reverrai.

**La présidente:** J'invite M. Lemay à consulter le procès-verbal de la séance d'aujourd'hui. Il saura alors pourquoi votre visage lui est familier.

**M. Scott Simms:** Je voulais simplement parler du vedettariat, dont il a été question tout à l'heure. Je suis en quête d'information plutôt qu'autre chose.

On constate une grande différence. Nous avons beaucoup plus de succès avec les productions francophones dans les marchés francophones que du côté anglophone. Si nous approchons du 5 p. 100, c'est en majeure partie à cause de l'apport du secteur francophone.

Avant de venir ici, je pensais que c'était sans doute une question de langue, mais je comprends maintenant que cela n'explique pas tout. Ce succès tient à la façon dont les francophones gèrent les choses. C'était un simple commentaire. Si vous voulez y répondre, sentez-vous bien libre de le faire. Je garderai les autres questions dont je veux discuter pour la prochaine fois.

**La présidente:** La prochaine fois que nous rencontrerons des représentants de l'ACTRA, nous commencerons par vous et par M. Angus.

**M. Scott Simms:** Parfait. Merci beaucoup.

**La présidente:** Je vous remercie beaucoup. Nous vous reverrons bientôt, madame Crewson.

**Mme Wendy Crewson:** Merci.

[Français]

**La présidente:** Maka, nous devons étudier deux propositions.

[Traduction]

Excusez-moi. Il ne nous reste que cinq minutes. Ces échanges sont fascinants. C'est pourquoi je vous ai interrompu, Charlie, pas seulement parce que je ne vous aime pas—ce n'est pas vrai. Oubliez cela. Je corrigerai le compte rendu.

Nous devons examiner une motion concernant les services professionnels de David Black, notre expert-conseil pour notre étude sur l'industrie du film. La motion vise à prolonger son contrat. Son contrat actuel arrive à échéance à la fin de l'année financière, de

sorte qu'il faut lui accorder un nouveau contrat allant du 1<sup>er</sup> avril au 23 juin.

Gary en fait la proposition, appuyé par M. Simms.

(La motion est adoptée.)

• (1055)

**La présidente:** Merci beaucoup.

À propos de nos séances à Montréal, nous avons constaté un vif intérêt pour la conférence qui aura lieu à Montréal. Si vous voulez bien m'accorder votre confiance, avec l'aide de notre greffier, j'essaierai d'organiser un horaire pour la participation de tous les membres du comité. Il y a plusieurs ateliers qui, à mon avis, seraient très utiles pour notre étude. Nous pourrions peut-être nous répartir la tâche et nous disséminer dans les différents ateliers pour pouvoir couvrir le plus possible cette conférence.

Sommes-nous d'accord pour y consacrer une demi-journée?

**Mme Bev Oda:** La conférence aura lieu le mercredi 20 avril. Je suis en train de parcourir rapidement le programme, et je propose que nous privilégions le programme de la matinée plutôt que de l'après-midi. Cela nous aiderait dans notre travail.

**La présidente:** D'accord. Merci.

**M. Charlie Angus:** Cela aura lieu la semaine du 20 avril.

**La présidente:** Oui. Au cours des trois jours que nous passerons à Montréal.

On s'intéressera beaucoup à la nouvelle technologie. Je suppose que cela signifie que nous reporterons encore une fois la motion concernant la vérificatrice générale. Désolée, madame Oda.

J'aurais aimé avoir du temps pour parler de notre réunion avec la ministre au sujet du budget principal. M'autorisez-vous à essayer d'organiser quelque chose? Le comité souhaite-t-il consacrer une ou deux séances à ce sujet?

À vrai dire, j'aimerais inviter d'abord le sous-ministre et ses collaborateurs pour une séance d'information concernant le budget principal avant de recevoir la ministre. De cette façon, nous aurions l'occasion de leur poser certaines questions d'ordre technique. Si j'étais sous-ministre et que je devais comparaître devant un comité ou informer mon ministre sans avoir pu au préalable donner au comité en question un aperçu général du mandat du ministère et des défis qu'il doit relever, je refuserais peut-être d'y aller.

En conséquence, si vous le voulez bien, j'essaierai d'organiser une séance d'information au préalable pour que nous ayons une base solide pour interroger la ministre sur les orientations stratégiques.

Madame Oda.

**Mme Bev Oda:** J'avais compris que la ministre comparaitrait devant le comité le 12 avril. J'ai organisé mon horaire en fonction de cette date. Si la ministre comparait le 14 avril, je ne pourrai pas assister à la séance. Je vous demanderais de bien vouloir discuter de la date de comparution de la ministre avec tous les membres du comité avant de finaliser quoi que ce soit.

**La présidente:** M. Lahaie le fera.

Vous avez tous pris connaissance de la liste des témoins pour la semaine suivant la pause. Notre greffier vous la distribuera. Si vous avez quelque problème que ce soit, appelez le greffier.

[Français]

**M. Marc Lemay:** Mais on ne sera pas là.

[Traduction]

**La présidente:** La séance est levée.

---







**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.**