



Chambre des communes
CANADA

Comité permanent du patrimoine canadien

CHPC



NUMÉRO 028



1^{re} SESSION



38^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mercredi 6 avril 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 mercredi 6 avril 2005

• (1410)

[Traduction]

La présidente (Mme Marlene Catterall (Ottawa-Ouest—Nepean, Lib.)): Je crois que je devrais ouvrir officiellement la séance. Je déclare donc ouverte la séance du Comité permanent du patrimoine canadien, qui reprend son étude de l'industrie de la cinématographie au Canada.

Je suis ravie d'accueillir nos témoins de cet après-midi, que je remercie d'avoir pris le temps de se déplacer et qui se sont sans doute aussi beaucoup préparés en vue de cet après-midi. Nous vous en remercions.

Nous commençons donc par l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films. Nous vous avons regroupé, ce qui permet aux membres du comité de s'adresser à l'un ou l'autre de nos témoins et aussi d'alimenter la discussion.

M. Ted East (président, Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films): Merci, madame la présidente et mesdames et messieurs du comité permanent de nous donner l'occasion de comparaître aujourd'hui.

Je m'appelle Ted East, et je suis président de l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films. Je suis accompagné de Jeff Sackman, qui est président du conseil de notre association et aussi PDG de Thinkfilm, une compagnie canadienne de distribution éminente.

Nous formons une association commerciale sans but lucratif qui représente les intérêts des distributeurs et exportateurs de longs métrages appartenant à des entités canadiennes et sous contrôle canadien. Parmi nos membres figurent Alliance Atlantis Distribution, Christal Films, Domino Films, Equinox Films, Lions Gate Films, Mongrel Media, Seville Pictures, Thinkfilm, et TVA Films.

J'imagine que vous avez reçu notre mémoire que nous vous avons envoyé au début de février.

Par conséquent, nous voudrions profiter de notre présence ici pour nous attarder un peu plus à certains des points que nous avons soulevés dans notre mémoire et pour commenter certaines choses qui ont été dites lors d'autres séances de votre comité. Je crois savoir que certains des témoins se sont inquiétés de l'engagement pris par les distributeurs canadiens à distribuer des films canadiens, et Jeff et moi répondrons avec plaisir aux questions que vous pourrez avoir là-dessus.

La plupart de mes commentaires d'aujourd'hui toucheront particulièrement le Canada anglais. En effet, comme nous l'exposons dans notre mémoire, le marché du Canada anglophone et celui du Québec sont complètement différents en ce qui concerne leur développement et les défis qui les attendent. Voilà pourquoi une politique ou vision commune ne constitue pas, à notre avis, la stratégie la plus efficace. On nous a également promis qu'il nous serait possible de comparaître dans un deuxième temps à Montréal

devant votre comité pour traiter des questions propres au Québec. Par conséquent, le vice-président de notre association, Patrick Roy, de Alliance Atlantis Vivafilm, a consenti à comparaître accompagné d'au moins un autre représentant d'une autre compagnie de distribution au Québec.

Sachez d'abord que notre association reste fermement en faveur de l'objectif d'atteindre un pourcentage de 5 p. 100 de films canadiens dans les entrées au Canada. Cet objectif est parfaitement réalisable, d'une année à l'autre. Néanmoins, il reste encore beaucoup à faire, et particulièrement au Canada anglophone, pour y parvenir. De plus, mettre trop fortement l'accent sur les succès en salle pourrait ne pas être l'idéal à cette époque-ci. En effet, les Canadiens voient beaucoup plus de films dans le confort de leur foyer que dans les salles de cinéma. D'ailleurs, les entrées dans les salles ont chuté au point que Famous Players a décidé de diminuer considérablement le prix des billets pour essayer d'inciter les consommateurs à revenir dans les salles de cinéma.

Les années à venir vont modifier radicalement les habitudes des cinéphiles du Canada. Dans un avenir immédiat, nous aurons sur le marché dès cet automne des DVD à haute définition. Les signaux de télévision haute définition existent déjà. Par conséquent, la qualité du cinéma maison augmente considérablement d'une année à l'autre, ce qui fait du cinéma maison l'expérience qui se compare de plus en plus à celle du visionnement en salle. Le cinéma sur demande commence à exploser et les années qui viennent sont très prometteuses pour ce qui est de l'éventail incroyable de films offerts aux consommateurs.

La révolution du cinéma maison aura non seulement une incidence sur les salles de cinéma, elle changera aussi radicalement la façon dont les films sont financés, mis en marché et même retenus pour être diffusés en salle.

L'important, c'est que les Canadiens puissent voir des films canadiens et que les différents intervenants se fixent des objectifs qui reconnaissent et comprennent l'évolution de la situation. Nous devons nous fixer des objectifs pour aller chercher notre clientèle, et les résultats dans la vente des billets devraient en être un des éléments. L'objectif de 5 p. 100 est en effet réalisable. D'ailleurs, les chiffres récents montrent que nous y sommes presque. Mais ne nous leurrions pas : il reste encore beaucoup de travail à faire pour y parvenir ou pour que nous dépassions cet objectif de façon permanente.

Je voudrais signaler que , *Resident Evil: apocalypse* et *White Noise*, deux films mis en circulation au cours de la dernière année, ont totalisé des recettes brutes combinées de plus de 10 millions de dollars, ce qui contribuera grandement à atteindre l'objectif de 5 p. 100. Toutefois, ces deux films étaient des coproductions de l'extérieur du Canada et aucun des deux n'a reçu d'argent de Téléfilm Canada, même si Téléfilm a fourni du soutien à la mise en marché à l'un des deux. Les deux films ont été produits en vertu de l'ancien traité de coproduction du Royaume-Uni. Or, ce traité ayant été modifié, il y a fort à parier qu'aucun de ces deux films n'aurait pu se qualifier comme coproduction canadienne aujourd'hui.

J'en parle parce qu'il est possible que dans les années à venir, il y ait une légère baisse des ventes aux guichets au Canada parce que des films comme celui-là n'auront plus de contenu canadien. En outre, s'il y a une baisse d'un ou deux points de pourcentage, ce n'est pas nécessairement un recul, puisque notre objectif ici, c'est de nous concentrer sur des films canadiens originaux, des films qui viennent vraiment d'ici, pour en faire des films aussi réussis que possible.

Il est donc crucial de reconnaître la nécessité de concevoir et de produire des films dans tous les genres possibles, mais des films originaux, ambitieux et divertissants. Des films pour la famille par exemple ou des comédies de toutes sortes, des plus grosses au plus spirituelles. Je pense aussi à des thrillers, à des films d'horreur, à des drames historiques, à des films romantiques, etc.

En résumé, il s'agit de diversifier le menu pour ne pas avoir que des films d'auteur, qui ont traditionnellement été le genre de films qui ont certainement rendu célèbre le Canada anglais et qui ont été l'objet principal des investissements de Téléfilm Canada. En diversifiant le menu et en faisant des films canadiens originaux et divertissants—des films comme *Quatre gars et un balai*—on pourra y arriver. C'est ce qui s'est fait au Québec et ce qu'on doit faire au Canada anglais.

On a vu au cours des dernières années des signes prometteurs. Téléfilm a certainement diversifié au Canada anglais le genre de films dans lesquels se faisaient les investissements. Les résultats ont été de divers types. La presse a beaucoup critiqué cette façon de faire, en disant que Téléfilm avait abandonné les films culturels au profit de films américains de deuxième classe, dans le seul but d'augmenter les ventes aux guichets, en disant aussi que ce que nous voulons, ce ne sont pas des films américains de seconde classe, mais des films canadiens de première classe, comme *Quatre hommes et un balai* dont j'ai parlé plus tôt, et des films de genres très divers.

Il faut comprendre que la culture, ça veut dire toutes sortes de choses. La culture, ce n'est pas seulement les films qui sont présentés au Festival de Cannes. La culture, c'est aussi les comédies, les films d'horreur, ce qui fait rire, pleurer et réfléchir les gens. Le secteur du cinéma est très varié et très grand, et tout ce qu'on y fait, c'est de la culture.

C'est un long processus. Il faudra des scénarios. Il faut non seulement mettre au point des scénarios, mais faire naître des scénaristes, des producteurs et des directeurs qui auront des compétences dans tous les genres cinématographiques. Il faut préciser nos objectifs et nos intentions, et dans certains cas, il faudra certainement établir des lignes directrices quant aux genres de films dans lesquels il conviendra qu'investisse Téléfilm. Pensons aux films présentant une violence excessive. Il y a de nombreux exemples de réussite, pour des films de tous les genres, que ce soit des films d'horreur, par exemple, qui ne sont pas violents, mais qui tout de même font peur et divertissent. En s'écartant de ces genres,

on renonce à un certain pourcentage de recettes aux guichets ainsi qu'à un certain potentiel de croissance pour des entreprises.

Téléfilm, qui est un des principaux bailleurs de fonds pour la conception et la production de films, doit se fixer des objectifs clairs. Nous avons quelques préoccupations au sujet de la situation de Téléfilm. Il y a quelques semaines, Téléfilm a comparu devant le comité permanent à Ottawa, je crois, et Ralph Holt, directeur des longs métrages pour le Canada anglais, a déclaré :

Le genre de financement qu'offre Téléfilm est destiné aux projets les plus difficiles à financer, qui ont un fort contenu canadien et que le marché ne favoriserait pas normalement ou naturellement.

Cela ressemble à une démarche visant à investir dans des films que le public ne veut pas voir et c'est certainement contraire au mandat confié à Téléfilm à ses débuts, il y a trois ans et demi. En revoyant les politiques sur les longs métrages, il est opportun d'examiner aussi le fonctionnement de Téléfilm Canada et de trouver le moyen de rendre cet organisme plus efficace. Ce n'est pas Radio-Canada, ni l'Office national du film. Ce n'est pas une société qui produit, conçoit, distribue ni diffuse des productions. C'est une société d'État qui investit dans le secteur privé et qui doit être guidée par les besoins du secteur privé.

Comprenez-moi bien : nous pensons que c'est une institution très importante, voire cruciale, et nous l'appuyons à 100 p. 100, mais nous estimons qu'elle ne doit plus prendre des décisions de manière subjective et nous croyons aussi fortement que ses orientations doivent être axées sur l'industrie qu'elle est censée servir.

● (1415)

Un modèle à retenir serait celui du Fonds canadien de télévision. En tant que membre du conseil d'administration, j'ai été très impressionné par la façon dont l'organisation réunit les divers intéressés pour débattre, discuter et résoudre des questions d'orientation. La présence de Téléfilm à ces rencontres les a rapprochés et leur a donné une meilleure compréhension du secteur de la télévision. Je sais que ce processus est frustrant et compliqué, mais l'élaboration des politiques est bien supérieure dans ce secteur que dans celui des longs métrages. Je pense donc qu'il faut tirer des leçons de cette expérience et trouver moyen de rendre Téléfilm plus efficace comme organisme d'investissement, pour l'avenir.

La semaine dernière, Wayne Clarkson, le nouveau directeur exécutif de Téléfilm Canada, dans son discours devant le Canadian Club, a parlé de l'importance de l'intervention gouvernementale dans ce secteur. J'ai trouvé que c'était une expression très curieuse. À un niveau supérieur, celui du CRTC, du ministère du Patrimoine canadien et d'Industrie Canada, certains types d'interventions sont certes nécessaires et importantes, mais pour Téléfilm Canada, le mot clé, ce n'est pas intervention mais investissement. Nous ne croyons pas qu'il incombe à Téléfilm de s'ingérer dans notre secteur.

Avant de céder la parole à M. Sackman, j'aimerais aussi parler du fait qu'il y a quelques semaines, nous avons appris que l'Association canadienne des distributeurs de films, l'organisme professionnel qui représente les studios hollywoodiens, avait présenté un exposé à votre comité et avait suggéré dans ses recommandations que pour élargir les possibilités pour les producteurs canadiens, les distributeurs non canadiens puissent acquérir les droits au Canada pour des films qui ont fait l'objet de subventions gouvernementales. C'est une demande assez bizarre.

J'ai réfléchi en me demandant comment cela pourrait bien fonctionner. Les bureaux des studios au Canada sont essentiellement des filiales. Elles ne sont pas en mesure d'acquérir des films. Elles ne l'ont jamais fait auparavant alors qu'elles ont certainement la possibilité d'acquérir des films non canadiens. Leurs bureaux principaux de Los Angeles n'ont jamais fait l'acquisition de films canadiens, d'après ce qu'on sait. Cela arrive parfois, mais très rarement. Leurs filiales ne sont pas en mesure d'acquérir et de distribuer des films, parce que cela signifierait non seulement qu'il faut des gens qui sachent comment les acheter, mais aussi des gens qui sachent comment lancer des campagnes à partir du début, ce que ne font pas les filiales au Canada. Toutes les campagnes sont organisées à Los Angeles et les bureaux canadiens ne font que prendre les réservations et percevoir les recettes.

Bien entendu, je vois bien ce qu'ils veulent vraiment : des coproductions. Or, le régime de crédits d'impôt du Canada exige une distribution canadienne au Canada, pour des films comme *La voix des morts* et *Resident Evil: Apocalypse*. S'ils arrivaient à convaincre le gouvernement de changer cette règle, les producteurs canadiens n'auraient pas davantage de choix, mais moins, puisqu'il y aurait une pression incroyable exercée par les producteurs de ces films pour donner des droits nord-américains au studio, plutôt que seulement des droits aux États-Unis. Cela affaiblirait le secteur de la production en plus de compromettre le secteur de la distribution au Canada. Je vous exhorte donc à rejeter cette demande en voyant exactement ce qu'elle cache.

Quoi qu'il en soit, je cède la parole à mon collègue, M. Sackman.

● (1420)

M. Jeff Sackman (président, Conseil d'administration, Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films): Merci, Ted.

Merci de m'avoir invité.

Je vous parle à deux titres : un, en ma qualité de président de cette association qui représente tous les distributeurs et deux, en ma qualité d'entrepreneur qui a créé une compagnie de distribution il y a près de quatre ans—trois ans et demi pour être précis—, aussi présente sur le marché américain, ce qui nous place dans une situation assez unique. J'entends tout ce qui se passe et j'ai choisi de rester au Canada. J'ai eu plusieurs fois l'occasion de m'installer à Los Angeles mais j'ai préféré rester ici. J'adore le marché américain où il faut avoir les nerfs solides. Je pense donc avoir pour cette raison une perspective différente des autres distributeurs canadiens.

Je crois qu'il faudrait commencer par dissiper un gros malentendu concernant la distribution. J'ai commencé dans ce secteur au Canada en 1985. Je connais toutes les plaintes des producteurs à propos des distributeurs. C'est toujours de leur faute. Quand les films ne marchent pas c'est la faute des distributeurs. Peut-être ont-ils été mal produits, peut-être ne devraient-ils jamais avoir été financés mais quoiqu'il en soit c'est toujours la faute des distributeurs, excuse facile et médiocre.

Nous vivons dans un univers isolé dont les habitants refusent d'admettre la réalité : beaucoup de films à 100 millions de dollars produits par les studios ne tiennent pas l'affiche. La majorité de ces films se soldent par des échecs commerciaux. J'ai eu le cas ce matin dans mon bureau. Les sentiments à propos d'un projet étaient très négatifs. Quand on sent qu'un film ne va pas marcher, huit fois sur dix on ne se trompe pas. Il y a des films qui ne marchent pas. Entre la réalisation et la diffusion, les goûts du public peuvent avoir évolué ou, ce film, pour commencer, n'aurait jamais dû être tourné.

La distribution ce n'est pas du tout facile. Beaucoup de compagnies coulent. Il y a une liste longue comme le bras qui énumère toutes les compagnies américaines et canadiennes qui ont disparu au cours des 20 dernières années. C'est dur.

Sur les compagnies qui ont survécu et qui se portent très bien, il y en a trois auxquelles on pense tout de suite : Miramax, New Line Cinema et Lions Gate Entertainment, dont j'ai été le président. Elles ont toutes trois une chose en commun : leur fond de commerce ce sont les films d'horreur. Elles ont gagné énormément d'argent avec les films d'horreur, c'est cet argent qui leur a permis de survivre et de s'aventurer dans les films d'art ou d'autres formes d'expression cinématographique qu'elles estiment devoir défendre avec passion parce qu'elles font partie, disons, de l'industrie canadienne. L'Oscar du film en langue étrangère de cette année, *The Sea Inside*, a fait perdre des millions de dollars à New Line Cinema mais ça n'a pas d'importance; la compagnie avait engrangé des millions de dollars avec *Nightmare on Elm Street*.

Il ne faut pas avoir honte des succès commerciaux—je ne répéterai pas tout ce que vient de dire Ted mais je suis totalement d'accord avec lui. Pourquoi Téléfilm ne financerait-elle pas des films commerciaux? C'est bien, c'est ça l'objectif. Qu'un film comme *Million Dollar Baby* qualifié d'oeuvre culturelle soit en même temps un succès commercial n'a rien d'anormal. C'est le système qui est anormal, l'évolution du système qui est anormale.

Je parle plus au nom de ma compagnie, ThinkFilm, qu'à celui de l'association quand je vous dis croire que l'industrie—tous les éléments de l'industrie, y compris ceux qui représentent les deniers des contribuables—devrait prendre le temps de réfléchir et de vraiment tout prendre en compte avant la prochaine ronde de négociations pour fixer les meilleurs paramètres de fonctionnement possible pour Téléfilm. Je crois que vous vous livrez au même exercice.

Personnellement, et on m'accusera peut-être d'être égoïste, je ne crois pas que Téléfilm devrait avoir un rôle de décision au niveau des films réalisés. Téléfilm n'est pas un studio. Téléfilm n'est pas une compagnie. Téléfilm ne risque pas des capitaux.

Ce devrait être selon moi une institution de financement avec les mécanismes appropriés. L'industrie—c'est-à-dire avant tout la distribution—devrait choisir les films mais devrait aussi risquer son argent. On ne pourrait plus alors nous imputer de motifs cyniques ou autres. Il faut—comme dans tous les autres secteurs—que nous risquions nos capitaux et que ce soit nous qui décidions quels films devraient avoir le feu vert, avec une participation de Téléfilm, qui est un élément important de ce genre d'initiative culturelle.

● (1425)

Chaque producteur pense que son film est excellent. Je ne connais personne qui après avoir consacré tout son temps et son énergie à la réalisation d'un film reconnaisse que le résultat est exécrable. Je n'ai jamais entendu quelqu'un le dire. Même si les critiques sont très mauvaises lors des premières projections, vous n'entendez jamais un producteur dire : « Je me suis planté »—je n'en ai jamais entendu un le dire.

Il faut que dès le début tous les intéressés soient sur la même longueur d'onde pour que... Les distributeurs ne sont pas les méchants de la pièce. La tâche des distributeurs est vraiment difficile. Nos concurrents ce sont les studios américains. Nos concurrents ne manquent d'aucune ressource. Notre situation est unique. La situation du Canada anglais est unique. Pour ce qui est du Québec, nous sommes tout à fait conscients et impressionnés des succès remportés depuis quatre ou cinq ans. C'est phénoménal. Si vous n'aviez pas compris la différence jusqu'à maintenant, j'espère qu'avec toutes vos réunions vous la comprenez maintenant. C'est un monde totalement différent. Un monde enfermé dans des frontières. Et bien qu'il soit influencé, il n'est pas dominé par les États-Unis, comme le Canada anglais l'est. Pour concurrencer les Américains il nous faut offrir des produits distincts, en utilisant nos propres ressources qui sont différentes de celles du modèle indépendant américain dans lequel les films réalisés pour un million de dollars ou moins ont énormément de mal à trouver des écrans pour être projetés. Chez nous, nous pouvons réaliser des films pour quatre à cinq millions de dollars. C'est un avantage.

Je maintiens depuis le début de ce genre de discussions qu'il nous faut avant tout nous demander comment marcheront les films canadiens sur le marché américain sachant qu'ils ne bénéficieront que très peu de soutien des médias, voire pas du tout. Que faire pour les aider à se défendre tout seuls? Réfléchissons à cela plutôt qu'à essayer de satisfaire certains. Il faut que ces films soient canadiens. Je suis tout à fait d'accord. Comment se défendront-ils sur un marché qui ne fera rien pour les aider?

Ce sont quelques pensées. Je pourrais continuer comme ça longtemps sur ce sujet car cela fait des années que j'y réfléchis. Je m'en tiendrai là pour le moment. Je préférerais répondre à vos questions et j'espère que les efforts de votre comité permettront de faire progresser l'industrie et que tous les intéressés obtiendront ce qu'ils désirent. La distribution joue un rôle important, et ce rôle devrait être reconnu et encouragé.

Merci.

• (1430)

La présidente: Merci.

Qui va parler au nom de la Société de développement des médias de l'Ontario?

Marcelle.

Mme Marcelle Lean (présidente, Conseil d'administration, Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario): Merci beaucoup, madame la présidente.

[Français]

Je vous remercie de me donner l'occasion de me présenter devant vous.

[Traduction]

Je m'appelle Marcelle Lean, je suis présidente de la Société de développement des médias de l'Ontario, qui est une agence du ministère de la Culture de l'Ontario. Nous avons pour mandat de faciliter les possibilités de développement économique des industries des médias culturels de l'Ontario, de l'édition, du film et de la télévision, des médias numérisés interactifs, de la publication de magazines et de la musique.

En tant que catalyseur du pôle de médias culturels de l'Ontario, notre rôle est de promouvoir l'emploi et de favoriser la création de contenus originaux en trouvant des partenaires financiers pour l'industrie.

[Français]

En tant que catalyseurs centraux du groupe des médias culturels de l'Ontario, nos programmes et crédits d'impôts promeuvent, améliorent et stimulent les investissements, la création d'emplois et la conception de contenu original.

[Traduction]

Les opinions exprimées dans notre mémoire et notre présentation orale sont le reflet des opinions de la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario avec la participation des producteurs de son comité consultatif et d'autres intervenants de l'industrie.

Je suis accompagnée aujourd'hui par Kristine Murphy, directrice des Affaires commerciales et de la recherche, et par Raina Wells, directrice de la Recherche et de la planification stratégique.

Le Fonds de financement de longs métrages canadiens de même que d'autres initiatives revêtent une importance vitale pour l'industrie. Nous félicitons le gouvernement de son appui envers l'industrie canadienne des longs métrages.

Étant donné le peu de temps qui m'est alloué, je m'en tiendrai essentiellement à quatre grands thèmes. Le premier thème, c'est une politique de cinéma intégrée. Plusieurs programmes ont des répercussions sur l'industrie cinématographique, ce qui crée certaines difficultés pour les bailleurs de fonds et les contribuables. Une politique cinématographique coordonnée serait salutaire pour l'industrie canadienne du cinéma. Les programmes ont souvent des objectifs contradictoires; par exemple, la déduction des investissements gouvernementaux du crédit d'impôt fédéral. Le processus de financement serait plus efficace si les rôles et les responsabilités des différentes agences étaient plus clairs et plus coordonnés.

Une politique intégrée comprendrait une politique de diffusion qui tiendrait compte de la production de longs métrages et la soutiendrait. Les diffuseurs conventionnels de même que le CRTC pourraient jouer un rôle important dans la diffusion et la promotion de films canadiens. La Société Radio-Canada pourrait contribuer davantage au financement, à la diffusion et à la promotion de films canadiens. En Grande-Bretagne, par exemple, le canal 4 a beaucoup contribué à l'essor de l'industrie cinématographique au cours des années 1980.

Le deuxième thème que j'aborderai est l'objectif de 5 p. 100 des entrées au cinéma. En 2000, la politique de Patrimoine canadien intitulée « du scénario à l'écran » énonçait le but du gouvernement d'atteindre en cinq ans 5 p. 100 des recettes des salles de cinéma au Canada. Il est capital de rejoindre le public et c'est un indice vital de succès. Cependant, il faut adopter un instrument plus large pour mesurer le succès, en tenant compte d'autres facteurs : performance sur des marchés connexes comme celui de la vente et de la location de DVD; application de facteurs prorata aux recettes des salles de cinéma, en tenant compte du budget d'un film et notamment des éloges de la critique et des prix remportés au moment d'évaluer le rendement sur l'investissement et le succès potentiel d'un film.

Mon troisième thème a trait à la distribution et à la présentation de films. La politique vise à accroître les recettes des salles de cinémas au Canada sans tenir compte du système de distribution et de présentation au pays. Les distributeurs ne peuvent soutenir la concurrence des grands studios qui ont un poids énorme auprès des exploitants de salles. L'amélioration de la réglementation ou des programmes incitatifs aiderait les films bien commercialisés qui sont présentés pendant plus d'une semaine, signe de succès auprès de l'auditoire.

La popularité des films présentés en salle après avoir été projetés au Festival international des films de Toronto montre bien que les auditoires veulent voir des films canadiens. On pourrait élargir le circuit de présentation de ces films au Canada et accroître les incitatifs financiers pour les exploitants de salles. Comme les ventes de DVD et d'autres sources de recettes sont essentielles pour rejoindre les auditoires, le Canada devrait développer ces marchés.

Le quatrième thème que j'aborderai, c'est celui des crédits d'impôt. Les crédits d'impôt et le financement de Téléfilm Canada sont importants pour l'industrie cinématographique. L'investissement gouvernemental dans les longs métrages est déduit du montant du crédit d'impôt fédéral auquel le producteur a droit. Si l'on supprimait cette déduction du crédit d'impôt, les producteurs profiteraient de la valeur intégrale du financement fédéral.

Le BCPAC effectue des consultations sur les modifications proposées au crédit d'impôt pour contenu canadien, relativement au droit d'auteur, à la propriété et au contrôle par le producteur. Nous croyons que la politique cinématographique devrait compléter et soutenir de tels changements. Les crédits d'impôt devraient permettre plus d'investissements privés dans la production, y compris de la part de distributeurs et de diffuseurs canadiens et étrangers. Les mesures en place garantissent suffisamment la conservation de la richesse et des sources de revenus des entreprises canadiennes.

• (1435)

Les producteurs canadiens seraient plus compétitifs sur le plan international s'ils pouvaient se financer auprès de sources étrangères et obtenir ainsi l'équivalent du budget moyen des films réalisés à l'étranger. Certains des films canadiens qui ont remporté le plus de succès au cours des dernières années étaient des coproductions avec l'étranger : *Spider*, *Being Julia* et *Resident Evil: Apocalypse*, etc.

On favoriserait par ailleurs la participation internationale en assouplissant les règlements sur le contrôle et l'investissement des producteurs. En un mot, il faudrait simplifier les programmes gouvernementaux, favoriser les occasions de ventes internationales et encourager plus d'investissements privés dans l'industrie cinématographique.

[Français]

On mettra l'accent sur la simplification des programmes gouvernementaux, le potentiel de ventes internationales et la stimulation de plus grands investissements privés au sein du secteur de l'industrie cinématographique.

[Traduction]

Cela assurera la vigueur et la prospérité de l'industrie cinématographique canadienne dans l'avenir.

[Français]

Merci de m'avoir donné cette occasion.

[Traduction]

Je répondrai volontiers à vos questions.

La présidente: Merci.

À titre d'information, je vais procéder dans l'ordre habituel pour les témoins.

Gary.

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

Je vous remercie de nous avoir présenté vos exposés.

Mes questions traitent surtout de la commercialisation. J'ai parcouru le mémoire des distributeurs canadiens. On y dit : « Nous craignons cependant qu'on mette trop l'accent sur le succès au box

office sans se soucier suffisamment du marché intérieur ». Cela suppose encore une fois qu'il faut changer notre façon de penser et trouver des solutions originales. Je le comprends. Cependant, on dit dans le paragraphe suivant : « Il faudrait régulièrement mener des études pour connaître les habitudes des auditoires canadiens ». Ces études devraient-elles être menées par le gouvernement canadien ou par l'ensemble de l'industrie?

M. Ted East: Par les deux à la fois, à mon avis. Le gouvernement effectue des études et Téléfilm a un budget de recherche.

Si cette phrase figure dans notre mémoire, c'est que les habitudes des consommateurs en matière de cinéma évoluent rapidement et qu'il faut bien les suivre pour définir une politique d'investissement. Il est tout à fait pensable que dans six ou sept ans, voire avant, les genres de films que Téléfilm finance en ce moment et que nous réalisons au Canada attirent beaucoup moins de spectateurs à cause de l'évolution des habitudes des consommateurs. Prenons l'exemple du film *Sideways*, qui n'est pas canadien et qui a fait un malheur au box office parce que ce genre de film plaît aux gens d'une certaine tranche d'âge... Mais les gens de cette tranche d'âge peuvent soudain réduire de huit à deux le nombre de sorties au cinéma par année parce qu'ils ont acheté un cinéma maison et qu'ils décident de regarder les films au petit écran dans le confort de leur foyer.

Nous voulons être à l'affût de ces tendances. Le secteur privé n'effectue généralement pas ce genre d'études, parce que chaque entreprise se fie à ses instincts et agit selon ses capacités financières.

Je crois qu'il est important d'avoir une vue d'ensemble de la situation.

• (1440)

M. Jeff Sackman: Vous venez de me donner une idée, et c'est que l'un des autres problèmes... Il y a plusieurs exemples : *Mariage à la grecque* en est un bon exemple. Il aurait très bien pu s'agir d'un film canadien : la source en est canadienne et je crois que le tournage a eu lieu à Winnipeg...

Une voix : Le tournage s'est fait à Toronto.

M. Jeff Sackman : Le tournage a eu lieu à Toronto, à partir d'une idée de Winnipeg.

Il n'y a aucune raison pour laquelle ce n'est pas un film canadien, et cela a été un grand succès.

Il serait intéressant de mener une étude là-dessus : l'un des problèmes, c'est que les films canadiens sont stigmatisés dans le secteur en général, et peut-être aussi chez les spectateurs, et c'est un problème bien ancré. Je ne pense pas que les médias nous aient beaucoup aidés. D'une part, ils encouragent et donnent davantage... Que la une du *Globe and Mail* d'aujourd'hui porte sur *Saint Ralph*, c'est fantastique. Je pense qu'ils donnent d'une main ce qu'ils prennent de l'autre. Vous connaissez le vieux cliché au sujet du Canada : nos films sont présentés à Cannes, puis les médias s'y intéressent. Mais quand ils viennent de sortir, ils les descendent. C'est un préjugé.

Il y a une chose qui a été essayée au cours des récentes années, du moins pour les DVD : si vous allez au club vidéo... Je crois que c'est Rogers qui, il y a quelques années, a essayé de créer une section canadienne pour donner aux consommateurs un meilleur accès aux DVD canadiens. L'étiquetage Canada a eu un effet négatif, ça n'a pas amélioré l'expérience des consommateurs.

Pour la technologie, la prochaine étape c'est la distribution directe au foyer, par un signal quelconque. Je pense que ce sera très important d'en tenir compte, si on fait une étude. Comment pourrions-nous...? Nous ne voulons pas que nos films soient étiquetés canadiens, compte tenu du plaisir du consommateur. Nous avons tous peu de temps de loisir et l'embarras du choix. Si les films *À la dérive* ou *Mariage à la grecque* étaient des films canadiens et que les gens voulaient les voir, le fait qu'ils soient canadiens devrait être secondaire.

L'une des choses dont on parle constamment dans le secteur du cinéma, c'est qu'on se concentre beaucoup trop sur le fait qu'il faut être un secteur cinématographique canadien distinct. On se concentre trop sur l'aspect canadien, au Canada anglais. Je crois que c'est un problème et que les films doivent être concurrentiels en eux-mêmes et que cette sensibilité doit être dissipée. Alors, nous connaîtrions le succès. Si vous voulez parler d'autres façons de mesurer le succès que les entrées au cinéma, éliminez cette étiquette et nous aurons beaucoup de succès.

M. Gary Schellenberger: Je sais qu'un bon produit se vend bien.

M. Jeff Sackman: [Note de la rédaction : *Inaudible*]... vont voir des films québécois : ils vont voir les films qui leur plaisent.

M. Gary Schellenberger: C'est vrai. Mais moi je dis de tout coeur... Je ne créerais pas de section canadienne, si c'était à moi d'en décider. Je voudrais que ces films soient...

Quand j'écoute la télévision, comme d'autres, je passe d'une chaîne à l'autre et si je vois quelque chose que j'aime, je le regarde. Il se peut très bien que j'écoute un film et qu'à la fin, je me rende compte que c'était un film canadien. Je suis content que c'était un film canadien, parce que je l'ai aimé et pas nécessairement parce que c'était un film canadien. Voilà ce que nous devons faire et voilà pourquoi je parle de ce qu'il faut protéger.

Les distributeurs canadiens ont-ils besoin de la protection du gouvernement ou serait-il sain pour le secteur du cinéma d'être concurrentiel afin que les films canadiens se vendent sur un plus grand marché? Peu importe l'argent investi dans la promotion d'un film, ce qui compte, c'est le produit. Si c'est un bon film, il se vendra.

D'aucuns disent parfois que les promoteurs... Les films ne se rendent pas en salle. Si on ne les voit pas, cela rappelle le vieux problème : si un arbre tombe dans la forêt et qu'il n'y a personne, fait-il du bruit?

M. Jeff Sackman: Il faut penser à la subjectivité du sens à donner à ce qui est « bon ». Deux questions sont en jeu : qui est-ce qui est bon? Qui en décide?

Comme nous sommes dans un domaine subjectif, comme homme d'affaires, je me suis trouvé une définition de ce qui était « bon » et c'est « ce qui est rentable ». C'est mesurable. Cela s'applique dans bien des situations. C'est bon parce que cela signifie que les gens veulent le voir. Cela signifie que les gens sont allés le voir, que c'était un bon produit, et peut-être aussi que la commercialisation était bonne et astucieuse.

Nous avons trouvé une astuce de marketing, si l'on peut dire. J'avais beaucoup de mal à accepter le fonds de marketing, compte tenu de combien il fallait dépenser...

L'objectif du fonds de marketing de Téléfilm Canada était d'inciter davantage de Canadiens à aller au cinéma pour atteindre l'objectif de 5 p. 100. Les premières fois, j'ai vu les affiches, les annonces dans les aubus et dans les journaux et je me suis dit : « Wow, les médias doivent vraiment adorer le fonds de marketing de Téléfilm Canada. Il n'y a pas plus personne qui va au cinéma, mais on dépense un million de dollars en publicité. Fantastique! ».

Nous nous sommes alors demandé comment on pouvait parler à l'auditoire. Si cela ne marche pas, comment pouvions-nous rejoindre l'auditoire? Nous avons pris un film, *Love, Sex and Eating the Bones*, qui venait d'être mis en nomination pour un prix Génie, et nous nous sommes dit pour commencer que son auditoire cible était principalement les Canadiens noirs.

J'ai demandé aux cinéastes s'ils étaient des Canadiens d'origine africaine. Comme ils étaient des Antilles, je ne savais pas exactement quel terme utiliser. Ils étaient à l'aise avec le mot « noir ». C'était le principal auditoire.

J'ai dit : « On peut retenir de l'espace dans les aubus et sur des panneaux publicitaires, mais je n'arrive pas à comprendre pourquoi on le ferait. Au lieu de donner l'argent à Astral Outdoor, pourquoi ne pas donner l'argent directement au cinéophile? » Nous avons donc accordé une réduction de 50 p. 100 à tout le monde, nous avons fait de la publicité à ce sujet et obtenu l'attention des médias. Le film a fait quelques centaines de milliers de dollars, soit probablement 150 000 \$ de plus que sans cette astuce publicitaire. Nous avons donc trouvé un bon moyen de rejoindre le public.

Si on avait dit que le film était présenté à moitié prix, on aurait réduit sa valeur au guichet et Famous Players et Cineplex n'auraient jamais voulu de cette idée.

Mais ce n'est pas une mauvaise idée. Par contre, l'idée de donner de l'argent de Téléfilm à ces empires médiatiques ne nous revenait pas.

Il y a donc différentes solutions à envisager avec les agences, pour laisser les gens voir le film et décider s'il est bon; ensuite, le bouche à oreille fera le reste

• (1445)

M. Ted East: Puis-je ajouter quelques remarques? Jeff a dit plusieurs choses très intéressantes sur lesquelles il faut insister.

La distribution dans ce pays est entièrement réalisée par des entreprises à but lucratif. C'est la même chose pour la présentation. On n'a pas besoin d'un permis du CRTC pour être un distributeur canadien. Il suffit de monter une entreprise.

Ce sont donc des entreprises à but lucratif. Jeff a dit qu'il fallait avoir une perspective d'homme d'affaires, viser la rentabilité. Quand on parle de distribution de films—des films canadiens, des films européens, des films américains, peu importe—, les distributeurs cherchent toujours à voir le profit que cela va leur rapporter.

Donc, quand on y réfléchit un peu, il est complètement absurde de prétendre, comme c'est le cas dans certains secteurs de cette industrie, que les distributeurs n'appuient pas les films canadiens parce qu'ils manquent de passion, qu'ils sont trop paresseux, que cela ne les intéresse pas, peu importe. Il faut voir ces films dans la perspective du secteur qui s'en occupe, c'est-à-dire le secteur des entreprises privées à but lucratif. Si un distributeur s'en occupe, c'est pour une raison précise, pour faire des affaires.

Nous vivons nécessairement dans un monde où la production de films au Canada doit être subventionnée, sinon il n'y en aurait pas. Mais ensuite ces films subventionnés se retrouvent dans un contexte où il n'y a plus de subvention. Les distributeurs reçoivent quelques subventions pour la commercialisation, mais quand on en arrive à la projection, il n'y a plus de subventions. Il n'y a pas de contingent de contenu comme pour la télévision ou la radio, et il n'y en aura probablement jamais. C'est la même chose pour les magasins de vidéodisques. Et on ne subventionne pas non plus le consommateur. Le consommateur ne bénéficie pas d'une ristourne fiscale sous prétexte qu'il peut prouver qu'il a regardé 20 films canadiens cette année. Il fait son choix en fonction de ce qu'il a envie de voir.

Il faut donc bien comprendre cette mentalité du secteur privé au niveau de la commercialisation ou des choix du consommateur. Les gens regardent ce qu'ils ont envie de regarder. On peut les convaincre de regarder les films auxquels ils n'avaient pas pensé. Mais les distributeurs ont une façon bien particulière de voir les choses. Ils prennent chaque film en se disant : « Quel profit puis-je réaliser sur ce film? » Il est complètement absurde de prétendre qu'on peut avoir un film canadien qui pourrait rapporter un million et demi de dollars, mais qui ne le fait pas parce que le distributeur s'en fiche. Croyez-moi, si un film est susceptible de rapporter des recettes de 1,5 million de dollars, les distributeurs vont sauter dessus. Ils vont se débrouiller.

Peut-il exister des cas où un film aurait pu rapporter un million de dollars mais ne l'a pas fait parce que le distributeur a pensé, d'après ses tests préliminaires ou sa planification, que ce n'était pas possible? Sans doute. Cela peut arriver. Mais dans l'ensemble, il faut bien comprendre que les distributeurs prennent leurs décisions en fonction des conditions du marché. Le Canada a une faible population, et dans le cas de certains films c'est une valeur secondaire négligeable. Quand on prévoit de distribuer un film en salle, on tient compte des autres retombées que cela va avoir. Quand il s'agit en particulier de films anonymes, si cela ne marche pas dans les cinémas, il ne reste pas grand-chose. Notre marché intérieur n'est pas très vaste, et les possibilités de diffusion à la télévision sont aussi limitées. Donc, quand on parle de ce genre de choses, il faut bien comprendre que les distributeurs se placent dans une perspective commerciale.

• (1450)

Mme Marcelle Lean: Puis-je répondre à la première question, qui portait sur le rôle du gouvernement dans la commercialisation?

À l'OMCD, nous traitons beaucoup avec des PME. Je pense que si le gouvernement aidait ces petites entreprises, notamment les entreprises de production, à commercialiser leur produit, ce serait extrêmement utile.

La présidente: Monsieur Lemay.

[Français]

M. Marc Lemay (Abitibi—Témiscamingue, BQ): Bonjour.

Je vais vous rassurer: je ne suis quand même pas si âgé, mais à une époque, lorsqu'on voyait « Film québécois » écrit sur le boîtier d'un film, on ne le louait pas. Il n'y avait aucune location. Je n'ai jamais compris pourquoi à un moment donné on a plutôt indiqué « Film canadien ». On ne les loue pas plus. C'est un film.

J'ai deux questions. J'ai une question pour les producteurs et pour l'Ontario.

Je ne sais pas si c'est M. Sackman ou M. East qui a mentionné que Téléfilm Canada devait investir et non intervenir. J'aimerais comprendre, parce que je connais peu d'investisseurs qui ne veulent pas connaître le produit dans lequel ils vont investir.

Pouvez-vous me rassurer et me dire où se situe la frontière entre l'investisseur sans droit de regard et l'investisseur... Où la ligne?

[Traduction]

M. Jeff Sackman: Il faut bien s'entendre sur la définition, car dans la perspective du privé, quand on investit, c'est a priori pour avoir des recettes supérieures à l'investissement qu'on fait, alors que je pense que personne ne suppose que Téléfilm a pour vocation de faire des profits. Je ne connais pas les statistiques, mais manifestement elle ne récupère pas la totalité de ses investissements. Donc l'idée d'investir par opposition... Peut-être que ce n'est pas le bon terme; peut-être que ce n'est pas vraiment un « investissement », mais plutôt une « contribution ». Pour le monde des affaires, ce n'est pas un investissement. On ne fait jamais ce genre d'investissement en s'attendant à ce qu'il soit rentable.

Ce que j'essaie de dire, c'est que le gouvernement investit de manière analogue dans diverses industries, mais qu'il y a ici un élément de subjectivité. Si, par exemple, il investit dans l'industrie du pétrole et du gaz, je ne sais pas s'il rentabilise son investissement, mais ici il y a un élément de subjectivité. Donc si la question est de savoir s'il faut décider de... Il y a 100 propositions. Téléfilm a des dates périodiques auxquelles les producteurs doivent proposer leur film. Disons que lundi prochain ils vont proposer 30 films et que Téléfilm va devoir en choisir cinq pour les financer.

C'est un choix, on en prend cinq sur ces trente. Évidemment, les distributeurs ont leur mot à dire, mais en fin de compte c'est Téléfilm qui tranche. Je ne vois pas la logique de ce processus. L'investissement et le rendement de l'investissement peuvent être identiques. Il serait beaucoup plus logique de dire aux distributeurs qu'il y a de l'argent en jeu, et que c'est à eux de choisir les films qui... C'est ce qui se faisait jadis, quand nous avions des enveloppes et nous choisissions les films à financer.

Rien ne prouve que la procédure actuelle soit meilleure. En tout cas, ce n'est pas ce que j'ai pu constater depuis trois ans et demi.

Donc vous avez raison. Les gens qui investissent dans un film ont toujours leur mot à dire sur le script et sur divers autres aspects, et c'est tout à fait normal. Je ne sais pas exactement ce que le mécanisme... À mon avis, il faudrait en discuter avec tous les intéressés.

• (1455)

[Français]

M. Marc Lemay: Lorsque vous faites affaire avec Téléfilm, vous déposez un plan de marketing. Ces gens le lisent et vous financent en conséquence. Qui contrôle le plan de marketing par la suite?

[Traduction]

M. Jeff Sackman: Je viens justement d'avoir un appel d'un producteur qui essaie de faire passer une soumission lundi, et qui voulait être absolument certain du montant que nous allions engager. Je lui ai répondu : « Vous aurez cet engagement catégorique quand vous pourrez me donner l'engagement catégorique que le film que vous allez réaliser justifie ce niveau de soutien ».

Donc, d'un côté, vous avez raison, nous faisons un plan de commercialisation et nous partons de l'idée que la qualité du film va être suffisante—et par qualité j'entends le « potentiel de succès commercial »—pour justifier cet engagement.

Au secondaire aussi on fait des plans de commercialisation. Quand on n'a pas besoin de les concrétiser, on ne prend pas de risque. Dans le monde réel, il y a d'une part le plan, et il y a par ailleurs une vaste présomption tacite. Cette présomption, c'est l'idée que la qualité du produit justifie qu'on aille de l'avant avec ce plan, et je pense qu'il faut bien le souligner.

M. Ted East: Me permettez-vous d'ajouter quelques mots au sujet de l'intervention comparativement à l'investissement? C'est une très bonne question. Qu'est-ce que ça veut dire?

À mon avis, l'intervention veut dire que l'on agit un peu à la manière d'un arbitre. Par exemple, lorsque Téléfilm a comparu devant votre comité, elle a parlé d'avoir des bandes annonces sur les écrans dans les cinémas canadiens et des affiches dans les cinémas canadiens pour les films canadiens, de transiger directement avec les exploitants et d'avoir des discussions avec eux.

Ça, c'est de l'intervention. C'est le travail des distributeurs. C'est ce qu'ils font. Nous ne disons pas à Téléfilm que c'est un domaine où nous voulons la voir intervenir; nous ne disons pas non plus que c'est un domaine où nous voulons que le gouvernement intervienne à un niveau supérieur. Ce que les distributeurs font, c'est se battre avec les exploitants pour que leurs films soient montrés à l'écran, pour que leurs bandes annonces soient à l'écran, et pour que leurs affiches paraissent dans les cinémas, et ces batailles-là ne sont pas jolies. Ils se battent avec les grands studios et les indépendants, et nous ne voulons pas que Téléfilm se mêle de cela. Nous pensons qu'il est parfaitement légitime pour Téléfilm de discuter de cela avec nous, individuellement comme distributeurs ou à titre d'association, de dire que nous sommes préoccupés par le fait qu'on ne voit pas assez d'affiches canadiennes dans les cinémas canadiens, et nous sommes heureux de discuter des raisons qui expliquent cet état de choses.

Je crois que Téléfilm outrepassa très souvent son mandat. Quand on regarde de près tout ce qu'elle fait, on voit qu'il y a des plans de commercialisation, et Jeff en a parlé. Je crois que lorsqu'il s'agit des films indépendants, la faculté de créer un bon plan de commercialisation, quand on a toute une pile de documents—le scénario, le plan de financement, le budget, la liste de distribution, etc.—, c'est le plus souvent un exercice futile. On peut avoir de manière générale un guide qui dit ce qu'on va faire, mais pour ce qui est de savoir dans combien de cinémas on va faire passer le film, et combien on va dépenser pour la publicité à cette étape-là, c'est un peu ridicule.

M. Jeff Sackman: Permettez-moi de compléter cette idée.

Nous obtenons nos films—et je le répète, si nos films entrent sur le marché américain, cela veut dire aussi que nous distribuons ces films au Canada—en achetant des films complets à un marché. Nous allons au Festival de films de Sundance ou au Festival de films de Cannes ou au Festival de films de Toronto, et nous achetons des films. Nous ne faisons pas de plan de commercialisation au stade de la production. On fait cela lorsque le film a été tourné. C'est à ce moment-là qu'on fait son plan de commercialisation. C'est le genre de situation où je me suis retrouvé coincé parce qu'on m'obligeait de le faire que je ne me bats même plus contre cela.

L'idée d'obliger des adultes, des professionnels actifs dans le vrai monde des affaires, de tracer un plan de commercialisation et de dire que ce film sera présenté dans tel ou tel cinéma dans un an et demi d'ici est une pure folie, mais ça ne valait pas la peine de se battre. Nous l'avons signalé, mais nous nous sommes dit, si c'est comme

cela que vous voulez diriger votre organisation, très bien, c'est ce que nous allons faire. Et chaque plan de commercialisation de chaque entreprise est tout à fait semblable. Ça ne sert à rien.

Le vrai plan de commercialisation est fait lorsque le film a été tourné et lorsque nous savons ce que nous avons et ce qui se passe dans le monde à ce moment-là. Les choses changent à partir du début de la production jusqu'au moment où le film est prêt à être lancé. Il peut s'écouler 18 mois entre ces deux moments. Qu'est-ce qui s'est alors passé dans le monde qui pourrait modifier la façon dont vous allez lancer votre film? Qu'est-ce qui s'est passé dans l'industrie qui pourrait changer la façon dont vous allez lancer votre film?

● (1500)

M. Ted East: Je crois aussi...

[Français]

La présidente: Je regrette, mais il faut céder la parole à M. Angus.

[Traduction]

Nous espérons que vous aurez votre tour de nouveau.

M. Charlie Angus (Timmins—Baie James, NPD): Voilà des discussions intéressantes.

Encore là, comme je l'ai dit lors de nos nombreuses séances, je suis du monde de la musique. Une bonne part de la discussion que j'entends aujourd'hui me ramène 20 ans en arrière, à l'époque où nous essayions de vendre nos disques et où on nous disait : « Hé, les gars, vous êtes dans un marché régional tout au plus. Nous pourrions peut-être vous commander deux ou trois milles exemplaires ». Les orchestres comme le mien arrivent aujourd'hui, comme je le disais plus tôt, premiers aux Junos. Tous les jeunes des écoles secondaires les ont vus.

Parlons de ce qui constitue le vrai monde. Qu'est-ce que le vrai monde? Le vrai monde, c'est... peu importe le genre de films que nous faisons; si on ne les voit pas, ils vont disparaître.

J'attends de vous des suggestions sur la manière dont on peut montrer nos films. La seule suggestion que j'ai entendue, c'est de retirer à Téléfilm son pouvoir décisionnel et de vous donner son argent, et c'est vous qui déciderez comment faire des films, et nous nous porterons mieux ainsi...

M. Jeff Sackman: Quels films seront financés.

M. Charlie Angus: ... et vous déciderez quels films recevront le feu vert. Je n'ai rien contre votre industrie, mais nous entendons constamment des plaintes à propos des distributeurs. Vous parlez de naïveté—vous avez mentionné le mot « naïf » à quelques reprises—mais les gens disent qu'ils arrivent avec un film et qu'on ne leur promet pas de plan de commercialisation. Aucun. On ne s'occupe pas de commercialisation. On ne fait rien, ce qui fait que bien sûr le film va disparaître. Que faites-vous, vous autres, quand on vous présente un film? Comment le commercialisez-vous pour qu'on puisse le voir?

M. Jeff Sackman: Il y a les éléments de base, et il y a un gros problème, à savoir que nous vivons dans un monde où la mise en marché d'un film est essentiellement faite par les studios qui vont dépenser entre 40 et 50 millions de dollars pour cela. Si vous avez regardé les éliminatoires du basket-ball universitaire lundi soir, il y avait une annonce pour *War of the Worlds* et une pour *Batman* et une pour... Je crois qu'après le Super Bowl, c'est l'événement sportif le plus regardé, avec 40 millions de téléspectateurs. Il en coûte un million de dollars pour une réclame publicitaire, et c'est de la commercialisation normale. C'est ce que ces gens-là font : ils mettent beaucoup d'argent dans les grands événements afin de capter l'attention de tout le monde.

Dans le monde des indépendants—et le monde des indépendants, c'est beaucoup dire, parce que lorsque *Sideways*, qui a été mis sur le marché par Fox Searchlight, qui est une division de Fox, un monolithe mondial... On dépense des dizaines de millions de dollars pour faire cela, c'est donc comme un studio. Dans le vrai monde des indépendants, à savoir nous, nous faisons toutes sortes de choses. La plupart de ces choses sont essentielles : montrer le film dans des festivals, en espérant de créer un mouvement d'entraînement; faire en sorte que la critique voit le film plus tôt dans des visionnements réservés à la presse, pour que l'on écrive de longs articles de tête dans les revues; et on lance le film le vendredi. Vous pourriez vouloir faire les choses différemment et lancer votre film un dimanche matin, et ce serait différent, mais il y a des habitudes normales de distribution.

Nous avons un film qui a été montré pour la première fois au festival de films de Sundance. Ce n'est pas un film canadien, mais il pourrait l'être. C'est un documentaire intitulé *Murderball*. Il y est question de quadraplégiques qui jouent au rugby. Il a été montré aux Nations Unies la semaine dernière. Notre plan consiste... L'un de vos députés est en fauteuil roulant. Nous allons contacter son bureau pour obtenir son soutien. Je veux organiser le visionnement de ce film à Ottawa pour les parlementaires et faire savoir ainsi, par la voix des parlementaires, partout au Canada, dans vos circonscriptions, que c'est un film très important, qui pourrait modifier la façon dont le public perçoit les personnes handicapées. À titre secondaire, c'est un film très amusant—qui a remporté le prix de l'auditoire à Sundance —, un film très drôle, intéressant, intelligent, émouvant. C'est différent—on ne peut pas faire ça pour tous les films.

Il y a diverses choses que nous faisons et nous essayons. Il est difficile de se démarquer. Il y a des cas particuliers qui sont ridicules.

Mais Ted a dit quelque chose de très important. Nous voulons réussir dans tout ce que nous faisons. Ce serait une folie que de dire le contraire. Plus un film est rentable, plus nous gagnons d'argent. Qu'il s'agisse d'un film canadien ou étranger, peu importe. Que nous réussissions ici ou aux États-Unis ou en vendant des droits internationaux, cela importe peu. Nous regardons chaque film et nous nous demandons : « Comment pouvons-nous en tirer le meilleur parti? »

Parfois, tirer le meilleur parti d'un film, c'est minimiser ses pertes. Souvent—comme je l'ai dit auparavant, 80 p. 100 des films vont échouer—, je préfère perdre 100 000 \$ sur un projet que 200 000 \$. J'ai tiré le meilleur parti qui soit de ma position.

• (1505)

M. Charlie Angus: Est-ce que les distributeurs sont ceux qui concluent des ententes avec les radiodiffuseurs? Est-ce à vous d'obtenir des contrats pour la diffusion à la télévision?

M. Jeff Sackman: C'est différent. Je le répète, pour obtenir du financement au Canada, parfois, c'est le producteur qui obtient la signature des radiodiffuseurs afin d'avoir accès au PDD.

M. Charlie Angus: Les distributeurs aussi?

M. Jeff Sackman: Ces contrats sont ensuite intégrés à notre accord, et nous obtiendrons tous les droits, y compris ceux de télédiffusion, mais ces droits de télédiffusion peuvent avoir déjà été cédés.

M. Charlie Angus: Une des plaintes récurrentes que nous avons reçues se rapportait à la réduction des pertes. Disons que vous avez un film. On ne sait pas encore quelle sera sa popularité et vous obtenez les droits de diffusion. C'est suffisant, vous avez ce qu'il vous faut. Mais au-delà de cela, tout est une perte potentielle, n'est-ce pas? Vous avez réduit votre perte au minimum, vous en avez tiré des fonds. Mais c'est prendre un risque que de le sortir, alors pourquoi ne pas s'en tenir à ça, pour éviter des pertes? On a des profits suffisants.

M. Jeff Sackman: Eh bien si les revenus sont suffisants, c'est un point de vue acceptable, mais cynique.

Mais ce n'est pas le cas. Je travaille dans ce milieu depuis vingt ans. On se fatigue de l'attitude courante, si vous voulez, du chameau...

M. Charlie Angus: Cette idée ne vient pas de moi. Mais de...

M. Jeff Sackman: Des producteurs.

M. Charlie Angus: ... de gens de ce secteur. On nous l'a répété souvent. Ils sont peut-être naïfs, mais ils sont dans le même milieu que vous. Ils font partie de ce milieu et c'est ce qu'ils nous disent.

M. Jeff Sackman: Il y a quelques années, des producteurs de l'Ouest voulaient se réunir et former leur propre société de distribution parce qu'ils se plaignaient toujours de ce genre de choses. Je leur ai répondu : « Allez-y. Faites-le afin qu'on n'en entende plus parler, parce que vous ferez faillite en quinze secondes et je pourrai me servir de cet exemple pendant des années par la suite » .

Il y a un aspect de la distribution dont personne ne tient jamais compte. Nous sommes des sociétés et nous avons des employés. Nous avons besoin de gens qui travaillent au contrat, à la livraison, à la commercialisation, à la tenue des livres et au soutien administratif. Nous avons besoin d'espace pour ces employés et il faut payer le stationnement. Nous avons des dépenses réelles.

J'ai souvent dit aux producteurs qui viennent se plaindre de nos contrats, de ceci et de cela : « Sans nous, vous n'auriez personne à qui vous adresser. Si vous n'aviez pas besoin de nous, vous ne viendriez pas nous voir. » Personne ne vient nous voir pour simplement nous donner de l'argent. On vient nous voir parce que nous avons une compétence, celle de présenter les films au public.

Ce n'est pas si facile. Personne ne tient compte des frais fixes de nos sociétés. On ne peut pas simplement distribuer un film. Peut-être qu'il y a un exemple d'une personne qui a fait cela. L'an passé, il y a une entreprise qui l'a fait—donc, en fait, elle est passée par un distributeur. Mais de temps en temps, un producteur se dit : « Tiens, pourquoi ne le ferais-je pas moi-même » et il peut arriver, très rarement, qu'il réussisse.

Les frais généraux sont élevés. Il est vrai qu'on peut faire 30 000 \$ avec le contrat de télédiffusion, vous pouvez retenir cela, mais personne ne met ces 30 000 \$ dans sa poche en se disant qu'en le faisant chaque semaine, il fera 1,5 million de dollars par année, et deviendra riche. Ce n'est pas si simple.

M. Charlie Angus: Mais si la distribution était ouverte pour les étrangers, qui ont plus d'argent à dépenser...c'est l'un des arguments formulés. Les distributeurs étrangers, qui ont peut-être plus d'argent en poche que vous, pourraient-ils...?

M. Ted East: Et d'après votre argument...

M. Charlie Angus: Pourraient-ils faire pire? C'est exactement ce que quelqu'un du milieu du cinéma nous a dit : « Pourraient-ils faire pire? »

M. Ted East: Alors quelqu'un du milieu de la cinématographie demande si nous donnions nos films à des distributeurs étrangers, pourraient-ils faire un meilleur travail au Canada? Est-ce que c'est bien ce qu'ils demandent?

• (1510)

M. Charlie Angus: Non, ils demandent s'ils pourraient faire pire.

M. Jeff Sackman: Ils ne feraient pas pire.

M. Ted East: Ils ne feraient aucune distribution, pour commencer.

M. Jeff Sackman: Non, mais ce qu'il dit, c'est que si on ouvre le marché, de manière qu'Universal se charge de *Phil the Alien*...

M. Ted East: Bien sûr. Il y a une chose sur laquelle nous tenons à insister, et cela témoigne de l'expérience du secteur de la musique : les films doivent être meilleurs et nous pouvons en faire de meilleurs. C'est au secteur de s'organiser et de concevoir collectivement une stratégie qui commence à l'étape de la conception et qui va jusqu'à la commercialisation, qui s'appliquera à tous les genres qui soient, et de faire des films divertissants, intelligents, ou même un peu bêtes, comme je le disais. Les meilleurs de ces films trouveront des distributeurs prêts à s'en occuper, et ces distributeurs trouveront des salles de cinéma prêtes à les présenter.

On vous offre des salles de cinéma si vous avez des films. Les salles de cinéma vendent des billets et du maïs soufflé. Peu leur importe que le film vienne de Los Angeles, du Canada, de l'Irlande ou d'où que ce soit. Elles s'en moquent. Leur commerce, c'est ça.

C'est la même chose pour le cinéma de salon. Les consommateurs font des choix, et ceux qui leur offriront ces films ne tiennent pas à savoir d'où ils viennent.

Ce qui a commencé à se produire dans le secteur de la musique, et je pense qu'en effet, il y avait auparavant des préjugés contre la musique canadienne, et je parle d'avant mon temps, c'était que des groupes comme Guess Who pouvaient faire un disque qui était excellent, le public l'entendait et certains se disaient : « J'adore cette chanson, je vais acheter le disque et je vais téléphoner à la station de radio pour demander qu'on le fasse jouer. »

Nous devons arriver au même résultat dans le secteur du cinéma, sans se laisser distraire par ceux qui prétendent que si seulement Sony Pictures ou Warner Brothers s'occupait de la distribution, les choses iraient mieux. Nous devons vraiment nous concentrer sur l'amélioration de la qualité des films. Il ne s'agit pas de blâmer Téléfilm, les cinéastes ou les réalisateurs. Je pense que nous devons tous travailler ensemble.

Il faut tirer parti de l'expérience québécoise. Les films qui y font des percées sont des films que le public aimait. C'était des films bien faits, des films drôles, des films culturels, des films palpitants, des films qui faisaient pleurer les gens, et il faut qu'on en fasse autant au Canada anglais.

M. Charlie Angus: Merci, madame la présidente.

La présidente: Madame Bulte, vous avez la parole.

L'hon. Sarmite Bulte (Parkdale—High Park, Lib.): Je ne sais pas où commencer.

La présidente: Elle était à une réunion à Ottawa ce matin et ne pouvait être des nôtres pour la matinée. Je suis donc ravie qu'elle soit de retour.

L'hon. Sarmite Bulte: Merci.

Pourriez-vous me dire quand vous commencez à jouer un rôle? Dans ce cadre-là, à quel moment le distributeur entre-t-il en scène?

M. Jeff Sackman: Dans le régime actuel?

L'hon. Sarmite Bulte: Oui, dans le régime actuel, et que proposeriez-vous pour le modifier? Par conséquent, à supposer que je veuille faire un film, que j'aie une très bonne idée de film, où est-ce que dois aller? Je sais que je vais m'adresser à Téléfilm, obtenir des arrangements fiscaux et présenter un plan de financement, mais quand est-ce que j'irai chez vous, quand est-ce que je vous vendrai mon projet ou est-ce que vous vous occuperez de me trouver...? Comment est-ce que cela fonctionne? Voilà pour ma première question.

Aussi, pouvez-vous m'aider et m'expliquer quelque peu la question des distributeurs, des distributeurs étrangers et le maintien des droits acquis de ces derniers? Comment est-ce que cela fonctionne? Avez-vous déjà conclu des marchés avec des distributeurs étrangers? Sans vous viser personnellement, je crois savoir que certains distributeurs ont déjà signé ce genre de contrat.

M. Jeff Sackman: Par souci de clarté, lorsque vous parlez de—vous, Charlie, qui n'étiez pas d'accord avec la réponse de Ted et avez mystérieusement disparu...

M. Marc Lemay: Nous subissons un contrôle antidopage à toutes les heures.

M. Jeff Sackman: Heureusement que cela ne se fait pas dans l'ensemble de l'industrie du cinéma.

Par distributeurs étrangers, vous entendez sans doute les studios américains. Bien.

Pour qu'un producteur reçoive le soutien financier de Téléfilm Canada, il faut qu'il ait déjà conclu une entente de distribution, sans quoi Téléfilm n'étudiera pas sa demande, ce qui est intelligent et tout à fait impératif pour Téléfilm. Autrement, elle croulerait sous les demandes. Elle opère donc une première sélection. En première étape, pour qu'on étudie sa demande, un producteur doit donner des gages de ses liens avec quelqu'un du secteur commercial.

L'hon. Sarmite Bulte: Je vous arrête ici. Est-ce que cela ne se rapproche pas de ce qui se passe aussi au Fonds canadien de télévision? Dans ce cas, le soumissionnaire doit déjà détenir une licence de radiodiffusion pour faire une demande.

M. Ted East: À mon avis, la situation est tout à fait différente dans l'industrie de la radiodiffusion. Très peu d'émissions de télévision sont conçues sans qu'on sache d'avance qui la diffusera, à quel public elle s'adressera, et même dans quel créneau, le jour et l'heure où on la regardera. En revanche, dans l'industrie cinématographique ici...

• (1515)

M. Jeff Sackman: Vous parlez de la conception d'une série.

M. Ted East: Je parle de... À l'étape du financement de la production, un ou plusieurs radiodiffuseurs participent déjà au projet et savent de quoi il retourne.

Dans l'industrie du cinéma, il arrive beaucoup trop souvent que les cinéastes considèrent la distribution, qui représente en fait le marché, simplement comme un autre détail à régler pour que leurs demandes soient prises en compte.

Combien de fois mes clients se sont plaints à moi de la date limite de Téléfilm, à un moment quelconque du mois d'avril, et d'ailleurs, pendant les deux semaines qui précèdent l'échéance, nous sommes inondés de demandes de dernière minute de la part des cinéastes. Ils nous demandent des ententes de distribution afin que leurs projets soient étudiés. C'est absurde.

L'hon. Sarmite Bulte: Je tenais à voir en quoi les deux industries sont différentes. Poursuivez. Ensuite?

M. Jeff Sackman: En réponse à la remarque de Ted, hier soir, à minuit, j'ai envoyé un courriel précisant que dans notre entreprise, dorénavant, nous accepterons les soumissions des cinéastes au plus tard deux semaines avant la date-butoir de Téléfilm, car autrement, nous n'aurons pas vraiment le temps de les étudier. Nous devons alors nous contenter d'un résumé très succinct.

Il s'agit d'une question très épineuse. L'une des questions qu'on soulève alors, c'est souvent la distribution, à savoir qui va jouer dans le film. Si on veut retenir des noms connus, les intéressés, et n'oublions pas que les acteurs connus ont beaucoup de choix, tiennent à savoir que tel projet a de véritables chances... Par conséquent, comment retenir les services de quelqu'un et ensuite demander du soutien financier?

L'hon. Sarmite Bulte: Avez-vous voix au chapitre chez Téléfilm? Quand ils s'adressent à vous, que se passe-t-il? Est-ce que vous travaillez avec Téléfilm? Expliquez-moi le processus.

M. Jeff Sackman: Quand un producteur s'adresse à nous—il y en a un dans l'auditoire qui est déjà venu nous voir—et que les divers éléments du projet et ceux qui y sont associés nous plaisent, nous négocions une entente de distribution. Le producteur peut alors cocher une case de plus et présenter son projet à Téléfilm.

Dès lors, nous sommes censés participer au lobbying, et Téléfilm est censé tenir compte de l'enthousiasme dont nous faisons preuve et de la confiance que nous accordons au projet comme l'un des facteurs permettant de déterminer quelles seront les cinq demandes sur trente qui seront financées.

Personnellement, d'après mon expérience à ThinkFilm, j'estime que Téléfilm ne nous accorde pas assez d'attention. Par conséquent, si c'est Téléfilm qui décide et si Téléfilm s'intéresse peu à moi, qui suis le représentant sur le marché, peu m'importe—que Téléfilm fasse son choix. Je ne peux qu'espérer qu'il choisira le projet auquel je suis associé.

Je suis déjà allé chez Téléfilm défendre avec passion un projet basé sur un roman canadien d'un auteur vedette, avec un metteur en scène reconnu et un réalisateur bien établi. Selon moi, ce film aurait pu être un autre *Beauté américaine*. Il y avait de l'humour, il y avait ceci et cela. J'ai défendu ce projet avec toute l'ardeur dont j'étais capable et le film n'a pas été financé.

Cela a jeté une douche froide sur ma confiance et ma passion et il est certain que, maintenant, je refuse d'aller passer trois heures à tenter de convaincre les décideurs. Je me contente d'écrire une lettre pour appuyer un film en particulier ou pour confirmer que j'ai accordé un contrat assorti de sommes d'argent mais aussi—en réponse à une des questions précédentes de Charlie—beaucoup de temps. Les contacts avec les réalisateurs prennent beaucoup de temps.

Dorénavant, nous signons le contrat si nous aimons le projet. Nous rédigeons le contrat et le contrat en soi confirme notre appui et notre confiance, le fait que nous nous engageons à consacrer du temps à ce projet, si le film est réalisé. C'est une marque de notre confiance, car, sinon, c'est beaucoup de temps gaspillé.

L'hon. Sarmite Bulte: Le contrat prévoit-il que vous participiez à la réalisation comme tel.

M. Jeff Sackman: Nous nous réservons le droit d'approuver la distribution pour régler le problème de l'oeuf et de la poule. Nous approuvons la distribution, Téléfilm approuve la distribution et, bien sûr, les réalisateurs veulent les meilleurs acteurs.

Souvent, le début du tournage approche mais tous les rôles n'ont pas encore été distribués; trois semaines avant le début du tournage on tente de faire le meilleur choix possible, mais l'acteur choisi n'est pas nécessairement idéal pour le rôle. Pendant ce temps, la préproduction est déjà enclenchée, on dépense de l'argent et si moi je n'approuve pas la distribution, croyant que mon réalisateur tente réellement de trouver les meilleurs acteurs... Je ne traite pas avec les agents de distribution artistique. Je dois me demander si j'appuierai le film et approuverai la distribution des rôles même si elle est loin d'être idéale du point de vue de la mise en marché.

L'hon. Sarmite Bulte: Comment pouvons-nous changer les choses? Comment corriger cette situation?

M. Jeff Sackman: Je n'ai pas dit qu'il faut nécessairement améliorer la situation, mais, tout de même, vous pourriez encourager Téléfilm à se lancer dans le cinéma à la carte.

M. Ted East: Vous abordez là un point important. C'est là que le bât blesse.

L'hon. Sarmite Bulte: Je ne veux pas vous presser, mais je crains de manquer de temps. J'aimerais bien avoir deux heures pour en discuter avec vous.

• (1520)

M. Ted East: Le système actuel de création et de sélection de films ne fonctionne pas. Je dois dire que j'ai rencontré Wayne Clarkson le mois dernier et que nous avons longuement discuté de cette question. Il était d'accord avec moi.

Le système ne fonctionne pas pour les raisons qu'explique Jeff, mais il y a en bien d'autres. Wayne Clarkson a sagement proposé que les intervenants cherchent ensemble une solution. Il a cinq ans devant lui et il comprend bien l'évolution du marché que je décrivais tantôt. Il comprend cela.

Nous sommes grandement encouragés par ces signaux car nous voulons vraiment pouvoir dire très bien, débarrassons-nous de tout cela, imaginons un meilleur système où vous et les producteurs serez nos partenaires et où tout le monde comprendra quels sont les objectifs.

Nous pouvons régler bon nombre des problèmes que les cinéastes et que nous aujourd'hui vous avons décrits. Cela ne fait aucun doute. Nous avons les compétences requises dans ce pays. Nous avons des sociétés de distribution assez solides—et par « assez solides », je ne veux pas dire seulement qu'ils ont assez de compétences. Je crains seulement que la situation économique soit un peu difficile pour un distributeur canadien et nous devons le reconnaître. Nous avons des gens talentueux dans ce pays. Il faut vraiment que les gens commencent à agir dans le même sens.

L'hon. Sarmite Bulte: Mais encore, vous avez des préoccupations au sujet de la subjectivité et il y a certainement des membres de votre industrie qui nous ont parlé de subjectivité en raison des enveloppes restreintes, malgré le budget de Téléfilm pour le FCT. Permettez-moi de me faire l'avocat du diable. N'est-ce pas dans la nature du commerce des arts? Il y a le Conseil des arts du Canada, entièrement...

M. Ted East: Le Conseil des arts du Canada est un jury de pairs, n'est-ce pas? C'est autre chose.

L'hon. Sarmite Bulte: Très bien. Et il n'y a pas de jury de pairs—c'est cela que vous dites?

M. Ted East: Non, ça n'existe absolument pas.

L'hon. Sarmite Bulte: Alors, qui prend les décisions?

M. Ted East: Téléfilm.

M. Jeff Sackman: En dernière analyse, c'est Téléfilm qui choisit parmi les projets admissibles.

L'hon. Sarmite Bulte: Vous dites que ce sont des bureaucrates?

M. Ted East: Oui, ce sont des bureaucrates qui prennent les décisions.

M. Jeff Sackman: Des décisions subjectives.

M. Ted East: Nous ne disons pas que les bureaucrates ne devraient pas avoir voix au chapitre, mais au bout du compte, le processus... Et je ne crois pas du tout que ce sera facile, car je suis membre du conseil d'administration du Fonds canadien de télévision et permettez-moi de vous dire que c'est compliqué.

M. Jeff Sackman: Eh bien, c'est ce que disait également M. Lemay; d'une part, nous disons ceci mais d'autre part, s'ils investissent trois millions de dollars dans un film et qu'ils sont responsables des emplois, ils doivent avoir leur mot à dire et c'est là que les choses se brouillent.

C'est pourquoi nous devons nous respecter les uns les autres.

L'hon. Sarmite Bulte: Pourriez-vous nous parler de la question des distributeurs étrangers? Lorsque je pense aux distributeurs étrangers, ce sont les personnes que représentent Doug Frith et Susan Peacock qui me viennent à l'esprit. Ils disent qu'ils ne contrôlent rien, les pauvres, et qu'ils n'ont aucunement accès et que cette histoire de 95 p. 100...

M. Ted East: Eh bien...

L'hon. Sarmite Bulte: Je sais, mais je pense que c'est important.

M. Ted East: Il n'y a absolument rien qui les empêche d'acquérir les droits de distribution aux États-Unis de tous les films canadiens produits au cours des 50 dernières années. Combien de fois l'ont-ils fait? Et pourquoi viendraient-ils au Canada acquérir les droits à l'égard d'un film que personne ne veut voir aux États-Unis, qui représentent 90 p. 100 du marché nord-américain?

Je ne comprends pas. Qu'est-ce qu'ils veulent dire?

L'hon. Sarmite Bulte: Très bien.

M. Jeff Sackman: Si jamais on a eu de bonnes raisons d'être vraiment cynique, je dirais que leurs mobiles ne sont pas vraiment ce qu'ils semblent être.

Ils représentent les studios américains au Canada et disent qu'ils devraient avoir accès aux films canadiens; c'est exactement à cela que faisait allusion Ted. Universal a acheté les droits de distribution d'un film qui est sorti cette année et qui s'intitule *La Voix des morts*. En fait, je ne sais pas si Universal a acquis les droits, mais je crois

qu'il y avait une entente selon laquelle le producteur aux États-Unis devait donner son film à Universal.

L'hon. Sarmite Bulte: Et qu'en est-il de la protection des droits acquis? Je crois savoir qu'ils sont différents.

M. Jeff Sackman: Ils sont différents; vous mêlez les questions.

L'hon. Sarmite Bulte: Très bien.

M. Jeff Sackman: Je ne veux pas parler de la protection des droits acquis, car je ne suis pas un expert.

Cependant, ce qui se produit souvent maintenant c'est que Universal, par exemple, a distribué un film aux États-Unis. Il s'agissait d'une coproduction Canada-Grande-Bretagne et il fallait donc un distributeur canadien qui était, je crois, TVA. C'est parce qu'ils avaient versé une avance. Universal n'a pas versé d'avances pour *La Voix des morts*, même aux États-Unis. Les recettes brutes s'élevaient à 5,5 millions de dollars et Universal dit : « Un instant, nous avons dépensé 32 millions de dollars pour la sortie de ce film aux États-Unis. » Ces 32 millions de dollars étaient le budget de publicité pour la sortie de ce film et le Canada a grandement profité des retombées. Puis une entreprise insignifiante, sans importance, une entreprise de rien du tout—c'est-à-dire TVA—a profité de son exposition en dollars américains. Puis ils disent : « Un instant, nous devrions avoir les droits nord-américains pour *La Voix des morts* car c'est nous qui lui avons donné de la valeur ». Eh bien, non.

Comme Ted le disait, pourquoi est-ce qu'ils n'achètent pas les droits de distribution de *Phil the Alien* aux États-Unis pour 10 ans avant de faire valoir cet argument? J'utilise *Phil the Alien* car, comme vous le savez, c'est un petit film et ça n'a pas de sens.

• (1525)

La présidente: Je dois donner la parole à quelqu'un d'autre.

Mme Bev.

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

Il y a mille et une questions que j'aimerais aborder en ce qui concerne la question de la distribution, puisque j'ai déjà eu à traiter avec des distributeurs, mais j'aimerais pouvoir poser une question à la Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario. Dans votre exposé, vous faites de nombreuses recommandations. Je sais que nous examinons la politique et les programmes fédéraux en matière de films. Cependant, j'aimerais profiter de l'occasion pour vous demander s'il y a des domaines où le fédéral et les provinces pourraient coopérer plus étroitement, agir d'une manière plus coordonnée, etc., afin de s'aider mutuellement à faire avancer les intérêts des longs métrages?

Je sais que votre organisme a évolué et j'essaie de comprendre, étant donné votre mandat actuel, quelle amélioration pourrait être apportée, à part l'administration du programme de crédits fiscaux, et ce que pourrait faire l'Ontario? Je sais que vous avez dit que vous représentez votre propre organisme et non pas le gouvernement de l'Ontario, mais quelle amélioration souhaiteriez-vous afin d'être efficaces?

Mme Marcelle Lean: Je sais que vous avez éliminé le crédit d'impôt. Je pense que c'est une question d'harmonisation et de coordination des efforts. Je ne peux pas chasser de mon esprit le crédit d'impôt car c'est un élément essentiel du financement. C'est pratiquement la seule chose que nous puissions coordonner et intégrer.

Mais il y a d'autres domaines. Je ne pense pas particulièrement à Téléfilm, mais nous avons parlé du rôle que pourrait jouer la SRC, par exemple. Nous avons également parlé du rôle que pourrait jouer le CRTC étant donné la grande importance de la diffusion des bandes-annonces à la SRC.

Mme Bev Oda: Je comprends vos recommandations, mais j'aimerais profiter de l'occasion de votre comparution pour comprendre votre mandat et déterminer s'il y a des éléments du programme et de la politique du fédéral qui pourraient avoir un impact direct sur ce que vous faites pour remplir votre mandat à l'égard des longs métrages.

Mme Marcelle Lean: Je vais donner la parole à Kristine parce que je crois qu'elle est plus en mesure de vous expliquer les aspects plus techniques.

Mme Kristine Murphy (directrice, Affaires commerciales et recherche, Société de développement de l'industrie des médias de l'Ontario): Merci.

Comme l'expliquait Marcelle, en Ontario on se sert surtout des crédits d'impôt. Il s'agit actuellement du mécanisme clé en Ontario pour traiter avec le gouvernement fédéral. Du point de vue du côté crédits d'impôt, nous voyons des réalisateurs arriver et se retrouver face à un tas de programmes. En se basant sur notre expérience avec les crédits d'impôt, nous suggérerions une politique cohérente et intégrée parce que nous trouvons effectivement que ces programmes donnent des résultats contradictoires. En vertu d'un programme, un type d'investissement est permis, mais pour avoir accès au palier suivant d'agence, cet investissement doit être retiré. Donc, il s'agit d'un très grand défi pour nous, pour les réalisateurs de l'Ontario, pour les réalisateurs canadiens, de naviguer cette voie. Je pense donc...

Mme Bev Oda: Suite à des représentations, suggestions et discussions, on s'est rendu compte qu'il s'agit de compétence provinciale, surtout, je crois, au niveau des responsabilités et des mandats des consommateurs.

Nous pourrions peut-être envisager des quotas pour les bandes annonces dans les cinémas en exploitation dans les provinces et qui présentent des bandes annonces canadiennes. Qu'en est-il des cinémas de l'Ontario, des bandes annonces faites en Ontario? Évidemment, afin d'assurer un suivi à partir de la création et de l'idée jusqu'au produit final, il faut évaluer la volonté des différentes compétences provinciales, car si nous faisons notre part et que ça n'aboutit pas... Je crois qu'il y a plus qu'une compétence ou capacité d'impliquée dans la projection finale au cinéma, où les gens vont...

• (1530)

Mme Kristine Murphy: Votre remarque est juste. Et comme vous l'avez dit, nous ne représentons pas le gouvernement de l'Ontario—et c'est bien le ministère des Services aux consommateurs et aux entreprises en Ontario.

C'est une observation juste.

Mme Bev Oda: Encore une fois, je voulais préciser que vous aviez un mandat très large et votre mandat au sein de votre organisme a changé. Peut-être pourrions-nous inciter le gouvernement provincial à maximiser sa capacité d'appuyer... Je ne suggère pas nécessairement des quotas, ou tout le reste, mais peut-être existe-t-il des moyens, autres que des crédits d'impôt provinciaux, que la province pourrait employer pour soutenir l'industrie.

La présidente: C'est la dernière question et la dernière réponse.

Mme Kristine Murphy: Je voulais ajouter qu'en Ontario, le gouvernement appuie l'industrie du cinéma et de la télévision et au mois de décembre, le gouvernement de l'Ontario a augmenté ses

crédits d'impôt et a injecté 48 millions de dollars supplémentaires. Donc cela demeure une façon d'agir.

La présidente: Merci beaucoup à tous.

Suite à cette discussion, si vous avez d'autres commentaires ou si vous voulez nous démontrer comment nous avons complètement mal compris la situation, je vous invite à nous le faire savoir directement ou en vous adressant à notre personnel de recherche par l'entremise de notre greffier. Nous en serions ravis.

Merci beaucoup pour tout le temps que vous avez consacré à ce sujet.

Nous allons prendre une pause de cinq minutes pour laisser les gens sortir et les prochains témoins venir à la table.

• (1532)

(Pause)

• (1544)

La présidente: Très bien. Que les prochains témoins veuillent bien prendre place. Pour tous les autres, je vous prierais de nous donner la chance de les entendre.

Je suis désolée, mais ces conversations qui se poursuivent traduisent la frustration que ressentent certains d'entre nous; nous n'avons tout simplement pas suffisamment de temps pour approfondir nos discussions et c'est pourquoi les conversations ont tendance à se poursuivre à bâtons rompus.

Quoi qu'il en soit, je suis heureuse d'accueillir maintenant les documentaristes du Canada et le Centre canadien du film; l'audition de ces témoins nous mènera jusqu'à 17 heures environ.

Qui commencera? Est-ce vous, Sandy?

• (1545)

M. Sandy Crawley (directeur général national, Documentaristes du Canada): C'est comme vous voulez. Je suis tout à fait disposé à vous céder la parole, si vous le souhaitez.

Mme Justine Whyte (directrice générale, Projet de long métrage, Centre canadien du film): Je crois que vous êtes le premier à l'ordre du jour, alors, allez-y.

M. Sandy Crawley: D'accord. Merci.

Bonjour, madame la présidente, mesdames et messieurs les estimés membres du comité. Je m'appelle Sandy Crawley et je suis le directeur général national de Documentary Organisation of Canada/Documentaristes du Canada.

Malheureusement, les cinéastes qui devaient m'accompagner n'ont pu se joindre à moi en raison des exigences de la production à laquelle ils travaillent actuellement. Si je suis incapable de répondre à vos questions portant sur les aspects techniques de la production de films, nous vous transmettrons la réponse par écrit.

Avant de commencer, permettez-moi de vous présenter la preuve que les documentaristes indépendants créent leurs oeuvres dans le cadre d'un continuum pouvant amener la reconnaissance du Canada sur la scène internationale. L'oscar du meilleur documentaire que j'ai dans les mains a été remis il y a 30 ans à un couple pratiquement inconnu alors à Hollywood. Leur film a été produit à une fraction du coût de son principal rival pour l'oscar, un film sur la Chine communiste de la vedette Shirley MacLaine.

Je le remets à Charlie pour qu'il le fasse circuler.

Vous remarquerez peut-être que la dorure s'est estompée, c'est qu'on s'en est souvent servi pour recueillir de l'argent pour financer d'autres projets. Je sais que vous avez vu des oscars dans des vitrines à l'Office national du film. Ils sont probablement en bien meilleur état car ils se sont moins promenés.

Je le remets donc à Charlie qui est, je crois, d'une région où il y a des mines d'or.

M. Charlie Angus : Oui. on pourrait peut-être le faire fondre.

M. Sandy Crawley : En fait, c'est surtout du plomb.

Et toute poussière d'or qui vous reste sur les mains après avoir manipulé l'oscar sera dépensée à bon escient si vous prenez notre position au sérieux.

Je sais que maintenant personne ne m'écoute car tous ne s'intéressent qu'à l'oscar. Je comprends cela.

The Documentary Organisation of Canada/Documentaristes du Canada est une corporation apolitique à but non lucratif qui représente les intérêts sociaux, culturels et économiques des cinéastes indépendants. Nous comptons plus de 600 employés et compagnies engagés dans tous les aspects de la conception, de la réalisation et de la distribution de documentaires et d'œuvres audiovisuelles dans tous les médias.

Notre organisme s'est donné comme objectif de défendre et de soutenir le genre et nous espérons travailler avec votre comité pour poursuivre notre mandat, qui est le suivant :

renforcer le milieu de la production indépendante de documentaires au Canada en réalisant des documents audiovisuels divertissants, créatifs et variés dans tous les médias.

Les documentaristes du Canada s'engagent à offrir des services qui favorisent l'excellence créatrice, la maîtrise technique, la découverte intellectuelle, la réflexion et le débat entre ses membres, les partenaires de l'industrie et le grand public à l'appui du développement continu du documentaire.

Mme Sarmite Bulte : Je vous prie de bien vouloir ralentir pour les interprètes.

M. Sandy Crawley : D'accord.

M. Marc Lemay : Prenez votre temps, nous en avons.

Charlie, ne posez pas de questions.

M. Sandy Crawley : Nous vous avons remis des informations sous forme d'un profil économique du secteur du documentaire canadien. Le rapport de 2004 intitulé *Getting Real/ Toute la vérité* permet de préciser les difficultés associées au maintien de l'excellence dans le genre documentaire qui a si bien servi le Canada dans le passé et si prometteur pour l'avenir, si on adopte des politiques qui l'appuieront.

La politique du scénario à l'écran adoptée en l'an 2000 est un bon exemple de la victoire des objectifs à court terme sur le soutien des valeurs profondes. L'exclusion du documentaire aux termes du règlement interne de Téléfilm Canada était manifestement une erreur. Il était peut-être louable de mettre l'accent sur l'obtention d'une petite augmentation de la part de marché des longs métrages canadiens dans les cinémas canadiens, mais cela a fait obstacle aux documentaires qui ont une excellente position sur le marché depuis le début de ce siècle. Cette politique n'est donc pas seulement illogique, elle va à l'encontre de l'objectif même qu'elle est censée réaliser.

Le plus ironique, c'est que le succès remarquable du film réputé—certains diront notoire—du cinéaste américain Michael Moore a eu comme point de départ son long métrage *Bowling for Columbine*, un film financé au Canada. Des cinéastes canadiens au talent égal ou supérieur ne peuvent trouver d'appui pour leurs grands projets sauf

en passant par de nombreux détours comprenant souvent leur ligne de crédit personnelle.

Je vous en donne un exemple : *La Corporation*, dont le réalisateur, Bart Simpson, est le président national de notre organisation. Ce film s'est classé au second rang des productions de langue anglaise au Canada l'an dernier pour ce qui est des recettes, devancé seulement par une coproduction slasher. *La Corporation* est l'un des sept documentaires utilisés dans l'étude de cas qui donnera lieu à un rapport sur l'incidence sociale du documentaire. L'histoire abracadabrante de sa réalisation illustre bien l'inéquité à laquelle font face les documentaristes indépendants. Le rapport vous sera transmis sous peu, probablement dans un mois.

La principale demande que nous voulons vous formuler est de corriger cette réglementation rétrograde. Nous recommandons que Téléfilm appuie la conception, la réalisation, la promotion et la distribution de longs métrages documentaires indépendants destinés aux salles de cinéma, dès l'année financière 2006.

• (1550)

Nous avons espoir que la nouvelle direction de Téléfilm est prête à s'engager dans cette voie. Nous ne sommes pas optimistes quant à sa capacité de le faire sans directive politique, car les longs métrages dramatiques, plus coûteux, plus prestigieux et plus rentables au Canada semblent dans les faits contrôler les leviers du pouvoir décisionnel.

Nous ne suggérons pas que soit réduit l'appui accordé aux longs métrages dramatiques qui le méritent, mais nous ne pouvons plus attendre que Téléfilm se décide à appuyer les documentaires. Que les sommes d'argent soient nouvelles ou non, il est évident depuis longtemps qu'un important investissement de deniers publics dans la réalisation de longs métrages est nécessaire et rien ne justifie qu'on refuse aux documentaristes qui produisent un genre de cinéma de plus en plus expressif et populaire, l'accès à ce système d'aide à la production cinématographique.

Les longs métrages documentaires devraient être la carte de visite du Canada dans le reste du monde. Comme l'ont souligné, les représentants de l'Office National du film dans leur exposé, cela a déjà été le cas, à une époque où tout était plus simple, où l'acceptation des ressources publiques dans le secteur cinématographique était moins fonction du marché commercial qu'à l'heure actuelle.

Le marché des films et des idées était plus simple. Pour que le long métrage documentaire redevienne la carte de visite culturelle du Canada, nous recommandons qu'au moins 10 millions de dollars, tirés des fonds fédéraux accordés chaque année à la production audiovisuelle au Canada, soient réservés pour appuyer de façon exclusive la production indépendante de longs métrages documentaires.

Vous remarquerez que nous n'avons pas fait de choix parmi les grands mécanismes de financement servant actuellement à appuyer la production. C'est parce qu'aucun des grands organismes ne s'est montré plus compétent qu'un autre dans le domaine de la conception, du financement, de la mise en marché et de la distribution de documentaires indépendants. Il est vrai que l'Office national du film a connu du succès dans ce domaine, mais c'est surtout parce qu'il a le mandat de produire lui-même des documentaires.

Nous ne voulons pas que le rôle de l'ONF soit réduit. Au contraire, un investissement accru mais bien ciblé de fonds publics dans l'ONF jouirait de l'appui des documentaristes du Canada. Cependant, les documents indépendants sont prêts à se soustraire à la surveillance bureaucratique pour connaître un succès populaire.

Un exemple récent, *J'ai serré la main du diable*, montre que les cinéastes peuvent trouver le succès d'eux-mêmes, même si c'est après s'être endettés personnellement parce que le système de financement public n'est pas actuellement conçu pour répondre à leurs besoins. Soit dit en passant, je me suis entretenu avec M. Peter Raymont, qui doit encore de l'argent à son équipe de tournage en dépit du fait qu'il a réussi, surtout grâce à ses propres efforts, à gagner le prix du public au festival de Sundance cette année. Je suis désolé de contredire M. Easter, mais c'est un fait. Peut-être que le film dont il a parlé a gagné ce prix une autre année. Le film de Peter Raymont, sera aussi distribué dans 22 pays, mais lui n'a pas encore reçu d'argent ou d'aide.

Quelques télédiffuseurs éclairés ont, par le biais du Fonds canadien de télévision, affecté des ressources à des émissions qui se sont rendues dans les salles de cinéma grâce à l'engagement et aux efforts de cinéastes déjà surchargés. Ce sont surtout les télédiffuseurs publics, tels que Radio-Canada, TV Ontario, Télé-Québec, certaines chaînes spécialisées et CTV, et le Fonds pour la production d'intérêt public découlant de leur acquisition par les entreprises Bell Canada disparaîtra dans trois ans.

Nous ne voulons pas minimiser ces efforts. Au contraire, quand un télédiffuseur s'engage dans un projet de long métrage documentaire qui est ensuite diffusé en salles, il faut des programmes pour encourager cette participation ou cette collaboration. Or, aucun des programmes existants n'a servi à appuyer de façon claire, cohérente et prioritaire l'expression créatrice des documentaristes. C'est ce qu'il faudrait pour que les Canadiens aient accès à une toute une gamme de points de vue divers.

Il y a un programme important qui remplit cette fonction, dans la mesure où le lui permettent ses ressources, et c'est le Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants. En dépit de la fragilité de ce programme véritablement indépendant et très efficace, le fonds s'est avéré indispensable pour le lancement de projets qui, autrement passent inaperçus dans les grands organismes dont je viens de faire mention et dont le mandat n'est pas d'accorder la priorité au documentariste indépendant.

• (1555)

Nous considérons aussi que le programme du Conseil des arts aide beaucoup les cinéastes indépendants, dans les limites de son budget et de son mandat, et nous demandons au comité de protéger le budget de ces deux programmes d'une érosion éventuelle dans le contexte de la production des longs métrages.

L'accès au marché est un élément clé de tout plan visant à améliorer le rendement des longs métrages canadiens. D'autres intervenants, notamment Mme Polley ce matin et M. McKellar, vous ont rappelé l'étendue de la domination étrangère de nos écrans de cinéma et, je suppose, de télévision aussi.

Dans ce contexte, nous appuyons fermement l'initiative de l'ONF qui réclame un programme de cybercinéma pour la distribution au Canada. Comme nous l'expliquons dans notre mémoire, cette approche connaît un succès considérable en Europe. Nous comprenons qu'on préfère attendre que les normes techniques soient établies ailleurs, mais nous estimons que cette attente témoigne d'un manque de courage et d'imagination. Il faut prévoir des ressources pour mener une étude de faisabilité d'un programme de cybercinéma typiquement canadien dès maintenant; le rapport de cette étude devrait être mis à la disposition de tous les intéressés, tels que vous, sans délai.

Nous croyons savoir que la grande chaîne de cinéma Famous Players a été mise en vente par la société mère. Si l'acheteur est étranger, ce serait une bonne occasion d'améliorer l'accès des films canadiens au marché en imposant des exigences à ce sujet lors des négociations avec Investissement Canada. Si un acheteur canadien est intéressé, les mêmes mécanismes juridiques ne s'appliqueront pas, mais nous espérons que le gouvernement fédéral prévoirait des incitatifs qui donneraient au cinéastes canadiens un accès accru aux écrans canadiens.

La question de la gouvernance des organismes fédéraux mérite aussi qu'on s'y attarde. Nous savons que la ministre se penche sur ce dossier, et nous espérons que les représentants des documentaristes indépendants pourront prendre part à la prise des décisions à Téléfilm Canada, à l'Office national du film et au Fonds canadien de télévision dans un avenir rapproché.

Nous avons trouvé très encourageant qu'au moins un représentant des cinéastes indépendants soit nommé au CRTC. Vous savez de quoi je parle.

De même, nous demandons qu'un représentant des documentaristes indépendants siège au comité consultatif qu'on se propose de créer au sein du bureau de certification des produits audiovisuels canadiens.

Le milieu de la production comporte d'autres aspects liés à la santé du long métrage documentaire. Il y a, entre autres aspects, le déséquilibre entre les radiodiffuseurs et les producteurs dans la prise de décision sur l'investissement public, la nécessité de mettre sur pied un programme intérimaire de financement pour les documentaires dont le budget est inférieur à 500 000 \$, la possibilité de vendre directement au public, les obstacles au perfectionnement professionnel, le manque de transparence des rapports sur l'usage des subventions, rapport qui devrait aussi être déposé dans le plus court délai, l'intérêt que présenterait un programme offrant des identificateurs universels à toutes les productions canadiennes financées par le secteur public pour aider la recherche et rationaliser l'administration publique et, bien sûr, l'intégration d'une politique sur le documentaire dans la politique culturelle d'ensemble.

Étant donné que nous avons peu de temps et que votre étude porte sur le long métrage comme tel, nous nous contentons de dresser la liste de ces sujets, à moins que les membres du comité ne souhaitent revenir à l'un de ces sujets pendant la période de questions.

Cela met fin à nos remarques. Je serai heureux de répondre à vos questions sur mon exposé et notre mémoire.

Merci beaucoup.

La présidente: Merci.

Nous allons maintenant entendre le Centre canadien du film. Il semble qu'il y ait plus de questions et un meilleur dialogue quand nous entendons d'abord tous les exposés.

Qui d'entre vous prendra la parole en premier?

• (1600)

Mme Justine Whyte: Ce sera moi. Je m'appelle Justine Whyte. Je suis la directrice générale du projet de long métrage, une initiative du Centre canadien du film.

Mme Kathryn Emslie (directrice générale par interim et directrice, Film et télévision, Centre canadien du film): Je prendrai la parole après Justine. Je m'appelle Kathryn Emslie et je suis la directrice par intérim du centre, grâce à Téléfilm, et la directrice des programmes de cinéma et de télévision.

Mme Justine Whyte: Le Centre du film vous remercie de lui permettre de témoigner devant le Comité permanent du patrimoine canadien aujourd'hui. Nous félicitons le ministère du Patrimoine canadien de la mise en oeuvre de sa politique en matière de longs métrages de 2001 « Du scénario à l'écran » et de continuer à appuyer Téléfilm Canada comme agent d'administration, de contrôle et d'évolution de la politique canadienne en matière de longs métrages.

Le Centre du film est heureux d'avoir joué un rôle dans les consultations précédentes et de contribuer aussi à celle-ci.

Dans notre mémoire, nous faisons plusieurs recommandations sur les activités qui complèteraient et rehausseraient les résultats et les objectifs du programme existant « Du scénario à l'écran ». Nous serions heureuses d'en discuter en détail, mais nous nous attarderons davantage au partenariat qu'a établi le Centre du film avec Patrimoine canadien et Téléfilm Canada dans le cadre du programme national de formation dans le secteur du cinéma et de la vidéo.

Susciter la formation et former les meilleurs et les plus talentueux écrivains du pays est, en dernière analyse, ce qui garantira la santé, la diversité et l'avenir des longs métrages canadiens. À cette fin, nous affirmons que la meilleure façon de continuer à tirer les meilleurs résultats possibles de la politique en matière de longs métrages est de renforcer notre engagement à l'égard des talents émergents.

La formation est cruciale, et le Centre du film se consacre à l'avancement du talent créateur, du contenu et des valeurs canadiens dans le monde entier par le biais de la formation, de la production, de la promotion et de l'investissement. Nous travaillons en partenariat stratégique avec les secteurs public et privé et, ensemble, nous avons contribué à façonner l'identité culturelle du pays, à la production canadienne, à notre stabilité économique et à accroître les auditoires des films canadiens au pays et à l'étranger.

Les 750 diplômés du Centre du film comptent parmi les plus talentueux scénaristes du pays. Ils ont joué un rôle clé dans plus de 151 longs métrages, 250 émissions de télévision et 50 trames narratives interactives. Le Centre du film a lui-même produit 115 courts métrages et 16 adaptations cinématographiques de pièces de théâtre qui ont été présentées dans des salles commerciales au Canada et à l'étranger.

À titre d'école nationale, le Centre du film représente l'avenir du cinéma au Canada. Nous formons la prochaine génération de cinéastes, de chefs de file qui créent le contenu canadien et suscitent des occasions pour d'autres. La politique canadienne en matière de longs métrages et sa santé et son efficacité sont par conséquent d'une importance cruciale pour nous.

La formation offerte par le Centre du film constitue pour les secteurs culturels et du divertissement une forme unique, efficace et essentielle de R et D. Nous investissons dans l'épanouissement du talent. Nous prenons le risque d'encourager les créateurs émergents et leurs idées, nous leur permettons de faire des films et nous les lançons sur le marché professionnel. De plus, les oeuvres de ces créateurs émergents offrent des perspectives à des milliers d'artisans, d'artistes et d'acteurs émergents qui peuvent ainsi perfectionner leurs compétences de créateurs. Il se crée ainsi le bassin de talents dynamiques qui est crucial à ce secteur axé sur la collaboration.

Le projet de long métrage du Centre canadien du film représente un excellent exemple de ce travail de R et D. C'est le seul programme de formation en production d'un premier long métrage à petit budget, pleinement encadré, de ce genre dans le monde. Nous en sommes très fiers. En moins de 13 ans, le projet de long métrage a donné lieu à la production de 31 scénarios et de 16 longs métrages de cinéma pour moins de 11 millions de dollars. Le soutien qu'a accordé Téléfilm aux activités de formation du Centre du film et au projet de long métrage nous a beaucoup aidé à réaliser cet important travail de R et D.

Toutefois, le Centre du film, comme les talents qu'il promet, aspire à faire davantage et mieux. Nous voulons donner un avantage mondial aux futurs créateurs et dirigeants de ce secteur et nous invitons Patrimoine canadien à nous aider à tableur sur nos capacités en vue d'atteindre cet objectif.

Nous recommandons donc que la politique canadienne en matière de longs métrages reconnaisse officiellement le Centre du film comme École nationale de cinéma et le rôle important qu'il joue en R et D, et que le ministère du Patrimoine canadien quadruple le financement qu'il lui accorde par le biais du programme national de formation.

• (1605)

Mme Kathryn Emslie: Il est absolument essentiel de garder les artistes et de promouvoir la diversité. Le centre a été conçu pour susciter de nouveaux talents, de nouvelles lois et pour célébrer des expériences diverses, et il le fait extrêmement bien. C'est l'affaire et la raison d'être du Centre du film de dépister et d'encourager les meilleurs nouveaux artistes, où qu'ils soient et quelle que soit leur situation.

Étant donné la diversité des régions et des collectivités du Canada, le Centre canadien du film est le premier des centres de formation en cinématographie, et il est vraiment une école nationale. Des élèves du centre, 40 p. 100 viennent de l'extérieur de l'Ontario, 48 p. 100 ont travaillé à des longs métrages produits à l'extérieur de l'Ontario, 53 p. 100 sont des femmes et 20 p. 100 font partie d'une minorité visible ou d'une communauté autochtone.

Le Centre canadien du film a joué un rôle important dans la promotion de la diversité culturelle sur nos écrans. Nous en avons trois grands exemples :

Le film *RUDE* a été produit dans le cadre de notre projet de long métrage et c'était le premier long métrage exclusivement noir, pour grand public, réalisé au Canada, en plus d'avoir été choisi officiellement au Festival international de Cannes.

Eve and the Fire Horse a été le premier film réalisé par l'une de nos élèves de la Colombie-Britannique, Julia Kwan; il portait sur l'expérience d'une famille chinoise avec l'identité culturelle. Il a été créé grâce au Centre canadien du film, qui a notamment investi dans le long métrage de Kwan.

Et le dernier, mais certainement pas le moindre, le film *CUBE* de notre élève Vincenzo Natali, un jeune réalisateur canadien de la communauté italienne, qui était un long métrage de science fiction brillant. Malgré son budget modeste de 375 000 \$, il a capté l'imagination des cinéphiles du monde entier, et a récolté des dizaines de millions de dollars aux guichets.

Pour que le Centre canadien du film encourage des créateurs de classe internationale, nous devons avoir une politique de formation nationale forte et le financement nécessaire pour la mettre en oeuvre. Cela signifie que nous devons toujours pouvoir offrir une formation avancée, accessible à tous les Canadiens. Il faut aussi que nos cinéastes connaissent toutes les occasions et les ressources internationales et puissent s'en servir. Cela signifie aussi que nos créateurs en émergence doivent le mieux possible refléter la diversité culturelle du Canada ainsi que son excellence artistique sur la scène mondiale.

En terminant, d'ici la fin de la décennie, avec un soutien accru et durable de Patrimoine canadien et de Téléfilm Canada, le Centre canadien du film continuera d'assurer la réputation internationale du Canada pour la formation avancée de pointe et pour les activités de production tout en étant le réceptacle de l'excellence créative, de la diversité culturelle et de l'innovation. En quadruplant sa contribution à ces importantes activités, le gouvernement fédéral jouerait un rôle modeste mais crucial dans la vitalité culturelle actuelle et future du secteur du long métrage canadien.

La contribution que nous demandons serait bien inférieure à celle qui est consentie dans des pays comme l'Australie et le Danemark, qui ont bâti un secteur du cinéma national fort et qui exportent avec beaucoup de succès leurs films. Ainsi, la Australian Film, Television and Radio School reçoit 88 p. 100 de son budget annuel du gouvernement national. L'école nationale du film du Danemark reçoit 100 p. 100 de son soutien financier du gouvernement central. La population d'étudiants à temps plein de ces deux écoles est semblable à celle du Centre canadien du film, et pourtant, notre centre ne reçoit que 9 p. 100 de son budget annuel du programme national de formation.

Il est clair que le rôle vital de la formation dans l'élaboration d'une culture cinématographique canadienne plus prospère, plus accessible, plus novatrice, plus enthousiasmante et plus populaire mondialement est considérablement désavantagée. Il est temps d'y remédier. Pour assurer un avenir dynamique au cinéma canadien, il faut augmenter et préserver l'engagement de la politique cinématographique canadienne envers les programmes de formation avancés du Centre canadien du film.

Merci.

La présidente: Merci.

Nous allons poursuivre le même tour qui a commencé vers 14 heures. Vous êtes donc le suivant, monsieur Lemay.

[Français]

M. Marc Lemay: Je suis pris par surprise: je ne croyais pas que c'était mon tour. Es-tu prêt, Scott?

[Traduction]

M. Scott Simms (Bonavista—Gander—Grand Falls—Windsor, Lib.): Je suis toujours prêt, mais M. Crawley veut dire quelque chose.

M. Sandy Crawley: J'ai enfin obtenu qu'un réalisateur vedette vienne avec moi répondre à certaines de vos questions. Permettez-moi de vous présenter M. Peter Raymont, l'un de nos plus ingénieux et prolifiques documentaristes, et producteur ainsi que réalisateur du film *Shake Hands with the Devil: The Journey of Roméo Dallaire*.

●(1610)

La présidente: Merci d'être avec nous.

M. Sandy Crawley: Monsieur Simms, veuillez poser votre question.

M. Scott Simms: Merci, madame la présidente et distingués invités.

Quand vous financez votre propre projet... J'ai un peu de sympathie pour cette situation, comme d'autres de mes camarades politiciens, qui savent que dans notre profession aussi, nous devons financer nos débuts, et que beaucoup d'entre nous continuent de payer.

Dans votre situation, quels leviers existent maintenant? Je présume que c'est le secteur privé qui permet à de nombreux cinéastes de réaliser des documentaires sous forme de longs métrages. Je vous demande de nous dire quelles sont vos difficultés.

M. Sandy Crawley: Je vais demander à M. Raymont de vous répondre, puisqu'il connaît très bien cette question et il pourra vous donner le scénario habituel pour l'un de ses projets.

M. Peter Raymont (président, White Pine Pictures): Le film que je viens de terminer, *Shake hands with the Devil*, dont beaucoup d'entre vous ont entendu parler, est un exemple intéressant. Brièvement, il a reçu du financement pour qu'on en fasse un documentaire télévisuel de 45 minutes, pour la CBC. En faisant le tournage et le montage, nous nous sommes rendu compte qu'il y avait beaucoup plus que cela et nous avons monté un long métrage de 91 minutes. Il est maintenant distribué partout dans le monde, dans des cinémas, il est présenté en 35 millimètres et il a reçu des prix à divers festivals de films. Mais le financement était prévu pour un documentaire de 45 minutes pour la CBC, produit par ma petite société indépendante, White Pine Pictures. C'était un financement traditionnel, au moyen de droits de diffusion pour la CBC et pour Radio-Canada ainsi qu'avec une bourse de 100 000 \$ du Fonds Rogers pour les documentaires. Nous sommes l'un des deux réalisateurs de documentaires qui obtiennent chaque année une bourse du Fonds de Rogers pour la réalisation de documentaires. Nous avons obtenu aussi un autre 100 000 \$ du Fonds canadien de télévision, nous avons aussi eu droit à des crédits d'impôt et à une petite avance d'un distributeur. C'est tout pour le financement.

Le problème, c'est que nombre de ces films qui pourraient être très populaires comme longs métrages n'ont pas le financement nécessaire au départ. Nous proposons qu'il y ait un fonds pour cela chez Téléfilm Canada. Comme Sandy l'a dit, je crois, il doit y avoir un fonds pour des documentaires sous forme de longs métrages qui pourrait accorder du financement à diverses étapes, soit au début, au moment de la conception du projet, après le tournage ou au moment où commence le montage, quand on se rend compte qu'on peut faire un long métrage, ou encore, lorsque le film est terminé, et que les distributeurs pour les salles de cinéma peuvent le voir et constater qu'il s'agit d'un long métrage.

Cela nous aurait beaucoup aidés pour ce projet. Nous nous sommes donné bien du mal et nous avons dépassé le budget en prenant des risques énormes pour en faire un long métrage, ce qui commence à être rémunérateur maintenant. Au cours de l'année qui vient, nous pourrions combler notre déficit avec les recettes aux guichets des cinémas et les ventes pour télédiffusion. Mais pour ma petite entreprise, c'est un processus très, très difficile et un lourd fardeau que ces coûts supplémentaires. Pour un film de 500 000 \$, soit le budget initial, les coûts ont été en fait de 580 000 \$. Les 80 000 \$ supplémentaires ont été obtenus en ne rémunérant pas les gens comme il se devait et en empruntant de l'argent. Cela a été très, très difficile.

M. Scott Simms: En pourcentage, combien de temps passez-vous à obtenir les fonds nécessaires pour le projet, comparativement au temps que vous consacrez à la réalisation du projet lui-même?

M. Peter Raymont: On a pris 12 jours pour tourner ce film au Rwanda avec le général Dallaire. Ça nous a pris un an pour obtenir la permission d'entrer, pour trouver les fonds, etc., trois ou quatre mois pour faire le montage et un an pour assurer la sortie du film. La partie créative, c'est-à-dire le tournage et le montage du film, a pris quelques semaines, donc c'était une petite partie d'un processus qui était beaucoup plus long.

Je travaille dans ce domaine depuis 35 ans, alors il ne s'agit pas simplement d'un exemple. Il s'agit d'un modèle qui s'applique à tous les cinéastes indépendants. Soixante-dix à 80 p. 100 de notre temps est consacré à la recherche de fonds, et 20 à 25 p. 100 de notre temps est consacré à la réalisation du film lui-même.

M. Scott Simms: Quel pourcentage de documentaires proviennent de l'ONF? Lorsqu'un réalisateur travaille avec l'ONF, est-ce qu'il est engagé? Est-ce qu'il touche un salaire pour la réalisation du film? Comment cela fonctionne?

M. Sandy Crawley: Peter vous donnera les détails parce que c'est lui qui a plus d'expérience avec l'Office national du film et je ne connais pas le pourcentage. Je suis content que vous ayez posé la question parce qu'actuellement c'est notre première tentative d'examiner cette question de façon approfondie au-delà du document que nous avons distribué. Nous travaillons avec l'Office national du film, le Fonds canadien de télévision et Téléfilm Canada afin de compiler certaines de ces données. Il s'agit d'une tâche très, très difficile. Les individus et les institutions ne sont pas aussi transparents qu'ils pourraient l'être avec leurs chiffres.

Donc je ne peux vous donner le pourcentage des films qui sont réalisés avec l'ONF. Il y a des façons différentes de travailler avec l'Office national du film. Parfois l'ONF est le partenaire et le producteur principal et parfois il s'agit de coproduction. Peter pourra certainement vous fournir plus de détails.

• (1615)

M. Peter Raymont: Il n'y a que trois cinéastes-maison du côté anglais à l'ONF à l'heure actuelle. L'Office national du film finance les coproductions avec des indépendants comme moi-même et d'autres membres de cet organisme et finance d'autres films en entier et embauche des cinéastes indépendants pour faire le film, mais il n'y a pas vraiment de... J'ai travaillé à l'ONF de 1971 à 1978 à Montréal et c'était tout à fait différent de ce que c'est aujourd'hui. À l'époque, il y avait un noyau de cinéastes qui travaillaient à l'ONF, certains faisaient partie du personnel, d'autres travaillaient à contrat et nous avons tourné beaucoup de films fantastiques, mais l'Office national du film s'est vu couper tellement son financement dans les 30 dernières années qu'il n'est plus que l'ombre de lui-même.

Par contre, il fait encore beaucoup de bon travail en collaboration et en co-réalisation avec les cinéastes indépendants.

M. Scott Simms: Est-ce très difficile pour un cinéaste débutant de travailler comme indépendant? Est-ce que c'est difficile d'attirer l'attention de l'ONF?

M. Peter Raymont: Eh bien, l'ONF constitue une source de financement.

M. Scott Simms: Parlons de toutes les sources, alors.

M. Peter Raymont: Pardon?

M. Scott Simms: Parlons des autres sources de financement aussi. Je veux dire, comment...

M. Peter Raymont: En 1971, je sortais de l'université et on m'a embauché à l'Office national du film comme monteur de film adjoint. C'était une excellente façon de débiter dans le domaine du film documentaire—tout d'abord à l'Office national du film et ensuite j'ai mis sur pied ma propre compagnie indépendante.

C'est très difficile pour les gens de débiter dans ce métier aujourd'hui. Ils entrent dans le domaine grâce aux petites compagnies comme la mienne, qui les embauche comme monteur de film adjoint, technicien de l'enregistrement du son, en extérieur, etc.; c'est un genre de mentorat.

Cela se fait cependant de façon très ponctuelle, quoique je pourrais ajouter que la formation, comme le disaient les gens du Centre canadien du film tout à l'heure, est très importante même si on semble beaucoup la sous-évaluer.

M. Sandy Crawley: Dans le mémoire, j'ai souligné que l'industrie offre un programme de mentorat. Malheureusement, c'est l'Association canadienne de production de film et télévision qui en régit l'accès et malgré les tentatives répétées que j'ai faites pour essayer d'ouvrir les portes au niveau approprié chez Ressources humaines et Développement des compétences Canada, les documentalistes indépendants n'ont toujours pas d'accès à ce soutien et c'est dommage parce que c'est une autre façon d'offrir de la formation aux gens.

Le Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants dont j'ai parlé tout à l'heure a aussi un mandat partiel pour aider les gens à tourner ces premiers films et il en va de même pour le Conseil des arts du Canada. Ce sont d'excellents programmes pour cela. Le problème, c'est que c'est toujours très difficile parce qu'on manque de ressources.

M. Scott Simms: Bon. Il me reste combien de temps, madame la présidente?

La présidente: Je crois qu'il ne vous en reste plus. Je reviens à M. Lemay, qui est maintenant prêt.

[Français]

M. Marc Lemay: Les films documentaires sont très populaires à l'heure actuelle. Je viens du Québec, et je peux vous dire que si j'avais de l'argent à investir, c'est dans ce domaine que je le ferais. Je songe entre autres à *Shake Hands With the Devil*. Ce film, qui est basé sur un livre du général Dallaire, a connu un succès extraordinaire au Québec.

Il y a eu un Oscar en 1975, et depuis 30 ans, il y a un genre de vide. Je parle ici du Canada anglais, parce qu'au Québec, depuis Perrault, il y a toujours eu beaucoup de documentaires. Je me demande pourquoi on accuse aujourd'hui un tel retard dans ce domaine. C'est ma première question.

J'en poserais une autre à la représentante du Centre canadien du film. Votre organisme n'est-il établi qu'en Ontario, pour ce qui est du reste du Canada? Je ne connais pas de pendant québécois à cet organisme. Y a-t-il une raison à cela ou est-ce une situation normale?

• (1620)

[Traduction]

M. Sandy Crawley: Pour ce qui est de la reconnaissance accordée à un documentaire, je crois que c'est le premier film documentaire indépendant qui ait gagné un Oscar. Beaucoup d'autres prix ont été gagnés au Canada et ailleurs dans le monde. Mais il y en a eu d'autres. Le film de Brigitte Berman sur Artie Shaw a remporté un Oscar quelques années plus tard. L'Office national du film—The National Film Board—a ramené plusieurs Oscars au Canada pour ses longs métrages documentaires, me semble-t-il.

Je suis heureux que vous constatiez la différence au Québec. Je crois que vous voulez avoir l'occasion de rencontrer *l'Observatoire du documentaire*, un groupe de coordination qui s'entend très bien avec le nôtre. Franchement, la province de Québec offre des appuis beaucoup plus importants à ces réalisations et c'est pour cela qu'ils connaissent beaucoup plus de succès.

Ce n'est pas comme si le talent avait disparu, mais on manque d'occasions de se faire valoir. Peter a donné quelques explications : les compressions du fédéral sans oublier l'essentiel de notre mémoire d'aujourd'hui, c'est-à-dire la décision prise par Téléfilm Canada il y a cinq ans de ne plus investir dans les longs métrages documentaires, ce qui fut une erreur tragique, et nous espérons qu'elle sera corrigée.

Peter, vous avez autre chose à ajouter à propos de ce qui s'est passé pendant les 30 dernières années?

M. Peter Raymond: Un Oscar que Sandy traîne toujours avec lui est vieux, mais les documentaires canadiens sont très réputés dans le monde. Ce film-ci et celui de l'année précédente, *The Corporation*, ont tous deux remporté le prix du public lors du Festival de film Sundance, et il s'agit d'un prix extrêmement prestigieux dans le domaine des films documentaires.

Les longs métrages documentaires canadiens sont particulièrement prisés partout au monde. Ils remportent des prix aux festivals du cinéma. Le problème, c'est que leurs réalisateurs—et je connais les gens qui ont réalisé *The Corporation* de même que bien des gens dans le milieu—ne sont pas... Notre situation financière est très précaire. Nous ne sommes pas de petites entreprises rentables qui peuvent se passer d'aide. C'est très difficile.

Sandy a signalé certains des problèmes. Le financement provisoire représente une partie ridicule de notre budget. Nous devons emprunter en fonction de l'argent que nous finirons pas recevoir de Téléfilm, du FCT ou des diffuseurs, si bien que sur un budget d'un demi-million de dollars, nous en donnons 50 000 \$ aux banques—à la Banque Royale ou à la Banque nationale—qui nous accordent un financement provisoire sur la base de nos crédits d'impôt. C'est ridicule.

On nous dit de plus en plus souvent que nous devons consacrer tous nos crédits d'impôt au financement de la production de films. Or, les deux crédits d'impôt, au provincial et au fédéral, ont été créés et conçus pour aider les petites sociétés cinématographiques à survivre entre deux films, à maintenir leur infrastructure, à payer leur loyer et leur téléphone, et non pas pour financer la production de films. C'est un problème énorme et on pourrait y remédier.

Ce qu'il faudrait faire avant tout, c'est de créer à Téléfilm Canada un fonds pour les documentaires afin de soutenir d'éventuels longs

métrages et de donner aux cinéastes qui les font le financement supplémentaire dont ils ont besoin.

Mme Kathryn Emslie: Bien que le Centre du film se trouve effectivement en Ontario, nous sommes un organisme national. À l'heure actuelle, je crois que de 20 à 25 p. 100 de nos diplômés sont originaires du Québec et résident au Québec.

M. Sandy Crawley: Je sais, ayant siégé au conseil d'administration de cette vénérable institution, que l'INIS a bien sûr son siège à Montréal et qu'il est subventionné par le même fonds national de formation, qui est considéré un peu comme le pendant québécois du CFC.

La présidente: Pourriez-vous répéter le nom...?

[Français]

M. Sandy Crawley: L'Institut national de l'image et du son.

M. Marc Lemay: C'est terminé, merci.

[Traduction]

La présidente: Monsieur Brown.

M. Gord Brown (Leeds—Grenville, PCC): Merci madame la présidente. Mes questions s'adressent aux deux organismes, mais d'abord à M. Crawley.

Pourriez-vous nous expliquer brièvement ce qu'est le cybercinéma. Je n'ai pas très bien compris ce dont il s'agit.

• (1625)

M. Sandy Crawley: C'est une forme de diffusion simultanée en circuit fermé à une salle de cinéma. Cela permet de transmettre une image de bonne qualité sur l'écran de cinéma sans avoir à déboursé 50 000 \$ pour le mettre en format 35 millimètres.

Ce courant a commencé en Hollande où l'on a créé ce qu'on appelle la DocuZone, expressément pour les documentaires hollandais. Le gouvernement central ou fédéral, au lieu de subventionner la production cinématographique—bien qu'il subventionne largement et la production et la formation—a décidé de subventionner les exploitants de salles en payant l'installation des outils technologiques nécessaires dans huit ou dix salles de cinéma de Hollande situées dans les grandes villes, à Amsterdam, Eindhoven et Rotterdam.

En échange, les exploitants de salles doivent présenter des documentaires hollandais au lieu des films de Hollywood tous les jeudis soir—je crois bien que c'est les jeudis ou les mardis. L'idée a eu un succès phénoménal et tous les jeunes Hollandais voulaient voir sur grand écran le reflet de leur propre culture. Ils ne voulaient pas nécessairement voir tous les genres de film tournés à Hollywood; ils voulaient voir les films reflétant leur propre culture et ils ont accouru en grand nombre.

D'autres Européens se sont intéressés à cette formule et je pense que maintenant il y a 12 pays qui l'ont adoptée. Ils ont aussi un système où un jury choisit un nombre de films tournés dans ces 12 pays qui seront diffusés dans les grandes salles de cinéma de ces pays. Nous recueillons en ce moment de l'information à ce sujet. Il serait très utile de subventionner une formule semblable au Canada. Je crois qu'elle aurait beaucoup de succès. D'autres ont évoqué la popularité du circuit de projection de films et des travaux de Cam Haynes, qui montrent à quel point les habitants des petites villes et des villes de taille moyenne au Canada sont attirés par ces films. Ces gens n'ont généralement accès qu'à deux ou trois superproductions, mais maintenant ils peuvent voir un long métrage dans une petite salle de cinéma, et ils y accourent.

Même si l'intervenant précédent a dit que les exploitants de salles ne cherchent qu'à faire de l'argent et ne se soucient pas de l'origine des films qu'ils présentent... M. McKellar vous a dit ce matin qu'il faisait plus d'argent aux guichets qu'un film médiocre avec Brad Pitt, mais qu'il avait été évincé à cause des relations entre les exploitants de salles et les distributeurs.

Le film de Nettie Wild intitulé *FIX : Story of an Addicted City* a connu le même sort. Les recettes aux guichets étaient bien meilleures au centre-ville de Vancouver parce que ce film traite de Vancouver et qu'il s'agit d'une oeuvre importante, mais son film a été remplacé par une production hollywoodienne parce que les exploitants de salles doivent soigner leurs relations avec les distributeurs parce qu'en ce moment, c'est eux qui les font vivre.

M. Peter Raymont: Excusez-moi de vous interrompre. Nous avons eu une expérience semblable avec notre film et *Hotel Rwanda*. *Hotel Rwanda* est un grand succès hollywoodien; ce film a été mis en nomination pour un Oscar, qu'il a remporté. Pendant qu'il était présenté à Calgary au même cinéplex, notre film *Shake Hands with the Devil* était lui aussi présenté et il attirait des auditoires de même taille, alors que c'est un documentaire canadien.

Il arrivait que des gens voient *Hotel Rwanda* et notre film le même jour, ou à des occasions différentes. Notre film n'a été présenté que pendant une semaine parce que les grandes chaînes américaines avaient réservé les salles de cinéma pour leurs productions.

J'aimerais apporter certaines précisions à ce que Sandy a dit. De nos jours, presque tous les documentaires sont tournés en vidéo. Nous les appelons des films documentaires, mais en réalité ce sont des vidéos. Il est difficile de les faire distribuer dans les salles de cinéma s'ils sont sur vidéo. Cela coûte environ 50 000 \$ pour les convertir en format 35 mm. Cela a pu se faire dans le cas de mon film, grâce à certains fonds que Téléfilm réserve pour l'agrandissement. Toutefois, la plupart des documentaires, et d'excellents documentaires, n'existent que sous forme vidéo; c'est pourquoi la plupart des Canadiens ne peuvent pas les voir au cinéma parce que très peu de salles de cinéma ont la capacité de projeter les vidéos. Cela ne se fait que dans quelques grands cinémas de Toronto, de Montréal et de Vancouver. À l'extérieur des ces grandes villes, il est impossible de voir ces films au Canada. Voilà ce qu'apporterait la distribution du cinéma électronique : cela permettrait d'installer des projecteurs vidéo dans ces salles de cinéma et ainsi les Canadiens de tout le pays pourraient voir nos films.

M. Gord Brown: Comment le gouvernement pourra-t-il vous aider à mettre en place ce cinéma électronique?

M. Sandy Crawley: Comme il s'agit d'une question de compétence provinciale, comme Mme Oda l'a signalé tout à l'heure, il faudrait des efforts concertés et certains investissements. Vous devriez choisir certains centres urbains et certains cinémas. Il est

évident que vous ne pourrez pas équiper chaque écran de cinéma au Canada pour le cinéma électronique, mais je pense que vous pourriez faire certains investissements stratégiques.

L'autre avantage c'est que, comme la projection sera simultanée à plusieurs endroits, l'impact publicitaire pourrait être beaucoup plus puissant. Dans le cas de *Shake Hands with the Devil*, par exemple, si un tel système avait existé, le film de Peter aurait pu être projeté en première le même soir partout au Canada. J'imagine qu'il aurait appelé tous les journaux. En communiquant avec la presse, on obtient la publicité et la visibilité si bien que les gens auraient la chance d'aller au cinéma pour voir le reflet de leurs propres valeurs et expériences.

• (1630)

M. Gord Brown: Excellente idée, parce que beaucoup de témoins que nous avons entendus à Ottawa et également à Winnipeg, nous ont parlé de la distribution. Cette solution m'intéresse vivement parce qu'elle pourrait faciliter la distribution.

Il me reste à peine une minute ou deux, alors je vais passer à l'autre groupe de témoins.

À Winnipeg, les gens de l'INAÉ nous ont parlé des centres de formation et de la réduction des avantages sociaux. On nous a entre autres proposé d'établir des critères nationaux. Est-ce que le Centre du film serait d'accord avec cette idée? Cette diminution du soutien a-t-elle eu des répercussions?

Mme Kathryn Emslie: Des critères nationaux?

M. Gord Brown: Oui.

Mme Kathryn Emslie: Pourquoi?

M. Gord Brown: Pour la formation. C'est une des suggestions qu'on nous a faites.

Mme Kathryn Emslie: Absolument. Nous sommes persuadés qu'il faut instaurer une norme de formation. Il est indispensable qu'elle soit nationale.

Nous sommes des partenaires de l'Institut national des arts de l'écran, comme de l'INIS et de la CFTC—le centre de formation des arts de l'écran à Ottawa. Nous nous sommes regroupés pour faire valoir l'importance de la formation au Canada et pour établir des normes de formation.

Mme Justine Whyte: Il est extrêmement important d'instaurer une norme par ailleurs parce qu'il semble y avoir une multitude de genres de formation et que la formation offerte dans les écoles nationales est une formation à long terme. Les cours ne se donnent pas les fins de semaine et ne durent pas seulement une semaine. Il s'agit de cours d'une durée de quatre mois, neuf mois, un an ou même deux ans. L'approche est tout à fait différente.

M. Gord Brown: Merci, madame la présidente.

La présidente: Merci, monsieur Brown.

Madame Bulte, puis ce sera au tour de M. Angus.

L'hon. Sarmite Bulte: J'aimerais tout d'abord vous féliciter pour votre film. J'ai eu l'occasion de le voir, grâce à M. Crawley.

J'invite instamment d'autres cinéastes à envoyer leurs films à leurs députés. J'ai dans ma circonscription un cinéaste, Mary Young Leckie, qui me fait toujours parvenir un exemplaire de ses films. C'est ainsi que j'ai ramené chez moi le film *Shattered City: The Halifax Explosion*. Mon fils étudiait justement cet événement dans son cours d'histoire et il m'a demandé la permission d'apporter le film à l'école pour le montrer à ses camarades de classe. Vous devriez recourir à nous autant que possible pour faire connaître vos films, parce que je crois qu'ils sont exceptionnels.

Félicitations et merci d'avoir fait ce film.

M. Peter Raymont: On peut l'obtenir chez Blockbuster ou Rogers partout au Canada, ou encore sur le site Amazon.ca, ou chez Indigo/Chapters.

L'hon. Sarmite Bulte: Tant mieux, je m'en réjouis.

J'aimerais revenir à ce que disait Sandy au sujet de la vente de Famous Players. Je ne pense pas que ce soit Investissements Canada, mais plutôt le ministère du Patrimoine. C'est un des changements que nous avons essayé d'apporter, pour que les institutions culturelles demeurent à Patrimoine canadien au lieu d'être transférées à Investissements Canada. Mais il faudra surveiller cela de près.

J'ai certaines réserves en ce qui concerne l'imposition de conditions comme celles-là. Ces conditions sont généralement temporaires et après cinq ans, elles disparaissent. C'est ce qui s'est passé dans le cas de Viacom. On impose des conditions, et cinq années plus tard, elles ont disparu. C'est peut-être une solution temporaire, mais ce n'est pas une solution durable, parce que ces conditions ne subsistent pas très longtemps.

L'autre jour, Wayne Clarkson a comparu devant votre comité. Certains voudraient qu'on réserve certains fonds pour la réalisation de documentaires; c'est une option dont on parle depuis longtemps... Wayne a dit qu'il aimerait bien le faire, mais que Téléfilm, n'a pas un budget suffisant.

Vous avez parlé d'une somme de 10 millions de dollars. Cette somme viendra-t-elle s'ajouter à un montant supplémentaire de 10 millions de dollars pour Téléfilm, ou pour un autre véhicule comme le FCT?

• (1635)

M. Sandy Crawley: Je vais vous remercier d'avoir posé la question parce que, si j'ai mis 10 millions de dollars là, c'était seulement pour qu'on pose la question.

Ce n'est qu'une suggestion. Je pense que cet argent serait bien dépensé, et je crois qu'il pourrait être administré par Téléfilm. Cela correspondrait à la vision de Peter, et je pense qu'il s'y connaît fort bien en la matière.

Il y a diverses façons de canaliser cet argent vers les cinéastes indépendants. L'essentiel, c'est de venir en aide aux cinéastes indépendants avec un minimum d'obstacles bureaucratiques et d'exigences administratives car ils sont obligés de répondre aux critères d'un million de programmes différents.

En fait, les 10 millions de dollars, c'était un chiffre lancé en l'air parce que nous n'avons pas assez d'information. Nous ne faisons pas assez de recherche sur le rendement de nos produits sur le marché. Nous ne mesurons même pas le marché de la télévision. Nous faisons du progrès de ce côté. Le Fonds canadien de télévision a fait de bonnes choses de ce côté, et nous espérons que d'ici quelques années, nous aurons une meilleure idée des habitudes de visionnement et de tout le reste.

Mais la raison pour laquelle, au nom des quelque 600 cinéastes du pays, je réclame un investissement exclusif dans le documentaire, c'est parce que ce genre a été essentiellement oublié. Si tout marchait sur des roulettes et que le documentaire était reconnu parmi tous les autres genres que M. East a recommandés aujourd'hui, vous constateriez que les Canadiens réagiraient probablement très bien, et toutes choses étant égales d'ailleurs, le documentaire aurait sa part des investissements.

Mais ce n'est pas le cas pour le moment, et cela semble vraiment curieux quand on songe que ce genre a été en fait... Le premier film qu'on a qualifié de documentaire a été tourné dans notre pays par Robert Flaherty en 1921.

Il y a dans ce domaine une longue tradition de talents très marqués. Je dois de nouveau contredire l'ACDEF lorsqu'elle dit que nous devrions faire des films slashers, des comédies et des comédies pour adolescents et tourner des films dans tous les genres qui existent, essentiellement. Eh bien, oui, ce serait bien si les gens proposaient des idées formidables, mais de concurrencer directement Hollywood dans tous les genres que cette industrie a perfectionnés me semblerait mal avisé, et je ne vois pas pourquoi on ne célèbre pas ce genre particulier pour lequel notre pays a acquis une réputation mondiale. Pourquoi ne pas prendre ce risque si c'est un risque que vous voulez prendre?

M. Peter Raymont: J'y vois un investissement pour Téléfilm Canada. On ne quête pas de subvention ici. Si ce fonds avait existé pour ce film, pour conserver le même exemple, les 80 000 \$ qui sont essentiellement sortis de notre poche et que nous avons trouvés en payant mal les gens, etc., auraient été un investissement de Téléfilm, et j'ai la certitude qu'elle aurait récupéré son argent. Nous l'avons déjà récupéré avec les accords de distribution que nous avons conclus aux États-Unis, en Italie, en France et au Royaume-Uni, de distributeurs qui achètent le long métrage et le présentent dans des cinémas dans tous ces pays—ainsi que des accords de diffusion internationaux. Nous l'avons vendu à la BBC, à PBS, à plusieurs diffuseurs en Europe et ailleurs dans le monde, et nous venons de le vendre à NHK cette semaine.

Donc c'est un investissement. Téléfilm ferait beaucoup d'argent avec cet investissement.

L'hon. Sarmite Bulte: C'était le sujet de ma prochaine question : pourquoi 10 millions de dollars? J'avais en effet remarqué ce montant parce que, étant donné que nous avons peu de temps pour poser des questions, M. East n'avait pas mentionné expressément les documentaires, et c'était l'une des questions que je comptais lui poser.

M. Sandy Crawley: On a mentionné en fait que *The Corporation* avait des recettes de... Eh bien, il a fait une recette de plus de 1,5 million de dollars l'an dernier. Ils semblent penser que c'est grâce au distributeur que c'est arrivé, mais vous n'avez qu'à écouter les réalisateurs du film, vous allez entendre une version différente. Ils ont fini par obtenir de l'aide, mais ce sont eux qui ont obtenu ce succès, les cinéastes.

Peter travaille de la même façon. Il provoque les choses. C'est parce qu'il fait honte aux gens qu'ils finissent par le soutenir, mais ce n'est pas un système très efficace.

L'hon. Sarmite Bulte: Non, et je crois qu'il est important aussi d'entendre la version de chacun.

Pour en revenir au Centre du film, parce que nous étions à Winnipeg, l'une des suggestions qu'on nous a faites, c'était de consolider le financement des quatre écoles nationales de formation. J'imagine que vous seriez favorables à ce genre de recommandation : à savoir, que l'on concentre les subventions sur ces quatre écoles dans le cadre d'une approche très précise, et l'on vous adresserait de là une demande de proposition.

• (1640)

Mme Kathryn Emslie: En ce moment, toutes les quatre obtiennent leur financement de Patrimoine canadien par l'entremise du programme national de formation, qui est administré par Téléfilm.

L'hon. Sarmite Bulte: Je crois savoir qu'il y a d'autres sommes d'argent qui sont versées à d'autres instances de formation...

Mme Kathryn Emslie: Absolument, oui.

L'hon. Sarmite Bulte: Et non à ces quatre écoles de formation.

Mme Justine Whyte: C'est exact.

L'hon. Sarmite Bulte: Ce qu'elle demandait...

Mme Kathryn Emslie: C'était la création d'un seul gros fonds de formation où l'on mettrait tout l'argent de la formation et auquel on aurait accès.

L'hon. Sarmite Bulte: Oui.

Mme Kathryn Emslie: Cela faciliterait beaucoup les choses. Nous consacrons beaucoup de temps à demander de l'argent aux divers ministères pour la formation, et au secteur privé dans le cadre de nos activités qui nous rapportent de l'argent. Cela exige donc beaucoup de main-d'oeuvre—tout comme ces cinéastes qui doivent demander du financement, cela exige beaucoup de main-d'oeuvre. Je pense que si nous avions un seul grand fonds auquel devraient s'adresser toutes les écoles de formation et les instances de formation, cela faciliterait beaucoup les choses.

L'hon. Sarmite Bulte: Elle faisait aussi remarquer qu'ils doivent faire des demandes de financement chaque année.

Mme Justine Whyte: C'est exact. Le Projet du long métrage et le Centre canadien du film doivent demander des fonds annuellement. Il n'y a donc aucune certitude de ce côté. On ne sait pas, d'une année à l'autre, si l'on va recevoir du financement.

Il existe tout un processus, et le financement évolue. Pour le projet du long métrage, nous émargeons à un fonds distinct; nous n'émargeons pas au programme national de formation. C'est en fait l'une des raisons pour lesquelles nous voulons que ce fonds soit augmenté pour que nous puissions inclure...

L'hon. Sarmite Bulte: Vous n'émargez pas au programme national de formation?

Mme Justine Whyte: Non, le projet du long métrage n'émarge pas au programme national de formation. Nous aimerions que le fonds du programme national de formation soit augmenté de telle manière que le projet du long métrage puisse être reconnu comme le programme de formation qu'il est en réalité, ce qui nous dispenserait de nous adresser au Fonds de sélection régional.

L'hon. Sarmite Bulte: Pourquoi n'est-ce pas reconnu?

Mme Justine Whyte: Cela tient seulement à la manière dont cela a été structuré à l'origine, il y a 13 ans de cela, c'est-à-dire à une époque très différente, et c'est seulement là que nous pouvons nous adresser.

Mais nous voulons que notre programme soit reconnu comme le programme de formation qu'il est, et qu'on nous permette en outre de

faire diverses choses. Le projet du long métrage serait également autorisé à tourner en Ontario si nous recevions de l'argent du programme national de formation. Nous pourrions inclure également dans le programme de formation la formation aux nouveaux médias, qui en est absente en ce moment. Nous accroîtrions notre formation à la commercialisation et à la distribution. Il y a diverses choses que nous aimerions faire et nous voudrions que tout provienne de la même source au lieu d'avoir à frapper à des portes différentes et à faire des demandes à divers moments de l'année.

L'hon. Sarmite Bulte: Et qui a la responsabilité de décider si l'on a droit ou non au programme national de formation? Est-ce Patrimoine canadien, est-ce DRHC? Qui est responsable?

Mme Kathryn Emslie: Je pense que c'est un précédent qui a été établi il y a 13 ans de cela. Nous sommes en ce moment en pourparlers avec Téléfilm pour que le projet du long métrage soit en fait reconnu comme un programme de formation avant toute chose et non comme une compagnie de production.

Mme Justine Whyte: Dans l'état actuel des choses, il n'y a pas assez de place dans le PNF pour le projet du long métrage.

L'hon. Sarmite Bulte: Mais la première étape est la désignation, n'est-ce pas?

Mme Justine Whyte: Oui, et je ne crois pas que cela pose problème du tout. Tout le monde sait que nous ne faisons que de la formation. C'est ce que nous faisons. C'est notre raison d'être.

L'hon. Sarmite Bulte: Alors pourquoi n'avez-vous pas été reconnus comme tels?

Mme Justine Whyte: C'est une chose que nous espérons changer aujourd'hui. C'est une des raisons pour lesquelles nous sommes ici aujourd'hui.

L'hon. Sarmite Bulte: Pour en revenir à ce que disait Mme Oda, j'ai besoin de détails pour savoir exactement à quel niveau nous devons adresser notre recommandation. À qui devons-nous l'envoyer?

Mme Justine Whyte: Nous en avons fait une recommandation précise dans notre mémoire, à savoir que le projet du long métrage et les autres choses que nous faisons au Centre canadien du film soient inclus dans le programme national de formation.

La présidente: Je crois que c'est au tour de M. Angus.

Mais je me demande s'il vous serait possible, à vous et aux autres écoles, de nous dire comment la formation est financée et quelles sont les sources. J'imagine qu'il doit y avoir une certaine concurrence entre vous lorsque vous vous adressez aux mêmes sources, et j'espère que cela ne crée pas d'obstacle. Si vous devez le faire individuellement, ça va. Mais si ce que vous recommandez, c'est une réserve d'argent pour le programme national de formation, pour des institutions peut-être différentes et ce, pour des raisons différentes, il nous serait utile de savoir combien d'argent on dépense en ce moment avec probablement très peu de coordination ou de fusion, pour que nous sachions ainsi de quelle source cet argent devrait provenir. Cela nous serait très utile. Merci.

Monsieur Angus, c'est à votre tour.

• (1645)

M. Charlie Angus: Merci, madame la présidente.

Ma questions comporte deux volets. D'abord, j'ai l'impression que ce que vous dites à propos de notre succès au niveau du film documentaire est parfaitement évident. Nous réussissons très bien de ce côté; nous tournons de grands documentaires. Mais ce que l'on constate en partie ici, c'est qu'on a du mal à tourner des films au Canada à cause du coût élevé : production, financement, frais généraux.

La première partie de ma question est celle-ci : Le documentaire au Canada est-il peut-être mieux placé parce qu'il peut se servir plus aisément des nouvelles technologies numériques? Le numérique se prête-t-il plus facilement au documentaire que l'analogique car il réduit, je pense, les coûts d'investissement? La deuxième partie de cette première partie porte aussi sur les nouveaux marchés qui s'offrent à vous, étant donné qu'il y a beaucoup de gens qui louent des documentaires sur DVD. C'est un marché tout nouveau, en expansion. C'est la première partie de ma question.

Voici ma deuxième question. J'ai assisté l'autre soir à Toronto à un forum sur le droit d'auteur, et il y avait là un certain nombre de cinéastes. Ils ont soulevé des tas de questions qui m'ont surpris : le fait qu'ils n'ont pas accès aux séquences d'archives, le fait qu'ils n'ont pas accès aux séquences d'archives politiques au Canada, le fait qu'ils ne peuvent rien utiliser de ce qui devrait être en fait du domaine public. John Grayson a mentionné l'exemple de sa bataille qui a duré 10 ans avec la succession de Kurt Weill pour l'utilisation d'une chanson qu'il voulait payer—son film est resté bloqué pendant 10 ans à cause de cela—où il disait qu'il ne pouvait pas filmer les chutes Niagara parce que Disney en possède le droit d'auteur.

On a mentionné un certain nombre d'exemples comme celui-là. En fait, l'un des exemples les plus éloquentes a été soulevé par un Américain qui a dit que l'on n'aurait pas pu tourner *Bowling for Columbine* au Canada parce que l'auteur n'aurait jamais pu obtenir la permission de se servir de ces séquences. Est-ce un problème pour les documentaristes?

M. Peter Raymont: C'est un problème énorme, si on me permet d'intervenir. Ce à quoi on assiste, c'est à la privatisation de notre mémoire publique, de l'histoire canadienne. Des segments de plus en plus larges de l'histoire du Canada sont aujourd'hui la propriété de sources privées et celles-ci monnayent leurs biens au maximum, en partie parce que les documentaires semblent maintenant avoir du succès et être rentables. Le prix de l'utilisation de matériel d'archives a beaucoup augmenté—énormément—et il devient donc de plus en plus difficile de tourner ces films historiques à moins d'appartenir à une grande institution comme Radio-Canada.

M. Charlie Angus: La question a été posée parce que les attitudes sont très polarisées. Certains disent que vous essayez d'avoir des choses pour rien, que vous volez la propriété intellectuelle de quelqu'un d'autre. Que répondez-vous à cela, vous qui êtes un cinéaste créatif et qui tâchez de faire quelque chose de neuf?

M. Peter Raymont: Je crois que les taux devraient être différents si l'on se sert d'une séquence d'archives pour faire de la publicité pour Coca-Cola, que vous êtes en train de boire aujourd'hui, ou si on tourne un film à propos de l'histoire de notre pays, ou l'histoire des immigrants qui sont venus au Canada, ou peu importe. Il devrait y avoir des échelles de droits et, en ce moment, ce n'est pas le cas.

M. Charlie Angus: Cela coûte-t-il cher pour obtenir des permissions en bonne et due forme, qu'il s'agisse des lieux de tournage, des immeubles...? Vous voulez filmer un immeuble? Eh bien, il vous faut obtenir la permission d'utiliser cette image. Ce n'est pas votre image à vous; elle appartient à quelqu'un d'autre. Dans

quelle mesure est-ce que cela alourdit la difficulté qu'il y a de tourner un documentaire au Canada?

M. Sandy Crawley : Peter, allez-y.

M. Peter Raymont: Eh bien, le prix de ce genre de choses a augmenté. Le prix de l'assurance a énormément augmenté. Vous le savez probablement vous-même, il en coûte plus cher pour assurer tout ce qu'on possède. Mais pour tourner des films, le prix de l'assurance est astronomique, et tout cela à cause de ce qui est arrivé aux compagnies d'assurance après le 11 septembre.

Moi qui suis cinéaste et qui fais ce métier depuis 35 ans, je suis très irrité de voir un pourcentage de plus en plus élevé de nos budgets—et j'avance que les budgets des documentaires sont très efficaces comparativement aux dramatiques—être consacré au financement provisoire, comme je l'ai dit plus tôt, et à l'assurance. Ce sont les deux éléments du budget où l'on jette l'argent par les fenêtres; cet argent ne paraît pas à l'écran. C'est très irritant.

Rogers a créé un fonds il y a plusieurs années de cela, qu'on appelle le Fonds de financement provisoire pour les documentaires. C'est un fonds renouvelable de 24 millions de dollars, et c'est formidable. On y prête de l'argent à 2 p. 100 de moins que le taux préférentiel de la Banque Toronto-Dominion. C'est un fonds privé; c'est Rogers qui administre cela. Il n'y a qu'un montant limité d'argent là-dedans. Vingt-quatre millions de dollars, cela semble être beaucoup d'argent, mais c'est un fonds pour le pays tout entier.

Mais c'est une chose que le gouvernement fédéral pourrait faire, par l'entremise de Téléfilm, peut-être même par l'entremise de la Banque de développement du Canada : assurer « le financement provisoire » de nos films. Je veux dire par là, nous aider à assurer le financement provisoire de nos crédits d'impôt. Souvent, nous ne touchons nos crédits d'impôt qu'une année après la fin de l'année financière de la compagnie de production qui a été créée pour tourner le film. Nous assurons essentiellement nous-mêmes le financement provisoire de ces films : les gens ne sont pas payés. Et c'est une chose que le gouvernement fédéral pourrait faire. C'est une institution énorme avec des actifs d'un milliard de dollars; il serait très facile, en passant par la Banque de développement, si vous voulez—ou par Téléfilm—de créer un fonds de financement provisoire. Des compagnies comme Rogers, une entreprise privée, ne devraient pas être les seules à créer ces possibilités de financement provisoire.

• (1650)

M. Charlie Angus: Est-ce que *The Passionate Eye* achète toujours? Cette émission me semble être une excellente tribune pour...

M. Sandy Crawley: Cette émission est diffusée sur le réseau Newsworld et non sur le réseau principal. On fait la distinction.

Monsieur Angus, permettez-moi de répondre à votre première question au sujet de la technologie. Il ne fait aucun doute que les nouveaux appareils plus légers ont eu un effet énorme et positif sur la production de documentaires, mais je ne crois pas que ce soit un élément particulier. Évidemment, si vous voulez réaliser un grand succès hollywoodien...

Mais Hollywood aussi commence à s'orienter vers certaines technologies numériques. Le documentaire n'est ni favorisé ni défavorisé par les nouvelles technologies. Elles nous ont toutefois été utiles grâce à leur plus grande mobilité, entres autres.

M. Charlie Angus: Les coûts sont-ils beaucoup moins élevés, par rapport à l'ancienne technologie analogique?

M. Sandy Crawley: Je ne sais pas. C'est assez amusant. Il existe une sorte de mentalité du triomphe de la technologie, et il s'est produit une chose qui influe directement sur tout le domaine de la formation et du perfectionnement professionnel. En raison de ces nouvelles technologies, du montage par ordinateur et de toutes ces sortes de choses, un grand nombre de jeunes pleins d'enthousiasme à l'idée de réaliser des documentaires et d'améliorer l'état du monde supposent qu'une fois qu'ils ont maîtrisé la technologie, ils n'ont plus besoin de l'aide de personne.

Également, les budgets diminuent. Nous sommes en train de perdre des métiers traditionnels, plus particulièrement dans le montage et la rédaction car, entre autres, les budgets ne sont plus suffisamment élevés pour qu'on puisse embaucher un scénariste ou un monteur. Les cinéastes s'imaginent que, grâce aux nouvelles technologies, il leur suffit d'appuyer sur quelques boutons. Mais la technologie est loin d'être suffisante.

M. Peter Raymont: À mon avis, la révolution numérique—grâce à laquelle nous avons de petites caméras capables de produire des images d'une qualité suffisante pour la diffusion, des caméras que n'importe qui peut utiliser—a démocratisé le médium. Il est maintenant possible de transférer ces images numériques de haute qualité sur film, et puisque les projecteurs vidéo sont maintenant d'une très grande qualité, un nombre bien plus grand de gens peuvent visionner beaucoup plus de films. Mais il faut que l'accès à ces projecteurs ou que l'idée de ce cinéma informatique puisse s'appliquer d'un bout à l'autre du pays et non seulement dans les grandes villes.

M. Charlie Angus: D'accord.

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Merci, Charlie, j'ai été gentil avec vous...

M. Charlie Angus: Vous avez été très gentil, monsieur le président.

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Madame Oda.

Mme Bev Oda: Merci beaucoup.

Merci d'être venus nous rencontrer. J'ai l'impression de retrouver de vieux amis.

Monsieur Raymont, j'ai eu le privilège de siéger au conseil de Rogers lorsqu'a été approuvé le financement à l'appui de votre documentaire. Je connais également très bien le programme de financement provisoire. Vous semblez toutefois dire que Téléfilm aurait de l'argent qui pourrait servir aux mêmes fins.

Parmi les autres propositions qui ont été faites, il y a celle d'un escompte de 75 p. 100 du crédit d'impôt par le gouvernement fédéral. Est-ce un peu semblable à...?

M. Peter Raymont: Oui, c'est la même chose. En fait, quand Rogers a mis sur pied ce fonds, on utilisait également des crédits d'impôt provisoires de financement. On ne le fait plus et par conséquent, pour obtenir un financement provisoire à partir de mes crédits d'impôt, je dois m'adresser à la Banque Royale, à la Banque nationale ou à la Banque de Hongkong et Shanghai du Canada—les trois seules banques qui acceptent ce type de financement. Elles offrent un escompte d'environ 75 p. 100 sur les crédits d'impôt et fixent le taux d'intérêt au taux préférentiel majoré de 2 p. 100.

À mon avis, c'est du vol de grand chemin. Pourquoi l'argent payé par le secteur public et le secteur privé pour financer un film devrait-il se retrouver à la banque? C'est ridicule. Téléfilm pourrait offrir ce financement provisoire sur les crédits d'impôt et le gouvernement canadien, peut-être par l'entremise de la Banque de développement

du Canada, pourrait le faire aussi. Il est ridicule que tout cet argent doive passer par les banques.

Mme Bev Oda: Merci.

J'ai une autre question pour vous. Vous avez dit que vous faisiez également de l'enregistrement sur vidéo. Est-ce en format numérique?

M. Peter Raymont: Oui. Nous avons tourné un film intitulé *Shake Hands with the Devil* grâce à un tout nouveau type de caméra lancée sur le marché par Sony l'an dernier. On charge l'appareil avec un disque DVD ou CD et l'image est numérique.

D'autres tournent au moyen de Betacam numérique ou de Beta FP, des appareils qui enregistrent sur bande magnétique.

● (1655)

Mme Bev Oda: Également, il y a eu récemment de nombreuses discussions sur l'évolution de nos écrans de télévision et l'adoption d'écrans à haute définition. Du point de vue de la production de documentaires, la télévision à haute définition possède-t-elle un attrait particulier? Les services qui offrent une proportion plus élevée d'émissions documentaires semblent s'orienter plus rapidement vers la haute définition que les radiodiffuseurs traditionnels.

Qu'en pensez-vous?

M. Peter Raymont: Je suis d'accord. Les documentaires sont très bien adaptés à la haute définition. Notre film a été transféré sur bande haute définition pour son visionnement au Sundance Film Festival. Il y a également maintenant des diffuseurs américains et européens qui veulent le diffuser en haute définition. Si vous tournez en format numérique de haute qualité, votre film peut être transféré en haute définition. En outre, le prix des caméras et des bandes à haute définition diminue constamment. Bientôt, les documentaires haut de gamme et les longs métrages seront tournés en haute définition.

Mme Bev Oda: Vous avez dit que Téléfilm dispose d'un fonds pour transférer les oeuvres en format vidéo sur film de 35 mm. Le même fonds peut-il servir à transférer une oeuvre en haute définition?

M. Peter Raymont: Cela ne s'est pas encore fait, vous devrez poser la question à Téléfilm. Je soupçonne que ce serait possible, mais à l'heure actuelle, étant donné que les cinémas n'ont pas les installations et les projecteurs haute définition nécessaires, il faut convertir le film en 35 mm pour pouvoir le faire visionner au Canada et à l'étranger. Il en sera ainsi jusqu'à ce que les cinémas s'adaptent au cinéma informatique.

Mme Bev Oda: Je crois savoir que ce mouvement est déjà en route, car il est beaucoup plus rentable pour les cinémas de distribuer leurs films de cette façon plutôt que d'envoyer dans chaque salle des boîtes de films en 35 mm.

M. Sandy Crawley: C'est tout à fait vrai. C'est un mouvement inévitable qui touchera toute la production, à partir d'Hollywood. Mais je ne crois pas toutefois qu'il soit nécessaire d'attendre qu'Hollywood décide quelle norme... Des discussions entre les exposants et les studios sont maintenant en cours. Il n'est pas nécessaire d'attendre.

Mme Bev Oda: Vous constaterez que nous attendons toujours vos réponses avec impatience, car notre temps est limité. J'ai une question pour les représentants du Centre canadien du film, mais j'ai aussi une autre question pour vous.

Nous avons entendu parler des répercussions que la décision prise en 1999 par le CRTC a eues sur les dramatiques. Cette même décision a toutefois élargi l'éventail des programmes prioritaires qui comprend entre autres les documentaires. J'aimerais savoir quel effet cette décision a eu sur le documentaire.

M. Sandy Crawley: Eh bien, comme vous le savez, la réponse est assez complexe. C'est évident que la décision a été bonne à bien des égards, parce qu'elle a ouvert certains créneaux dans la grille-horaire pour y insérer des documentaires et il faut espérer qu'il s'agit de documentaires haut de gamme dans lesquels les radiodiffuseurs investiraient beaucoup.

Cependant, en même temps, comme les canaux étaient tellement plus nombreux et qu'ils étaient—et sont toujours—extrêmement affamés de contenu canadien pour remplir leurs quotas, et comme le documentaire coûte moins cher que bien d'autres émissions, ce qui s'est passé en réalité, si vous examinez les statistiques dans le document que nous vous avons remis, c'est que même s'il y a eu une augmentation d'environ 30 p. 100 en volume sur une courte période, au cours de la même période, il y a eu une baisse de 30 p. 100 au chapitre du budget individuel des projets. Le volume a augmenté, ce qui est bon du point de vue de l'industrie, mais la qualité en a souffert parce que l'argent manquait pour figurer le niveau de qualité requis.

C'est donc une arme à double tranchant. Même si nous ne voudrions certes pas qu'on retire la désignation prioritaire des documentaires, nous avons quelque sympathie pour nos amis du secteur des dramatiques qui estiment que, globalement, le changement de la réglementation survenu en 1999 a été nuisible pour l'industrie dans son ensemble.

Mme Bev Oda: Merci.

J'ai une observation qui s'adresse au Centre du film. Si, en tant que groupe ou organisation, vous pouviez réunir des renseignements pour nous, pourriez-vous aussi, collectivement je suppose, indiquer pour les quatre écoles quelle proportion de vos budgets vous a historiquement été transmise au moyen d'ensembles d'avantages au CRTC? Et au cours des cinq prochaines années, quand ces avantages prendront fin, quelles en seront les répercussions pour les quatre écoles collectivement? Il y aura un manque à gagner lorsque ces programmes... On nous a dit que le financement de l'INAE est passé, d'un seul coup, de 300 000 \$ à 30 000 \$. Quand on perd des montants de cet ordre de grandeur...

Pourriez-vous nous fournir ces renseignements également?

• (1700)

Mme Kathryn Emslie: Absolument, Bev. Je peux vous donner tout de suite l'assurance que nous sommes confrontés à la même situation pour ce qui est de notre soutien du CRTC, c'est-à-dire des montants qui vont disparaître au cours des prochaines années, et cela nous inquiète beaucoup.

Mme Bev Oda: Vous avez bien réussi à attirer de l'argent d'autres sources et je sais que le Centre a eu beaucoup de succès à cet égard. Vous avez dû vous lancer dans des domaines connexes, des projections de films, des cinémathèques, etc. En quoi ces activités connexes qui ne sont pas à proprement parler de la formation vous aident-elles?

Mme Kathryn Emslie: Premièrement, 55 p. 100 du budget annuel de fonctionnement du Centre du film viennent du secteur privé, 20 p. 100 viennent de tous les niveaux de gouvernement et 25 p. 100 sont des revenus gagnés. Et ce dont vous parlez, ce sont justement les activités que nous avons créées et qui nous rapportent des revenus.

C'est très bon pour nous et c'est très rentable. Les avantages sont nombreux : ce ne sont pas seulement des sources de revenu, mais aussi un extraordinaire mécanisme pour rejoindre la population. Cela nous donne aussi une merveilleuse occasion de rencontrer le public et de mettre en évidence le talent qui s'épanouit grâce au Centre du film et le travail qui s'y fait. Ces activités ont donc de nombreuses raisons d'être.

Pour ce qui est des revenus gagnés, je pense que des pressions s'exercent sur nous pour qu'on envisage d'augmenter au cours des prochaines années les revenus provenant de ces sources, l'argent du CRTC allant s'amenuisant. Cette pression est très forte. Nous ne voulons pas être forcés d'augmenter trop brutalement nos frais de scolarité. Nous voulons demeurer une option accessible et abordable pour nos talents canadiens. Par conséquent, les revenus gagnés sont intéressants à bien des égards, tout en étant mauvais à d'autres égards.

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): D'accord. Merci beaucoup.

Monsieur Simms, voulez-vous intervenir?

J'attends que Jacques revienne.

M. Scott Simms: Nous serons brefs, comme moi.

Je veux revenir au fonds de 10 millions de dollars, parce que j'ai deux ou trois questions à poser là-dessus. Avez-vous dit qu'il y avait plusieurs niveaux de financement disponible, c'est-à-dire à partir du scénario, et ensuite vers la moitié du développement, et puis...? Autrement dit, si votre demande est refusée la première fois, vous pouvez revenir à la charge à mi-parcours et présenter une nouvelle demande, dépendant de la quantité de travail que vous avez fait jusqu'à maintenant? Est-ce bien cela?

M. Peter Raymont: C'est-à-dire que nous proposons que le fonds soit créé pour les longs métrages documentaires, pour offrir une source supplémentaire d'argent pour le budget de production d'un film. Et l'on aurait accès à ce nouveau fonds à plusieurs étapes, peut-être au moment où l'on commence le montage financier, où l'on élabore le concept du film, peut-être aussi quand on a terminé le tournage et qu'on se rend compte qu'on peut en faire un long métrage.

Quand on tourne un documentaire, c'est très difficile de savoir à quoi ressemblera le produit fini. C'est dans la nature des choses, c'est de l'improvisation, c'est du cinéma-vérité. Parfois, on se retrouve avec une mine d'or, mais parfois ce n'est pas aussi bon qu'on l'espérait. Mais il est certain qu'après avoir fait un premier montage du film, on a une bonne idée de ce que l'on a entre les mains, on peut le montrer aux exploitants et aux distributeurs et ils peuvent dire : « Vous avez là un long métrage qui va bien marcher ». Je vous dis que c'est une autre occasion de présenter une demande à ce nouveau fonds dont nous proposons la création pour obtenir un budget additionnel.

Et je pense que l'on devrait pouvoir revenir à la charge une quatrième fois, en bout de ligne, quand le film est complètement fini, que le mixage est fait et qu'on a ajouté le son et la musique. À ce moment-là, les exploitants peuvent y jeter un coup d'oeil et dire : « Il y a assez de matière pour en tirer un long métrage. Il vous faut un budget supplémentaire pour le terminer. » Je propose donc que le fonds soit accessible à ce moment-là également.

M. Scott Simms: Ma prochaine question s'adresse à vous tous et porte sur ce dont nous avons parlé ce matin, à savoir le niveau de décision, que ce soit le CRTC ou l'ONF ou une autre institution. Beaucoup de responsables de ces organismes sont d'anciens cadres supérieurs. Êtes-vous d'avis qu'il n'y a pas assez de représentants des créateurs dans les organismes qui prennent des décisions?

● (1705)

M. Sandy Crawley: Absolument. Cette situation existe depuis longtemps. Nous pouvons réclamer spécifiquement que notre genre soit représenté. Voyez par exemple le nombre d'heures de films produits par des cinéastes documentaristes indépendants sous l'égide du FCT, c'est de l'ordre de 60 p. 100 en heures, et pourtant nous ne sommes toujours pas représentés à ce conseil.

En général, pour le CRTC, ce serait assurément extrêmement utile d'avoir quelqu'un qui a de l'expérience dans le domaine de la production ou de la création à la table de ce conseil, parce que, traditionnellement, on y trouve plutôt des gens qui viennent du secteur de la radiodiffusion ou même de la téléphonie et il n'y a aucune raison que la communauté des créateurs ne soit pas représentée. En fait, je trouve qu'il est important qu'elle le soit.

La présidente: Scott et moi-même sommes en train de décider qui...

M. Scott Simms: Je voudrais céder mon temps de parole à mon honorable collègue et, semble-t-il, ancienne présidente.

La présidente: Eh bien, mon honorable vice-président, qui fait du bon travail...

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Auriez-vous l'obligeance d'être brève?

La présidente: J'ai deux questions. Premièrement, pouvez-vous nous dire à quels conseils, précisément, vous estimez que l'absence de représentation des créateurs est cruciale? Et deuxièmement, au sujet de la formation, avez-vous examiné—vous pourrez faire parvenir votre réponse au comité par l'intermédiaire de notre greffier—le financement des autres instituts nationaux de formation, l'École nationale de ballet et l'École nationale de théâtre, par exemple, pour voir comment ces écoles sont financées? Êtes-vous prêts à répondre ou bien préférez-vous le faire plus tard?

Mme Kathryn Emslie: Nous nous ferons un plaisir de faire une comparaison et de nous situer dans le cadre du mémoire que nous allons vous faire parvenir ultérieurement.

M. Sandy Crawley: Pour ce qui est de la représentation de la communauté des créateurs, plus précisément pour la communauté des réalisateurs indépendants de documentaires, nous devons avoir une présence au conseil du FCT dans les plus brefs délais. Mais pour parler de la communauté de la production dans son ensemble, je dirais que le CRTC serait l'autre endroit où il serait extrêmement important d'avoir quelqu'un, vous savez, qui a de l'expérience dans le volet production.

La présidente: Cela vous convient?

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Oui, c'est bien. Merci beaucoup.

Et je remercie les représentants des deux organisations pour leur franchise cet après-midi. Nous vous en sommes très reconnaissants.

Je vais maintenant rétrocéder le fauteuil à la présidente. Merci.

La présidente: Je demande une pause de cinq minutes, pendant que nous changeons la distribution des rôles.

● (1708)

(Pause)

● (1717)

La présidente: Vous assistez aux audiences d'un comité qui est au travail sans relâche depuis 9 heures ce matin, et nous allons donc essayer tous de rester éveillés.

Je vous remercie beaucoup d'avoir répondu à notre invitation. Je crois qu'elle vous a été envoyée à la dernière minute.

M. Jack Blum (coprésident de l'industrie, Groupe de travail des affaires courantes, Toronto Film Board): Et nous vous en sommes reconnaissants. Je peux commencer du bon pied en disant que je suis sûr que je ne prendrai pas la totalité des 45 minutes qui nous sont accordées, alors ne vous inquiétez pas.

Oui, je suis ici à titre de représentant de l'Office du film de Toronto. Je suis coprésident du groupe de travail du développement à l'échelle nationale. L'Office du film de Toronto vient d'être créé et c'est notre première comparution. Si l'un d'entre vous a un exemplaire du mémoire que j'ai apporté en toute hâte cet après-midi, je vous conseille de ne pas vous en départir, car il ne peut manquer de devenir un article de collection, puisque vous ne verrez plus jamais ce papier à lettres. C'est tout à fait improvisé.

Quoi qu'il en soit, nous vous remercions de nous donner l'occasion de comparaître et de nous avoir invités, surtout à si court préavis.

La présidente: Je rappelle aux membres du comité que nous possédons un nombre limité d'exemplaires de votre mémoire. Il n'a pas été traduit. Notre politique est de ne pas distribuer un document si nous ne l'avons pas dans les deux langues officielles. Votre témoignage sera consigné au compte rendu et nous allons faire traduire votre document.

M. Jack Blum: Merci beaucoup.

Le Toronto Film Board est un organisme consultatif qui a été mis sur pied par le maire David Miller et par le conseil municipal. Son objectif est de garantir que le secteur du cinéma et de la télévision à Toronto demeure sain et viable. Il a également entre autres buts d'établir des positions et des stratégies en matière de politiques, non seulement pour la ville de Toronto mais aussi pour tout le pays, car comme vous le constaterez, il existe une relation très étroite entre les deux.

Toronto est le centre de production en langue anglaise. Si vous regardez où se trouvent certains de vos autres témoins—l'ACTRA, la Guilde canadienne des réalisateurs, la WGC, l'Association des producteurs—plus de la moitié se trouvent à Toronto. Toronto est le centre de gravité, et c'est sans parler de tous les gens de métier—les diffuseurs, les distributeurs, les financiers, les agents, les agences de distribution artistique, etc. Il est évident que des centres comme celui-ci, où il existe une synergie entre les différentes forces et où se trouvent réunis les créateurs et les gens d'affaires, sont générateurs de production.

Le Canada est un petit pays sous tous ses aspects sauf sa géographie, et nous n'avons pas les moyens d'avoir plus d'un centre de ce genre. Même dans des pays dont la population est beaucoup plus nombreuse—par exemple le Royaume-Uni, la France, l'Allemagne et l'Australie—il n'existe qu'un grand centre de production. Il y a une bonne raison à cela; ce centre attire les investissements, les idées, les créateurs et les projets. La santé de l'industrie dans son ensemble influe sur la santé de toute la ville, mais la santé de la production à Toronto influe sur la santé de l'industrie partout au pays.

Cette vérité s'est faite douloureusement sentir au cours des dernières années, lorsque le secteur de la production à Toronto a été touché par une série de catastrophes, entre autres le SRAS, les retombées politiques du 11 septembre, la hausse de la valeur de la devise canadienne, l'augmentation de la concurrence internationale et le manque d'attraits, peut-être, de notre gouvernement provincial. Tout à coup, la production à Toronto a chuté à un niveau critique, et l'onde de choc s'est répandue dans l'industrie partout au Canada.

Il est maintenant temps que... Nous croyons que la ville de Toronto devrait avoir son mot à dire dans l'élaboration de ces politiques, et c'est important... Je me contenterai de dire qu'une partie de la diminution de la production était liée à ce que nous appelons la production d'exportations ou la production à l'étranger. Même si vous pouvez croire qu'il n'y a pas de lien, on peut dire que pendant une longue période, l'énorme quantité de productions qui se faisaient à Toronto a subventionné l'infrastructure qui a été mise sur pied ici. Plus précisément, cela signifie que des équipes qui ne pouvaient pas survivre en tournant des longs métrages canadiens à petit budget pouvaient vivre en travaillant à des séries américaines ou à des films pour la télévision. Elles avaient ensuite les moyens de travailler à plus bas salaire à des productions canadiennes.

Nous ne pouvons pas nous permettre de faire subventionner notre industrie par des productions étrangères. Il faut que l'industrie qui nous est propre, ici à Toronto, soit suffisamment solide pour que nos créateurs, nos gens d'affaires et nos sociétés de production puissent continuer de travailler de concert; de cette façon, nous pourrions continuer de produire des idées. Tout comme Toronto, qui compte 15 p. 100 de la population du pays, est le moteur économique du Canada à bien des égards, notre ville est aussi l'un des grands moteurs de la créativité cinématographique, et nous devons veiller à sa santé.

Je parlerai à l'occasion d'infrastructure ou de risque à l'infrastructure. Quand on parle d'infrastructure, il ne faut pas oublier qu'il s'agit de personnes—les personnes qui font le travail, des scénaristes aux équipes de post-production, en passant par les metteurs en scène.

La crise que nous avons traversée a permis à l'industrie d'être solidaire, de parler d'une même voix et d'essayer de régler ses problèmes là où cela compte vraiment, c'est-à-dire ici, dans ce centre de production. C'est pour cette raison que le Toronto Film Board a été mis sur pied, et c'est la raison pour laquelle je suis ici aujourd'hui, et je vous en suis reconnaissant.

Par exemple, vous avez parlé de la politique de 1999 du CRTC; cette question sera discutée de nouveau. La réduction des dramatiques—car évidemment, les diffuseurs se sont immédiatement désintéressés des produits les plus coûteux—a vraiment nui à Toronto, puisque la production de séries dramatiques a chuté; c'est le genre de décisions auxquelles nous voulons participer afin d'éviter de tels problèmes à l'avenir, car nous devons protéger ce centre de gravité.

Cela ne signifie pas que nous voulons empêcher qu'il y ait des productions ailleurs. Là n'est pas la question. Les histoires écrites à Toronto sont celles de tout le pays; il a plus de scénaristes canadiens ici que n'importe où ailleurs.

• (1720)

Toronto est le moteur de la créativité, et nous sommes certains de pouvoir vous persuader, vous et vos partenaires d'un océan à l'autre, qu'un bon milieu de production à Toronto favorise une industrie saine partout au Canada.

Notre organisation est nouvelle, elle commence à prendre son essor. Au cours des prochains mois, nous espérons mettre au point

une vision et une stratégie très étendues sur le fonctionnement de tout le secteur du cinéma et de la télévision au Canada—à l'échelle provinciale, à l'échelle fédérale, toute l'industrie. Vous entendrez beaucoup parler de nous, du moins nous l'espérons.

Cet exposé a été préparé un peu à la hâte; je vais commencer par des éléments fondamentaux sur lesquels nous pourrions tous nous entendre rapidement. Ce qu'il faudra déterminer à l'avenir, c'est comment nous pouvons tirer le meilleur profit de Toronto. On parle actuellement de « pôle du spectacle ». Je crois que c'est le terme utilisé. Toronto est un pôle du spectacle en raison de toutes les entités qui s'y trouvent regroupées. Il faudra donc déterminer en partie comment on peut tirer le meilleur profit possible de ce pôle du spectacle, mais aussi comment on pourra résoudre les problèmes plus importants qui nous touchent tous ailleurs au pays.

Voici quelques arguments. Pour commencer, nous parlons de la politique sur les longs métrages. Nous sommes convaincus que les longs métrages sont importants au XXI^e siècle, que la représentation audiovisuelle de ce que nous sommes sous forme de dramatiques est très importante. Une nation qui ne réfléchit pas sur elle-même sur film et qui ne montre pas sur film son image au reste du monde court le risque de ne pas exister—en tout cas de ne pas avoir d'existence culturelle, qui est le point de départ de toute existence significative.

Le soutien de Patrimoine canadien, par l'entreprise de Téléfilm, et de tous les autres mécanismes dont vous faites l'examen est très important. Nous félicitons cette initiative et nous l'appuyons. C'est un point de départ; c'est vraiment très important.

Deuxièmement, il faut conserver notre caractère canadien. Il faut résister aux tentatives visant à réduire les critères de contenu canadien. Il est très important que les principaux créateurs demeurent canadiens. Cette préoccupation touche plus particulièrement les auteurs et les scénaristes; le scénario est le point de départ d'un projet, et j'y reviendrai, car tout par de là.

Permettez-moi de faire une parenthèse au sujet du contenu canadien. Je discutais avec Michael Booth, qui est le représentant du maire dans ce domaine. Nous étions en train d'écrire ce document et nous examinions les erreurs d'orthographe que l'ordinateur avait signalées. Dans mon système informatique, si j'écris le mot « endeavour » finissant par « our », le système considère qu'il y a une faute d'orthographe. L'ordinateur ne vous donne le choix qu'entre l'anglais américain ou l'anglais britannique. Je l'ai mentionné à Michael. Il m'a dit qu'il avait un système Mac qui lui permettait de choisir l'anglais canadien et de convertir son clavier en clavier français. C'est une métaphore parfaite de notre situation quant à nos efforts pour mettre en place un secteur solide du long métrage de langue anglaise au Canada.

Veillez s'il vous plaît à ce que les normes sur le contenu canadien demeurent élevées.

Tout commence par le scénario. C'est important. Toutes les fonctions sont importantes—autant celles des réalisateurs que des autres—mais si un auteur canadien ne traduit pas notre culture dans un scénario, ce ne sera pas un film canadien. En outre, l'élaboration est essentielle. L'élaboration constitue la R-D du long métrage. Toutes les industries dépendent de leur R-D; dans les oeuvres de création c'est encore plus important. Il faut beaucoup de temps pour mettre au point un bon scénario, et très souvent, on se hâte de produire les scénarios car les réalisateurs n'ont pas les moyens d'attendre qu'ils soient perfectionnés. C'est aussi simple que cela. Les scénaristes et les producteurs subventionnent à même leur propre argent le long processus de développement nécessaire à la production d'un scénario. Il faut donc accorder la priorité absolue au développement.

J'ai écouté une partie de la discussion au sujet de la formation. La formation, c'est très bien, mais les écoles produisent des diplômés pour une industrie dont les portes leur sont fermées. C'est au niveau du développement qu'il faut vraiment conserver des gens et leur permettre de survivre. Et que faire si on élabore beaucoup de matériel? C'est une question de volume. Certaines histoires seront fantastiques, d'autres tomberont à l'eau, d'autres encore seront de grands succès, mais il est impossible de faire un choix et de garantir une réussite commerciale. Par contre, en nuisant au développement, on garantit l'échec. C'est donc très important.

Troisièmement, le Canada est un petit pays et nous devrions conjuguer nos ressources pour les maximiser. Dans le cas des longs métrages, ce qui serait logique et intelligent, ce serait d'y faire participer davantage le secteur de la radiodiffusion. Cela a réussi au Royaume-Uni et en Allemagne. Cela semble presque trop évident.

• (1725)

Les diffuseurs devraient être partie prenante et obligés —« encouragés » est un terme trop faible—de participer dès les premières étapes de l'élaboration des projets de long métrage qui seront distribués dans les cinémas avant d'être télédiffusés. C'est presque trop évident. Je vous prie d'examiner la politique du CRTC et de recommander qu'il examine ces questions dans l'espoir que les diffuseurs autorisés soient obligés de participer davantage au développement des longs métrages.

Enfin, ne tuez pas la poule aux oeufs d'or. La poule aux oeufs d'or c'est Toronto. C'est le moteur de la création et nous souffrons à l'heure actuelle. Il y a des politiques—celles du CRTC, celles du FCT—qui éloignent délibérément l'argent et les investissements de Toronto. Ces mesures ont été prises au moment où Toronto était sans concurrence et où l'industrie se portait tellement bien qu'on imaginait que ça allait toujours durer ainsi. Il y avait tellement de productions que nous étions débordés. Les gens devaient aller à Chicago et rapporter des équipes en Winnebagos. Sans blague. En 1997-1998, il était impossible de trouver des équipes. Ce n'est plus le cas. Il y a un marché mondial pour les sites de tournage qui se déplace.

Nous en sommes rendus au point où nous sommes en train de perdre notre principal atout, les créateurs qui vivent et travaillent ici. Ils ne peuvent plus survivre. Et ne vous y trompez pas, lorsqu'ils quittent Toronto parce qu'ils ne peuvent plus survivre, ils ne vont pas dans les régions; ils quittent le pays et s'en vont dans d'autres grands centres. Ils se rendent à Los Angeles, New York, Londres—où ils peuvent survivre.

Il est donc très important de voir Toronto, à tous les niveaux, comme un atout qui peut alimenter et générer l'énergie nécessaire pour que l'industrie des longs métrages soit prospère. Ce qui est bon pour la prospérité de Toronto est véritablement bon pour l'ensemble

de l'industrie. Ce n'est pas seulement que les producteurs et les scénaristes de Toronto vont raconter des histoires qui se passent à Toronto. Bien au contraire : les histoires qu'imaginent les créateurs de Toronto reflètent l'ensemble du pays car un grand nombre d'entre eux sont originaires de Halifax et de l'Alberta. Ils viennent ici pour survivre puis ils racontent des histoires qui se passent dans leurs régions.

Je vous demande donc de tenir compte de cela. Le FCT n'a pas voulu encourager activement les producteurs régionaux, mais il continue à encourager les diffuseurs à acheter les films des producteurs régionaux, ce qui équivaut à peu près à la même chose. Vraiment, si nous décourageons les investissements à Toronto, cela aura des ramifications très graves. Premièrement, les investisseurs privés qui voudraient peut-être, par exemple, investir dans une infrastructure essentielle—comme un grand studio—se diront, eh bien, si le gouvernement éloigne les gens de Toronto, pourquoi est-ce que je me risquerais à y investir? Peut-être que l'industrie ne survivra pas.

De même, lorsque les investisseurs étrangers avec lesquels nous avons des traités de coproduction songent à investir—nous cherchons constamment à créer des partenariats avec des entreprises de production—ils se tournent d'abord vers Toronto, et si ça ne marche pas là, ils vont dans un autre pays. C'est vraiment notre porte d'entrée sur le monde de la production. Il faut reconnaître sa valeur. N'oubliez pas cela lorsque vous élaborez des politiques et je vous demanderais de revoir les politiques qui découragent en fait les producteurs de travailler ici et qui chassent les investissements de Toronto. Nous n'en avons plus les moyens. Si on permet que l'infrastructure se détériore davantage, si celle-ci devient irréparable, il faudra une autre génération avant que cette communauté puisse se reconstituer.

Voilà. J'en suis rendu à ma dernière note d'espoir, qui concerne un projet élaboré par la communauté de Toronto. J'espère qu'il illustre ce qu'on pourrait faire ici grâce à l'énergie et à la synergie créatrice. Un groupe de cinéastes, dont je fais partie, a rencontré des éducateurs pour créer un projet visant à amener les longs métrages dans les écoles—d'abord à Toronto, puis, nous l'espérons, dans l'ensemble du pays. Le maire David Miller est notre protecteur et notre soutien. Je suis sûr que l'Office national du film la prochaine fois qu'il se réunira, approuvera ce projet et nous espérons faire une étude de faisabilité ainsi qu'un projet pilote à l'automne. Si nous voulons attirer de nouveaux auditeurs, il semble presque trop évident de dire qu'il faut trouver un moyen de présenter les merveilleuses oeuvres des cinéastes canadiens aux spectateurs lorsqu'ils sont jeunes, et l'école secondaire est le meilleur endroit où les rejoindre.

La concurrence... Nous faisons concurrence aux gros budgets de promotion de Hollywood pour de petits films—je suis sûr qu'on vous a déjà dit tout cela—et c'est extrêmement difficile d'attirer leur attention, mais en plus, nous créons un programme qui sera vraiment formidable. C'est un petit festival du film canadien qui se déplacera d'école secondaire en école secondaire où on s'installera dans une école pour une journée pour présenter des films. Il y aura plusieurs représentations en même temps et les jeunes pourront choisir le film qu'ils souhaitent voir en après-midi. Il y aura des groupes de travail; il y aura des invités.

• (1730)

Nous avons des experts en programmation qui choisiront le meilleur film canadien, récent et classique. Et nous pourrions ainsi au moins leur faire savoir que le cinéma canadien existe.

Ce projet est né lorsque des cinéastes se sont réunis et ont décidé qu'ils devaient s'en charger eux-mêmes. Nous devons le faire. Nous cherchons de l'aide—Anna Prodanou, du gouvernement provincial, nous a beaucoup aidés. Nous espérons pouvoir revenir cet automne et vous dire que nous avons réalisé notre projet—c'est faisable, c'est un succès fantastique, les jeunes sont enthousiastes, et voici ce que nous avons fait. Notre projet est d'aller dans les écoles d'un océan à l'autre. Tout comme dans les années 1970 et jusqu'à la fin des années 1980 et pendant les années 1990 on n'enseignait pas la littérature canadienne dans les écoles secondaires, jusqu'à ce que *Historica* s'en mêle et introduise l'histoire canadienne dans les écoles secondaires, l'industrie du cinéma doit assumer sa part de responsabilité et présenter les films canadiens dans les écoles secondaires. Si nous voulons avoir un auditoire dans cinq ans, c'est ces jeunes qu'il faut intéresser, car ce sont eux qui viendront voir les films canadiens à leur sortie et qui ne croiront pas automatiquement que c'est mauvais parce que c'est ce qu'ils ont entendu dire. Ils auront vu de bons films.

Voilà un exemple de ce que nous pouvons faire, un exemple du leadership de Toronto, comme centre créateur du pays, ce que nous espérons démontrer dans les années à l'avenir.

Merci beaucoup. J'ai terminé.

La présidente: Merci. Je dirais que vous avez fait une très bonne présentation malgré le peu de préavis qu'on vous a donné.

De ce côté de la table... Gary, est-ce votre tour?

M. Gary Schellenberger: Oui.

Merci beaucoup d'être ici aujourd'hui.

Plus tôt dans la journée, certains témoins nous ont dit que les autorisations, la bureaucratie et toutes les démarches coûtent beaucoup de temps et d'argent à l'industrie du cinéma lorsqu'un film est tourné à Toronto. Est-il possible de régler certains de ces problèmes?

• (1735)

M. Jack Blum: En fait, le Toronto Film Board a été créé justement pour s'attaquer à un grand nombre de problèmes car dans la tourmente que j'ai décrite, l'une des choses qui est arrivée lors de la fusion est que le bureau des films—qui s'occupait extrêmement bien de toutes ces questions dans l'ancienne ville de Toronto—a été fondu dans une autre direction, un autre service. Dans une certaine mesure, les choses ont languie; le nouveau service est devenu trop vaste et le cinéma n'est pas une de ses priorités.

Une des autres missions du Toronto Film Board—je suis coprésident du groupe de travail qui s'occupe de ces questions. Il y a un autre groupe de travail qui s'intéresse plus particulièrement à l'infrastructure municipale et qui tâche de faire en sorte que Toronto devienne une ville aussi accueillante que possible pour le cinéma pour que, lorsqu'un tournage a besoin d'autorisations, de permis, etc., le bureau des films donne les directives nécessaires pour que ces questions soient réglées, à moins que ce ne soit absolument impossible, plutôt que de forcer les cinéastes à quêter de l'attention. Alors, nous essayons de régler ce problème.

M. Gary Schellenberger: Très bien. Merci.

Alors, les autorisations, etc., doivent rapporter de l'argent à la ville. Quel pourcentage est-ce que la ville réinvestit?

M. Jack Blum: Non, ça ne rapporte pas vraiment d'argent. Tout au plus, les droits de permis doivent permettre de couvrir les frais d'exploitation du bureau des films et la réalisation de ces initiatives. L'avantage économique pour la ville est d'accueillir des productions de 2 millions ou 20 millions de dollars. Les retombées sont très importantes. Cela occupe environ 10 000 résidents de Toronto qui paient des impôts, de sorte qu'il y a des retombées économiques énormes.

En fait, nous essayons de réduire les coûts. La ville ne cherche pas à réaliser un bénéfice sur les tournages. Nous voulons simplement que les cinéastes viennent ici et qu'ils ne rencontrent pas trop d'obstacles.

M. Gary Schellenberger: Pensez-vous que le gouvernement fédéral devrait intervenir pour aider Toronto? Si le gouvernement fédéral investit dans le cinéma, pensez-vous qu'il récupérera cet argent sous forme d'impôts? Est-ce cela que vous espérez?

M. Jack Blum: Permettez-moi de répondre.

Les avantages—tout d'abord, c'est un investissement et les avantages sont énormes. Sur le plan économique, les emplois créés sont de bons emplois, propres, des postes de création qui sont les emplois du XXI^e siècle. Si nous voulons que le pays reste à l'avant-garde de la nouvelle économie, c'est le bon secteur à encourager.

Il y aura certainement des recettes fiscales, mais dans le sens où un petit investissement a un important effet de levier. Je vous donne l'exemple de la Colombie-Britannique, qui aujourd'hui joue un rôle plus actif. Je tiens ce renseignement de Laszlo Barna, qui réalise la série *Da Vinci's Inquest*). Pendant les sept années qu'a duré cette série en Colombie-Britannique—et on n'avait jamais vraiment envisagé de la faire ailleurs—le gouvernement provincial a investi environ 1 million de dollars sur un budget de production d'environ un milliard de dollars sur cette période. C'est un milliard de dollars d'activité économique pour un investissement d'un million de dollars. Voilà le genre de levier que vous pouvez obtenir avec une petite somme.

Les créateurs... De toute manière, nous subventionnons constamment l'industrie. Vous pouvez obtenir un tel rendement pour si peu—10 p. 100, 5 p. 100 du budget, qu'il soit de 5 millions de dollars, de 2 millions de dollars ou de 20 millions de dollars—et c'est tout ce que les producteurs espèrent. Ils se précipiteront, car c'est cet écart qu'ils ont tant de mal à combler, et vous saurez qu'il y a une augmentation de la production en constatant l'activité économique. Il y a donc un argument économique extrêmement puissant.

Puis il y a l'autre argument, l'argument culturel. Si nous produisons de bons longs métrages qui ont du potentiel et que nous les expédions dans le monde entier, comme nous l'avons fait brièvement dans les années 1980 lorsque le gouvernement provincial a investi un peu d'argent—je pense que sa contribution était de 6 millions de dollars au début pour augmenter jusqu'à 10 millions de dollars après environ 10 ans—et pensez à tous les Canadiens célèbres—à Atom Egoyan, Patricia Rozema, Bruce McDonald et Don McKellar—qui doivent tous leur succès à cet encouragement. Il s'agissait d'une petite somme. Le gouvernement fédéral a investi un peu d'argent pour attirer une tonne de productions. Et l'ensemble du Canada a profité de la célébrité, de l'image de marque pour utiliser un terme ordinaire détestable. Soudainement, les gens disaient qu'il se passait quelque chose ici—nous étions des gens intéressants. Nous avions une culture intéressante.

• (1740)

M. Gary Schellenberger: Néanmoins, ce qui m'intéresse vraiment...

La présidente: Si vous voulez bien, Gary, ce sera votre dernière question. Je voudrais pouvoir donner...

M. Gary Schellenberger: Très bien, merci. Je serai très bref.

Ce que j'essaie de dire c'est que le principal bénéficiaire, à part l'industrie du cinéma—et c'est bien de cette industrie qu'il s'agit—c'est la ville de Toronto. Je ne veux pas dire que la ville de Toronto ne devrait pas en profiter, mais si c'est sans effet sur le revenu, c'est un peu comme donner la forêt...

Lorsque les coûts seront connus, j'espère que la ville se rendra compte que c'est un moyen de retenir 10 000 personnes. Cela veut dire 10 000 personnes de plus qui vont dépenser de l'argent ici et qu'une partie de l'argent sera réinvesti dans l'industrie.

M. Jack Blum: Mais les revenus générés sont des recettes fiscales; elles ne vont pas dans les coffres de la ville de Toronto.

Nous essayons de récupérer une partie des impôts que Toronto verse au gouvernement fédéral pour assurer la survie de l'industrie. Nous ne pouvons pas vraiment mettre la main sur cet argent. C'est vous qui la recevez sous forme de taxes de vente, d'impôts sur le revenu, etc. Du moins c'est ce que je crois savoir.

M. Gary Schellenberger: Je ne vois pas la couleur de cet argent.

M. Jack Blum: Non, bien sûr, moi non plus.

La présidente: Merci.

Monsieur Lemay?

M. Marc Lemay: Non.

La présidente: Non? Madame Bulte?

L'hon. Sarmite Bulte: Oui, j'ai une question.

J'aimerais qu'on parle d'une de vos recommandations, mais tout d'abord, permettez-moi de dire que votre idée d'un festival du film qui irait d'une école à l'autre arrive à point nommé. La semaine dernière, j'étais à Humberside. J'ai expliqué mon travail de député et que notre comité se réunissait pour étudier l'industrie du cinéma canadien. Un étudiant de 11^e année m'a demandé : « Eh bien, où est-ce qu'on peut voir les films canadiens? » Je pense que votre analogie à la littérature est très importante.

Vous avez dit que les diffuseurs devraient jouer un plus grand rôle et qu'on devrait les encourager à participer dès le début. Vous avez cité l'exemple d'autres pays. Que fait-on dans d'autres pays?

M. Jack Blum: L'exemple évident, celui des beaux jours du film britannique, c'était le canal 4, dont le mandat était précisément

d'encourager les longs métrages britanniques intéressants mais à faible budget. Cela a donné, vous vous rappellerez, des films comme *My Beautiful Laundrette* et plusieurs autres films et finalement *Four Weddings and a Funeral* qui a fait une véritable percée et a généré des centaines de millions de dollars de revenu.

Il y avait donc un diffuseur dont la mission était de produire des longs métrages et qui a rempli son mandat. En fait, dans une certaine mesure, on voit la même chose à très petite échelle à CHUM et Citytv. Des producteurs de Toronto parlent de leurs projets et investissent de l'argent d'avance pour acquitter les droits de permis pour aider l'élaboration de projets. C'est quelque chose de formidable, et il y a un grand nombre de projets qui commencent comme cela. Les diffuseurs peuvent être très proactifs.

La difficulté c'est les mentalités. Les diffuseurs ont l'impression qu'ils doivent acheter quelque chose qu'ils pourront eux-mêmes diffuser plutôt que de songer à des contreprises. Les diffuseurs devraient considérer ces projets en se disant qu'ils peuvent investir dans un long métrage pour lequel ils auront des droits de distribution, et qu'il sera présenté dans les cinémas avec toute la publicité, la promotion dans les festivals, etc., et que c'est avantageux pour eux.

Ils devraient se dire qu'il faudra peut-être un peu plus de temps avant qu'ils puissent eux-mêmes diffuser le film, mais qu'à long terme ce sera mieux pour eux, puisque la visibilité de l'ensemble du secteur sera rehaussée. C'est l'attitude que nous devons encourager chez les diffuseurs—qu'ils n'achètent pas tout simplement des émissions de télévision. Ils devraient en fait élaborer et acheter des longs métrages.

Est-ce que ça vous semble raisonnable?

L'hon. Sarmite Bulte: Oui, mais pendant votre présentation, vous avez aussi parlé du rôle du CRTC. Pourriez-vous m'en dire davantage? Je pense que vous avez dit qu'il faudrait lui demander d'examiner cette question.

M. Jack Blum: D'après notre expérience, et c'est triste à dire, les diffuseurs résistent à l'idée de faire quelque chose qui n'est pas expressément prévu dans leurs licences. Nous l'avons constaté à maintes et maintes reprises. Je pourrais vous parler des différents réseaux, ou pas; vous savez que je les connais très bien. Le fait est qu'il ne faut pas se faire l'illusion que les diffuseurs agissent pour des raisons nationalistes, ou pour... il est clair qu'ils pensent que ce n'est pas rentable pour eux, même si je pense qu'ils se trompent à cet égard, et nous devons donc recourir au seul mécanisme qui existe, à savoir la réglementation de la radiodiffusion. Sauf erreur, je pense qu'il en est même question dans le rapport Lincoln. Corrigez-moi si je me trompe, mais est-ce que ce rapport ne disait pas qu'il serait important que les diffuseurs essaient de contribuer à cet effort? Je ne sais pas. Il me semble que oui.

Alors, lorsque le CRTC examine sa politique en matière de radiodiffusion et lorsque les licences doivent être renouvelées, c'est une condition qu'il pourrait imposer aux réseaux, soit encourager la production de longs métrages, acheter des longs métrages et s'engager à diffuser un certain nombre de longs métrages et montrer qu'ils investissent dans les longs métrages. Ainsi, le secteur de la diffusion et le secteur de la distribution de films pourraient travailler ensemble et nous pourrions profiter d'un très petit marché intérieur. Nous pourrions optimiser nos ressources en regroupant nos forces.

• (1745)

L'hon. Sarmite Bulte: Merci.

La présidente: Encore une fois, merci beaucoup. Je voudrais simplement dire que je pense que l'idée de cibler les étudiants qui seront la prochaine génération de spectateurs est une excellente idée, mais n'oubliez pas les plus jeunes. Sur les centaines de films que j'ai vus lorsque j'étais adolescente, il n'y en a pas qui m'ait autant impressionnée que *Le collier magique* que j'ai vu lorsque j'avais neuf ans et qui a imprimé ces images dans ma mémoire. Vous savez, il n'est pas nécessaire que des films soient faits pour les enfants pour que les enfants les apprécient.

M. Jack Blum: Je suis absolument d'accord, et lorsque nous serons bien installés dans les écoles secondaires, nous irons plus loin. Qu'en pensez-vous?

La présidente: Formidable idée.

Oh, pardon; Bev a une dernière...

Mme Bev Oda: J'aimerais poser une dernière question, si vous me le permettez. Je m'excuse de prolonger cette séance, mais je voudrais être très sûre que nous nous entendons et que le compte rendu sera clair. Vous avez demandé au comité, dans ses recommandations ou ses délibérations, de reconnaître Toronto comme un centre...

M. Jack Blum: Je pense qu'on pourrait dire un moteur.

Mme Bev Oda: ... comme un moteur, comme le premier maillon. Vous comprenez que nous devons également prendre en considération les demandes formulées par d'autres villes canadiennes. J'aimerais savoir si vous pouvez nous dire si vous allez conseiller à la ville de Toronto—puisque vous êtes un comité consultatif—qu'elle fasse un investissement.

La ville de Vancouver a investi directement dans la collectivité créatrice et culturelle de la municipalité tout comme l'ont fait des

villes de petites et moyennes tailles. La ville déclare son engagement. Même si cela ne relève pas de leur mandat, elles ont décidé que la culture ou une autre industrie est importante et elles investissent directement. À moins que vous n'ayez des frais généraux énormes, je pense que la ville de Toronto perçoit des droits de licences, des droits de permis, etc., et qui sont supérieurs à ce qu'elle dépense pour financer votre comité consultatif.

M. Jack Blum: Puis-je répondre à cette question?

Tout d'abord, le mandat du Toronto Film Board comporte plusieurs volets, comme je l'ai dit. À l'échelle municipale, nous faisons tout ce que nous pouvons pour encourager la production d'œuvres dans notre ville. Il est trop tôt pour dire si nous pourrions dans les faits effectuer un investissement financier, mais ce n'est pas exclu et c'est une possibilité envisagée.

Pour ce qui est des droits de licence et de votre impression que la ville de Toronto remplit ses coffres grâce à toute cette production, il faut absolument comprendre que la situation de la ville est critique à l'heure actuelle. Nous faisons tout ce que nous pouvons pour qu'il y ait de la production. Par exemple, New York est un peu dans une situation semblable. Elle a pu décréter que les permis de stationnement sont gratuits—ce n'est qu'un exemple.

Nous sommes dans une situation très semblable, car nous devons réduire au maximum les frais que nous demandons aux producteurs afin de rendre la ville aussi attrayante que possible pour le tournage.

Mme Bev Oda: Et c'est ce qu'essayait de savoir M. Schellenberger—quelles étaient les mesures concrètes prises par la ville elle-même.

M. Jack Blum: Tout ce que je puis dire, c'est que je comprends bien la question. Je puis vous assurer que dans trois mois, je pourrai vous dresser toute une liste d'autres mesures. Notre organisme est tout nouveau. Il vient littéralement d'être créé, mais cette question nous intéresse beaucoup. Nous ne sommes pas ici seulement pour demander de l'aide. Nous essayons plutôt d'être des chefs de file et de trouver des solutions pour que nous jouissions tous d'une culture solide, d'une industrie solide, d'un océan à l'autre.

La présidente: Merci beaucoup, mesdames et messieurs du comité.

Merci à tous pour cette excellente journée.

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.