



Chambre des communes
CANADA

Comité permanent du patrimoine canadien

CHPC



NUMÉRO 033



1^{re} SESSION



38^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mercredi 20 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 20 avril 2005

• (1350)

[Traduction]

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

Je vous demande de bien vouloir excuser ce retard de quelques minutes. J'avais dans la tête que nous commencions à 14 heures, alors je vous fais mes excuses à tous.

[Français]

Merci à nos témoins d'être venus aujourd'hui. Je suis certaine que vous avez consacré du temps à vous préparer pour cette audience. Je vous en remercie.

[Traduction]

Soyez les bienvenus. Vous avez la parole.

M. Peter Sandmark (consultant, Alliance des arts médiatiques indépendants): Bonjour. Au nom de l'Alliance des arts médiatiques indépendants, je tiens à remercier les honorables membres du comité de nous donner l'occasion aujourd'hui de présenter nos recommandations.

L'Alliance est une association nationale qui comprend maintenant plus de 80—nous avons accueilli quelques nouveaux membres—centres indépendants de production cinéma, vidéo et nouveaux médias représentant plus de 12 000 artistes et travailleurs culturels du Canada tout entier. Nous avons d'ailleurs accueilli récemment des membres du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest, si bien que nous représentons toutes les provinces.

Je vais céder la parole à Jennifer Dorner, notre directrice nationale, qui vous présentera notre exposé.

Mme Jennifer Dorner (directrice nationale, Alliance des arts médiatiques indépendants): Merci, Peter.

Je suis accompagnée aujourd'hui de Katherine Jerkovic, coordonnatrice administrative, et de Peter Sandmark, directeur national sortant de l'Alliance.

Si nous sommes venus témoigner devant vous aujourd'hui, c'est que le Canada a besoin de façon urgente d'une politique culturelle nationale, d'une politique qui reconnaît l'importance fondamentale de la culture pour notre société. Nous vous prions instamment de faire en sorte que le gouvernement incorpore un mandat culturel dans la politique cinématographique canadienne. Autrement dit, la valeur de la culture cinématographique au Canada ne se limite pas à sa contribution économique, loin de là. La politique gouvernementale *Du scénario à l'écran* de 2000 constituait déjà un pas important vers la reconnaissance de la valeur des créateurs, de la diversité, des auditoires et de la préservation de notre culture.

Mais cela n'est pas suffisant. L'aide financière fédérale accordée au cinéma et aux arts au Canada est insuffisante. En fait, nous nous retrouvons au Canada avec un modèle de soutien aux arts qui réunit

les pires éléments des modèles européens et américains. En Europe, l'État joue un rôle beaucoup plus important dans le financement des arts; aux États-Unis, le système de financement par les fondations et les autres bailleurs de fonds privés est meilleur que le nôtre. Le gouvernement doit reconnaître qu'il ne soutient pas suffisamment les arts.

Dans notre mémoire, nous indiquons divers domaines qui doivent bénéficier d'un financement accru. Il serait prioritaire à notre avis de doubler le budget du Conseil des arts du Canada. Comme nous le faisons remarquer dans notre mémoire, les centres indépendants de production cinéma, vidéo et nouveaux médias qui sont financés par le Conseil des arts du Canada jouent un rôle inestimable dans le développement et la promotion de talents canadiens. Ces centres doivent bénéficier d'un soutien accru. Le Conseil des arts reçoit de plus en plus de demandes de financement de la part de nouveaux groupes et il doit continuer à aider les groupes existants à se développer.

Le gouvernement doit accroître le financement réservé aux arts médiatiques afin de répondre aux besoins croissants de ce secteur dans notre culture contemporaine. La politique *Du scénario à l'écran* avait notamment pour objectif d'élargir les auditoires, le but étant de faire passer la part des productions canadiennes à 5 p. 100 des recettes totales. Le gouvernement du Canada doit tenir compte de l'existence des festivals de production cinéma et vidéo indépendante. Le nombre d'entrées à ces festivals n'est pas comptabilisé dans les recettes commerciales globales, même s'ils jouent un rôle important pour ce qui est de joindre et de développer de nouveaux auditoires.

Nous avons inclus dans notre document, à titre d'exemple, un tableau des entrées à 34 festivals des arts médiatiques indépendants financés par le Conseil des arts du Canada en 2003. Avec un prix d'entrée variant entre 5 \$ et 10 \$, le nombre d'entrées à ces festivals représenterait des recettes se situant entre 1,5 et 2 millions de dollars, soit l'équivalent, nous tenons à bien le souligner, d'une superproduction canadienne.

Je vais demander à Katherine de poursuivre.

[Français]

Mme Katherine Jerkovic (coordonnatrice des communications, Alliance des arts médiatiques indépendants): Je vais continuer en français.

L'avènement des technologies numériques est déjà en train de changer les modes de diffusion et de livraison des films. Un nouveau marché apparaît qui ne suit pas le circuit traditionnel de lancement en salle ou de télédiffusion. Dans ce sens, les festivals sont des lieux essentiels pour que ces oeuvres soient présentées au public avant d'atteindre le marché de la location vidéo ou du réseau Internet. Les distributeurs ont donc un rôle clé à jouer dans la promotion des oeuvres et dans le développement des nouvelles voies et de nouveaux marchés.

Le Canada est un des pays les plus sophistiqués en matière de nouvelles technologies, et son usage de l'Internet par personne est plus élevé que celui des États-Unis. Nous avons donc les outils pour être à l'avant-garde d'une révolution numérique qui bénéficierait énormément à nos artistes puisqu'elle entraîne de nouveaux modèles de production et de promotion.

Nous souhaitons signaler qu'il ne s'agit pas que de subventionner la production d'oeuvres. Le soutien est nécessaire à tous les niveaux — en promotion, en diffusion et en distribution — pour assurer la croissance et la viabilité du secteur. Les distributeurs ont été chroniquement sous-financés par l'industrie canadienne, surtout les distributeurs de films indépendants. Il suffit d'observer le nombre de distributeurs publics et privés qui ont cessé de fonctionner ou qui ont carrément fait faillite au long des deux dernières décennies.

Quant aux festivals, ils doivent faire avec de minces budgets, une équipe surmenée et beaucoup de travail bénévole pour présenter des oeuvres canadiennes.

Lorsqu'un film peut être téléchargé d'un site Internet, les coûts et formes de promotion deviennent tout autres. Le public canadien pourrait avoir un plus large accès — sous forme légale, bien entendu — aux oeuvres canadiennes si plus de soutien était octroyé à leur promotion, à leur distribution et à leur diffusion.

Dans le même ordre d'idées, les moyens en place pour éditer des versions sous-titrées ou en langage codé sont largement insuffisants. Comment pouvons-nous faire en sorte que nos films parviennent à tous les Canadiens si, par exemple, la plupart des films d'auteurs québécois ne peuvent être diffusés à l'extérieur de la province parce qu'ils n'ont pas accès à un programme de sous-titrage, ou si les Canadiens avec déficience auditive n'ont à leur disposition que des films commerciaux américains qui ont les moyens d'une édition avec le langage codé?

Un engagement du gouvernement envers un financement accru des programmes de sous-titrage au Conseil des Arts du Canada et à Téléfilm Canada, par exemple, serait de grande valeur pour la création de ponts entre les communautés linguistiques.

Tout aussi important et tout aussi négligé depuis longtemps est le financement pour l'archivage, non seulement versé aux grandes institutions mais aux dizaines d'organismes qui, certains âgés de plus de 30 ans, détiennent la majorité de l'histoire des arts médiatiques canadiens, et qui l'ont préservée et archivée au long des années.

Dans notre mémoire, nous demandions aussi d'augmenter le financement de Téléfilm Canada pour que les programmes d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget s'ouvrent aux documentaires. Le soutien aux longs métrages ne devrait jamais être restreint aux fictions. Le documentaire incarne à notre avis une réflexion essentielle sur notre société.

De plus en plus, le Canada est un lieu de mélanges et un port culturel, et nos films devraient refléter cette réalité. Il est vrai qu'il existe des enveloppes pour les films issus des premières nations. Hélas, maints projets des premières nations restent encore exclus. Il vaudrait la peine d'explorer des initiatives spécifiques pour promouvoir la création de films des communautés culturelles.

Finalement, pour assurer la visibilité de nos films dans les salles partout au pays, il faut établir des lieux de diffusion dont le mandat est de montrer des films canadiens et d'origines autres que les studios hollywoodiens. Les salles de cinéma canadiennes montrent peu ou pas de films canadiens. Nous recommandons fortement que le ministère du Patrimoine élargisse son programme Espaces culturels Canada pour aider le développement de tels lieux.

Merci beaucoup. Nous serons heureux de répondre à vos questions.

● (1355)

[Traduction]

La présidente: Monsieur Kinsey, je crois que vous êtes le suivant sur notre liste.

M. Nicholas Kinsey (Cinéastes anglophones hors Montréal): Je suis ici à titre de porte-parole de l'Association Anglophone Filmmakers Outside Montreal—Cinéastes anglophones hors Montréal, qui a été créée au printemps 2004 pour représenter les cinéastes anglophones de l'extérieur de Montréal, comme l'indique son nom.

L'association AFOM était formée essentiellement de trois membres au début : Jeremy Peter Allen, que vous connaissez peut-être et qui a réalisé le film *Manners of Dying*; Louise Abbott, des Cantons de l'Est; et moi-même, qui suis producteur et, depuis peu, distributeur également chez Carlton Films, une nouvelle compagnie de distribution. Nous venons d'achever notre troisième long métrage, que l'on a commencé à présenter dans les salles de cinéma du Nouveau-Brunswick.

Ces derniers mois, nous avons formé une nouvelle association appelée Eastern Outback Film Producers' Association, qui va travailler dans l'est du Québec, au Nouveau-Brunswick, dans l'Île-du-Prince-Édouard et à Terre-Neuve, Montréal et la Nouvelle-Écosse n'y étant pas représentées. Nous avons formé ce groupe dans le but d'exercer des pressions. Nous avons écrit récemment au ministère des Affaires étrangères du gouvernement français pour l'inciter à inclure notre groupe et notre région du Canada sur sa liste afin que nous soyons admissibles au programme d'aide au cinéma Fonds Sud. Ce programme connu dans le monde entier existe depuis une vingtaine d'années et contribue pour quelque 20 000 euros au développement de longs métrages dans des pays au cinéma émergent en Amérique du Sud, en Amérique centrale, en Asie et en Afrique et jusqu'à 100 000 euros à la production de longs métrages. En règle générale, les fonds doivent être dépensés en France.

À l'heure actuelle, l'Amérique du Nord est exclue. Nous estimons que nous devrions avoir accès à ces fonds tout comme nos partenaires dans d'autres pays. Nous faisons affaire avec des gens en Argentine et dans tous les autres pays du monde qui ont accès à ces fonds. Puisque nous ne recevons aucune aide financière du gouvernement fédéral, si ce n'est peut-être le crédit fiscal, nous considérons qu'il s'agit là d'une possibilité de financement qui mérite d'être explorée.

Nous explorons aussi les possibilités du côté du World Cinema Fund, qui a été établi il y a environ un an par le Festival du film de Berlin. Ce fonds allemand dispose également de quelque 100 000 euros pour la production de longs métrages. Tous nos collègues des autres pays du monde semblent avoir accès à ces fonds, mais pas nous. Nous allons donc envoyer sous peu des lettres afin de demander que notre association et nos membres soient admissibles à ce fonds.

Comme je l'ai indiqué, je suis également ici en ma qualité de distributeur. Nous sommes sur le point de lancer le film *Lakefront* ici au Nouveau-Brunswick. Ce sera le lancement commercial. Nous avons deux pellicules de 35 millimètres. Le film sera présenté pour la première fois en salle vendredi à Moncton et à Fredericton, avec des bandes-annonces. Les acteurs de Toronto et de Montréal seront là. Il s'agit d'un film à caractère très commercial. Nous espérons le lancer aux États-Unis, d'abord dans les salles de deux chaînes de la Nouvelle-Angleterre, en augmentant graduellement le nombre d'exemplaires du film, et nous espérons aussi qu'il pourra être présenté dans les salles Famous Players en Ontario plus tard cet été. C'est un film estival.

Il a coûté bien en deçà d'un million de dollars. L'aide fédérale a été de 28 000 \$ exactement, soit environ 4 p. 100 du budget du film. On nous a refusé une aide financière à la production et nous n'avons eu droit à aucune aide au développement ni à la distribution. Cela est tout à fait dans l'ordre des choses étant donné la politique que suit Téléfilm Canada depuis un certain temps déjà.

• (1400)

Nous faisons notamment remarquer dans notre mémoire que la qualité n'a rien à voir avec les recettes. C'est partout pareil : le succès en salle dépend de la promotion et du marketing, particulièrement au Québec. Il n'y a qu'à voir les films qui marchent au Québec. Le succès commercial de ces films n'a rien à voir avec leur qualité. Voilà quelque chose qu'il faut bien se mettre dans la tête surtout si l'on veut accroître les recettes pour les productions de langue anglaise au Canada.

Je vais passer rapidement en revue les autres idées que nous avons pour faire augmenter les recettes. Voilà l'élément clé à mon avis. Ce que nous voulons, c'est accroître les recettes qui, à l'heure actuelle, atteignent à peine 1,6 p. 100; on ne peut guère aller plus bas que ça. Nous n'avons absolument pas confiance en Téléfilm Canada pour renverser la vapeur. Le succès commercial se bâtit en fait une salle à la fois, en ayant des gens qui vont rencontrer les propriétaires de salle pour faire la promotion des films.

Voici quelques idées qui pourraient marcher.

Nous participons à une production avec l'Argentine où nous avons des coproducteurs minoritaires. L'économie en Argentine est très fragile en ce moment, mais le gouvernement a un programme visant à faire entrer les mendiants dans les salles de cinéma qui, à mon avis, pourrait très bien être adapté au Canada. Autrement dit, notre partenaire à Buenos Aires reçoit du gouvernement une aide financière à la production, mais il reçoit également un crédit pour tous ces mendiants qui occupent une place dans les salles de cinéma. En d'autres termes, le gouvernement lui donne tant pour chaque personne qui va voir un film, et tout cela fait partie du même programme. C'est une façon très intéressante de faire en sorte que l'argent puisse aller plus loin.

Les montants consentis par le gouvernement canadien sont peu élevés et il faut que cet argent soit performant. À l'heure actuelle, aucun des programmes d'aide à la distribution de Téléfilm Canada, ni même aucun de ses programmes de financement, ne vise à encourager les gens à aller voir des films. C'est là une politique qui pourrait être adaptée ici.

Imaginons par exemple que les producteurs et les distributeurs reçoivent une subvention de 15 p. 100 peut-être des recettes. Prenons le cas d'un film qui générerait des recettes de 5 000 \$ la première semaine, le distributeur et le producteur recevraient chacun 750 \$ pour un total de 1 500 \$ de subvention gouvernementale. Ce serait une façon très efficace d'inciter les producteurs et les distributeurs à

bien faire leur travail, car le montant de la subvention dépendrait de leur performance.

Vous avez sans doute déjà entendu parler des autres propositions que nous faisons ici. Il y en a une qui consisterait à exiger des salles de cinéma canadiennes qu'elles présentent un certain pourcentage de films canadiens; c'est une proposition qui revient depuis des années. Le seul problème en fait pour nous, petits distributeurs indépendants, c'est que nous ne faisons pas vraiment partie de la filière. La filière, c'est tant de films. Autrement dit, les distributeurs canadiens qui ont beaucoup de produits américains peuvent conclure des ententes avec les chaînes de cinéma. Chaque entente est différente, mais elle comprend généralement un ou deux bons films et cinq ou six autres films qui ne valent pas grand-chose. Les chaînes sont tenues de présenter ces films-là, si bien que les petits distributeurs indépendants ont du mal à avoir accès aux écrans de cinéma. C'est comme cela depuis longtemps. Étant donné la situation actuelle, il faudrait peut-être qu'il y ait des incitatifs pour que l'on accroisse la présence des films canadiens sur les écrans au Canada.

L'autre idée serait d'instituer un système de vedettariat; je pense que vous en avez déjà entendu parler. J'ai apporté un DVD—et le Festival du film de Berlin en publie un chaque année—de toutes les vedettes européennes. Le DVD s'intitule « Shooting Stars », et il présente beaucoup d'acteurs européens qui ont eu du succès dans certains films. Le système européen de promotion cinématographique sélectionne chaque année un certain nombre d'acteurs qu'il présente sur un DVD qui est distribué au Festival du film de Berlin.

C'est là quelque chose qui ne s'est jamais fait au Canada. Je ne m'attends pas non plus à ce que cela se fasse, mais ce serait une façon peu coûteuse de faire connaître nos acteurs au public.

• (1405)

L'autre problème, c'est la diffusion des films canadiens à la télévision, car il n'y a pratiquement aucun créneau. Impossible de faire diffuser un film canadien sur la chaîne Global ou CTV. Le réseau CBC n'achète presque plus de films canadiens, que je sache. Les chaînes étrangères diffusent plus de films canadiens que nos réseaux canadiens, et c'est ce que je constate depuis que je suis dans le domaine.

Si plus de films étaient diffusés à la télévision, nous pourrions peut-être espérer avoir un système de vedettariat au Canada. Je ne parle pas ici du vedettariat du Canada français, mais plutôt de celui qui manque au Canada anglais puisque c'est là, à mon avis, le plus grave problème qui explique le peu d'enthousiasme aux guichets.

Pour ce qui est du financement des longs métrages, je n'aborderai pas la question de Téléfilm. À mon avis, ce que fait Téléfilm est désastreux depuis 30 ans. Le volet performance du fonds est une farce; c'est une catastrophe nationale.

Quiconque s'adonne à la course de chevaux vous expliquera que ce n'est pas la façon de faire. On parie sur le cheval et sur le jockey, mais surtout pas sur l'écurie. Or, c'est essentiellement ce que fait Téléfilm depuis cinq ou six ans : elle parie sur les écuries, jette de l'argent par les fenêtres, ce qui n'aide en rien à l'objectif de faire grimper les ventes de billets à plus de 1,6 p. 100.

Le volet sélectif du fonds existe déjà depuis un certain temps. À mon avis, ce volet est élitiste, car il favorise les grandes entreprises et les compagnies déjà bien établies dans les grands centres. Nous voudrions que le financement des longs métrages fasse l'objet de grands changements.

Il serait intéressant d'établir du financement régional en divisant le Canada en 12 régions différentes, et non pas en quatre seulement. En prenant la moitié des fonds consacrés aux longs métrages et en l'injectant dans ce programme de financement régional, on aurait à peu près la même chose qu'au Royaume-Uni, là où le système est financé par la loterie. Là-bas, il existe différents fonds d'investissement, comme dans les Midlands de l'est, les Midlands de l'ouest, le sud-est et le nord-est, et chacun de ces fonds peut investir 250 000£ par année dans les films.

D'ailleurs, nous avons un projet conjoint avec le Royaume-Uni, puisque EM Media des Midlands investira dans l'un de nos films. Nous avions prévu à l'origine en faire une comédie canadienne, mais nous avons décidé de nous associer au Royaume-Uni, car nous n'avions aucun espoir de financement ici au Canada.

La même chose existe en France où il y a Midi-Pyrénées, par exemple, et toutes sortes d'autres fonds dans les différentes régions qui peuvent investir dans la production régionale.

En Allemagne, le fonds cinématographique de Bavière, le fonds cinématographique Nordrhein-Westfalen et la commission cinématographique Brandebourg- Berlin sont tous des fonds régionaux. Autrement dit, l'Europe croit au développement régional. Des maisons de postproduction ont des bureaux à Berlin, Francfort et Munich, c'est-à-dire partout en Allemagne, alors que celles-ci se concentrent au Canada dans quatre grandes villes, soit Vancouver, Montréal, Toronto et Halifax. Autrement dit, la plus grande partie du pays ne profite pas des avantages économiques de la production des longs métrages.

Laissez-moi vous expliquer brièvement : le tournage de trois longs métrages au Nouveau-Brunswick signifie que l'on peut construire un nouveau studio pour la prise de son. Tout est une question d'avantages économiques! On pourrait construire toutes sortes de studios d'un bout à l'autre du pays si on divisait les fonds en fonds régionaux.

Avant de terminer, j'aimerais aussi mentionner...

• (1410)

La présidente: Monsieur Kinsey, je ne voudrais pas vous interrompre, mais je vous demanderais de terminer le plus vite possible, étant donné que la partie la plus productive d'une audience comme la nôtre, c'est la période d'interaction avec les témoins.

M. Nicholas Kinsey: L'une des choses qui nuit particulièrement à notre groupe, c'est que Téléfilm exige que nous remboursions les fonds de développement. C'est ce qui nous nuit beaucoup auprès de Téléfilm depuis des années. Voici ce qui se passe : Téléfilm vous donne de l'argent pour que vous élaboriez un script, puis encore de l'argent pour que vous en fassiez un film. Si Téléfilm ne finance pas le film et que vous décidez de toute façon de le produire, vous êtes alors dans l'obligation de rembourser les fonds de développement. Cela nous a donc obligés à plus d'une reprise à reporter l'investissement dans le film, puisque nous sommes tenus de rembourser l'argent obtenu pour le développement. C'est une mesure punitive.

Je crois savoir qu'au Canada, seuls Téléfilm Canada et la SODEC ont opté pour ce système, car les autres fonds régionaux n'exigent pas de remboursement. C'est ce qui explique que beaucoup de nos membres n'aient pas été en mesure d'honorer leurs obligations auprès de Téléfilm Canada.

Enfin, comme je le disais, nos membres sont souvent obligés d'exporter leurs films à l'étranger. Autrement dit, cela nous oblige à donner une dimension étrangère à toutes nos productions, sans quoi

nous ne pourrions produire nos films, par manque de financement au Canada. Nous ne recevons rien du gouvernement fédéral.

Merci beaucoup.

La présidente: Merci beaucoup.

Monsieur Sandmark, allez-vous aussi prendre la parole?

M. Peter Sandmark: Le groupe que je représente, l'Alliance des arts médiatiques indépendants, a déjà pris la parole. Mais je répondrai à vos questions.

La présidente: Bien, parfait.

Dans ce cas, nous arrivons maintenant aux membres du comité et nous commençons par M. Schellenberger.

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

Ce matin, j'ai pris le temps de lire les mémoires, et j'ai pris également quelques notes. Au fil de nos réunions partout au Canada, nous avons entendu divers points de vue. Nous avons notamment entendu parler de Téléfilm et de la façon dont cette société dispense ses fonds à l'industrie cinématographique pour l'aider.

Il y a un aspect qui a déjà été mentionné et auquel vous avez fait référence lorsque vous avez mentionné l'intérêt d'avoir 12 régions, si j'ai bien compris : on a entendu dire que, sauf erreur, les producteurs reçoivent plus d'argent s'ils filment ailleurs qu'à Toronto. Est-ce équitable, à votre avis? Les critères ne devraient-ils pas s'appliquer de façon généralisée? Par exemple, si l'on décidait d'avoir 12 régions ou même quatre seulement, les producteurs devraient avoir le droit d'aller filmer où ils le souhaitent à l'intérieur de la région? À votre avis, serait-il équitable de vous donner une subvention plus imposante si vous acceptiez d'aller filmer à 120 kilomètres de Toronto, par exemple?

• (1415)

M. Nicholas Kinsey: D'habitude, les producteurs prennent ce genre de décision en fonction des crédits d'impôt offerts par la province. Or, celui qu'offre l'Ontario est très alléchant.

Pour ce qui est de la façon dont on fonctionne en Europe, l'endroit où le tournage se passe importe peu. Ainsi, mon partenaire des Midlands au Royaume-Uni doit embaucher des gens de la région pour qu'ils travaillent à la production du film, mais il n'est pas nécessaire pour lui de filmer dans les Midlands. Bien sûr, il n'existe pas de fonds régionaux au Canada, mais l'octroi dépend généralement de ce que le producteur dépense dans la région.

Il en va exactement de même dans le cas du fonds cinématographique bavarois. Si on vous octroie 100 000 \$, vous êtes alors dans l'obligation de dépenser 200 000 \$ en Bavière, ce qui ne vous empêche pas toutefois d'aller filmer à l'extérieur de la région.

M. Gary Schellenberger: J'ai lu également ceci dans votre mémoire:

... le fonctionnaire de Téléfilm responsable des scénarios peut rejeter les rapports des lecteurs externes et se servir de son propre jugement. Cette méthode des points permet aussi d'évaluer le palmarès des participants, ce qui permet donc aux grands producteurs et réalisateurs de prendre le dessus. Il est évident que les producteurs régionaux sont désavantagés dans ce processus.

Devrait-on accorder un pourcentage de fonds à une région, ou les fonds devraient-ils être distribués en fonction du mérite du film lui-même? On pourrait imaginer qu'une région, qui a droit à tel pourcentage de fonds, puisse produire 12 films à tout casser tandis qu'une autre région, qui reçoit un autre pourcentage, pourrait produire 10 navets.

Ce genre de système servirait-il à quoi que ce soit?

M. Nicholas Kinsey: Je ne suis pas sûr de bien vous comprendre.

À l'heure actuelle, Téléfilm évalue les scénarios à l'aide de critères fondés sur le palmarès et le scénario. Le palmarès, c'est facile. Les grandes entreprises ont un plus long palmarès que les petites entreprises régionales et elles ont donc plus de points au départ. Au fil des années, mon entreprise a soumis de nombreux scénarios à Téléfilm Canada. En général, nous n'obtenons pas plus de 14 points sur 60 ou 80. Nous avons perdu des points pour toutes sortes de raisons, notamment : « Eh bien, nous connaissons le palmarès des grandes entreprises ».

C'est pourquoi je dis que c'est élitiste.

M. Gary Schellenberger: Très bien.

Encore une fois, on a dit, et je pense que nous comprenons tous, qu'on peut faire un extraordinaire film culturel mais, comme on nous l'a expliqué, s'il n'attire pas de spectateurs—s'il n'est pas distribué dans les salles de cinéma—ça pourrait être le meilleur film culturel à ne jamais être vu. Il pourrait se retrouver sur une tablette.

Ainsi, lorsque nous parlons de la distribution et de l'argent consacré à cette activité—et vous me corrigerez si je me trompe, mais je pense que Téléfilm insiste pour que le distributeur soit canadien—pensez-vous que les distributeurs étrangers pourraient faire aussi bien, ou peut-être même mieux, que tous nos distributeurs canadiens?

M. Nicholas Kinsey: En général, les distributeurs canadiens sont très bons lorsqu'ils ont de l'argent et d'autres ressources. Il faut de l'argent et il faut des campagnes de publicité globale pour récupérer cet investissement. Je pense que les cinq ou six grands distributeurs seraient incapables d'assurer la distribution à petite échelle d'un assez petit film. La plupart d'entre eux distribuent un film dans l'ensemble du pays, même s'il fait ses débuts en Ontario ou au Québec.

Ma société de distribution travaille avec la chaîne Empire Theatres, la grande chaîne de cinéma dans l'est du Canada où nous présentons trois comédies. Nous essayons de cibler ce public et de nous créer un auditoire pour voir si nous pouvons faire ce que le Québec a si bien réussi à faire pour les films de langue française. En d'autres mots, nous nous concentrons dans une certaine région.

C'est pourquoi je pense qu'il serait vraiment préférable d'avoir davantage de distributeurs régionaux; ainsi nous pourrions rapidement accroître le nombre de films canadiens présentés dans les cinémas. Par exemple, un distributeur pourrait présenter un film sur l'industrie forestière d'abord en Colombie-Britannique ou au Nouveau-Brunswick ou ailleurs. Il se créerait ainsi un auditoire pour un film local dont l'humour est local. C'est ainsi qu'il faut procéder. Puis il pourrait aller aux États-Unis ou en Ontario et dire : voyez, nous avons tant d'entrées par écran en Colombie-Britannique ou dans l'est. Cela suscite l'intérêt instantané des grandes chaînes de cinéma en Ontario.

Vous voyez ce que je veux dire? C'est ainsi qu'on assure un succès commercial au Canada : on commence à un endroit et on s'étend.

• (1420)

Mme Katherine Jerkovic: Il y a un détail dont vous n'êtes peut-être pas au courant, c'est qu'il faut toujours avoir accès à des fonds afin de pouvoir produire un long métrage. Il faut avoir un distributeur dès le début, dès le scénario, qui investit de l'argent et qui manifeste son intérêt. Il faut ce levier, ces fonds.

M. Gary Schellenberger: Et il doit être canadien, n'est-ce pas?

Mme Katherine Jerkovic: Oui, mais vous ne pouvez pas tourner un film et ensuite chercher un distributeur. Les distributeurs étrangers, on les trouve beaucoup plus tard.

M. Gary Schellenberger: Je dis simplement que pour obtenir de l'argent de Téléfilm, vous devez avoir un distributeur canadien. C'est ainsi que ça fonctionne.

Mme Katherine Jerkovic: Oui, car il s'agit d'argent canadien.

M. Peter Sandmark: Je pense qu'il s'agit d'un modèle différent. Le véritable problème, ce n'est pas la distribution, c'est l'exploitation. Les cinémas sont constamment alimentés en films commerciaux venant des États-Unis avec d'immenses budgets de commercialisation mis au point pour le marché intérieur américain auquel il est facile d'ajouter le Canada. Toute la campagne de publicité est prête.

C'est à ce niveau que les distributeurs canadiens font face à la concurrence pour que leurs oeuvres soient présentées dans les cinémas. C'est pourquoi je pense que c'est une très bonne idée d'avoir de plus petits marchés à créneau, en quelque sorte. Il faut trouver un modèle différent pour le Canada, un modèle économique qui fonctionne dans un marché à créneau qui peut servir de tremplin. Il n'est pas nécessaire d'avoir une superproduction canadienne diffusée dans l'ensemble du pays en même temps; ça se développe. Tôt ou tard, les bons films se vendent sur le marché international.

M. Gary Schellenberger: Je pense que le cinéma informatique, dont on a parlé, pourrait fonctionner dans les petits cinémas. Ce concept numérique permettrait la distribution dans de petites régions.

M. Peter Sandmark: Il faut des cinémas qui ont pour mandat de présenter des oeuvres canadiennes et d'autres films non traditionnels car il sera très difficile d'imposer un contingent aux cinémas commerciaux. Je ne sais pas comment vous réussirez à les obliger à présenter des films canadiens.

M. Gary Schellenberger: Je maintiens que la meilleure solution reste un cinéma à plusieurs salles qui réserverait un écran aux films... À vous entendre parler, j'ai l'impression que la pire chose à dire, c'est qu'il s'agit d'un film canadien. Si c'est un bon film, tout le monde voudra le voir, peu importe où il a été tourné. D'après moi, la solution c'est d'avoir une salle réservée aux nouvelles oeuvres, peut-être que cela...

M. Peter Sandmark: J'aimerais simplement dire qu'on peut obtenir ces salles réservées en accompagnant les fonds pour la construction de ces écrans de conditions à cet effet; c'est quelque chose que vous pouvez exiger. Lorsque vous financez la construction de salles, vous pouvez leur imposer le mandat de montrer des oeuvres canadiennes.

La présidente: Monsieur Angus.

M. Charlie Angus (Timmins—Baie James, NPD): Merci de vos exposés.

Je pense que nous parlons de plus en plus de la distribution au cours de nos déplacements dans l'ensemble du pays. La question qu'on nous pose est de savoir si le gouvernement fédéral va intervenir et, dans l'affirmative, ce qu'il pourrait faire d'utile. Devrait-il investir davantage dans la production de films? J'aimerais bien que ce soit possible, mais il est peu probable qu'on augmente simplement les budgets.

Mais si nous pouvons cibler notre argent... et il me semble qu'on ne cesse de nous répéter qu'il ne sert à rien de faire un film extraordinaire que personne ne verra. C'est le modèle d'entreprise le plus fou que je connaisse, puisque nous investissons tout ce capital de risque dans un film qu'on n'a aucun moyen de distribuer.

J'aimerais que vous me fassiez tous les deux des suggestions sur la création de marchés à créneau, car jusqu'à présent, on ne nous a rien proposé de concret à cet égard. Pourriez-vous m'expliquer s'il y a des solutions possibles et, deuxièmement, ce que le gouvernement fédéral pourrait faire, au moyen d'une politique ou de nouvelles modalités financières, pour appuyer la distribution et la promotion? On nous a parlé d'un exemple à Buenos Aires et d'un crédit par habitant et c'était quelque chose de tout nouveau pour nous.

J'aimerais savoir ce que vous pensez de ces questions.

• (1425)

M. Peter Sandmark: J'aimerais dire que lorsque la politique *Du scénario à l'écran* a été élaborée, l'une de nos principales recommandations était de créer un programme d'aide aux longs métrages indépendants à faible budget. Parce que nous pensions qu'il nous fallait un modèle de production à faible budget, qu'il y avait un vide entre le financement offert par le Conseil des arts du Canada et celui de Téléfilm. Il n'y a pas vraiment de fonds pour la commercialisation, malheureusement, mais cela reste un programme qui donne d'excellents résultats. La demande est très forte. Il est maintenant possible de tourner un film à faible budget qui n'a pas besoin d'autant d'entrées pour être un succès et faire de l'argent.

Maintenant, il nous faut un programme équivalent pour la commercialisation. Je pense qu'il serait plus utile que le gouvernement investisse dans de petits projets qui peuvent attirer un auditoire restreint plutôt que de subventionner une superproduction qui finit par être une mauvaise imitation des films hollywoodiens à très gros budget.

Nous vous avons fourni des statistiques sur les festivals car nous croyons que les festivals jouent un rôle très dynamique à l'heure actuelle. Après la création du fonds Présentation des arts Canada, on a produit un grand nombre de petits films très ciblés, et dans certains cas d'une grande spécificité culturelle, comme des films latino-canadiens. Il y a eu toute une variété de films s'adressant à des auditoires précis, il y a eu une explosion. Il y en a maintenant beaucoup. Notre association s'est développée parce que de nouveaux membres adhéraient après les festivals. Ces festivals sont un moyen très dynamique d'atteindre de nouveaux auditoires.

En outre, il y a tout l'aspect technologique. Il y a, à l'heure actuelle, les téléchargements sur demande. Ce n'est pas quelque chose qui va se produire dans quelques années; les gens téléchargent déjà des films de l'Internet, des films complets. Nous attendons que Apple annonce une version commerciale de iMovie, quelque chose comme iTunes.

Les cinémas sont importants, mais il y a d'autres moyens de voir des films. On peut les télécharger, se procurer le DVD, etc. Je pense que les producteurs indépendants ont également recours à la commercialisation directe de DVD pour rejoindre de nouveaux auditoires et il y a donc toute cette activité à l'heure actuelle qui passe à peu près inaperçue.

Cependant, Téléfilm ne finance pas activement les festivals et accroître ce financement ne serait pas la fin du monde.

Le programme *Un avenir en art* vient d'être renouvelé. C'est la principale source de financement, et nous ne savons pas ce qui va

arriver s'il y a des élections. Le Conseil des arts du Canada est une autre source de financement importante.

Quoi qu'il arrive, ces choses ne changeront pas. Je pense que le financement pour les arts et la culture canadiennes ne va pas changer, quoi qu'il arrive au gouvernement, et j'espère que ces questions ne vont pas disparaître.

J'ai mentionné que le Conseil des arts du Canada finance beaucoup de petits festivals indépendants et qu'il pourrait aussi jouer un rôle important. Je pense que c'est semblable à ce qui arrive dans le domaine de la musique. Je pense que le secteur musical a de l'avance par rapport au secteur du cinéma en raison du développement des artistes musicaux indépendants. Les artistes indépendants ont trouvé le moyen d'attirer l'attention et de faire diffuser leurs oeuvres et c'est ce que nous commençons à faire dans le secteur du cinéma.

M. Nicholas Kinsey: Je précise qu'une ristourne sur les ventes de billets est une façon d'inciter les producteurs et les distributeurs à bouger en attirant les gens au cinéma. Dans l'ensemble, les producteurs canadiens sont très paresseux à mon avis. Même le financement des petits distributeurs... Et certains d'entre eux ont accès aux fonds de Téléfilm, d'autres non. Ils sont généralement très paresseux, parce que c'est un bloc d'argent qu'on leur donne. Ils engagent des gens et font le minimum de travail. J'en parle par expérience car il y a eu une entreprise qui a fait faillite à Montréal pas plus tard que l'an dernier. Nous avons lancé un film à Toronto. C'est vraiment quelque chose à participation directe. Donc un incitatif comme une ristourne sur les ventes de billets devrait inciter ces gens-là à participer. Ce serait un peu comme la situation aux États-Unis actuellement avec les réalisateurs et les distributeurs indépendants. Ils font probablement un bien meilleur travail qu'au Canada, parce qu'ils n'ont aucune forme de subvention.

Je pense que ce qui est important, c'est que ce n'est pas le nombre de festivals qui compte. Les festivals n'ont rien à voir avec la question. Ils permettent de présenter un film, mais une fois que votre film a été présenté une ou deux fois dans un festival, si on le passe à trois heures de l'après-midi au cinéma Carlton à Toronto pendant une semaine et qu'ensuite il disparaît de l'affiche, quel intérêt? Je veux dire, à quoi cela sert de faire ce film?

Ce qu'il faut voir, c'est le nombre de semaines pendant lesquelles on peut projeter le film au cinéma. On fait beaucoup de travail pendant la première semaine, mais si le film n'est plus là la deuxième semaine, toute cette publicité ne sert à rien. Ce qui est essentiel, c'est de pouvoir continuer pendant la deuxième ou la troisième semaine. Il s'agit de maintenir les ventes de billets pendant la deuxième et la troisième semaines.

Il faut donc trouver un moyen de continuer la projection de ce film canadien pendant encore une semaine. C'est cela qui est essentiel. Les festivals, c'est bien gentil, mais ce n'est pas cela qui paie le loyer. Ce sont de bonnes vitrines, mais l'essentiel, c'est d'avoir des films canadiens qui passent au cinéma, pas de jeter de l'argent par les fenêtres pour de jolis films qui ne passeront jamais en salle.

• (1430)

M. Charlie Angus: Nous étions ce matin à une conférence sur la culture numérique et j'ai remarqué une statistique fascinante. Quand on parle du numérique, on parle toujours du groupe des 18 à 30 ans. Mais là, on parlait des jeunes de 12 à 17 ans au Québec qui regardent la télévision cinq heures de moins depuis cinq ans. Ils ne regardent plus la télévision. Ma fille fait partie de ce groupe d'âge. Ils ne veulent plus du câble. Ils trouvent que la télévision, c'est ce qu'il y a de plus ennuyeux au monde.

Pour en revenir à la politique gouvernementale, ce matin nous avons eu un excellent exemple de présence en ligne de l'ONF avec « Silence, on court! », et nous avons vu ce que ces gens-là font avec de petites réalisations en ligne. Ils disent que c'est là que se trouvent les marchés maintenant.

Faudrait-il trouver un moyen d'amener les réalisateurs canadiens indépendants... ou est-ce que cela vaudrait la peine que nous, le gouvernement fédéral, travaillions avec les divers organismes à mettre sur pied un canal de films en ligne? Au moins, on pourrait montrer nos films et devancer la vague, pour changer, au lieu d'attendre d'être balayés par elle.

M. Peter Sandmark: Je crois que l'an dernier, il y a eu plus de spectateurs qui ont regardé les films du festival Sundance en ligne que lors de la manifestation.

M. Charlie Angus: Ça alors.

M. Peter Sandmark: Donc les festivals sont essentiels, si vous voulez, uniquement parce que c'est un outil de commercialisation. C'est un modèle différent d'une chaîne de télévision qui diffuse en permanence. C'est une manifestation qui suscite du travail, et à laquelle les gens peuvent assister. Et ce n'est plus quelque chose de local. Il y a un aspect local, on peut aller sur place si on est à proximité, et on peut participer à la manifestation réelle, mais on peut aussi y assister de n'importe où dans le monde.

Je crois que tous ces événements vont avoir une composante en ligne, c'est simplement une question de temps. Cela va forcément arriver. D'ailleurs, cela ne nécessite pas grand-chose. Il y a simplement un lien technologique qui manque, il suffit d'un petit peu de financement supplémentaire pour mettre en place cette composante pour que les gens puissent regarder cela en ligne.

Donc je ne pense pas que le modèle de canal soit... C'est un peu la vision de la télévision.

M. Charlie Angus: Oui. Excusez-moi. Je suis tellement vieux.

Mme Katherine Jerkovic: Si vous le permettez, j'aimerais répondre à cela. Je crois que cela va arriver, mais nous n'y sommes pas encore. À mon avis, les gens n'ont pas encore d'ordinateur avec tout ce qu'il faut pour pouvoir regarder un film en ligne.

Il y a déjà quelque chose de très semblable à ce que vous proposez et qui est très intéressant et tout à fait valable, au niveau de la distribution. Les gens téléchargent des choses, brûlent des vidéodisques et les regardent chez eux sur leur poste de télévision. Il y a toutes sortes de modèles intéressants sur l'Internet pour acheter des produits; on vous donne les clés d'accès, vous téléchargez cela et cela vous appartient. Si vous louez un film dans un magasin vidéo, vous pouvez le copier chez vous; tout le monde le fait.

Donc il faut profiter de cette situation. Comme l'a dit Peter, l'Internet est international, et c'est l'un de ses grands avantages.

• (1435)

La présidente: Merci beaucoup, monsieur Angus.

Madame Bulte.

L'hon. Sarmite Bulte (Parkdale—High Park, Lib.): Merci.

Je suis désolée de ne pas avoir entendu votre exposé ce matin, j'étais retenue à Ottawa.

J'ai bien aimé vos remarques à propos des festivals, car on nous a dit aussi que le problème avec de nombreux réalisateurs, c'est qu'ils font des films pour les festivals et pas pour autre chose.

Monsieur Sandmark, j'ai moi aussi entendu dire, quand nous parcourions le pays, qu'il y a d'autres moyens que les projections en

salle de diffuser les films. Le problème, à mon avis, c'est que c'est très bien si vous avez des acteurs connus et des noms connus, que ce soit le réalisateur ou les acteurs, parce que cela vous incite à aller voir le film, mais que dans le cas des films canadiens, bien souvent les gens ne sont même pas au courant de leur existence. Ils ne connaissent pas les réalisateurs, les acteurs ne sont pas nécessairement très connus—encore. Je précise bien « encore ». Évidemment, on nous a parlé de tout le système du vedettariat au Québec, mais c'est quelque chose de distinct.

Donc, est-ce que ces moyens alternatifs nous aident vraiment? Comment pouvons-nous cultiver ce public?

Vous dites que l'industrie de la musique est en avance sur nous, mais on nous a bien fait remarquer que la différence entre l'industrie de la musique et l'industrie du cinéma, c'est que la musique passe sur des ondes publiques qui sont contrôlées par un organisme de régie. Nous n'avons pas la même chose pour les distributeurs de films, donc vous pourriez peut-être...

M. Peter Sandmark: Que faut-il faire? Ce qu'il y a aussi dans le cas de la musique, ce sont les spectacles locaux où les gens peuvent aller jouer. C'est à cela que ça se ramène pour nous aussi, les présentations locales. Où va-t-on voir une oeuvre canadienne dans une ville, dans n'importe quelle ville? C'est un des aspects fondamentaux. Il faudrait peut-être prévoir un soutien. C'est un rôle que le gouvernement pourrait jouer, en s'organisant pour qu'il y ait un lieu où l'oeuvre canadienne peut être présentée.

Mais ce n'est qu'un aspect de la vie d'un film. Il y a le festival et il y a les projections en salle.

Les réalisateurs de documentaires ici au Québec, où il y a un circuit de cinémas parallèles, ont montré qu'une fois qu'un film a fait le tour du circuit et qu'il passe à la télévision, il trouve un public plus important parce que le bouche à oreille a fonctionné. Les gens s'y intéressent. Il y a des cinémas parallèles subventionnés et sans but lucratif au Québec. Il y a tout un circuit.

Donc le film passe dans un circuit, il est présenté dans un festival et ensuite il passe à la télévision, et il y a la commercialisation directe des vidéodisques. Il va falloir faire toutes sortes de choses. Ce n'est pas la même chose qu'une entreprise commerciale.

Je crois que le gouvernement a un rôle à jouer : il doit s'organiser pour qu'il y ait des lieux de spectacle. On voit cela dans divers pays européens où il y a des cinémas financés par l'État, par exemple le *Kommunales Kino* en Allemagne ou quelque chose comme cela. Nous en avons quelques-uns ici mais pas assez. C'est comme les cinémathèques, qui ont un mandat distinct. Elles ont une sorte de mandat historique.

L'hon. Sarmite Bulte: Monsieur Sandmark, pourriez-vous nous donner des exemples précis de ces modèles européens? Pas tout de suite, mais si vous pouviez transmettre cela plus tard à notre greffier ou à nos attachés de recherche, ce serait utile.

M. Peter Sandmark: Nous pourrions vous envoyer ces informations.

Mme Katherine Jerkovic: Je crois que nous proposons cela parce que nous avons perdu tout espoir de voir nos films passer dans des salles normales.

M. Kinsey a parfaitement raison. Il y a un problème; il est aberrant que les cinémas normaux ne présentent presque pas de films canadiens. Je ne sais pas si le gouvernement fédéral peut intervenir à ce niveau. Nous ne pensons pas que ce soit possible, vu les entreprises qui sont propriétaires des cinémas et qui décident de ce qui va passer. Si l'on pouvait faire quelque chose à ce niveau, ce serait fantastique, mais j'en doute.

M. Nicholas Kinsey: La télévision payante a été une excellente chose pour nous. Nous vendons tous nos films à pay-TV, au Movie Network et à Movie Central. Le film *Lakefront* passe actuellement sur Movie Central à Vancouver alors que nous le lançons dans les cinémas dans l'est du Canada. La télévision payante est une excellente chose pour les films. Ils ont un quota et ils achètent à l'avance, des choses comme cela. Il y a aussi Corus Entertainment et Astral.

La présentation en salle, c'est vraiment une question de publicité pour le spectacle, il faut attirer le public et faire connaître le film, ce genre de choses. En fait, c'est très proche de l'industrie de la musique. Depuis quelques semaines, nous parcourons le Nouveau-Brunswick avec ce film et James Carroll, qui joue dans le film, est aussi un artiste pop et un auteur de chansons. Il est passé dans toutes les stations de radio pour faire la promotion de sa musique tout en profitant de la publicité de *Lakefront* qui sortait au Nouveau-Brunswick. Nous travaillons donc avec cet acteur qui est en même temps un artiste de musique pop à part entière, et qui fait en même temps la promotion de sa musique et du film.

C'est ce que doivent faire les auteurs de chansons. Ils sont obligés d'aller se présenter aux stations de radio canadiennes pour qu'elles passent leur musique, sinon ils ne gagnent rien. Les gens comme moi qui s'occupent de cinéma ont beaucoup de mal à comprendre comment cela se passe, mais en gros c'est ce qu'ils doivent faire, et il y a des similitudes entre les deux.

Fondamentalement, rien ne vaut une sortie en salle. Les journaux sont obligés de publier le vendredi un article sur le film, qu'il soit bon ou mauvais. C'est de la publicité, c'est la meilleure pub, et c'est cela qui fait vendre le produit; c'est ce qui va amener de l'argent dans les poches des réalisateurs et des distributeurs et qui va donner des ventes de DVD ensuite. Si vous n'avez pas cette promotion, cette pub, si vous ne faites pas mousser le produit, il n'aura aucun avenir et il ne rapportera jamais d'argent. C'est pour cela que c'est important.

Et le public canadien réagit très bien. Les gens viennent voir le film, ils s'y intéressent beaucoup, c'est un peu comme quand on monte une pièce. Nous parlions tout à l'heure de pièces de théâtre. C'est la même chose. C'est une question de publicité pour le spectacle. Il faut attirer les spectateurs.

•(1440)

L'hon. Sarmite Bulte: Essayez-vous de vendre vos films à des réseaux américains aussi, par exemple quelque chose comme A&E Television? Est-ce que c'est un marché pour vous?

M. Nicholas Kinsey: Les États-Unis sont un marché extrêmement difficile à pénétrer pour les réalisateurs étrangers.

Nous avons essayé de vendre des films par anticipation en Europe. Si nous pouvons donner un rôle de premier plan à une actrice française... Nous avons une grande actrice française dans un de nos films, et c'est très important parce que cela permet de vendre le film à l'avance à Canal+ ou à quelque chose comme cela en France. Ce sont d'autres moyens de vendre les produits sur le marché des cinémas canadiens aussi, vous comprenez?

Mais je dois dire que les chaînes de cinémas ici au Canada comme Empire, Famous Players et Cineplex sont tout à fait ouvertes à la discussion. Ce sont des gens d'affaires qui essaient de gagner de l'argent et qui ont des ententes de rendement qui ne sont pas nécessairement à leur avantage. Généralement, on peut discuter librement avec eux.

Le problème, c'est la durée. Il faut que le film reste plusieurs semaines dans un cinéma, sinon on ne peut pas augmenter les tirages et on ne peut pas augmenter la rentabilité. Il faut qu'un film marche bien pendant un certain temps, et la première semaine peut être décevante. Par exemple, en ce moment, tout le monde fait du jardinage, alors même si l'on fait de gros efforts de publicité pour le lancement d'un film, personne ne va venir le voir si c'est une belle fin de semaine. Il est donc important que le film puisse rester à l'affiche pendant un certain temps.

Ces gens-là sont prêts à travailler avec les distributeurs et les réalisateurs canadiens, c'est certain, mais ils sont tenus aussi par les Américains qui sont leur source essentielle d'approvisionnement. Donc votre film peut sortir n'importe quand et même être éjecté complètement du circuit, et vous ne pourrez plus jamais le faire réintégrer. Vous n'avez qu'une chance.

•(1445)

L'hon. Sarmite Bulte: Je sais. J'ai une amie, Angela Gei, qui avait fait un film il y a un an, je crois. Nous avions de grands espoirs, mais il n'a pas tenu une fin de semaine. Au bout d'une fin de semaine, c'était fini.

Quelle est la solution? Comment peut-on prolonger cette diffusion? Nous parlons bien des problèmes, mais où sont les solutions? Quel rôle de partenariat le gouvernement pourrait-il jouer?

M. Peter Sandmark: Il pourrait y avoir plus d'aide à la commercialisation. Si les gens entendent parler d'un film, ils vont aller le voir.

Il y a même quelque chose qu'on appelle le First Weekend Club. Je ne sais pas si vous en avez entendu parler. C'est une initiative canadienne. C'est du bouche à oreille, principalement par courriel. Quand un film canadien arrive dans une ville, les gens envoient des courriels à leurs amis en leur disant de les transmettre à d'autres personnes pour que tout le monde aille au cinéma la première fin de semaine et qu'il y ait suffisamment de spectateurs pour que le film passe un peu plus longtemps en salle. C'est une initiative de la base.

Les distributeurs ont besoin d'une aide financière pour la commercialisation. C'est toujours une question de soutien. Si vous soutenez la production, il faut aussi soutenir la commercialisation de ces oeuvres à tous les niveaux, qu'il s'agisse de films à petit budget ou de films à grand budget.

L'hon. Sarmite Bulte: Et les scripts aussi?

M. Peter Sandmark: Vous voulez dire la réalisation des scénarios?

L'hon. Sarmite Bulte: Oui.

M. Peter Sandmark: Je suis d'accord avec M. Kinsey pour dire que la réalisation de scripts doit être un investissement, une prise de risques. Le gouvernement peut prendre des risques à ce niveau, comme Téléfilm, et financer divers scripts en compensant ses pertes par les succès.

La promotion au niveau du script, je n'en suis pas sûr... J'imagine que c'est possible s'il y a une vedette.

L'hon. Sarmite Bulte: Merci.

La présidente: Monsieur Schellenberger.

M. Gary Schellenberger: Je sais qu'il est difficile de garder un film canadien à l'affiche. Avant la séance, j'ai parlé avec M. Kinsey, mais j'ai déjà entendu dire auparavant qu'il arrive parfois qu'un film soit présenté en salle et ait beaucoup de succès, mais qu'en raison d'engagements précédents, il se fasse déloger par un film qui est moins bon, peut-être un film américain. J'imagine que les cinémas doivent faire cela parce qu'ils ont signé des contrats. Mais une fois que le film se fait déloger, comment peut-il revenir en salle? Il est peut-être trop tard à ce moment-là.

J'essaie toujours de trouver une solution novatrice. Encore une fois, pour en revenir au cinéma informatique ou à quelque chose comme cela, dans une petite salle, comment peut-on s'y prendre? Nous avons parlé souvent des cinémas. Leur idée consiste à attirer des gens afin de leur vendre des boissons gazeuses et du popcorn. C'est peut-être là qu'ils font leur argent, je ne le sais pas. Ce que je dis, c'est que les plus petites salles de cinéma ne devraient pas nécessairement travailler à l'encontre des cinéplex mais devraient plutôt en être le complément; ils pourraient par exemple offrir gratuitement le popcorn et les boissons gazeuses le soir d'une première.

Je connais quelqu'un dans la petite ville où je vis, à Sebringville. C'est une petite localité de 600 personnes à l'extérieur de Stratford, en Ontario.

Or, je sais ce qui se passe à Stratford depuis une cinquantaine d'années et comment tout cela a commencé à partir de rien. Grâce à beaucoup d'appui et à beaucoup d'idées très différentes, Stratford est devenu l'un des meilleurs théâtres au monde.

Mais dans cette petite localité, ce type que je connais ne vend que des CD canadiens. Je ne sais pas s'il vend des DVD également, mais il vend des stéréos, des téléviseurs et autres et ils les installe chez vous. À une certaine époque, il louait le centre communautaire local et le transformait en club de nuit. Il faisait cela le samedi pour promouvoir un artiste canadien dont personne n'avait entendu parler, sauf peut-être ceux qui travaillent dans le domaine, et il servait du vin ou autre chose. Ce n'était pas gratuit, il le vendait. Et il y avait énormément de monde. Il remplissait littéralement l'endroit.

Il faut penser à ce genre de choses, et c'est quelque chose qu'on pourrait faire. Il n'est pas nécessaire de présenter un film dans une salle de cinéma avec des sièges placés de telle façon; il est tout à fait possible de présenter un film dans une situation de boîte de nuit. Donc, que l'on montre un documentaire ou quelques courts métrages ce soir-là, tout le monde est là pour manger son canard ou son boeuf ou autre chose, ou encore rien du tout, mais les gens se retrouvent tout simplement dans cette ambiance.

Hier soir, alors que je sortais de mon appartement à Ottawa pour prendre l'autobus pour venir ici, il y avait une représentation. Je ne me souviens pas ce que le type a dit, mais tout le monde allait à la bibliothèque. On y présentait quelque chose sur l'Afrique—je ne me rappelle pas exactement ce qu'il m'a dit, mais les gens s'y rendaient tout simplement en grand nombre. On devait certainement y présenter des films, et peut-être que les gens appartenaient à un groupe ou à un autre, mais ce soir-là on y présentait un film.

Je sais qu'il y avait un circuit cinématographique à la bibliothèque de Stratford. C'est peut-être quelque chose que l'on pourrait faire dans certaines des bibliothèques pour promouvoir nos films. On pourrait acheter un laissez-passer annuel pour 50 \$ qui permettrait de voir dix films ou quelque chose du genre.

Ce ne sont là que quelques idées qui me sont venues à l'esprit pour aider l'industrie.

Comment le gouvernement encourage-t-il cela? J'imagine que le gouvernement n'encourage pas nécessairement cela, sauf peut-être, si les gens présentent certaines choses en particulier et suivent certains critères, en leur donnant de l'argent pour les aider à lancer le projet. Cela pourrait être l'idée, je ne sais pas.

Je n'ai pas vraiment de questions, je voulais simplement faire un commentaire.

•(1450)

La présidente: Merci.

Madame Jerkovic.

Mme Katherine Jerkovic: Ce sont de bonnes idées. Nous avons préconisé d'autres lieux de présentation, et nous avons introduit les festivals en vue de présenter les oeuvres. La bibliothèque est une bonne idée, mais je pense quand même qu'on passe à côté de quelque chose d'important. Je pense qu'il y a quelque chose qui ne va pas étant donné que nous avons des centaines de très belles salles de cinéma très bien équipées, mais qu'il est presque impossible d'y présenter un film canadien pendant trois petites semaines.

Lorsqu'on n'a pas beaucoup d'argent pour la commercialisation ou peu de stratégies de commercialisation au départ, tout le monde sait qu'un film n'aura pas beaucoup de succès au cours de la première ou de la deuxième semaine. Le succès est graduel, et si le film est bon, à long terme, il aura beaucoup plus de succès. C'est ce que l'on constate avec les films indépendants. Ils sont lancés avec très peu d'argent et ils sont présentés pendant environ une semaine dans un grand cinéma avec un peu de chance, mais cinq ans plus tard ils sont rentrés dans leur argent et ils sont tout à fait rentables. Ils ont fait beaucoup de progrès. Ensuite, le DVD est produit et ces films sont présentés dans des festivals, etc. Cela prend plus de temps, mais la qualité est là, l'intérêt est là et le public est là.

Je pense que le gros problème est le lieu de présentation d'un film à l'heure actuelle. Si nous avons des modèles numériques et que nous sommes tout à fait ouverts à la possibilité d'avoir différents circuits et tout cela... et puisque nous en avons parlé dans notre mémoire... Cela ne veut pas dire que ça ne soit pas une bonne chose. C'est juste que lorsqu'on fait un film et qu'on travaille son image, qu'on travaille son éclairage et qu'on travaille le son, on veut que le film soit présenté dans une salle de cinéma. Il est fait pour cela.

C'est pour cette raison que j'ai soulevé la question précédemment. Je ne sais pas jusqu'où la politique du gouvernement peut aller pour Cineplex Odeon ou Famous Players. Je ne sais pas ce qu'il peut exiger. Je ne sais pas jusqu'où il peut aller. Mais si c'est une orientation qu'il devrait prendre, il faudrait en examiner la possibilité.

Naturellement, les centres dirigés par des artistes pourraient utiliser davantage de fonds, mais ils cherchent d'autres lieux de présentation, ils travaillent sur la présentation... les programmes, les circuits de festival, les bibliothèques, les petites cinémathèques. C'est ce qu'on fait, et c'est très bien, mais lorsqu'on parle du coût de production d'un film—le coût en argent, en énergie, en ressources humaines—ce n'est pas de cette façon qu'un film devient rentable. Je ne le pense pas. Ce n'est pas suffisant.

●(1455)

M. Gary Schellenberger: Je n'ai qu'un commentaire à faire là-dessus. Nous avons ce problème. Nous avons ces magnifiques salles de cinéma, et personne ne sait comment cela fonctionne. Nous ne pouvons pas y présenter nos films, comme nous l'avons expliqué, comme vous l'avez expliqué et comme tout le monde l'a expliqué. Comment réussissez-vous à présenter vos films aux gens? Si ces films ne peuvent y être présentés et que vous ne les présentez pas ailleurs, vous les placez dans une chambre forte et personne ne les voit.

Je comprends, la qualité est là et tout le reste, mais nous n'avons pas réussi. Si nous tentions d'imposer un système de quotas et de dire que pour tel nombre de films américains qui sont présentés, il faut présenter un film canadien pendant tant de temps, est-ce que cela pourrait fonctionner?

Mme Katherine Jerkovic: Je pense que cela serait fantastique.

M. Gary Schellenberger: Que diront les propriétaires de salles de cinéma si nous leur disons cela?

Mme Katherine Jerkovic: Je ne sais pas. Appelez-les et informez-les. Ils n'aimeront pas cela, mais c'est ce dont nous avons besoin.

M. Nicholas Kinsey: Je pense que Sheila Copps a tenté de faire cela il y a quelques années, n'est-ce pas?

Des voix: Ah, ah!

M. Nicholas Kinsey: Vous avez mentionné d'autres cinémas et d'autres endroits qui présentent des films.

À l'heure actuelle, nous présentons 15 bandes-annonces dans deux cinémas. L'un est un Cineplex de 16 écrans à Moncton et l'autre est un Cineplex de 10 écrans à Fredericton. Avant chaque film, nous présentons des bandes-annonces d'une valeur de 800 \$. Ce sont des coûts réels; chaque tirage coûte environ 3 000 \$ à 4 000 \$ en 35 millimètres. En tant que distributeurs, nous devons gagner de l'argent dans ces cinémas, et nous gagnerons de l'argent si nous pouvons mettre le pied dans la porte. Nous pouvons surclasser certains de ces films américains mauvais payeurs de deuxième vision, et il y a en a beaucoup, des films que vous et moi ne voudrions pas voir, pour lesquels nous ne paierions pas 10 \$ pour les voir. En d'autres termes, nous pouvons les surclasser si nous sommes présents ... localement... avec ce genre de choses.

Nous avons fait le calcul. Cette semaine, nous avons 28 présentations dans une salle de cinéma de 150 sièges. Nous avons calculé combien nous devrions gagner pour rester là. C'est un risque. Nous devons être présents dans ces cinémas pour que cela fonctionne.

Il y a des cinémas de répertoire comme le cinéma Le Clap à Québec qui a beaucoup de succès. Ces cinémas ont un pourcentage de fréquentation d'environ 35 p. 100. La moyenne au Canada est de 17 p. 100, je pense.

Bon nombre de ces films ne rapportent en réalité que le minimum, en un sens, car ils ont peut-être un rendement de 10 ou 15 p. 100, mais ils sont présentés semaine après semaine et quelqu'un va venir s'asseoir dans ces cinémas. Il y a peut-être 35 présentations par semaine. Les films américains attirent vraiment ces gens.

Je pense que la situation à l'heure actuelle est tellement grave qu'il faut prendre des mesures extrêmes au Canada.

La présidente: Je vais vous arrêter ici car M. Angus veut poser une question et il y a quelques points sur lesquels j'aimerais avoir

davantage de détails, si vous n'y voyez pas d'inconvénient, avant que nous passions aux témoins suivants.

M. Charlie Angus: Merci.

L'une des choses qui m'ont frappé au cours de ces audiences c'est jusqu'à quel point il est déprimant de travailler pendant des années à une production qui se fait démolir un samedi dans une salle de cinéma. La durée de vie pour le travail qu'il faut faire... je n'arrive même pas à comprendre ce que cela représente.

Le fait que le CRTC réglemente le contenu est une question importante, car c'est ce que nous avons dû faire à la radio. Pendant des années ils ont dit, eh bien, nous ne pouvons faire jouer un contenu canadien de deuxième catégorie alors que nous faisons jouer un contenu américain de cinquième catégorie, cela n'a aucun sens... même si nous avions un contenu de première catégorie à faire jouer. Nous avons obligé les stations radiophoniques.

La deuxième question, encore une fois, est celle de la durée de vie du produit. Lorsque j'ai commencé dans la musique il y a 25 ans—je n'avais que neuf ans à l'époque...

Des voix: Ah, ah!

M. Charlie Angus: ...j'étais un petit génie, en fait—il y avait une maison de disques qui avait un modèle de distribution pour des nouveaux groupes selon lequel elle embauchait 10 ou 20 groupes par an. Ensuite chaque groupe était envoyé sur la route et neuf groupes sur 10 n'avaient pas de succès. Le dixième groupe était vraiment endetté et devait enregistrer trois ou quatre autres disques pour rembourser la dette. Le danger avec ce modèle c'est qu'on plaçait toute une carrière dans un disque quand on n'avait aucun contrôle sur la distribution, et ensuite il n'était pas possible de récupérer quoi que ce soit, y compris sa carrière.

Il me semble que le problème avec le film, c'est qu'on travaille pendant des années pour produire quelque chose sans avoir la possibilité de contrôler sa durée de vie.

C'est le préambule à une suggestion qui a été faite, c'est-à-dire que même si nous voulons présenter nos films dans les salles de cinéma, grâce aux locations de DVD il est dorénavant possible de prolonger massivement la durée de vie d'un film. Ce n'est peut-être pas idéal, mais cela est possible, et dans ma collectivité, une très petite ville, nous avons une douzaine de petits films canadiens sur les tablettes. Les gens les louent parce qu'ils sont là, mais ils ne les loueront pas à moins qu'ils sachent ce qu'ils louent.

L'une des suggestions qui a été faite—et cela ne relève pas du fédéral, mais en fait du provincial, mais peut-être qu'il y aurait moyen de faire quelque chose—serait de demander aux salles de cinéma d'avoir un quota pour ce qui est de la publicité. Si, à la première étape, nous pouvions tout au moins obtenir un quota de publicité pour créer un intérêt et créer un marché qui pourrait se retrouver sur le marché du DVD, cela pourrait peut-être commencer à mettre en place l'industrie et nous donner les ressources. À votre avis, est-ce là une mesure positive et réaliste que nous pourrions mettre en oeuvre?

●(1500)

M. Peter Sandmark: Eh bien, M. Kinsey a mentionné le coût des bandes-annonces et je pense que cela revient à la question du capital de départ. En d'autres termes, c'est un rôle que le gouvernement fédéral pourrait jouer grâce à ses divers programmes. Il pourrait fournir le capital de départ pour ces bandes-annonces ou pour d'autres types de commercialisation; il pourrait jouer un rôle clé à cet égard. Cela coûte toujours quelque chose, mais cela pourrait être fait.

Mme Katherine Jerkovic: C'est une très bonne idée, mais cela ne devrait pas remplacer ni exclure ce que nous avons mentionné précédemment. Je pense que nous aimerions avoir les deux. Il faudrait l'obligation de présenter des oeuvres canadiennes et l'obligation ou l'engagement de respecter un certain quota de bandes-annonces avant que le film ne se retrouve dans le circuit des DVD. Je pense que les deux idées sont bonnes.

M. Charlie Angus: Merci.

La présidente: Merci beaucoup, Monsieur Angus.

J'aimerais poser quelques questions. Nous commençons à manquer un peu de temps.

Pouvez-vous me donner davantage de détails au sujet des cinémas du Québec que vous avez mentionnés, les petits centres sans but lucratif, est-ce qu'ils reçoivent un appui du gouvernement, fédéral ou provincial, ou d'une fondation privée? Comment ont-ils été lancés? Qu'est-ce qui les a lancés? J'aimerais avoir plus de détails à ce sujet, car je pense que c'est là quelque chose qui pourrait être utile.

Deuxièmement, je voulais revenir à deux points que M. Kinsey a soulevés. Tout d'abord il a dit que vous n'aviez aucuns fonds fédéraux, et j'aimerais connaître votre point de vue sur la raison pour laquelle c'est le cas. Je présume que ce n'est pas seulement parce que vous n'en avez jamais demandé.

Ensuite, vous ou peut-être M. Sandmark avez mentionné l'étape du développement et le recouvrement des fonds à l'étape du développement. Ce dont on nous parle constamment, c'est de l'importance de cette étape du développement, du fait que l'on doit investir davantage dans le développement d'un scénario, qu'il est si important d'avoir un bon scénario et d'avoir un bon fondement pour un film. Si j'ai bien entendu, on a dit que si vous obtenez des fonds pour le développement et que par la suite le film n'est pas produit, vous devez rembourser cet argent.

M. Nicholas Kinsey: À l'heure actuelle, l'argent que vous obtenez du Fonds de financement des longs métrages pour la scénarisation n'a pas à être remboursé si vous ne réalisez pas le film. Si vous ne recevez pas d'argent de Téléfilm et que vous réalisez le film, c'est terrible. Vous pouvez réaliser un film indépendant et investir votre salaire, comme nous devons le faire, car nous n'obtenons aucune aide à la production de Téléfilm Canada. Puis, nous devons rembourser l'argent qui nous a été versé pour la scénarisation, même si le réalisateur, le producteur et le scénariste n'ont pas été rémunérés. Nous devons rembourser cet argent et, d'ailleurs, nous devons de l'argent à Téléfilm Canada depuis cinq ans.

C'est la même chose au Québec avec la SODEC. La SODEC n'exigera pas des cinéastes francophones les plus pauvres qu'ils remboursent les fonds qui leur ont été versés pour la scénarisation, mais les cinéastes anglophones, eux, doivent le faire et nous n'avons pu leur rembourser leurs prêts non plus. Au Nouveau-Brunswick, par contre, l'argent qui est versé est considéré comme un investissement. Autrement dit, Nouveau Brunswick Film n'exige pas le remboursement de ces sommes. J'ignore ce qu'il en est de B.C. Film ou des autres agences. Moi, j'ai l'impression qu'on nous punit quand nous réussissons à réaliser nos films.

Vous avez aussi parlé de scénarisation. À l'heure actuelle, les scénarios canadiens sont très bons. Il y a beaucoup d'excellents scénaristes en chef. Il y a aussi beaucoup d'argent pouvant servir à la scénarisation et les normes de scénarisation sont en général très élevées au Canada. Quand je vais aux marchés de coproduction à Mannheim, en Allemagne, ou au Festival de Cannes, qui se tiendra bientôt, ou à toute autre foire de coproduction, j'obtiens des scénarios d'un peu partout dans le monde. Nos scénarios sont généralement de

très grande qualité; ils sont bien mieux écrits que beaucoup de scénarios que nous recevons de l'étranger.

Ce programme est donc un succès, mais le film doit être réalisé, et puis c'est un flop en salle.

Il faut trouver une façon de garder ces films en salle un peu plus longtemps sans imposer quelque règle que ce soit aux cinémas concernant le contenu. Il suffirait peut-être d'une mesure incitative. En ce moment, les radiotélédiffuseurs canadiens reçoivent du Fonds canadien de télévision des fonds complémentaires qu'ils peuvent verser aux producteurs. C'est une solution qu'on pourrait envisager.

Il a aussi été question d'une ristourne sur les billets. On pourrait remettre aux cinémas une partie de l'argent provenant de la vente de billets pour les films canadiens. Les cinémas s'intéressent avant tout à leurs bilans; ils calculent même les quantités de maïs soufflé qu'ils vendent chaque semaine.

Il serait peut-être bon de penser à une mesure positive comme une ristourne sur la vente des billets qui serait versée par le gouvernement fédéral au producteur, au distributeur, à la chaîne de cinémas ou à d'autres. Je ne sais pas, mais il me semble que les incitatifs sont généralement préférables au châtement.

• (1505)

La présidente: Merci beaucoup.

Comme vous l'avez peut-être constaté, il se passe des choses à Ottawa qui ont une incidence sur nos audiences d'aujourd'hui. Je n'ai habituellement pas mon BlackBerry en main pendant les réunions, et je m'excuse de mon manque occasionnel d'attention.

Encore une fois, je vous remercie beaucoup de votre contribution.

Nous faisons une pause de dix minutes avant d'entendre les témoins suivants.

M. Charlie Angus: Nous faisons une pause de dix minutes pour voir qui sera de retour après?

La présidente: Moi, je reviendrai.

• (1505)

_____ (Pause) _____

• (1520)

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Je m'appelle Gary Schellenberger et je suis le vice-président du Comité permanent du patrimoine canadien.

Il y a beaucoup d'agitation ici aujourd'hui. Je vous prie d'excuser l'absence de certains membres de notre comité; la présidente sera de retour très bientôt.

Notre attention a été accaparée par autre chose, mais je peux maintenant vous souhaiter la bienvenue et vous demander de commencer votre exposé.

Barbara, vous avez la parole.

[Français]

Mme Barbara Ulrich (directrice générale, Conseil québécois des arts médiatiques): Bonjour, mon nom est Barbara Ulrich. Je suis directrice générale du Conseil québécois des arts médiatiques. Nous vous remercions de nous avoir offert l'occasion de vous faire part de nos préoccupations et recommandations concernant l'état actuel de l'industrie cinématographique canadienne dont vous, législateurs et politiciens, êtes les premiers responsables.

Avant de commencer ma présentation, permettez-moi de vous familiariser avec le CQAM et les arts médiatiques.

Fondé en 1998, le CQAM est le seul regroupement disciplinaire au Québec qui représente les associations, les collectifs, les organismes et les créateurs professionnels indépendants en arts médiatiques. Son mandat est de défendre, de promouvoir et de représenter les créateurs indépendants et les travailleurs culturels en arts médiatiques, ainsi que d'entreprendre toute action qui garantisse l'accès aux moyens de création et au rayonnement des oeuvres.

Le CQAM accueille comme membres les créateurs indépendants professionnels — les artistes, les scénaristes-réalisateurs, les producteurs-réalisateurs —, les centres autogérés de production, les diffuseurs et les distributeurs indépendants, les associations et les organismes des pratiques suivantes: cinéma, vidéo et nouveaux médias indépendants, art audio, art interactif, art en réseau, art web et arts technologiques.

Le bassin des créateurs indépendants en arts médiatiques était recensé à 1 500 créateurs professionnels en 2001. Aujourd'hui, le nombre totaliserait plutôt 2 000 personnes, tous des créateurs professionnels, sans compter les travailleurs culturels. Il y a également au Québec une vingtaine de centres d'artistes qui sont autant de lieux de recherche, de création, de production, de diffusion et de distribution.

Le terme « indépendant », tel que nous l'employons, désigne le mode de production où le créateur possède tout le contrôle artistique et éditorial sur son oeuvre lors de toutes les étapes de la production jusqu'à la version finale et reçoit la majeure partie des redevances. Bref, cette définition démontre que les créateurs professionnels et les organismes que nous représentons sont sans cesse aux prises avec les contradictions et les paradoxes érigés en autant de lois et de programmes par le gouvernement canadien et l'ensemble des agences qui soutiennent d'une manière ou d'une autre la production cinématographique.

Mme Liza Frulla, ministre du Patrimoine canadien, a fièrement déclaré au Canadian Arts Summit tenu à Banff dernièrement qu'au Canada, les arts et la culture représentent presque 600 000 emplois et 39 milliards de dollars en activités économiques.

Pourtant, malgré la vigueur économique du secteur, il est plutôt alarmant de constater l'ambiguïté du gouvernement canadien et, donc, de ce ministère en tout ce qui concerne l'expression artistique et culturelle. D'un côté, vous êtes un des plus ardents défenseurs de la diversité culturelle, et nous vous en félicitons. De l'autre côté, toutes vos politiques régissant la production cinématographique deviennent de plus en plus monolithiques et s'élaborent sous l'enseigne du retour sur l'investissement et de l'enrichissement monétaire, à l'exclusion de tout retour culturel.

Ce n'est pas nouveau. Depuis les années 1920, le Canada demeure le deuxième marché domestique de l'industrie cinématographique américaine. Au cours des années 1930, hormis le travail de l'Associated Screen News et la production gouvernementale, l'industrie cinématographique canadienne devient à toutes fins utiles une succursale hollywoodienne. La production de longs métrages se

limite alors à quelques films produits pour satisfaire les quotas d'une loi britannique selon laquelle doit être projeté, dans les salles de Grande-Bretagne, un certain nombre de films britanniques ou du Commonwealth.

Des compagnies à quota, considérées comme canadiennes selon la loi mais financées par Hollywood, s'établissent alors à Calgary, à Montréal et à Toronto.

• (1525)

Cette production s'interrompt en 1938, lorsque les Britanniques excluent de leur protection les productions du Commonwealth, en partie à cause de la manière dont le Canada permet à Hollywood de contourner la loi.

En 1931, M. Peter White, commissaire au ministère du Travail du Canada, dépose un rapport s'intitulant *Investigation into an Alleged Combine in the Motion Picture Industry in Canada*. Les trois conclusions déterminent qu'effectivement, un tel délit existe depuis 1926 et que les participants au consortium sont: Famous Players Canadian Corp. Ltd., la United Amusement Corp. et la Paramount Corp. Ltd. En 1932, un juge de la Cour suprême de l'Ontario trouve les accusés non coupables et rejette la cause.

En 1963, le rapport du Conseil d'orientation économique du Québec dénonce les procédés monopolistiques de Famous Players-United Amusements.

En 1964, dans son mémoire présenté au secrétaire d'État du Canada, l'Association professionnelle des cinéastes du Québec, au nom de ses 104 membres, dénonce le fait que les intérêts économiques qui contrôlent une part majoritaire des salles sont tributaires d'une compagnie de production et de distribution américaine, la Paramount. Le mémoire signale également que de telles pratiques sont interdites aux États-Unis, mais pas à l'étranger. Le Canada n'agit toujours pas.

En 1967, la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne, la SDICC, ancêtre de Téléfilm Canada, est créée pour implanter l'industrie cinématographique canadienne face aux Américains et échapper à leur mainmise sur notre culture cinématographique. On serait tenté de dire que c'était un geste louable, n'eût été le fait qu'aucun quota imposé aux salles ni aucun critère de qualité artistique ou culturelle ne faisaient partie de la charte de création.

En 1980, la SDICC abandonne, à toutes fins utiles, le long métrage. On change le nom de la SDICC pour celui de Téléfilm Canada sous prétexte qu'il n'y avait plus d'avenir pour les films destinés aux salles de cinéma.

Depuis, on assiste à l'industrialisation et à la télévisualisation tout de go de la production cinématographique, que cela soit les abris fiscaux des années 1970; la volonté affirmée d'investir non dans des films du septième art mais dans des produits audiovisuels susceptibles de frapper fort au box office; la consolidation des entreprises de production et de distribution; la part croissante des télédiffuseurs dans les décisions de l'octroi des fonds. La tendance est claire: éliminer toute diversité artistique et culturelle et réduire la création cinématographique, ce septième art, à sa plus pure expression industrielle et télévisuelle. Investir dans ce qui vend, peu importe l'écran. En anglais, on appelle cela la philosophie du *bottom line*. Cette vision mercantiliste a trouvé son apothéose à Téléfilm Canada avec la nouvelle politique du long métrage présentée en décembre 2000.

●(1530)

Le message était alors clair: on élimine toute trace de cinéma indépendant d'auteur; on fait disparaître les plus petits producteurs et distributeurs — que je pourrai vous nommer plus tard —, le minimum garanti, le fonds de mise en marché; on récompense le succès au box office sans y inscrire aucun critère de qualité; on distribue des fonds publics automatiquement par le biais des enveloppes de performance basées sur la rentabilité des films. Et ça, c'est l'argent du public.

Pourtant, la renommée de notre cinéma, québécois et canadien, a été forgée grâce aux créateurs, grâce aux petits producteurs artisanaux, grâce aux distributeurs indépendants, bref, grâce aux efforts et aux passions des professionnels qui croyaient et qui croient encore que la production cinématographique doit demeurer une expression artistique et culturelle autant qu'économique. Nommons-les, ces créateurs qui ont débuté leur carrière au sein de ces centres d'artistes et qui tentent malgré tout de réaliser un cinéma autrement. Vous connaissez leurs noms: Louis Bélanger, Atom Egoyan, Robert Morin, Bernard Émond, Jeremy Peter Allen, Francis Leclerc, François Delisle.

La Coalition culture et long métrage, coalition spontanée formée à la suite de la publication de la nouvelle politique, a prévenu cette catastrophe, l'a dénoncée et a soumis des recommandations qui sont d'une pertinence criante encore cinq ans plus tard et que nous avons reprises dans notre mémoire.

Ce ne sont plus des aménagements qu'il faut, c'est un changement de perspective et la fin du deux poids, deux mesures. Soit le Canada soutient la diversité culturelle et applique cette même philosophie par des programmes concrets à l'ensemble des agences régissant l'industrie du cinéma; travaille au développement des publics québécois et canadien autrement que par des récompenses au box office; fait la preuve qu'il n'y a pas une seule sorte de cinéma, de créateur, de producteur ou de distributeur, mais une multiplicité de vues canadiennes, de manières canadiennes de faire les choses et de faire le cinéma; met ses culottes et fait en sorte qu'on ne soit plus le deuxième marché domestique de l'industrie cinématographique américaine; soit il perpétue un système calqué sur celui de nos voisins et demeure un pays colonisé culturellement. Il faut qu'il se lève et qu'il défende de façon pratico-pratique sa politique de diversité culturelle.

Nous sommes enfin assez las de servir de paravent culturel, nous, les créateurs, et d'occasions de bombage de torse à l'étranger, mais de subir année après année le rétrécissement de l'aire et des moyens de la création cinématographique. Pour que Wayne Clarkson, nouveau directeur général de Téléfilm Canada, puisse exaucer son voeu de voir émerger de nouveaux talents, il faudrait que le ministère du Patrimoine canadien ait la volonté politique de mettre en oeuvre sa propre vision de la diversité culturelle.

Par conséquent, le CQAM demande à Téléfilm Canada une composition plus équitable de la représentation au sein du comité consultatif de Téléfilm Canada, afin de refléter tous les visages de l'industrie cinématographique; une nouvelle répartition budgétaire entre les fonds automatiques et les fonds sélectifs; une analyse plus juste de la performance des recettes au guichet qui tiendrait compte des coûts de mise en marché; un meilleur calcul sur la circulation des films et le rendement des sociétés; la restauration du programme du minimum garanti et la révision du programme de mise en marché; la révision du programme d'aide aux longs métrages de fiction à petit budget; le développement d'un programme d'aide au long métrage documentaire destiné aux salles commerciales, parce que, ne

l'oublions pas, le documentaire est un genre cinématographique en soi, et non pas un genre télévisuel comme il est devenu.

●(1535)

Au Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants, nous demandons la restauration de la coupe de 250 000 \$, ou 14 p. 100 du budget, faite en 2003. Nous demandons aussi la conclusion d'une nouvelle entente entre le Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants et le ministère du Patrimoine canadien similaire à celle intervenue en 2001.

Je vous passe Mme Deborah McInnes, qui va vous parler de la situation des créateurs et du Conseil des Arts du Canada.

Je veux tout simplement, en guise d'introduction, vous dire que Mme McInnes est directrice générale d'un centre d'artistes qui s'appelle Main Film et qui est situé à Montréal. C'est le deuxième plus gros centre au Canada. Il compte au delà de 300 membres. Auparavant, Mme McInnes était directrice générale de LIFT, à Toronto, qui, avec ses 600 membres, est le plus gros centre de production indépendant de cinéma au Canada.

Madame McInnes, je vous cède la parole.

[Traduction]

Mme Deborah McInnes (directrice générale, Main Film, Conseil québécois des arts médiatiques): Bonjour. Je suis du secteur autogéré. Voilà mon enseigne : elle a été faite à la main.

J'aimerais vous parler, compte tenu de ce que j'ai entendu jusqu'à présent, de ce qu'a été mon expérience et de ce qui a motivé à l'origine la politique du long métrage et les efforts de Téléfilm en vue de récupérer une part plus grande de ses investissements.

J'ai aussi remarqué que, à notre niveau, nous en ressentons les effets.

Il n'existe pas de vision cohérente qui englobe le cinéma à la fois comme industrie et comme forme d'expression artistique. Les créateurs sont très souples et fluides selon le projet auquel ils travaillent à un moment précis. Or, aucune vision ne traduit comment appuyer intrinsèquement le cinéma comme métier, comme industrie et comme forme d'expression artistique.

Nous avons tous entendu parler—bien que cela n'ait pas été décrit ainsi—de l'intégration horizontale, s'agissant de lieux de présentation et de distribution et de la création d'un réseau qui engloberait tout le cinéma indépendant canadien, qu'il soit axé sur la présentation en salle, la télédiffusion ou les festivals. Tous ont un rôle à jouer et constituent des éléments clés de la culture, de la création, de la participation et de l'observation.

De plus, il y a un volet auquel le Conseil des Arts accorde peu d'attention... en tout cas, s'il s'y intéresse, je ne l'ai pas constaté. Moi, j'y pense beaucoup car cela me touche beaucoup, autant comme artiste que comme directrice d'une organisation d'artistes indépendants. La plupart des coopératives indépendantes à ce niveau sont dirigées par ces artistes et n'ont pas suffisamment de ressources humaines ou financières. Nous ne sommes pas en mesure d'appuyer les longs métrages indépendants, par exemple.

Du point de vue pratique, quand vous venez à Montréal, il n'y a qu'un endroit où vous pouvez louer de l'équipement de production; il y en avait un deuxième auparavant mais il n'existe plus. Vous n'avez donc pas de pouvoir pour négocier et obtenir ce qu'il vous faut. Si vous vous adressez à nous comme coopérative, vous pourrez vous servir de notre équipement, mais nous n'avons qu'une partie de ce dont vous aurez besoin et notre équipement ne pourrait servir à vous et à tous les autres producteurs de courts métrages indépendants. Par exemple, et ce sont là des considérations pratico-pratiques, vous pouvez louer une caméra à notre centre pour le quart du coût commercial, ce qui vous donne à vous, le cinéaste, une plus grande marge de manoeuvre budgétaire. Nous avons aussi un régime d'assurance—l'assurance est aussi une question bien pratique—dans le cadre duquel vous pouvez obtenir un rabais si vous êtes membre de notre centre.

Cet appui que nous offrons aux cinéastes indépendants est un acquis. Nous existons depuis un certain temps et nous avons notre infrastructure interne. Toutefois, nous ne sommes pas en mesure d'appuyer les cinéastes locaux dans la conception de leur vision et de leur pratique artistique.

Par ailleurs, le cinéma à ce niveau est risqué et l'exploration de risques peut prendre une tournure très pratique. La présence du Conseil des Arts m'a toujours rassurée, comme artiste, car je peux lui demander de m'aider à prendre des risques créatifs, sachant que, à un moment ou l'autre dans le processus de création... l'oeuvre qui en découlera ne sera peut-être pas très bonne. Ce genre de pression oblige le Conseil à adopter une position très défensive car il faut justifier sa décision chaque fois qu'il finance un projet de crainte qu'il ne provoque un incident comme le film *Bubbles Galore*.

J'espère n'avoir pas dit cela tout haut. Vous êtes peut-être au courant de l'incident *Bubbles Galore* d'il y a quelques années.

Mais cela signifie que si chaque projet est examiné à la loupe afin qu'il soit déterminé s'il a une valeur artistique et s'il est conforme aux normes de la collectivité, on ne produira plus que des oeuvres médiocres et sûres, et les artistes, je le sais, réagiront en conséquence. Ils s'autocensureront pour obtenir des fonds, ils diront au Conseil des Arts ce qu'il veut entendre pour obtenir du financement. C'est une autre façon de se concentrer uniquement sur le bilan financier. Ils parlent de qualité artistique, mais ce dont ils parlent vraiment, c'est d'une sûreté artistique facilement défendable, qu'on ne pourra pas critiquer.

• (1540)

Le Conseil des Arts a été créé pour soutenir l'expression artistique contemporaine, c'est-à-dire des oeuvres dont on ne reconnaîtra pas la valeur ou le mérite artistique tout de suite. Parfois, il faut de la maturité, il faut du recul, il faut du temps.

En outre, la section des arts médiatiques ne reçoit qu'une très maigre part de l'ensemble des fonds, alors que les écoles de cinéma sont nombreuses de nos jours. Elles poussent comme des champignons et exigent des frais de scolarité abominablement élevés, mais l'on veut désespérément recevoir cette formation.

Mon organisation offre 116 ateliers chaque année. Les participants viennent de la Gaspésie, d'Inuvit et d'un peu partout. Nous avons toutefois dû en annuler certains faute de participants. Mais pour la majorité des ateliers, nous payons les instructeurs et nous engageons les artistes qui reçoivent 25 \$ de l'heure. Nous savons que c'est peu—je ne fais pas autant d'argent—mais nous ne pouvons faire autrement, et c'est ainsi que des cinéastes indépendants chevronnés peuvent transmettre leur expérience et leur vision à des gens qui veulent apprendre à faire des films seuls.

Je crois aussi qu'on peut voir l'investissement de deux façons. On peut voir l'investissement du point de vue de la culture qui a sa propre valeur intrinsèque et qui est une force vitale essentielle à notre société. On peut aussi voir l'investissement du point de vue financier, chercher le rendement financier et un élément...

• (1545)

La présidente: Démontrable.

Mme Deborah McInnes: ... démontrable, qui pourra figurer sur un graphique circulaire.

Enfin, j'aimerais vous toucher quelques mots de l'apport des compétences. Quand on parle d'appuyer les arts—et je l'ai dit il y a 15 ans à un comité semblable au vôtre—ceux qui apportent le plus grand investissement et la plus grande contribution aux arts indépendants et au cinéma indépendant en particulier au Canada, sont les artistes et les artisans du milieu de la culture. Nous sommes sous-payés et nous n'avons pas d'avantages sociaux ou de régime de pension. Nous vivons au jour le jour grâce à nos cartes de crédit.

Merci.

[Français]

La présidente: Merci beaucoup.

C'est maintenant votre tour, monsieur Bissonnette. Une troisième personne vous accompagne, et je crois que nous n'avons pas son nom.

M. Michel Bissonnette (vice-président, Conseil d'administration, Institut national de l'image et du son): Madame la présidente, chers membres du comité, je me présente, Michel Bissonnette, vice-président du conseil d'administration de l'Institut national de l'image et du son. Je suis en compagnie de Suzanne Samson, directrice générale adjointe de l'INIS, et de Jean Hamel, directeur des communications de l'INIS.

Merci de nous accueillir à ces consultations sur l'industrie canadienne de la cinématographie. Nous sommes heureux de contribuer à cette réflexion, car nous croyons sincèrement que nous jouons un rôle positif dans la qualité et la vitalité du cinéma et de la télévision d'ici.

Aujourd'hui, formation et croissance sont des concepts qu'on ne peut dissocier, quel que soit le secteur d'activités. Dans le domaine du cinéma et de la télévision, toutefois, il s'agit de notions somme toute assez récentes. Né de la volonté du milieu, l'INIS existe depuis à peine 10 ans. L'INIS est une structure légère, flexible, capable de s'adapter rapidement, d'établir des partenariats et de travailler avec des budgets modestes. Mais pour maintenir la qualité de notre formation et être capables de relever les défis des prochaines années, il nous faut pouvoir compter sur de nouvelles ressources. La compétence, la créativité et le talent des professionnels canadiens sont reconnus, mais compte tenu de la forte croissance des activités de production au pays et de l'implantation incontournable des procédés numériques dans la fabrication des oeuvres audiovisuelles, l'avenir de l'industrie repose plus que jamais sur la formation d'une relève de qualité et le perfectionnement de professionnels en exercice.

Nous profitons donc de l'occasion pour revoir avec vous les recommandations soumises par l'INIS à l'occasion de l'examen mené actuellement sur l'industrie canadienne de la cinématographie.

Notre première recommandation est de consolider les établissements de formation canadiens reconnus par le Programme national de formation dans le secteur du film et de la vidéo, soit le National Screen Institute à Winnipeg, le Canadian Film Center à Toronto, le Summer Institute of Film and Television, du Canadian Screen Training Center à Ottawa et, bien sûr, l'Institut national de l'image et du son, l'INIS, à Montréal, ce dernier étant le seul centre de formation francophone au pays.

Ces centres de développement ont une expertise unique et reconnue. Ils offrent des formations à la hauteur des exigences du monde professionnel. Consolider le financement de ces établissements veut dire leur donner la marge de manoeuvre nécessaire pour réfléchir, innover, tester et implanter des nouveaux programmes.

Notre deuxième recommandation est d'accroître les ressources du Programme national de formation dans le secteur du film et de la vidéo. Depuis cinq ans, ce programme national est doté d'un budget annuel moyen de 2,3 millions de dollars. Ce programme est administré par Téléfilm Canada, qui soutient aussi des initiatives ponctuelles de formation par son programme de développement industriel et professionnel doté, celui-là, d'un budget annuel moyen de 1,5 million de dollars.

En combinant les deux budgets de ces programmes, on parle de plus ou moins 4 millions de dollars par année consacrés par le gouvernement fédéral à la formation professionnelle dans un secteur qui représente pourtant près de 5 milliards de dollars d'activités économiques. Force est d'admettre qu'il n'y a pas d'abus dans le financement de la formation professionnelle dans les domaines du cinéma et de la télévision.

Outre son oeuvre de formation habituelle, l'INIS travaille actuellement au développement de plusieurs nouveaux programmes parmi lesquels on retrouvera l'écriture en long métrage, la formation en documentaire et, à plus long terme, la direction photo et le montage. Tous ces programmes sont élaborés en étroite collaboration avec les différents intervenants du milieu professionnel.

• (1550)

Cependant, leur implantation pourrait s'avérer difficile, voire même impossible, sans l'accroissement de nos ressources financières, d'autant plus que depuis 1999, la contribution versée à l'INIS dans le cadre du programme national n'a pas augmenté. À titre d'information — et cela témoigne du soutien du milieu à notre égard —, nous voudrions porter à votre attention le fait que l'argent et la valeur des services provenant de l'industrie représentent 50 p. 100 de notre budget d'opération. Malgré ce succès, il est impensable de poursuivre sans le soutien du gouvernement fédéral. Or, au moment où on se parle, les crédits alloués au programme national se terminent en mars 2006 et aucune décision n'a été prise pour l'avenir. Il serait désastreux qu'après tant d'années d'efforts et de développement, les établissements se retrouvent sans soutien concret du gouvernement fédéral.

Notre troisième recommandation est de soutenir la qualité de la formation professionnelle dispensée au pays. Depuis quelque temps, il est bien vu d'offrir des activités de formation. Encore faut-il posséder les qualifications requises, l'expertise et le mandat. Il est important de faire la distinction entre des activités de formation professionnelle et des activités d'éducation générale. C'est pourquoi les établissements canadiens, soutenus par le programme national, collaborent actuellement à l'implantation d'une base de données qui

va permettre de dresser un inventaire de l'offre en formation au pays. Ils profitent de l'exercice pour mettre en place des mesures de compétence qui permettront de valider la formation professionnelle. De telles initiatives ont pour objectif d'éliminer la confusion de manière à ce que le résultat d'une véritable activité de formation soit l'acquisition de compétences réelles et pertinentes surtout reconnues par le milieu.

Notre quatrième recommandation est de réserver une part des crédits du Fonds du long métrage du Canada aux projets de longs métrages mis de l'avant par les établissements reconnus. Un des grands axes de la politique cinématographique actuelle concerne le soutien à la production de longs métrages et l'augmentation de la part des recettes des salles de cinéma par les films canadiens. D'une part, l'INIS se réjouit des récents succès de notre cinéma auprès de son public naturel; cette effervescence est bonne pour tout le monde. Par ailleurs, l'INIS croit à l'importance d'un cinéma diversifié. C'est toujours en combinant créativité et formation par la pratique que l'institut a mis sur pied son programme de production d'un long métrage réservé à ses anciens diplômés. Ce programme offre aux diplômés en scénarisation, en réalisation et en production de l'INIS la chance extraordinaire de faire leurs premières armes en long métrage. Il permet aussi à des techniciens expérimentés d'occuper de nouveaux postes de responsabilité et d'expérimenter ce nouveau format de production.

Comme vous le voyez, nos actions sont toujours menées en vue de contribuer à la formation et au perfectionnement, non seulement des jeunes et de la relève mais aussi des professionnels qui veulent s'améliorer, maîtriser de nouveaux outils et de nouvelles compétences.

Notre cinquième recommandation est de favoriser la concertation. Il n'y a pas de progression ni d'amélioration sans échanges et sans partage d'idées. L'INIS se fait un point d'honneur de contribuer au développement de l'industrie canadienne de la cinématographie en présentant le point de vue de la formation dans les différents débats. Le fonctionnement même de l'INIS repose sur une relation de qualité avec l'ensemble des associations professionnelles, des syndicats et des maisons de production, de services et de distribution au Québec. De plus, les sociétés d'État qui oeuvrent dans les domaines du cinéma, de la télévision et des médias interactifs — on parle évidemment de l'ONF, de Téléfilm Canada et de la Société Radio-Canada — sont des partenaires naturels qui ont leur mandat propre et auxquels l'INIS peut apporter son soutien. Ce fut d'ailleurs le cas récemment, alors que l'INIS s'est vu confier le mandat d'offrir, pour Téléfilm Canada, la formation *Déclat Prise 1* en français, une formation destinée aux producteurs issus des communautés autochtones, des minorités visibles ou travaillant à l'extérieur de Montréal, sans parler de nos contacts permanents avec les autres établissements.

• (1555)

Mais le Canada est un grand pays dans lequel on parle deux langues officielles; cela veut dire frais de déplacement et de traduction pour bien partager l'information.

Notre sixième et dernière recommandation est de soutenir les initiatives internationales des établissements de formation.

Finalement, il est bien de mesurer nos performances et notre originalité à l'échelle internationale. Le modèle de l'INIS est assez particulier et intéresse de plus en plus de centres de formation et d'institutions. Nos films circulent beaucoup à l'international et au Canada, exigeant de notre part un suivi, une logistique et des frais techniques de plus en plus lourds.

Nous sommes toutefois convaincus que la présence de la relève canadienne à l'étranger ne peut qu'avoir un effet bénéfique sur l'appréciation générale de la communauté internationale à l'égard du cinéma canadien.

En conclusion, nous avons beaucoup à apporter à l'industrie du cinéma pour un coût, somme toute, marginal. Une augmentation de ces ressources en formation nous permettrait de faire encore plus. En ces temps de mondialisation, la meilleure façon de se distinguer est de compter sur une main-d'oeuvre compétente et créative capable de produire du cinéma de qualité parce qu'elle aura été formée adéquatement et qu'elle aura eu les moyens de maintenir ses connaissances à niveau.

Si vous souhaitez plus de détails sur nos programmes, notre mode de fonctionnement, le type de soutien que nous obtenons de l'industrie ou notre vision de l'avenir, nous sommes disponibles pour répondre à vos questions.

Merci.

La présidente: Merci beaucoup.

[Traduction]

Par souci d'équité, je commence cette fois-ci par M. Angus.

M. Charlie Angus: Merci, madame la présidente.

J'ai des questions à vous poser sur la formation. Nous avons entendu les représentants de « Silence, on court! » ce matin qui nous ont parlé de la tendance à la numérisation. Ils ont même laissé entendre que, déjà aux États-Unis, les courts métrages documentaires subissent des changements car c'est dorénavant l'Internet qui est considéré comme le principal marché. Croyez-vous que cela aura une incidence sur la formation de la nouvelle génération? Le passage au numérique est-il déjà en cours? En quoi cela influencera-t-il la façon dont nous percevons le cinéma? Les coûts sont-ils moindres et si tel est le cas, cela ne serait-il pas avantageux pour les jeunes cinéastes indépendants?

M. Michel Bissonnette: Si vous n'y voyez pas d'objection, je répondrai en français même si je comprends bien l'anglais. Il est plus facile pour moi de parler français qu'anglais.

[Français]

Présentement, la relève maîtrise bien les technologies, mais n'a pas nécessairement l'expertise en contenu que des gens de métier peuvent avoir. Parallèlement à cela, les gens qui travaillent dans ce milieu depuis 20 ans et qui maîtrisent bien le développement du contenu ne maîtrisent pas nécessairement les nouvelles technologies.

Toute la production cinématographique va inévitablement devoir composer avec les nouvelles technologies. C'est pourquoi il est important que les centres de formation puissent enseigner aux gens de la relève à la fois la maîtrise des technologies, la réalisation, la scénarisation et l'art de bien raconter une histoire. Ces choses-là ne s'improvisent pas. Parallèlement à cela, il faut apprendre aux gens qui savent bien raconter des histoires à maîtriser le potentiel des nouvelles technologies, afin qu'ils ne se retrouvent pas sur des tablettes dans deux ans parce que les technologies auront trop évolué.

Il n'y a même pas quatre ou cinq ans, quand on produisait un film, c'était inévitablement en 35 mm, ce qui impliquait 40 jours de tournage et des infrastructures de production gigantesques avec des éclairagistes et autres experts. Cependant, le savoir-faire des scénaristes et des réalisateurs qui ont travaillé à ces films existe toujours. On peut faire maintenant des films dans des environnements technologiques différents et beaucoup moins coûteux, mais il

faut maîtriser les technologies, la réalisation et la scénarisation. En ce sens, les centres qui font de la formation professionnelle sont fort importants. Beaucoup de nos universités, quand elles enseignent le cinéma, enseignent l'art et la culture cinématographiques. Cependant, et ils vous le confirmeront, les producteurs de Montréal et de partout au Canada ne recherchent pas nécessairement des universitaires, mais plutôt des gens qui savent produire un film, qui savent raconter une histoire.

Le grand avantage des quatre centres de formation du Canada, c'est qu'ils sont en mesure de former concrètement des individus en lien avec ceux qui sont dans l'industrie.

• (1600)

[Traduction]

C'était une longue réponse à une courte question.

M. Charlie Angus: Mais c'était une bonne réponse.

Il est certain que c'est la créativité... il y a bien des gens qui peuvent faire des choses mignonnes et même intéressantes, pour très peu, avec une caméra numérique.

J'aimerais explorer un peu avec vous l'incidence possible du cinéma numérique, car je m'y connais très peu. J'ai travaillé pendant 12 ans avec un photographe documentaire. Ses photos ont été exposées un peu partout dans le monde. Or, maintenant, il ne travaille plus qu'en numérique. Si le *Globe and Mail* fait appel à ses services, il transmet ses photos au moyen de son téléphone cellulaire le même jour. Auparavant, il consacrait des milliers et des milliers de dollars à l'achat de pellicules; c'est une époque révolue. Le numérique lui permet de modifier ses photos sur-le-champ et de les envoyer tout aussi rapidement.

La situation est-elle similaire pour le cinéma numérique?

[Français]

M. Michel Bissonnette: Le financement des films canadiens a toujours reposé sur une part importante de financement gouvernemental, qu'il provienne du niveau provincial ou du niveau fédéral. La beauté de la production numérique, c'est qu'elle nous permet de réduire des coûts. Cependant, les films étant si difficiles à financer, même si cela réduit un peu le budget, cela ne nous permet que de financer davantage nos films.

En réponse à votre question, oui, le procédé numérique permet de diminuer de façon importante les coûts de production, ou du moins de mettre l'argent où cela fait la différence, c'est-à-dire dans la scénarisation, les individus et les talents, au lieu de la machinerie.

[Traduction]

Mme Barbara Ulrich: J'aimerais compléter cette réponse.

Le numérique réduit peut-être certains coûts de production d'un film, mais les cinémas continuent de présenter des films en 35 millimètres. Si vous tournez le film en numérique, vous devrez faire faire le transfert en 35 millimètres pour les salles de cinéma, à très grand coût. La production de films reste coûteuse. Elle l'a toujours été. C'est une arme à deux tranchants.

C'est aussi une arme à deux tranchants parce que les cinéastes, qu'ils soient indépendants ou non, trouvent le numérique si facile à utiliser qu'ils ont tendance à tourner davantage. Mais dans la salle de montage, le processus est plus long. Auparavant, le coût de développement de la pellicule et des effets visuels était si grand qu'on réfléchissait longuement avant de tourner une scène. C'est donc une lame à deux tranchants. Je ne crois pas qu'il y ait un seul cinéaste qui vous dira que c'est la panacée.

• (1605)

[Français]

Mme Suzanne Samson (directrice générale adjointe, Institut national de l'image et du son): Je voudrais ajouter que la technique est une grande préoccupation à l'INIS. On veut former des créateurs qui soient prêts à affronter le marché du travail actuel. Ils sont donc confrontés à tout l'appareillage technique, aux nouvelles technologies.

Il faut savoir cependant que, lorsqu'on parle de coûts de production, lorsqu'on forme des créateurs, notamment à l'INIS, on parle d'équipes professionnelles. Notre structure de tournage reste donc sensiblement la même. La caméra peut alléger certains coûts de déplacement, de postproduction ou autres. Par contre, lorsqu'il s'agit de préparer une fiction — on parle de fiction actuellement à l'INIS —, les coûts restent les mêmes pour l'équipe technique et pour l'équipe de création qui doit intervenir.

Comme on le mentionne dans le mémoire, on pense de plus en plus à ces questions, notamment avec l'éventualité d'un programme de montage et de direction photo. On est au cœur du sujet ici. L'INIS se penche de plus en plus sur la question de la mise à jour technologique et de veille. Si on se lance dans ce domaine, il faut évidemment savoir de quoi on parle, et on commence à s'y intéresser sérieusement. Cependant, actuellement, en ce qui concerne les coûts de production, ce n'est pas la caméra qui change beaucoup de choses dans les frais d'opération.

[Traduction]

M. Charlie Angus: Merci.

La présidente: Madame Bulte, vous avez la parole.

L'hon. Sarmite Bulte: Merci beaucoup.

Je vais d'abord m'adresser à Mme Ulrich. J'aurai ensuite des questions pour M. Bissonnette.

J'aimerais revenir à ce que vous avez dit sur l'absence d'une vision cohérente. Comment fusionner le métier, l'industrie et la forme d'expression artistique? J'aimerais que vous nous en disiez plus long à ce sujet. Je vous pose cette question, mais je veux savoir avec précision comment vous envisagez la chose.

Deuxièmement, en ce qui concerne le Conseil des Arts, je connais le système pour le théâtre et la musique, c'est un système de pair. Est-ce la même chose dans le secteur médiatique? Certains font valoir que le financement du cinéma est, encore une fois, fragmenté. On prétend qu'on verse de trop petites sommes à trop de gens. Certains prétendent même que le Conseil des Arts ne devrait plus financer le cinéma et que cela ne devrait plus incomber qu'à Téléfilm. J'aimerais savoir ce que vous en pensez.

Madame Ulrich, vous avez parlé de la nécessité d'appuyer la diversité culturelle, ce que j'ai trouvé intéressant. Je suis entièrement d'accord avec vous. Moi, je viens de Toronto où, comme vous le savez, on est presque puni quand on tourne un film. Tous préfèrent tourner n'importe où ailleurs. Mais, il n'en reste pas moins que Toronto est peut-être l'une des villes du Canada dont la culture est la

plus diversifiée—pas la seule, mais l'une d'entre elles, certainement. Peut-on faire en sorte que les cinéastes ne soient plus désavantagés parce qu'ils tournent dans les grandes villes telles que Montréal ou Vancouver où, par ailleurs, la collectivité est si diverse? Un changement s'impose-t-il à cet égard?

Voici ma dernière question, mais non la moindre : vous avez dit qu'on insistait trop sur... je crois que vous avez parlé de l'aspect économique, au détriment de la culture. C'est aussi ce qu'ont dit des témoins à Winnipeg. Je comprends qu'il ait pu en être ainsi pendant le mandat de M. Stursberg. Mais avec l'arrivée du nouveau directeur exécutif—encore une fois, monsieur Bissonnette, n'hésitez pas à répondre à ces questions si vous le souhaitez—espérez-vous des changements? Croyez-vous que vous, les gens du milieu, pouvez avoir une influence directe là-dessus? Le gouvernement devrait-il imposer un changement?

Je sais que je vous ai posé plusieurs questions, mais ce sont là les points qui m'intéressent.

Mme Barbara Ulrich: Avant de répondre, je demanderais à Mme McInnes de répondre à votre première question.

Mme Deborah McInnes: Je serai heureuse d'y répondre si je peux me rappeler de votre question. Je crois qu'il s'agissait du manque de vision d'ensemble ou...

L'hon. Sarmite Bulte: Non, avec votre vision cohérente—comment parvenir à l'objectif à partir de la situation présente?

Je crains toujours... Voyez-vous, notre présidente est très stricte quant au temps de parole, alors si l'on ne pose pas toutes ses questions d'un coup, et si quelqu'un prend beaucoup de temps à répondre, je ne peux pas poser ma deuxième question. C'est pourquoi nous avons pris l'habitude de les poser toutes d'un seul coup.

Mme Deborah McInnes: Je trouve toujours intéressant d'entendre dire, vous savez, ceci est une industrie, ceci est une entreprise, et cela, c'est de l'art, comme s'il n'y avait aucun lien. Ensuite, quand on établit un lien, on est enclin à les traiter exactement de la même manière. Je ne comprends pas cela.

Quant à savoir si nous choisissons de dire : bon, sur le plan culturel, ce que nous voulons faire maintenant, ce sont des produits, comme le font les Américains... parce que c'est leur culture. C'est un élément culturel. Et je ne sais pas si l'on parle de culture à ce niveau-là. Là encore, on semble embrouiller les choses. Je le répète, il n'y a aucun lien entre le film comme forme d'art et le film comme industrie.

Je déplore qu'il faille s'adresser à Téléfilm pour tous les films. À l'heure actuelle, à Patrimoine canadien, il y a un élément de renforcement des capacités pour les organisations culturelles. Nous sommes un organisme de bienfaisance enregistré, à but non lucratif, dirigé par des artistes, doté d'un conseil d'administration formé de bénévoles, et je ne peux pas m'adresser à un service quelconque à Patrimoine canadien qui offre de l'aide aux organisations culturelles. Dès que je prononce le mot « film », on me dit : « Oh, eh bien, vous avez toujours les crédits d'impôt. »

Qu'est-ce que c'est que cette histoire? Cela ne correspond à rien pour mon organisation. Si vous enlevez cela, il ne me reste plus qu'un modèle industriel. Il ne me reste plus qu'un environnement industriel. C'est tout ce qu'on permet. Nous sommes déjà pressés comme des citrons. Je disais que l'essentiel, c'est la valeur artistique. En fait, l'essentiel, c'est la sécurité, n'est-ce pas, sur le plan artistique.

•(1610)

L'hon. Sarmite Bulte: Mais c'est un problème du Conseil des Arts.

Mme Deborah McInnes: Ce n'est pas un problème du Conseil des Arts, c'est un problème quant aux attentes que nous avons à l'égard du Conseil des Arts, et nos attentes sont telles que cela crée une attitude défensive. Le Conseil des Arts est sur la défensive. Il est loin d'avoir les ressources dont il a besoin. Aucun organisme n'aura jamais les ressources nécessaires pour répondre à toutes les demandes de tous les gens qui sont artistes ou créateurs professionnels. C'est la réalité. C'est la vie. Mais d'être ainsi privé et d'être ensuite astreint à respecter des attentes et des critères d'excellence, critères qu'on applique aux arts mais pas à l'industrie, pas à l'industrie minière ni à celle des pièces d'avion, ni aux agences publicitaires... Désolée.

Ce que je veux dire, c'est que ces gens-là sont naturellement portés à être sur la défensive. Si l'on considère tous les risques que prend le Conseil des Arts pour choisir et appuyer des projets, et si l'un de ces projets choisis n'a pas de succès, ou bien s'il heurte les sensibilités d'une personne, et s'il se trouve que cette personne est député au Parlement, cela les place dans une position défensive alors que nous ne pouvons pas préciser quel est cet élément culturel et expliquer les risques que cela comporte et la pratique de tout cela.

L'hon. Sarmite Bulte: Mais comment régler le problème? Aidez-moi à y voir clair.

Mme Deborah McInnes: Vous pourriez m'embaucher.

Des voix: Oh, oh!

Mme Deborah McInnes: Dieu sait que j'aurais grand besoin du salaire et des avantages sociaux. Je pourrais venir travailler avec vous.

Comment s'y prendre? On ne peut pas voir cela de façon isolée. Ce n'est pas isolé; c'est lié à tout le reste.

Supposons que je veuille élaborer une vision du cinéma pour le Canada que les gens puissent comprendre. Comment devrais-je m'y prendre? Le cinéma est une forme d'art, tout comme la poésie. Ce n'est pas tout un chacun qui veut écrire un roman. Ce n'est pas tout un chacun qui veut réaliser un long métrage. Devrions-nous appuyer seulement les romans? Devrions-nous appuyer seulement les longs métrages? Si nous ne le faisons pas, quelle est la vision qui serait susceptible d'intégrer tous ces éléments? Il faudrait que ce soit étagé.

L'élément qui serait exprimé au Conseil des Arts serait d'aller dans telle direction pour les projets à risque plus élevé. Ensuite, il y aurait un élément de mesure, permettant de jauger les documentaires, les films industriels, pédagogiques, le marché de la radiodiffusion, le marché de la diffusion en salle, et enfin le marché des festivals. C'est là que les gens aiment aller pour voir des oeuvres, où l'on peut passer une heure ou deux à ne voir rien d'autre que des courts métrages.

Désolée.

L'hon. Sarmite Bulte: Non, je vous en prie, c'est pourquoi nous sommes ici.

Mme Barbara Ulrich: Je voudrais ajouter à ce qu'elle a dit.

Quand j'ai parlé de diversité culturelle, ce que je voulais dire, c'était la diversité des visions dans la réalisation de films. C'est exactement comme elle a dit : il n'y a pas qu'un seul type de littérature; il y en a plusieurs. C'est faux de dire que nous devons faire des films pour un grand public, le plus vaste auditoire possible, parce que ce vaste auditoire a été conditionné à apprécier les oeuvres, disons, américaines, façonnées comme un produit. Mais il y

a des gens qui vont aux festivals, des gens qui vont télécharger des courts métrages sur l'Internet et nous savons donc qu'il y a un autre marché.

Pour intégrer dans l'industrie cinématographique une politique de diversité, il faut en partie reconnaître que le Conseil des Arts, par exemple, doit être financé de telle manière qu'il n'ait pas à être constamment sur la défensive et à créer des mécanismes de sécurité artistique. Pour Téléfilm Canada, nous devons reconnaître que oui, certains veulent faire des oeuvres qui vont être des succès au guichet, mais prenez, par exemple, Atom Egoyan : qui est allé voir ses premiers films? Dieu merci, le Conseil des Arts était là pour l'aider, de même que Patricia Rozema et Guy Maddin. Après qu'ils aient réalisé leur premier long métrage ayant connu le succès, on les a acclamés. Ils étaient encore là et leurs films étaient encore bon. Aujourd'hui, en rétrospective, nous considérons leur carrière en nous disant, ma foi, c'est vrai, ils ont une bonne filmographie.

Téléfilm doit donc avoir des programmes qui reconnaissent que dans cet éventail de cinématographie, il y aura toujours des films qui présentent un attrait pour plusieurs auditoires différents. Il faut en tenir compte. À l'heure actuelle, les programmes sont tels que, vous savez, il faut que ce soit un long métrage, et il faut ceci et cela et il faut respecter un certain nombre de critères qui sont entièrement fondés sur le profit net. Pour les longs métrages indépendants à petit budget, on peut obtenir au maximum 750 \$ comptant et 150 000 \$ en investissement différé et il y a peut-être seulement un film et demi ou deux films qui sont financés dans chacune des cinq régions du Canada. Il n'y a pas assez d'argent.

Il n'y a aucun fonds de marketing pour les longs métrages indépendants à petit budget. C'est pourquoi je dis que le financement du marketing doit être révisé, pour permettre aux distributeurs indépendants de survivre. Le cycle d'un film indépendant est beaucoup plus long que celui d'autres films. Comme les témoins précédents l'ont dit, parce que des intérêts étrangers contrôlent les salles de cinéma et la programmation de ces salles, ce n'est pas nous qui décidons combien de temps les films sont projetés dans les salles. S'il n'y a pas suffisamment de spectateurs, on change de film. Dans le cas des films indépendants et des films faisant preuve d'une plus grande créativité, il faut plus de temps pour atteindre le public. C'est souvent le bouche à oreille. Ces gens-là n'ont pas les moyens de publier une annonce d'une page entière dans *La Presse*, au coût de 10 000 \$, ou dans le *Globe and Mail*, au coût de 15 000 \$. C'est un processus beaucoup plus long quand il faut compter sur le bouche à oreille. Et à ce moment-là, quand les gens veulent aller voir le film, il n'est plus diffusé dans les salles. C'est ainsi que le fonds de commercialisation que Téléfilm Canada avait auparavant pour financer les distributeurs indépendants et les films indépendants permettait d'adopter une approche différente en matière de marketing et de tenir compte de différents types d'activités de marketing.

Il y a aussi le fait que lorsque Téléfilm Canada, par exemple, reconnaît le marché des festivals où l'on peut aller vendre son film, les marchés de festivals qui sont reconnus sont ceux qui sont le plus utiles presque exclusivement pour les films grand public. Les marchés de festivals qui sont très utiles pour les indépendants, par exemple celui de Rotterdam, ne sont pas reconnus. Énormément de marchés sont conclus à Rotterdam pour investir dans des coproductions. Cela a donc été...

•(1615)

La présidente: Je ne veux pas vous interrompre, mais si vous avez quelque chose à ajouter à ce sujet, je vous invite à le faire après la réunion.

[Français]

Monsieur Bissonnette, avez-vous quelque chose à ajouter à ce sujet?

[Traduction]

M. Michel Bissonnette: Sur ces questions précises, pas nécessairement, parce que ce n'est pas lié à la mission des autres centres de formation au Canada.

La présidente: Avant de céder la parole à M. Schellenberger, je voudrais faire une observation. Je veux être certaine de bien comprendre ce que vous dites.

Je pense pouvoir faire une comparaison avec la manière dont nous finançons la recherche scientifique. Nous ne demandons pas si elle va déboucher sur un produit à la fin. Tout ce que nous demandons, c'est que l'on explore quelque chose de neuf, quelque chose qu'il vaut la peine d'explorer. Et cette approche a permis à la recherche de produire des remèdes pour les maladies, une foule de solutions à une foule de problèmes humains—simplement parce qu'il valait la peine de faire des recherches dans un domaine nouveau.

Des voix: Bravo!

La présidente: Monsieur Schellenberger.

• (1620)

M. Gary Schellenberger: C'était excellent.

Mme Barbara Ulrich: Faisons cela pour le film.

M. Gary Schellenberger: Je veux seulement faire quelques observations. Je ne vais pas prolonger le débat. Je sais que nous avons entendu parler à satiété de distribution et de financement. Je sais que, peu importe à qui nous nous adressons, quand il s'agit du financement gouvernemental, on nous demande continuellement un financement durable à long terme. C'est toujours épouvantable, je le sais, de diriger... et peu importe que ce soit un programme de cinq ans ou de trois ans, il prend fin à un moment donné. Enfin, quand je dis qu'il prend fin... le gouvernement est très bon pour laisser aller les choses jusqu'à la onzième heure, et dire ensuite : en fin de compte, nous trouvons que c'est un bon programme et nous allons donc continuer à le financer.

Je préconise donc un financement durable à long terme. Peu importe ce que l'on devrait faire ou ce que l'on mettrait effectivement sur pied, il faut que ce soit durable et à long terme, pour que chacun dans l'industrie sache où l'on s'en va.

Quant à la distribution, qu'il s'agisse d'un film culturel ou d'un film commercial, je ne veux pas que le mot argent devienne un mauvais mot. Je ne pense pas que nous en soyons là. Mais dans les salles de cinéma, un film est parfois présenté comme un produit d'appel. C'est pour le faire connaître, pour que par la suite, on puisse faire de l'argent en le vendant sous forme de DVD ou à des réseaux de télévision, que ce soit la télévision payante ou autre.

Je sais qu'il est question de bande annonce et de tout le reste, mais pour revenir à Charlie et à l'Internet ou au domaine du numérique, si le film n'est pas connu, s'il ne figure pas sur les sites Web—et tout cela prend du temps—, si les bandes annonces ne sont pas diffusées, le film va rester inconnu et personne ne va le voir. Ce n'est pas à moi de vous dire comment faire et distribuer vos films.

Est-ce qu'un crédit d'impôt fédéral aiderait à faire de grands films à notre époque? On dit que cela a aidé en Ontario et je ne suis pas certain que ce soit le cas au Manitoba ou en Colombie-Britannique, mais dans certaines provinces, le crédit d'impôt a été légèrement augmenté. J'ai entendu dire tout à l'heure que les crédits d'impôt n'aideraient probablement pas l'industrie du film indépendant à

l'heure actuelle, mais j'envisage une optique plus large. Est-ce qu'un crédit d'impôt aiderait à l'heure actuelle?

Je dois vous dire qu'avant d'obtenir mon emploi actuel—c'est ma deuxième carrière—, j'ai travaillé dans le secteur de la décoration pendant une quarantaine d'années. C'était l'entreprise de mon père au départ et, les dernières années, c'était la mienne. Je sais donc ce que c'est de diriger une entreprise et d'être constamment à court et je sais ce que c'est de payer parfois ses employés plus cher que le revenu total de l'entreprise. Je n'avais pas de pension et, à moins d'être réélu suffisamment longtemps, je n'aurai pas de pension de mon emploi actuel non plus, mais c'est indépendant de ma volonté. Mais j'encourage tous ceux qui veulent travailler de manière indépendante à dire ce qu'ils pensent. Je comprends votre art. Je crois qu'il est bon et qu'il répond à un besoin.

En écoutant vos déclarations et vos réponses, j'essaie de réfléchir à ce que nous pourrions faire de manière durable, de manière à assurer l'essor de votre industrie. Je sais que votre secteur a connu des hauts et des bas ces dernières années à cause des fluctuations du dollar. Il y a eu une croissance, peut-être davantage en termes de films étrangers réalisés ici plutôt que de films indépendants. Mais l'industrie elle-même, les équipes techniques d'éclairage, les décorateurs, les artistes, les peintres, tous ces gens-là—l'industrie dans l'ensemble a connu un essor remarquable et il est certain qu'elle est durement touchée comme n'importe qui d'autre par la hausse de notre dollar.

• (1625)

Je répète donc que je préconise un financement durable à long terme. J'ai parlé abondamment et j'espère qu'il y a quelque part une question à laquelle vous pouvez répondre.

Mme Barbara Ulrich: Je voudrais répondre. Premièrement, nous ne pensons pas du tout que faire de l'argent soit quelque chose de sale. C'est seulement que cela ne peut pas être le seul critère du succès. C'est tout.

Quant à la diffusion d'un film dans les salles de cinéma comme produit d'appel, Gulf and Western avait déjà établi en 1972 que la seule raison de faire un film était de le publier sous forme de cassette vidéo VHS et de le mettre en vente dans les magasins, parce que c'était là qu'on pouvait faire de l'argent. La source de l'argent, c'était les cassettes et c'était le popcorn, et non pas le film.

Je pense toutefois qu'au Canada, si nous voulons reconnaître que nous avons un très riche patrimoine culturel et une grande diversité et si nous voulons que notre public puisse voir ces œuvres, il faut bien que les films soient diffusés en salle. Chaque fois qu'on a évoqué au Canada l'idée d'imposer un quota, la Motion Picture Association of America envoyait quelqu'un au Canada à bord de son avion privé pour nous dire : « Écoutez, nous allons fermer vos cinémas. » Pour vous dire la vérité, je ne crois pas qu'ils le feraient, parce que si nous sommes leur deuxième marché intérieur, ils perdraient beaucoup d'argent après une semaine et ils rouvriraient les salles.

Je pense donc qu'il y a eu beaucoup de fanfaronnades et de menaces, mais je pense qu'une manière de s'y prendre, c'est de consulter le traité de libre-échange nord-américain, et ils ne le font pas. C'est dit en toutes lettres dans le traité que les produits qui traversent les frontières doivent être fabriqués à 70 p. 100 dans le pays d'origine pour pouvoir être écoulés sur le marché avant les produits nationaux.

Il existe donc des garanties et j'ignore pourquoi le Canada ne les fait pas appliquer, parce que s'il y a le moindre dollar à faire, ils ne vont pas fermer les cinémas. Ils vont peut-être les fermer pendant une semaine seulement pour nous faire peur.

Si vous voulez accorder des incitatifs et si vous voulez que le public puisse voir nos films dans les salles de cinéma, peut-être y aurait-il lieu d'accorder un crédit d'impôt aux propriétaires de salles qui diffusent les films et qui les gardent en salle, disons pendant deux semaines, ou peut-être faudrait-il un crédit d'impôt pour les contribuables canadiens qui dépensent un certain montant d'argent pour encourager des produits culturels canadiens, si l'argent sert à financer des activités culturelles canadiennes. Voilà la manière d'étendre l'auditoire. Il n'est pas nécessaire que l'argent aille toujours aux producteurs, mais il peut servir autrement à favoriser l'audience, à créer des incitatifs pour que les oeuvres soient diffusées. Il s'agit de faire preuve d'imagination et de trouver des manières de créer, premièrement, un certain intérêt; deuxièmement, des auditoriums plus étendus; et troisièmement, un développement et des centres d'intérêt durables.

La présidente: Notre analyste m'a demandé de poser une question au sujet d'un mot qu'on utilise souvent. Qu'est-ce que les gens veulent dire quand ils parlent d'un producteur de film indépendant, et est-ce que chacun dans l'industrie a en tête une définition différente?

Mme Barbara Ulrich: La définition que j'ai donnée au début, c'est qu'une oeuvre indépendante est une oeuvre créée par un artiste qui a tout contrôle artistique et éditorial sur son travail, jusqu'à la version finale inclusivement, et qui reçoit la plus grande partie des redevances ou du fruit des ventes, c'est-à-dire les avantages économiques associés à l'oeuvre.

Ce terme est reconnu par le Conseil des Arts du Canada, par Téléfilm Canada, par la SODEC au Québec, par le Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants, et par le Conseil des arts et des lettres du Québec.

Bon nombre de producteurs privés indépendants ont usurpé ce terme, en lui donnant le même sens que pour les productions américaines. En effet, aux États-Unis, les productions indépendantes sont celles qui sont faites en dehors des grands studios. Ainsi, Steven Spielberg possède quelques sociétés de production indépendantes, dont l'une a produit *Blair Witch*. C'est un film indépendant parce que ce n'est pas la production d'un des grands studios.

C'est le terme qui a été adopté pour désigner ces productions, mais il est reconnu autrement par les bailleurs de fonds et par les organismes gouvernementaux. Je l'utilise dans ce sens.

• (1630)

La présidente: Madame Bulte, vous avez une minute.

L'hon. Sarmite Bulte: Monsieur Bissonnette, j'ai une question au sujet de votre première recommandation visant à satisfaire les besoins de formation de l'industrie en consolidant les établissements de formation canadiens. C'est assez semblable à ce que nous a dit l'Institut national des arts de l'écran, à Winnipeg. Qu'entendez-vous précisément par consolidation? Comment pouvons-nous vous aider?

M. Michel Bissonnette: Je dirais que bon nombre d'universités peuvent demander davantage d'argent et d'information, entre autres, mais il y a déjà quatre écoles qui fonctionnent assez bien pour notre secteur. Le pire qui puisse arriver, je crois, faute d'argent... C'est une industrie de cinq milliards de dollars au Canada. Or, le gouvernement fédéral ne contribue que quatre millions aux budgets des écoles qui donnent cette formation. Tout ce que nous souhaitons, c'est qu'on veuille à ce que ces quatre écoles, qui sont bien arrimées avec les membres de l'industrie, reçoivent une aide suffisante du gouvernement fédéral.

L'hon. Sarmite Bulte: C'est intéressant, puisque Mme McInnes déclare que tous ces instituts de formation poussent comme des

champignons alors que vous proposez qu'on se concentre sur les quatre principales écoles.

Je constate aussi que vous avez déclaré ne pas avoir reçu les fonds prévus pour 2006. L'Institut national des arts de l'écran nous en parlait aussi : il faut présenter une demande chaque année. Est-ce la même chose pour vous? Y aurait-il une solution, comme un financement pluriannuel, ou autre chose?

M. Michel Bissonnette: Pour moi, la meilleure solution, ce serait que le financement soit confirmé pour plus d'une année puisqu'en effet, chaque année, nous devons demander : aurons-nous l'argent? Nous ne pouvons pas prendre d'engagement, et nous devons nous assurer de pouvoir payer le loyer, pour une période de cinq ans. Sans cet argent, nous ne pouvons pas assumer tous ces frais fixes. Nous sommes toujours à nous demander si nous aurons l'argent. Nous ne pouvons rien confirmer aux étudiants, à l'école, parce que nous ne sommes pas certains d'avoir l'argent.

Je ne voudrais pas me plaindre, le gouvernement fédéral a été pour nous un très bon partenaire, mais malheureusement, chaque année, nous devons consacrer tant d'énergie à nos demandes de financement, alors qu'il faudrait la consacrer aux étudiants. C'est tout ce que je voulais dire.

L'hon. Sarmite Bulte: Quel est votre budget total et quelle partie provient du gouvernement, quelle partie vient du secteur privé et quelle partie vient de campagnes de collecte de fonds?

[Français]

M. Michel Bissonnette: Suzanne, veux-tu répondre à cette question?

Mme Suzanne Samson: Nos dépenses, pour l'ensemble du centre, se chiffrent à 4 572 000 \$. De ce montant, 1 029 000 \$ proviennent du provincial et 1 026 000 \$ proviennent du fédéral. Nous trouvons tout le reste nous-mêmes, c'est-à-dire 2,6 millions de dollars. Il y a des contributions privées, des frais de scolarité et autres, tous genres confondus. Près de 52 p. 100 de notre budget provient donc d'ailleurs.

[Traduction]

L'hon. Sarmite Bulte: Merci.

[Français]

Mme Suzanne Samson: Au cours des sept dernières années, jamais les montants d'argent versés à l'INIS par le gouvernement fédéral n'ont été indexés. Il y a donc un recul d'une année à l'autre.

[Traduction]

L'hon. Sarmite Bulte: À quand remonte l'indexation des fonds? Dix ans, cinq ans, combien d'années?

M. Michel Bissonnette: Depuis 1999, notre budget demeure le même d'année en année, malgré la hausse du coût de la vie, pour nous.

• (1635)

L'hon. Sarmite Bulte: Il n'y a eu ni rajustement, ni indexation, depuis 1999.

M. Michel Bissonnette: Exactement, vous avez raison.

[Français]

La présidente: Je remercie nos témoins de cet après-midi.

[Traduction]

Je sais qu'il vous a fallu beaucoup d'effort et de temps pour préparer les mémoires que vous nous avez présentés aujourd'hui, et pour les modifier juste avant de comparaître devant nous et venir dans cet hôtel du centre-ville. Nous apprécions tous beaucoup la contribution que vous avez faite et que vous continuez de faire. Merci beaucoup.

Nous faisons une pause de dix minutes. Je ne sais pas ce qu'il en est pour vous, mais je dois passer un coup de fil à mon bureau, avant que la journée de travail se termine là-bas.

Un témoin: Merci beaucoup.

Mme Barbara Ulrich: Merci à tous.

La présidente: Merci.

Toutes mes excuses pour l'attente que nous ferons subir pendant quelques minutes à nos témoins suivants. Si vous le voulez bien, nous allons poursuivre nos travaux jusqu'à 19 h 30, mais je dois certainement appeler mon bureau avant que nous continuions.

• (1635) _____ (Pause) _____

• (1650)

La présidente: Revenons aux longs métrages au Canada. Toutes mes excuses : toutes sortes de choses se produisent aujourd'hui à Ottawa, comme vous pouvez vous l'imaginer. J'aimerais que nous sachions exactement ce qui s'y passe.

M. Kevin Tierney (producteur, Park EX Pictures, Association canadienne de production de film et télévision (Termium)): C'est très excitant. Il n'y a plus qu'à attendre la fumée blanche.

La présidente: Quoi qu'il en soit, merci d'être avec nous aujourd'hui.

Nous avons déjà entendu votre association auparavant, et nous avons hâte de poursuivre notre discussion.

• (1655)

M. Kevin Tierney: Nous souhaitons d'abord remercier le comité de prendre le temps de consulter les intervenants de notre industrie et de nous donner la chance de partager notre point de vue quant à la stratégie à adopter afin d'améliorer les politiques actuelles du gouvernement fédéral et les programmes de soutien à l'industrie canadienne du long métrage.

Mon collègue Arnie Gelbart et moi cumulons plus de 50 années d'expérience. Nous avons commencé quand nous étions tout jeunes, et nous avons produit des films canadiens et des programmes télévisés représentant la somme de 200 millions de dollars. Malheureusement, ce n'est pas nous qui avons gagné tout ça, mais...

Comme pratiquement tous les intervenants qui témoigneront devant votre comité, partout au pays, vous le direz, il est primordial que le gouvernement fédéral soutienne la production de films canadiens. Sans assistance gouvernementale adéquate, nous n'aurons pas de cinématographie canadienne distincte. Afin d'assurer notre souveraineté culturelle nationale, il est important d'affirmer notre propre identité dans nos films. En termes simples, la cinématographie est aujourd'hui la principale forme d'art, qui définit l'identité des pays d'où proviennent les films.

Nous savons que nos collègues de Toronto vous ont fait part du fait que les producteurs—et je ne veux pas de commentaires négatifs de l'arrière de la salle—sont au centre des activités entourant la production de films. Notre message est on ne peut plus clair : sans producteur, il ne peut tout simplement pas y avoir de films, parce que

c'est nous qui sommes là au début, au milieu et à la fin du processus, en supposant que nous pouvons nous rendre jusqu'au bout.

Qui plus est, en dépit du fait que les producteurs encourent tous les risques et assument toutes les responsabilités inhérentes à la production de films, ils sont les derniers à en retirer les avantages pécuniaires. La politique gouvernementale reconnaît depuis longtemps cette réalité et c'est pourquoi l'aide du secteur public dans la création de films est allouée aux producteurs. Changer cette approche, comme les auteurs et les réalisateurs le demandent depuis longtemps, minerait la structure, les rôles et les responsabilités de chaque secteur de l'industrie. Par conséquent, cela compromettrait les objectifs que s'est fixés le gouvernement en la matière.

Nos collègues de Toronto vous ont fait part des énormes difficultés auxquelles doivent faire face les producteurs de films canadiens en langue anglaise pour conquérir une plus grande part du marché anglophone. Le fait est que la présence hollywoodienne est plus envahissante et plus intense au Canada anglais qu'au Canada français. Il y a non seulement toujours plus de films américains et étrangers portés au grand écran chaque année au Canada anglais, mais la performance de ces films est aussi beaucoup plus importante. Par conséquent, la concurrence est si forte que l'on doit augmenter de façon importante les coûts de production de nos films. L'un des plus importants défis que doivent relever les producteurs anglophones est d'assurer la production d'un nombre important de films canadiens en langue anglaise. Il est primordial que la politique canadienne du long métrage reconnaisse explicitement l'existence de deux marchés linguistiques différents au Canada en adoptant une approche asymétrique fondée sur la langue de production. Cette approche permettrait de faire en sorte que les règles et la réglementation des programmes de soutien découlant de la politique puissent être adaptées afin de traiter les difficultés particulières propres aux marchés anglophone et francophone.

En tant que producteurs établis au Québec, nous bénéficions du talent des deux communautés linguistiques du pays. Nous sommes donc conscients des difficultés que doivent affronter les producteurs de films en langue anglaise et des leçons à tirer du succès du cinéma québécois. Reconnaître la valeur de la diversité canadienne et encourager autant sa promotion que sa célébration, c'est ce que nous faisons. Ce sont des éléments essentiels de la stratégie de la politique nationale du gouvernement fédéral qui furent récemment mis en évidence lors du discours du Trône en octobre dernier. En effet, le gouvernement s'est engagé à poursuivre les objectifs de sa politique « de telle manière que soit respectée la diversité du Canada, ce creuset où se fondent le talent et l'innovation. »

Comme le comité le sait déjà, la société canadienne est elle-même de plus en plus diversifiée. D'ailleurs, des statistiques récentes laissent croire que les membres des minorités visibles formeront la majorité de la population canadienne dans un avenir rapproché. Une industrie cinématographique canadienne féconde doit, à long terme, refléter cette réalité et doit tout mettre en oeuvre pour être aussi représentative que possible. Nous croyons que notre diversité constitue l'une de nos forces et nous devons la promouvoir de plus en plus. Nous pouvons le faire de plusieurs façons, par exemple, par l'octroi d'avantages financiers dans le cadre de nos programmes de soutien.

On peut aussi encourager la diversité à l'aide de programmes de mentorat ciblés. Peu de gens savent que l'Association canadienne de production de film et télévision administre ce qui est probablement le programme de mentorat le plus concluant au Canada. Ce programme permet à de jeunes espoirs canadiens d'oeuvrer aux côtés de producteurs du monde du cinéma, de la télévision et des nouveaux médias. Cette expérience pratique dont bénéficie la prochaine génération de créateurs professionnels canadiens est inestimable parce que peu d'occasions comme celle-là existent au Canada.

● (1700)

L'ACPFT prépare présentement un projet pilote au Québec destiné aux membres de minorités visibles anglophones afin de leur donner la chance d'explorer les secteurs cinématographique et télévisuel. Le gouvernement devrait encourager et soutenir davantage ce genre d'activité. Nous devons également promouvoir la diversité de notre culture par le biais d'histoires que l'on raconte et du genre de films dans lesquels nous choisissons de les raconter. Une industrie cinématographique ne peut reposer uniquement sur des films qui risqueraient de ne pas être accessibles à un très grand nombre de Canadiens et de Canadiennes. D'un autre côté, une industrie cinématographique canadienne qui ne porterait au grand écran que des films commerciaux, de type cliché hollywoodien, ne connaîtrait pas plus de succès. En d'autres mots, nous devons trouver notre propre voie au Canada anglais, comme nous l'avons fait au Québec.

Le cinéma québécois n'a pas toujours fait fureur. Il a fallu, au niveau local, accomplir un travail acharné pour en faire la promotion et susciter l'intérêt pour nos acteurs et actrices, nos réalisateurs et nos auteurs. Ce succès a vu le jour grâce à l'initiative des créateurs et des distributeurs qui ont apporté littéralement les films et les cinéastes dans les salles de cinéma partout au Québec. Un travail similaire au niveau local doit se faire au Canada anglais par le biais de distributeurs qui ont besoin d'un nouveau souffle de vie, on pourrait dire une renaissance.

Un financement accru pour la commercialisation et la promotion est essentiel pour relever le défi qui vise non seulement à faire une place à nos films sur le marché canadien mais aussi à s'assurer qu'ils ont toutes les chances de trouver leur public et que celui-ci puisse les trouver. Selon nous, la solution pour améliorer nos chances de succès à long terme, en termes de critiques favorables et de recettes, est de promouvoir une grande variété de films chaque année et d'en diffuser en nombre suffisant, afin d'atteindre une masse critique durable. La présentation d'un film canadien au grand écran ne devrait pas être un fait rare mais une situation qui se voit régulièrement et que les cinéphiles attendent impatiemment. Ces films pourraient être de différents styles : histoires d'amour, biographies, films historiques et films d'époque, comédies, films d'horreur, films d'action, de science fiction, d'animation et longs métrages documentaires. On doit sentir à la base de tous ces films le talent artistique reposant sur la relation importante entre un producteur, un réalisateur et un scénariste, travaillant dans le même but : divertir le public canadien avec des histoires qui racontent ce que nous sommes et ce que nous pouvons être.

Afin d'atteindre ces objectifs, un appui important du gouvernement est nécessaire. Ce n'est pas particulier au Canada. Au contraire, c'est la situation de presque tous les pays du monde, et même des États-Unis, où on a commencé à offrir des crédits d'impôt semblables à ceux du Canada pour encourager les productions américaines à demeurer aux États-Unis.

Le cinéma américain est, de toute évidence, l'énorme bête qui menace de tous nous dévorer, au Canada plus que nulle part ailleurs. Ceci dit, il n'est pas question ici de nous comparer aux États-Unis, ce

serait plutôt ridicule. En revanche, nous pouvons certainement nous comparer à des pays plus densément peuplés et plus importants que le nôtre comme la France, l'Allemagne, la Grande-Bretagne et l'Italie, ainsi qu'avec de plus petits pays comme l'Australie et les pays scandinaves qui investissent tous dans leur propre industrie cinématographique à un niveau qui est de deux à quatre fois plus élevé per capita qu'au Canada. Qui plus est, ils encouragent, par le biais de la loi, le réseau de télévision à faire de même, ce que nous ne faisons pas au Canada anglais.

Qu'à cela ne tienne, nous sentons que notre succès est imminent. Pourquoi? Parce qu'il y a tout simplement trop de talent pour que cela ne se produise pas. Notre plus grand défi est de faire travailler ce talent ici, au Canada, et de ne pas lui donner le goût d'aller voir ailleurs, c'est-à-dire chez nos voisins du sud. Nous devons prendre des mesures pour nous assurer que les jeunes réalisateurs ne sont pas laissés en plan pendant trois ou quatre ans, en attendant qu'il y ait suffisamment d'argent dans le système pour qu'ils aient leur part du gâteau. Le manque de financement et surtout le peu de films à produire les pousseront à l'exil, plus que toute autre chose. Nous savons tous à quel point il est facile pour nos créateurs de faire carrière à Los Angeles.

Permettez-moi de vous raconter une anecdote personnelle. Lorsqu'il avait 23 ans, mon fils Jacob a écrit et dirigé son premier film, *Twist*. Ce fut un succès. Ce film a été choisi pour participer à d'importants festivals internationaux à Venise, Rotterdam et Toronto. Il a été porté au grand écran ici au Canada et vendu aux États-Unis, en France et en Grande-Bretagne. La semaine dernière, il a remporté son premier prix Génie. Il a réalisé ce film en 2003. Maintenant, voici la question : quand pourra-t-il faire son second film, sans parler du troisième et du quatrième?

Bien qu'un appui plus grand du gouvernement fédéral soit nécessaire, les gouvernements provinciaux pourraient aussi jouer un rôle beaucoup plus grand, comme la SODEC l'a fait au Québec. Au cours des dix dernières années, les gouvernements provinciaux ont réduit de façon significative leur engagement envers la production télévisuelle et cinématographique canadienne. La SODEC, de son côté, a été une source importante de financement et a contribué de façon significative au succès des films québécois en langues française et anglaise. Même si nous pouvions faire valoir qu'à titre de producteurs anglophones nous aimerions avoir plus que le 20 p. 100 que la SODEC nous alloue, nous continuons de faire du très bon travail avec ce que nous avons.

● (1705)

En guise de conclusion, nous aimerions remercier de nouveau le comité permanent de nous avoir donné l'occasion de discuter de ces sujets avec vous. Nous répondrons volontiers à toutes vos questions.

Merci.

La présidente: Nous avons encore quelques témoins à la table. Nous entendons un certain nombre de témoins afin d'avoir une diversité de points de vue.

Nous avons Catherine Martin et Bernard Émond qui comparaisent tous les deux à titre personnel.

[Français]

M. Bernard Émond (à titre personnel): Nous avons été inscrits à titre personnel, mais nous représentons plus de 350 artisans du cinéma au Québec, qui avaient signé une lettre publiée dans *Le Devoir* il y a un peu plus d'un an. Comme la situation n'a pas changé depuis la publication de cette lettre, nous avons décidé de présenter le texte de la lettre au comité. Nous vous remercions de nous écouter.

La présidente: Combien de temps cela va-t-il prendre? Il est très important que nous entendions ce que vous avez à nous dire, mais il est aussi important d'avoir suffisamment de temps pour la discussion.

M. Bernard Émond: Cela prendra sept minutes, madame.

La présidente: Merci.

M. Bernard Émond: Il y a plusieurs réalisateurs et artisans signataires de cette lettre qui sont ici présents. Une majorité des réalisateurs les plus importants au Québec a signé cette lettre. Je vous en fais la lecture:

Les récents succès de box office des films québécois masquent des problèmes profonds qui risquent à court terme d'appauvrir la qualité et la diversité du cinéma national.

Au Québec et au Canada, avoir un cinéma national est un choix collectif. À cause de la taille de notre marché et malgré des budgets de production modestes [...], nos films ne peuvent que très exceptionnellement faire leurs frais et ne peuvent exister qu'avec le soutien de l'État. L'État finance le cinéma national, comme il finance la télévision, la chanson ou l'édition parce que la logique du marché ne peut garantir l'existence de la culture nationale dans toute sa diversité.

Deux politiques récentes de Téléfilm Canada sont en contradiction flagrante avec sa mission de soutien de la diversité culturelle. De plus en plus, cet organisme abandonne le destin du cinéma national à la logique du marché. Et il le fait de façon perverse, en socialisant les coûts à même les fonds de l'État [...] mais en privatisant les profits (qui reviennent à quelques grosses maisons de production et de distribution).

Surtout de distribution.

À terme, ces politiques risquent de faire disparaître le cinéma d'auteur, en favorisant un cinéma de plus en plus commercial dans la même logique qui a abîmé la télévision nationale dans sa consternante course aux cotes d'écoute et au plus bas dénominateur commun.

La première politique est celle des *enveloppes de performance*.

En 2003, Téléfilm Canada aurait pu

attribuer jusqu'à 75 p. 100 de son investissement à travers ces enveloppes, [...]

En réalité, cela a été près de 50 p. 100.

[...] qui sont octroyées automatiquement aux producteurs des films qui ont fait des succès de box office. Les producteurs peuvent réinvestir ces sommes dans le développement et la production de films sans avoir à soumettre leurs projets à Téléfilm.

Les fonctionnaires ne se prononcent donc pas sur 50 p. 100 de l'argent qui est alloué par Téléfilm Canada.

Un producteur qui dispose d'une enveloppe de performance peut investir dans le pire scénario comme dans le meilleur, il sera seul juge de l'utilisation qu'il fait des fonds publics. Évidemment, rien n'exclut qu'un producteur décide d'investir dans une oeuvre d'auteur à faible potentiel commercial, mais il le fera contre son intérêt économique.

Des films comme *Gaz Bar blues*, *Post Mortem*, *Mariages*, *Le Neg'*, *La moitié gauche du frigo*, *Clandestins*, *L'Ange de goudron*, *La femme qui boit*, *20 h 17 rue Darling*, *Maelstrom*, *Un crabe dans la tête*, tous primés, louangés par la critique d'ici, sélectionnés dans les plus importants festivals internationaux, ne feraient pas assez d'entrées en salle pour valoir à leurs producteurs une enveloppe de performance cette année. La maison de production qui s'engage dans ce type de

film, qui sera diffusé à l'étranger pendant les festivals et qui gagnera des prix,

sait qu'elle le fait à ses risques. Si elle dispose d'une enveloppe de performance, elle risque de la voir diminuer dans les années suivantes. Si elle n'en dispose pas, elle se met sur les rangs avec les autres maisons

de production

qui soutiennent des films moins commerciaux pour disputer le

50 p. 100

des fonds qui restent aux concours comparatifs, [...]

Il y a donc 50 p. 100 seulement des fonds qui sont attribués dans le cadre des concours comparatifs sur lesquels les fonctionnaires de Téléfilm Canada peuvent se prononcer. Cela demeure

[...] la seule instance où les agents de Téléfilm Canada peuvent encore exercer un choix dans l'attribution des fonds publics.

C'est extrêmement important.

Et pour rajouter l'insulte à l'injure, rien n'empêche des producteurs qui disposent d'une enveloppe de performance de compléter le financement de leurs projets en les présentant aux concours comparatifs.

Un producteur qui a une enveloppe de performance peut très bien aller aux concours comparatifs, ce qui réduit d'autant la quantité de fonds qui sont disponibles pour des projets plus risqués.

Nous l'avons dit, un producteur qui dispose d'une enveloppe à la performance peut s'en servir pour financer un film d'auteur. Mais compter sur la générosité et la vertu pour assurer la survie du cinéma d'auteur est faire preuve de naïveté. Il restera bien sûr des producteurs qui défendront ce genre de films mais il faut bien voir qu'une logique économique implacable est à l'oeuvre, et qu'elle risque de faire disparaître les petites maisons de production et de créer une situation de quasi-monopole.

On voit déjà cela se produire au Québec.

Produire des films d'auteur, c'est risquer de ne plus produire de films du tout. Produire des films commerciaux, c'est s'assurer de pouvoir en produire d'autres. Et la tendance lourde sera de produire des films de plus en plus commerciaux, de viser le plus bas dénominateur commun, de s'aligner de plus en plus sur les vedettes et le style de la télévision parce que c'est ce qui fait vendre. Les succès récents de certains films d'auteur ne doivent pas nous cacher ce qui vient: nous allons vers un paysage cinématographique où les films commerciaux domineront sans partage.

● (1710)

Qu'on nous comprenne bien: nous n'avons rien contre les comédies et les films légers. Un cinéma populaire intelligent [...] doit exister. On ne doit pas laisser le divertissement aux seuls américains. Mais à côté de ce cinéma populaire, il doit continuer à y avoir des films moins commerciaux qui tentent de fouiller sans complaisance l'humanité et l'histoire des gens d'ici. Or, la politique des enveloppes de performance favorise une tendance lourde vers un cinéma [...] commercial.

Une deuxième politique de Téléfilm Canada vient consolider cette tendance. Depuis quelques années, Téléfilm a modifié ses programmes d'aide à la distribution. Le soutien à l'acquisition des films a été annulé et les distributeurs n'ont maintenant plus droit qu'à des enveloppes basées sur la performance (lire encore: le nombre d'entrées en salles). Le résultat global est que le risque est plus grand et que les distributeurs sont devenus extrêmement réticents à acquérir des films qui ont peu de potentiel commercial. Or, l'engagement d'un distributeur est obligatoire pour un producteur qui présente une demande de financement en production.

Si les enveloppes de performance ne sonnent pas le glas du cinéma d'auteur, les politiques actuelles de distribution vont lui faire son affaire. Quelques grosses maisons de distribution occupent maintenant la presque totalité du marché québécois.

Il reste, en fait, deux grosses maisons de distribution.

Il leur arrive de soutenir des films plus risqués mais ce n'est pas leur raison d'être: ce sont des entreprises commerciales. Quant aux petits distributeurs qui demeurent, ils risquent beaucoup à soutenir des films non-commerciaux. Ils ont beau aimer le cinéma et les cinéastes, ils ne peuvent pas fonctionner indéfiniment à perte. Ici encore, c'est la logique du marché et du profit qui domine, mais, faut-il le rappeler, dans un secteur en grande partie financé par les deniers publics.

On nous dira: "c'est la loi du marché, vous n'avez qu'à faire des films qui se vendent". Nous répondons que nos films marchent et que les films d'auteurs américains ("les indépendants") qui font des box office proportionnellement semblables aux nôtres (sur un marché soixante fois plus grand que le nôtre) sont commercialement viables. Si nos gouvernements défendent l'"exception culturelle", c'est pour permettre à la culture nationale d'exister malgré la petitesse de notre marché. Or, nous le répétons, les politiques récentes de Téléfilm Canada vont à l'encontre de la politique de l'exception culturelle et s'en remettent à la logique du marché.

Et ce, de plus en plus.

Faut-il le rappeler, on ne peut pas juger de la qualité d'un film à la seule aune du box office. Depuis quelques années, des films de qualité se voient retirés de l'affiche après quelques semaines (parfois deux ou trois) parce qu'ils ne marchent pas immédiatement. Dans la plupart des cas, ces films n'ont pas profité du battage médiatique et publicitaire que s'offrent les grosses maisons de distribution quand elles "croient" à un film. Ces films sont abandonnés par les exploitants de salles avant que le public puisse en juger et avant que le "bouche à oreille" puisse fonctionner. Ce système ne fait pas appel à l'intelligence du public, à sa sensibilité, à sa possible ouverture à des oeuvres plus difficiles. Évidemment, ce système médiatique et promotionnel peut occasionnellement servir des oeuvres de qualité, mais il exclut invariablement des films plus difficiles ou dépourvus de sujets choc ou de réalisateurs et de comédiens vedettes et appauvrit le cinéma national dans son ensemble.

Cette situation ne peut plus durer. Nous croyons que le financement public du cinéma national doit favoriser la culture nationale dans sa diversité et non pas financer les profits des grosses maisons [...] de distribution en étouffant le cinéma d'auteur. Le jour où le cinéma national sera un calque sur grand écran de ce qu'on peut déjà voir à la télévision sera un jour de deuil. Nous exigeons la fin de la politique des enveloppes de performance et le rétablissement d'un soutien à la distribution conséquent pour le cinéma national.

Vingt-cinq des réalisateurs québécois les plus connus ont été les premiers signataires de cette lettre. Par la suite, plus de 350 personnes — techniciens, producteurs et acteurs — l'ont aussi signée. Cette lettre a déclenché un débat dans les médias du Québec il y a maintenant 15 mois.

• (1715)

[Traduction]

La présidente: Mme Bulte.

L'hon. Sarmite Bulte: Merci.

Je vous remercie tous d'être venus.

Monsieur Tierney, permettez-moi de commencer avec vous sur la question de la diversité culturelle. Étant originaire de Toronto, je sais que Toronto est souvent pénalisée si on y tourne un film. Or, les villes comme Toronto, Montréal et Vancouver—c.-à-d. les plus grandes villes—débordent de diversité culturelle. Et ce, au niveau des comédiens, des directeurs et des réalisateurs.

Cela m'a intéressée quand vous avez dit que peut-être devrions-nous accorder des primes. Voici une autre suggestion. Pourquoi ne pas arrêter de recourir au négatif en dehors des grandes villes? Alors, pour ce qui est de la diversité culturelle, je sais qu'il y a un festival de films qui a lieu actuellement à Toronto... Je ne me rappelle pas le nom de ce festival de films. Il a commencé la semaine dernière. Ce n'est pas Hot Docs; c'est plutôt l'autre. Je pense qu'il s'appelle ReelWorld Film Festival. Si on tient vraiment à la diversité culturelle, alors pourquoi pénalisons-nous les productions tournées dans nos grands centres urbains?

M. Kevin Tierney: Je suis tout à fait d'accord. Je parle maintenant à titre personnel. Peut-être qu'Arnie va adopter la position de notre association, étant donné que notre association est composée de réalisateurs provenant des quatre coins du pays. Bien entendu, nous avons des préoccupations régionales qui sont tout à fait réelles et concrètes. Mais en même temps, cela fait longtemps que nous essayons d'insister sur le fait que d'après les mécanismes de financement actuels, Vancouver est une région alors que Montréal ne l'est pas. Nous sommes donc aux prises avec le fait que certains

réalisateurs ont peut-être cinq séries qui passent à la télévision nationale alors que Montréal n'en a même pas une. Ce qui s'est passé, c'est que la dotation de fonds est calculée selon la région ou la population. C'est donc plus difficile de faire un long métrage à Montréal que ce ne l'est à Halifax. Cela rejoint votre point, c'est-à-dire que nous ne sommes pas parvenus à cerner des centres d'excellence, d'expérience et de production.

Il n'en demeure pas moins, pour bien des raisons, que le secteur du film et de la télévision au Canada a vu le jour à Montréal. C'est certainement le cas du secteur cinématographique si l'on tient compte de l'histoire et du fait que l'Office national du film y trouve ses origines. De nos jours, nous devons nous contenter de longs métrages en anglais à Montréal avec un taux de refus de la part de Téléfilm de, je ne sais pas, 80 p. 100, alors que dans d'autres régions il leur reste de l'argent. Bien sûr, ce sont les grandes villes où se trouvent principalement les minorités, mais nous ne pouvons pas encourager cela car il y a tellement peu de production qui s'y fait.

L'hon. Sarmite Bulte: Monsieur Gelbart.

M. Arnie Gelbart (producteur, Association canadienne de production de films et de télévision): J'imagine, puisque vous êtes de Toronto, que vous songez également à la diversité de la population canadienne qui est en pleine évolution. C'est certainement un phénomène qui existe à Toronto, de même qu'à Montréal et à Vancouver. Ce qui se passe—et ça commence à se voir de plus en plus—c'est qu'il y a une reconnaissance de la part des gens du secteur de la nécessité d'équipes de tournage qui témoignent de cette diversité. Mais cela prend du temps. Il faut attendre qu'une génération s'y habitue, y fasse ses études, s'inscrive à une école cinématographique, et accumule de l'expérience. Tout cela, c'est un atout au bout du compte lorsqu'on cherche du travail dans le secteur.

Parallèlement, les gens commencent à s'intéresser de plus en plus à explorer ces autres milieux au sein de notre propre milieu. L'Angleterre en est un exemple. Cet intérêt devient la source d'idées très intéressantes. Mais la véritable tension dans la société découle de ces nouveaux immigrants qui essaient de se forger une place au Canada et devenir Canadiens. Et à l'intérieur de tout ça il y a des tensions intergénérationnelles de même que celles avec « l'autre » dans ma société, et elles constituent un thème différent et unique en son genre.

• (1720)

L'hon. Sarmite Bulte: *Bend it Like Beckham* me vient à l'esprit.

M. Arnie Gelbart: Exactement. C'est ce genre de film-là. On le voit dans *Bollywood*, le film réalisé par Deppa Mehta. Ce dont on se rend compte, par exemple, c'est que dans la société indienne... de même que chez les immigrants indiens il y a des gens extrêmement sophistiqués. Il y a eu certains films réalisés à Vancouver. Avec des Canadiens chinois de deuxième génération. Encore là, ils viennent d'une culture très sophistiquée et riche qu'ils ont amenée au Canada.

Alors voilà une des choses qu'il faut faire, et je crois que ça commence déjà à se faire. Ces gens-là issus de tous ces pays, qu'il s'agisse du Pakistan ou de l'Inde, arrivent avec tout un bagage culturel. Ils sont issus de cultures très riches, et ils sont d'ailleurs souvent surpris du peu d'importance que l'on accorde à notre propre culture. Si on a une leçon qu'on peut tirer de ces gens, c'est qu'ils amènent leur propre culture et qu'ils la prennent très au sérieux; ils veulent prendre leur place dans la société, mais en même temps ils veulent prendre la culture canadienne au sérieux. Ils posent souvent les questions, « Pourquoi êtes-vous aussi gênés? Pourquoi n'êtes-vous pas plus sûrs de vous-mêmes? » Ils ont une perception du Canada qui nous échappe puisqu'on y est trop habitué et nous ne sommes pas conscients de son caractère unique et riche.

L'hon. Sarmite Bulte: J'aimerais revenir à ce que vous avez dit à propos du besoin d'une renaissance parmi les distributeurs. J'aimerais également réagir à la recommandation de M. Émond selon laquelle on devrait abandonner l'enveloppe de performance. Il faut vous dire que ce n'est pas la première fois que nous entendons ce genre de commentaire. On nous l'a dit à Winnipeg. En Saskatchewan, on nous a même révélé le montant qui avait été affecté dans le cadre de l'enveloppe de performance à l'Ouest et il n'y avait pas grand-chose du tout.

Monsieur Émond, vous dites qu'il y a moins d'argent disponible pour les vrais arts, qui sont souvent plus risqués. Mais vous êtes également préoccupé par le fait, n'est-ce pas, que l'enveloppe de performance a tendance à avantager un tout petit nombre de réalisateurs?

M. Bernard Émond: Oui, tout à fait.

Au Québec, un tout petit nombre de réalisateurs profitent des enveloppes de performance. On a tendance à allouer l'argent aux films très commerciaux, ce qui entraîne une sorte de monopole. C'est une situation très bizarre au Québec, il y aura peut-être quatre, cinq ou six grands réalisateurs, et les petites maisons de production vont avoir du mal à s'en sortir, surtout alors que ces grands réalisateurs qui ont...

[Français]

Mais au fait, pourquoi est-ce que je parle en anglais?

L'hon. Sarmite Bulte: Vous pouvez répondre en français.

M. Bernard Émond: Je suis désolé, c'est un réflexe.

Cette situation de quasi monopole est d'autant plus préoccupante que les producteurs bénéficiant d'enveloppes de performance peuvent compléter le financement de l'un de leurs films en faisant appel aux concours comparatifs. Cela fait pencher encore plus la balance en faveur des producteurs qui ont une enveloppe de performance.

Nous sommes d'avis, de même que ceux qui ont signé cette lettre, que cela risque de créer une situation de monopole faisant en sorte que de nombreux petits producteurs vont trouver très difficile de financer leurs projets.

Catherine.

• (1725)

Mme Catherine Martin (à titre personnel): Les producteurs ne sont pas les seuls à être en train de créer un monopole: c'est aussi le cas dans le domaine de la distribution.

Ici, au Québec, une maison de distribution très importante pour le cinéma indépendant a disparu récemment. Il s'agit de Cinéma libre. Diverses raisons ont entraîné sa faillite, entre autres le sous-

financement chronique dont souffre ce type de maison de distribution en matière de fonctionnement.

Le cinéma indépendant au Québec et au Canada est, il faut le dire, ce qui a créé le cinéma et la cinématographie nationale québécoise et canadienne. S'il meurt, je ne donne pas cher de l'avenir de la cinématographie nationale. Il est très important de tenir compte de cela.

Bien sûr, ces modestes entreprises sont vues comme de petits joueurs par les grandes maisons de distribution et de production qui, à cause des succès remportés, voient le jour au Québec présentement. Nous sommes bien d'accord, et nous n'avons rien contre le succès. Cependant, cet état de chose est en train de créer ce qu'on appelle des effets pervers. En outre, cela a comme effet d'étouffer une forme de création qui, en fin de compte, est à l'origine de la cinématographie nationale telle qu'on la connaît maintenant.

[Traduction]

L'hon. Sarmite Bulte: Êtes-vous en train de dire que l'enveloppe de performance a quelque chose à voir avec la disparition des plus petites maisons de distribution? Pourriez-vous m'expliquer le rapport?

[Français]

Mme Catherine Martin: C'est un genre de cercle. C'est difficile à expliquer. Bernard, tu peux peut-être répondre.

M. Bernard Émond: Comme les distributeurs ne reçoivent plus d'aide destinée à l'acquisition de films, ils se voient attribuer eux aussi une enveloppe de performance en fonction des recettes que génèrent les films qu'ils distribuent. Il est certain que, n'étant plus protégés contre le risque, ils auront tendance à se tourner vers des films de plus en plus commerciaux.

De toute évidence, les petits distributeurs, qui avaient tendance à vouloir prendre des risques, ont difficilement sinon pas du tout accès à ces enveloppes. Quoi qu'il en soit, il ne reste plus dans le paysage québécois que deux très gros distributeurs.

Mme Catherine Martin: Il faudrait peut-être aussi préciser que dans le système actuel, lorsqu'on veut obtenir du financement de Téléfilm Canada ou de la SODEC pour une production de plus de un ou deux millions de dollars, il faut absolument avoir un distributeur. L'important triangle que constituaient le réalisateur, le producteur et le distributeur est en train de devenir un simple diptyque.

Le distributeur, le producteur et le réalisateur ne jouent pratiquement plus le rôle qu'on leur avait confié et qu'ils ont assumé pendant des années, à savoir celui de générer le projet. C'est le réalisateur qui, dans bien des cas, est l'auteur du scénario. Il est important de noter que sans un distributeur, on ne peut même pas s'adresser à Téléfilm. Un cercle vicieux est en train de se former.

[Traduction]

L'hon. Sarmite Bulte: Pour avoir accès à l'enveloppe de production, ne faut-il pas préalablement avoir un distributeur? J'avais cru comprendre qu'en vertu de l'exigence de Téléfilm, qu'il s'agisse de l'enveloppe de performance ou de l'enveloppe de production...

[Français]

M. Bernard Émond: Oui, absolument. La création d'un quasi-monopole fait en sorte qu'il reste maintenant deux très grosses maisons de distribution; il y en a peut-être une troisième et une quatrième. Il devient difficile de trouver un distributeur pour des projets un peu pointus parce que ces gens ne veulent pas prendre de risques. En matière de production, quand on fait une demande, la grosse partie du travail consiste à magasiner pour se trouver un distributeur prêt à prendre des risques à l'égard de projets plus pointus.

Mme Catherine Martin: Certains distributeurs sont devenus producteurs. Vous voyez un peu de quel beau petit mariage tout à fait profitable il s'agit là.

[Traduction]

La présidente: M. Schellenberger.

M. Gary Schellenberger: Merci. J'ai simplement quelques points à soulever.

Vous étiez peut-être dans la salle quand j'ai dit tout à l'heure que loin de moi l'idée de vous dire comment réaliser vos films et comment les distribuer. Je suis seulement ici pour aider à définir l'orientation à adopter pour renforcer efficacement l'industrie cinématographique.

Je lisais le procès-verbal tout à l'heure, et j'ai souligné un passage en particulier où vous parliez des enveloppes de performance. J'avais toujours compris que le soutien à l'industrie cinématographique devait être fondé sur le mérite du film, et je suis d'avis qu'un film de bonne qualité remplira toujours les salles de cinéma.

Je peux voir où les enveloppes de performance pourraient accaparer tout le financement accordé à Téléfilm, car si seuls cinq réalisateurs reçoivent l'essentiel du financement, comme c'est le cas maintenant, et qu'ils n'ont pas besoin de demander de nouveau du financement pour leur prochain film, s'ils sont les seuls à pouvoir le faire, petit à petit, ils seront les seuls à recevoir du financement. C'est pourquoi je crois qu'il faudrait... Remarquez, la performance devrait être un critère, mais il devrait être fondé sur le mérite du film. Quel est votre public cible? Qui cherchez-vous à attirer vers les salles de cinéma? Je crois que c'est très important. Même si les deux derniers films dont vous avez fait la distribution ont remporté un succès, vous pourriez vous retrouver avec un véritable navet entre les mains, ce qui éclipserait les deux succès que vous aurez remportés.

Voilà donc le passage que j'ai souligné.

Je dois vous dire que nous avons entendu parler, lors de nos déplacements, d'une émission télévisée intitulée *Corner Gas*, qui est devenue très populaire. Je pense que dans le marché francophone du Québec, la plupart des gens ont compris que parfois un sujet simple, des choses auxquelles la population peut s'identifier...

Hier soir, croyez-le ou non, j'ai vu pour la première fois *Corner Gas*. Le temps que je consacre à la télévision est très limité, mais je l'ai fait hier soir, et je dois dire que le thème de l'émission est simple. Il était question de feux de circulation dans une petite localité—je ne sais même pas comment s'appelait cette localité, mais je crois que c'est en Saskatchewan.

Pour ma part, j'habite dans une petite municipalité qui s'appelle Sebringville, en Ontario. Et, surprise surprise, nous venons d'installer des feux de circulation l'année dernière et, voyez-vous, nous nous sommes posé pratiquement les mêmes questions : Pourquoi? Pourquoi en a-t-on besoin? Même une fois les feux installés, une fois les grandes lignes blanches d'arrêt tracées sur la chaussée,

quelqu'un est sorti hier soir et a écrit un graffiti disant que nous n'avions pas besoin de ces signalisations.

Cela étant, ce sont des choses qui touchent les gens, et je constate le phénomène dans bien des films indépendants, des films qui sont par ailleurs très bons. Les gens peuvent s'identifier à ces films.

Je dois dire—et corrigez-moi si je me trompe—que les réalisateurs québécois francophones l'ont compris. Je sais qu'il y a les créneaux linguistiques, mais je pense que c'est bien plus que la langue. Ils ont trouvé un créneau—les gens veulent voir des films qui leur racontent des histoires sur eux, des histoires qu'ils peuvent comprendre. N'ai-je pas raison?

• (1730)

[Français]

M. Bernard Émond: Oui, tout à fait.

Bien sûr, ce qui est intéressant, c'est que le cinéma canadien et québécois parle de nos cultures. Toute cette histoire d'enveloppes de performance nous effraie, parce que dans le cas où on opérerait pour un cinéma commercial, il y a de fortes chances que ce cinéma prenne comme modèle les recettes hollywoodiennes et délaisse la culture des gens d'ici.

Il nous paraît important que le cinéma parle de nous. C'est la raison pour laquelle les gouvernements financent le cinéma national. Si ce dernier pouvait s'en sortir sans subventions, les choses iraient très bien. Il reste qu'on a besoin de ce soutien à cause de la petite taille du marché. En outre, si le gouvernement accorde ces subventions, c'est pour que le cinéma reflète la culture nationale, et non pour qu'il réponde à des impératifs commerciaux ou suive des recettes empruntées ailleurs.

Mme Catherine Martin: L'authenticité qui a fait notre cinéma, au Québec comme au Canada, a été reconnue en grande partie à l'étranger. Si tout à coup on fait des films à partir des recettes connues de tout le monde et que cela reflète très peu notre authenticité et notre culture, je doute qu'ils soient exportables. D'ailleurs, de grandes cinématographies nationales ont vu leurs films d'auteur ou leurs films qui reflétaient la réalité de leur culture cesser de recevoir de l'aide ou des subventions. Cela a été le cas en Allemagne et en Italie, par exemple. Ces cinématographies ne sont plus exportées, et on les voit de moins en moins. Elles remportent peut-être du succès chez elles, dans leur propre pays, dans leur propre culture, mais dès qu'on ne sort plus de chez soi, on se referme.

Certains films québécois et canadiens ont connu du succès auprès de la critique, ont été présentés dans plusieurs festivals internationaux et ont remporté des prix mais n'ont pas été des succès commerciaux, et ce pour toutes sortes de raisons, entre autres parce qu'ils n'ont pas les mêmes moyens promotionnels, comme on l'expliquait dans la lettre. On ne peut pas toujours expliquer pourquoi le public n'est pas au rendez-vous.

Les exploitants de salles retirent aussi très rapidement les films de l'affiche quand le premier week-end n'a pas été bon. On retire alors les films après deux semaines. Un film qui a été reconnu dans des tas de festivals internationaux et qui a eu connu du succès auprès de la critique n'a alors aucune chance de rencontrer le public.

Ce qui nous fait peur, ce sont les rouleaux compresseurs du marché qui empêchent, au fond, la survie des films et qui empêchent qu'ils soient vus un peu partout dans le monde. Comme le disait Bernard, c'est aussi le rôle du gouvernement que d'être le chien de garde de ce mandat culturel très important. Pour nous, les enveloppes de performance sont en train de créer un déséquilibre important sur ce plan.

• (1735)

[Traduction]

La présidente: M. Angus.

M. Charlie Angus: Il ressort de notre étude de l'industrie cinématographique que nous sommes aux prises avec un problème qui comporte plusieurs facettes et qui nécessite donc une approche à plusieurs facettes. Bien entendu, un gouvernement capable de faire tout ce que les gens exigent de lui, c'est très improbable. Cela dit, il nous semble que nous voyons s'esquisser le besoin de créer une télévision nationale indépendante forte qui soit une sorte d'incubateur pour les artistes et les compositeurs. Il nous faut des films qui réussissent bien dans les salles de cinéma, il nous faut des succès. Nous avons le sentiment qu'il nous faut des films qui réussissent bien dans les salles de cinéma, parce que c'est un moyen de réinjecter de l'argent dans notre industrie. Où que nous allions au Canada, on nous dit que le Québec réussit bien et que le cinéma québécois se porte bien, et que le reste du Canada n'a qu'à l'imiter. Or je vous entends dire que les réalisateurs indépendants souffrent ici.

Est-ce davantage une question de la manière dont les choix de financement sont faits ou une question de distribution?

[Français]

M. Bernard Émond: Les deux à la fois. Les enveloppes de performance et le système de distribution favorisent le cinéma commercial. Cela donne des résultats, mais je ne suis pas certain que ce soit aussi bon sur le plan culturel.

Parmi les films qui ont fait les plus grosses recettes au Québec, plusieurs ne sont jamais sortis du pays, n'ont jamais été présentés dans des festivals. Évidemment, il y a des exceptions notables, comme le film d'Arcand et *La grande séduction*. Ils ont été faits sans les enveloppes de performance. Très peu de films — je me demande même s'il y en a eu — ont été faits avec des enveloppes de performance et ont connu un appui critique international. Ces films ont peut-être fait beaucoup de recettes au Québec, mais il n'est pas certain qu'ils aient une grande valeur culturelle. Chose certaine, ces films n'ont pas représenté le Canada à l'étranger. Cela pose certainement un problème.

C'est la même chose du côté de la distribution. Les maisons de distribution favorisent, investissent dans la promotion de films qui n'ont pas nécessairement la plus grande valeur culturelle. Ils font souvent des superproductions avec des vedettes qui viennent de la télévision, avec des réalisateurs qui ne sont pas des réalisateurs mais qui peuvent être des acteurs, avec des personnalités connues et des humoristes.

Tout cela fait en sorte que, paradoxalement, le succès commercial du cinéma québécois nuit à la qualité artistique des films et rend les films de meilleure qualité plus difficiles à produire. Cela est très paradoxal, mais c'est le système qui est en train de se mettre en place.

• (1740)

Mme Catherine Martin: En fin de compte, a-t-on vraiment besoin de ces enveloppes? Il y a 10 ans, certains films avaient du succès au box office et cela n'empêchait pas d'autres films d'exister. Ces enveloppes semblent avoir été créées simplement pour favoriser

un monopole. Nous ne voyons pas la situation autrement. Nous avons observé qu'au cours des cinq dernières années, des producteurs et des distributeurs avaient pris beaucoup de place.

Nous en sommes venus à penser qu'il serait peut-être préférable de revenir en arrière et voir comment le système précédent pourrait fonctionner mieux. Il ne s'agirait certainement pas d'enveloppes favorisant une situation comme celle que nous observons depuis cinq ans. Les choses ont beaucoup changé au cours de cette période, et pas pour le mieux.

M. Bernard Émond: J'aimerais ajouter une chose. On aimerait beaucoup que les fonctionnaires de l'État se prononcent sur chacun des projets qui ont été présentés. Dans le cadre d'un processus démocratique, cela nous semble élémentaire.

Des voix: Bravo!

Mme Catherine Martin: C'est un processus qui implique des fonds publics. D'après moi, ceux-ci doivent être distribués de façon équitable.

[Traduction]

M. Kevin Tierney: Je regrette, et avec tout le respect que je dois aux merveilleux cinéastes ici, j'aimerais mieux mourir que de croire que nous allons devoir nous en remettre aux six bureaucrates de Téléfilm.

[Français]

Mme Catherine Martin: Une fois les enveloppes éliminées, on pourra peut-être réfléchir à une meilleure façon de fonctionner.

M. Kevin Tierney: Je suis tout à fait d'accord.

[Traduction]

La présidente: Charlie, cessez donc de nous interrompre. C'est une dispute qui pourrait nous apprendre...

Des voix : Oh, oh!

M. Charlie Angus: Je sais, mais je voulais tout simplement poursuivre dans le même ordre d'idées avant que mon temps ne soit écoulé, puisque je trouve cela fascinant. Je ne cesserai de dire que je préférerais en discuter en prenant un verre de vin, parce que mes cinq minutes ne sont pas suffisantes, et nous ne pouvons...

La présidente: Eh bien, je ne vous couperai jamais la parole après cinq minutes. Vous en êtes à votre treizième maintenant.

M. Charlie Angus: Très bien. Merci, madame la présidente.

Lorsque nous étions dans l'Ouest, nous avons entendu des accusations très sévères à l'endroit du système de distribution canadien. J'étais même abasourdi d'en entendre la description, quand on a dit qu'il n'y avait pas de stratégie de commercialisation ou de promotion pour les films. Pourquoi tourner un film si on n'a pas déjà une stratégie de marketing? On nous a dit que si on avait les droits de distribution et que si les distributeurs pouvaient assurer la diffusion, ils pourraient réaliser un bénéfice, mais que tout le reste représentait un risque, et qu'il valait mieux ne pas faire la promotion dans les salles de cinéma si on risquait de perdre de l'argent.

C'est quelque chose qui m'a surpris et qui m'a choqué. J'aimerais vous entendre sur vos expériences ici au Québec—et aussi sur vos expériences personnelles.

M. Arnie Gelbart: Tout d'abord, ces enveloppes fondées sur la performance—et je ne vais pas les défendre, parce que je suis d'accord avec l'essentiel de ce qui a été dit—ne sont pas tombées du ciel. Pour une société cinématographique établie, c'est comme si à chaque fois il fallait recommencer à la case départ. L'idée des enveloppes de performance était de récompenser les succès.

La norme établie par le gouvernement fédéral était qu'il fallait que le film remporte un certain succès commercial. Le calcul politique était que si les Canadiens ne commençaient pas à aller voir des films canadiens, la volonté d'appuyer les cinémas canadiens allait s'estomper. Traditionnellement, nous faisons des films que les gens ne pouvaient pas voir ou ne voulaient pas voir. On faisait ces films parce que les distributeurs qui acceptaient d'en faire la distribution savaient qu'ils pouvaient compter sur le créneau de la télévision et qu'ils ne couraient pas de risque. Les distributeurs disaient quelque chose du genre : « Je vais vous donner une lettre, puis on va faire diffuser le film à la télévision, faire des bénéfices, et le tour est joué! » À la rigueur, on a établi une enveloppe, mais je pense qu'on est allé trop loin. Nous devons faire toutes sortes de films différents. Il faut cependant laisser une marge à un processus de sélection. Les nouveaux réalisateurs, les réalisateurs qui veulent faire quelque chose d'original ou raconter une histoire différente—il faut les financer aussi.

On cherchait également à trouver un moyen de récompenser ceux qui avaient atteint un certain niveau, ceux qui avaient réalisé un film qui avait remporté un succès populaire. L'ennui, c'est qu'on s'inquiète de ce qui arrivera demain, et pas tellement de ce qui est en train d'arriver maintenant. Au Québec, on réussit à faire beaucoup de films. Financement limité oblige, on ne peut faire qu'un certain nombre de films. Mais dans les limites de cette enveloppe, on réussit à faire constamment des films intéressants, des films qui réussissent exceptionnellement bien. J'aimerais bien que ce soit le cas pour les films anglophones, même les films à petit budget.

On voulait aussi permettre à certains producteurs—je ne suis pas un de ces producteurs-là, mais je parlerai en leur nom aujourd'hui—de dire : « Je ne vais pas attendre 18 mois avant de pouvoir lancer ma prochaine production. Mon film a remporté un succès, et on devrait donc me réserver des fonds pour me permettre de commencer ma prochaine production sans avoir à passer par le long processus de demande de financement pour mon prochain film. » C'était l'idée au départ. Du point de vue de l'industrie, cela permet aux sociétés de survivre. Pour les petites sociétés, il s'agit d'un mode de vie et non d'une entreprise commerciale. Les gens vivent d'un projet à l'autre. Ils ne sont pas payés. Ils sont obligés d'hypothéquer leur maison pour financer leurs films. C'est une entreprise très risquée.

En réfléchissant à tout cela, vous devez garder à l'esprit les arguments justifiant certains types d'enveloppes, celles qui récompensent le succès. Cela vaut pour Denis Arcand, dont le film a remporté un Oscar. Sa maison de production a fait un autre film qui a remporté un franc succès populaire et qui a attiré les Québécois vers les salles de cinéma. Les gens commencent à aller voir des films, ce qui est un phénomène nouveau. Il y a dix ans, les salles étaient pratiquement vides. Voilà qu'aujourd'hui nous parlons de distributeurs qui sont en train de devenir trop gros, mais pendant très longtemps, ils n'avaient rien.

Que s'est-il passé? Premièrement, les films ont changé et sont devenus plus accessibles. On est allé dans toutes les petites municipalités du Québec et on a fait la promotion des films, avec la présence des vedettes, lesquelles vedettes étaient parfois connues à la télévision. Doucement mais sûrement, dans le Québec profond, pas seulement à Montréal ou à Québec, les gens ont commencé à

aller au cinéma pour voir des films. L'approche a donné des résultats. Je ne porte pas particulièrement dans mon cœur les distributeurs, mais je dois avouer qu'ils ont fait un excellent travail.

J'aimerais vous donner un exemple personnel. Nous avons produit un film au Québec en anglais intitulé *The Blue Butterfly*. Le film a été réalisé ici, et il a nécessité un budget plutôt substantiel. Le film était basé sur une histoire québécoise, mais il a été tourné au Costa Rica, car c'était l'histoire d'un jeune garçon et d'un papillon.

• (1745)

Bref, le film a remporté un succès énorme au Québec, il a rapporté 2,3 millions de dollars au Québec, mais surtout en version française, car ce qui est arrivé, c'est que le distributeur québécois, qui est un des principaux acteurs du secteur, a fait un travail fabuleux. En effet, il a mobilisé les écoles, convaincu Bell téléphone de le commanditer, si bien que chaque note de téléphone était accompagnée d'un prospectus avec le nom du film dessus, etc. Le distributeur a fait son travail. Le même film distribué par la filiale torontoise de la même société a carrément coulé. La première avait eu lieu dans un centre commercial à l'extérieur de Toronto. Le film a joué pendant trois ou quatre jours, pas plus d'une semaine, et une semaine à Vancouver, et plus rien après!

Pourtant, nous avons tenté de faire venir un acteur américain célèbre. D'ailleurs, William Hurt y joue. On n'en a pas voulu. Nous avons voulu faire venir la réalisatrice à Toronto, et là encore, on n'a pas eu besoin d'elle.

Si vous examinez le problème de la distribution dans le reste du pays, dites-vous que les distributeurs qui existent ont tendance à se trouver au Québec. C'est là qu'ils aiguisent généralement leur talent. Ils ont tendance à maîtriser leur métier. Ils savent comment faire leur promotion. On place des affiches sur les autobus et dans les rues. Les gens savent que le film existe. Or dans le reste du Canada, étant donné que les distributeurs québécois n'y sont pas, on ne connaît pas vraiment le marché.

La plupart des grands distributeurs anglophones ont simplement jeté l'éponge. Ainsi, le plus grand distributeur au Canada est essentiellement un redistributeur de films américains, des films de Miramax et d'autres studios. Il fut un temps où ils se préoccupaient du cinéma canadien, mais plus maintenant. Je suis désolé d'en faire le constat. Ils s'en lavent les mains! Ce n'est pas rentable. Il est plus facile de distribuer *Le Seigneur des anneaux*. C'est vendu d'avance, puisque l'ensemble de la population canadienne est au courant de son existence. C'est le genre de films qu'ils vont distribuer. Pourquoi devraient-ils alors se préoccuper du sort d'un film canadien, aussi bon qu'il puisse être?

Comment se fait-il alors que nous puissions faire 2,3 millions de dollars de recettes au Québec—avec un film anglophone de surcroît—et que nous ne réussissions pas à intéresser le reste du pays?

• (1750)

La présidente: Madame Bulte.

L'hon. Sarmite Bulte: Le Fonds de financement de long métrage canadien a été instauré il y a cinq ans, et nous sommes en train d'en faire l'examen quinquennal. À l'époque, la principale considération du Fonds de financement de long métrage canadien était les recettes dans les salles de cinéma—5 % à l'échelle nationale, essentiellement au Québec. Dans le Canada anglophone, nous avons environ, combien, 1 %? C'est grâce aux succès au Québec que nous sommes en mesure de nous rapprocher de cette cible.

Êtes-vous en train de dire que nous devrions abandonner toute cette philosophie, c'est-à-dire la prémisse sous-tendant la création du Fonds de financement de long métrage canadien? Que proposeriez-vous pour le remplacer?

[Français]

M. Bernard Émond: Je pense qu'à toutes fins pratiques, les enveloppes de performance, comme moyen de financer les films, n'ont rien à voir avec le succès artistique ou culturel de ces derniers. Elles visent à financer des entreprises. Ce qui me préoccupe, ce sont les oeuvres, et c'est ce qui devrait être important pour la culture nationale.

Les films qui ont eu du succès auraient très bien pu être réalisés sans les enveloppes de performance. Imaginons que celles-ci n'existent pas et que Denys Arcand présente son prochain projet. Croyez-vous sérieusement qu'on refuserait de le financer? Non. Il arrive que les fonctionnaires se trompent, cela s'est déjà vu. Cependant, je préfère une possibilité d'erreur à une absence de jugement.

Au moins 50 p. 100 des fonds sont alloués par le gouvernement à des projets privés. Il s'agit de fonds publics, et pourtant, ils sont attribués sans qu'il n'y ait le moindre droit de regard. Il est important de comprendre que la politique des enveloppes de performance pose un problème en termes logiques: il n'y a aucun lien entre la récompense et la qualité de l'oeuvre qui sera produite grâce à cette récompense. Comme citoyen, cinéphile et spectateur, c'est ce que je n'aime pas.

Mme Catherine Martin: En ce qui concerne l'idée de récompenser le succès, on calcule maintenant le succès seulement en termes de chiffres, alors qu'il y a des films qui ont du succès mais un succès qui ne se calcule pas en termes de chiffres. Les deux façons de faire sont possibles. On pourrait récompenser un film qui a participé à 35 festivals internationaux. Pourquoi pas? La qualité du film est-elle seulement mesurable en termes de recettes au box office?

Comme on le disait dans la lettre — et on le répète ici —, on n'a rien contre un bon cinéma populaire qui fonctionne et que les gens vont voir, au contraire. Par contre, ce que l'on craint, avec les enveloppes de performance telles qu'elles existent, c'est qu'il n'y ait que cela. Au Québec, il y a 10 ou 15 ans, il y a eu le *Déclin de l'empire américain*. Ce film a connu un grand succès. Il n'y avait pas d'enveloppes à la performance à cette époque, et cela a continué pendant des années.

Au Québec, depuis plus de 15 ans, il y a un pourcentage de public qui atteint les 5 p. 100 facilement. Bien sûr, les trois dernières années ont été assez exemplaires. Cependant, les enveloppes ont changé la donne pour des producteurs. Cela leur a donné les moyens d'avoir de grosses boîtes et de s'organiser pour avoir une infrastructure qui leur permette justement de payer leurs comptes, etc. Certains producteurs en bénéficient; d'autres pas. Pourquoi les producteurs ne pourraient-ils pas tous avoir un petit fonds de roulement?

• (1755)

[Traduction]

L'hon. Sarmite Bulte: Je comprends votre propos au sujet de l'enveloppe du rendement. Ce n'était pas ma question. Je l'ai déjà entendu.

Ma question...

La présidente: Ce sera votre dernière question, madame Bulte.

L'hon. Sarmite Bulte: Mais j'essaie simplement de savoir avec quoi nous pourrions remplacer la politique de financement actuelle des longs métrages. Si vous nous dites qu'il faudrait abandonner la politique actuelle du Fonds de financement de long métrage canadien, qu'est-ce que vous recommandez? Qu'on ne finance que les dramatiques? Je vous soumettrai que... mais je ne vous ai pas entendu le dire. Par contre, je vous ai entendu dire que nous devrions nous débarrasser de l'enveloppe du rendement. Je n'ai rien entendu d'autre.

À mon sens, ce que nous devrions faire, et c'est quelque chose que j'ai entendu fort et clair, c'est que nous devons à tout le moins trouver le moyen de financer des genres différents. Cela nous ramène à la diversité dont M. Tierney parlait tout à l'heure, c'est-à-dire la diversité de ce que nous représentons, mais aussi la diversité au niveau des genres. C'est une des choses qui semble manquer, à mon avis.

J'ai bien compris que vous voulez qu'on s'en débarrasse, mais que proposez-vous pour le remplacer? Un financement exclusif des dramatiques? Je vous soumettrai qu'à mon avis nous devrions laisser un peu de place au moins pour les documentaires et d'autres genres, mais je ne vous ai pas entendu dire cela. Je vous ai simplement entendu dire que ce n'était pas une bonne solution. Quelle serait une bonne solution?

[Français]

M. Bernard Émond: Bien sûr, il faut que toutes sortes de projets soient financés. En fait, nous souhaitons que tous les projets soient jugés équitablement par des fonctionnaires de Téléfilm Canada et qu'aucun n'échappe à ce jugement. Dans le cadre du système précédent, avant les enveloppes de performance, tous les projets étaient lus et jugés. C'est ce que nous souhaitons. C'est un système qui n'est pas parfait et qui peut parfois poser problème, mais il assure au moins que chaque projet sera jugé. Qu'il s'agisse d'une comédie, d'un drame ou d'un film de Kung Fu, tous les projets devraient être jugés par des fonctionnaires...

Mme Catherine Martin: ...d'une manière équitable.

[Traduction]

La présidente: Je vais intervenir ici, car je crois que nous touchons à quelque chose d'essentiel. D'autres témoins nous ont fait des observations sur la question

[Français]

des fonctionnaires qui jugent de la qualité d'un projet,

[Traduction]

et vous y avez réagi très vivement. Par conséquent, si ce ne sont pas des fonctionnaires qui devraient choisir les candidats qui méritent de recevoir des fonds publics, qui devrait être juré à leur place?

[Français]

Par exemple, dans le domaine de la recherche scientifique, ce sont vraiment les pairs qui sont les juges. Je ne suis pas certaine que ce soit le meilleur exemple pour les films.

[Traduction]

Nous n'allons pas résoudre cela cet après-midi. J'aimerais tout de même que vous me disiez qui, à vos yeux, devrait se voir confier cette responsabilité plutôt que les fonctionnaires.

M. Kevin Tierney: J'étais en Irlande la semaine dernière, et je me suis entretenu avec les membres du Irish Film Board, organisme qui ressemble à Téléfilm Canada, mais ils ont un ou deux employés dans leurs comités, auxquels s'ajoutent un scénariste, un acteur, un réalisateur, un producteur—ou quiconque est un professionnel, qui a les titres de compétence appropriés. Ils vont jusqu'à inviter des cinéastes, des producteurs ou des réalisateurs en visite à Dublin, à faire partie du comité et à faire des recommandations.

L'idée que nos vies seront régies par des fonctionnaires... sans vouloir vous vexer, je pense qu'ils n'ont pas donné de preuve de leurs compétences. Soyons clairs, c'est comme s'en remettre au hasard. Aussi, on nous demande de réussir à tout coup. Or personne ne le peut. Au cinéma, il faut se dire qu'un film sur dix sera un succès. Deux seront assez bien reçus, trois autres seront des fiascos, et mieux vaut ne pas parler des cinq autres. C'est ainsi dans ce métier.

Au sujet de l'enveloppe du rendement, je me souviens de ce que m'a dit un jour Roger Frappier, réalisateur bien connu au Québec qui en avait une. Il m'a dit qu'un jour il donnait une entrevue à une journaliste de 24 ans qui travaillait pour *qui sait quoi*, et qu'une semaine plus tard il la revoyait à Téléfilm, où elle était analyste et lui disait ne pas aimer son projet. M. Frappier a beau en être à son 33^e film, il doit quand même plaider sa cause devant une jeune de 24 ans qui va lui demander de remanier le troisième acte. Voyons donc! Où avez-vous... est-ce que Dieu vous a confié la responsabilité de me conseiller au sujet de mon film?

Le système a été conçu pour répartir le financement moitié-moitié. Le problème au Québec, l'aberration, c'est que le succès a tué le système, parce qu'à présent 75 p. 100 des fonds sont attribués en fonction du rendement, ce qui élimine d'emblée bon nombre de merveilleux cinéastes qui ne méritent pas cela. Cela dit, ce serait aussi une grave erreur que de supprimer les enveloppes du rendement.

Vous allez certainement me couper la parole bientôt, et vous allez tous partir—il est temps—mais auparavant, une dernière. Il ne faut pas que vous vous imaginiez que le modèle québécois est exportable, car il ne l'est pas, mais pas du tout. Si vous envisagez une politique culturelle générale, demandez-vous ce que la télévision canadienne fait pour appuyer le cinéma d'ici. Rien.

Tous les pays du monde dont l'industrie des longs métrages est comparable à la nôtre peuvent compter sur le soutien constant de leur télévision nationale, qu'il s'agisse de l'Italie, de l'Allemagne, de la Grande-Bretagne, de la France, ou de l'Irlande, tous font cela.

En revanche, ici, le samedi soir, quel film peut-on regarder à la SRC? Nous devrions tous être consternés, oui consternés. Quelles dispositions du permis de diffuser de CTV lui permettent de s'abstenir totalement...? Sans vouloir vous vexer, *Corner Gas*—malgré tout le succès que je lui souhaite—ce qu'il faut retenir, c'est que les télévisions canadiennes ont tout à fait laissé tomber notre cinéma d'ici. Au Québec, ce n'est pas ainsi que les choses se passent.

Vous savez, au Québec, on s'est doté de ce que l'on pourrait appeler les attributs de la culture. On peut lancer un film ici. On peut faire participer les vedettes de télévision à cinq émissions de variétés, à quatre entrevues dans les journaux et à trois émissions de radio. On pourra les regarder à *Tout le monde en parle*. On les verra partout. Les gens vont en parler... c'est presque un monde en vase clos. Cependant, on peut y créer quelque chose, et les artistes l'ont fait. On a aussi créé un star-système. Au Québec, quand les gens parlent du cinéma, c'est quelque chose d'important.

Essayez maintenant de lancer un film au Canada anglais. C'est d'un ennui total. Il n'y a à peu près pas de distributeurs au Canada

anglais, à part Alliance Films; et même pour cette entreprise, les films canadiens sont une croix à porter.

Qu'a fait le Festival du film de Toronto pour favoriser les films canadiens? Au fond, pas grand-chose. Il les a mis dans une espèce de ghetto. Enfin, comment pouvons-nous permettre à toutes ces chaînes, les Cinéplex Odéon, les Famous Players et les autres de ne rien faire?

Entrez dans n'importe quelle salle de cinéma au Canada, et vous y trouverez une rutilante revue en quadrichromie, où l'on vante les films américains. Il n'y aura pas le moindre mot là-dedans sur le cinéma canadien. Nous devrions tous être consternés par cela, mais il est dans votre pouvoir de changer les choses.

Des voix : Bravo, bravo!

• (1800)

L'hon. Sarmite Bulte: Madame la présidente, j'invoque le Règlement.

La présidente: Nous commençons à peine à comprendre les enjeux.

M. Kevin Tierney: Attendez que Serge Losique arrive ici.

La présidente: Je vais permettre à Mme Bulte de poser une dernière question, car je l'ai interrompue. Et monsieur Angus, vous tenez manifestement à dire quelque chose.

Je devrais peut-être permettre à M. Émond d'épancher aussi ses émotions sur le sujet, s'il le souhaite, et Gary, aimeriez-vous intervenir à votre tour?

M. Gary Schellenberger: Oui, j'ai une brève question à poser.

Dans votre exposé, vous avez parlé de votre fils, qui a obtenu un certain succès. Vous avez précisé qu'il a reçu de l'aide pour tourner son premier film. Lorsqu'un film est un succès, est-ce que cela veut dire que le cinéaste doit retourner à la fin de la file pour attendre de nouveau son tour? Pouvez-vous m'expliquer la situation?

M. Kevin Tierney: Eh bien, je vais développer un peu cela.

Je crois que c'est en septembre ou en octobre dernier, je ne sais plus au juste, mais Téléfilm Canada, notre organisme bureaucratique préféré, a émis un communiqué dans lequel il annonçait les cinq nouveaux longs métrages à faible budget qu'il allait soutenir cette année depuis son bureau de Toronto. Au premier paragraphe du texte, on mentionne le film de mon fils, *Twist*, en précisant qu'il a relevé le niveau de tous ces films à petit budget, et qu'il a été visionné dans le monde entier et dans tous ces festivals. Or, dix jours plus tard, mon fils qui cherchait à financer son second projet, a reçu une lettre de refus du même organisme, au prétexte qu'il n'y avait pas d'intrigue. Il avait pourtant trouvé un distributeur canadien et choisi sa distribution au complet. On était donc revenu à un régime de décisions arbitraires prises par des fonctionnaires, qui peuvent voir juste mais aussi se tromper.

Si je me suis servi de cet exemple, c'est seulement pour étayer ce que j'avance. Si le film d'un cinéaste lui a valu des louanges, pourquoi ne prendrait-on pas le risque d'appuyer son second projet? Ce refus est peut-être l'effet du hasard, mais il me semble qu'avant, on renouvelait plus souvent son aide. Enfin, à présent je sais que ça ne se fait certainement pas.

Ce n'est pas que les membres de Téléfilm soient mauvais, c'est que, entre autres raisons, la demande dépasse de beaucoup les ressources disponibles. Il nous faut plus d'argent. Il faut que nous arrivions à créer une masse critique, et ainsi que je le précisais dans ma lettre, il faut que nous puissions regarder couramment des films canadiens dans les cinémas d'ici, et que la télévision canadienne en fasse la promotion. Il faudrait qu'une émission de la SRC encourage les gens à aller voir tel film. Il faut aussi que des revues gratuites soient aisément disponibles et qu'on encourage le public. Il faut que nous fassions au Canada ce qu'on a réussi au Québec : s'adresser aux gens de la base, les solliciter, les amener au cinéma canadien. Nous ne pouvons nous contenter de tourner 30 films et nous attendre à ce qu'ils connaissent du succès; ça ne réussira pas. Il faut que nous nous engagions dans ce long processus qu'est la construction d'une carrière et d'un marché qui attirera les Canadiens.

À l'heure actuelle, si vous annoncez un film canadien, il est presque sûr que ce sera un échec. Interrogez les jeunes : ils ne veulent pas voir de films canadiens, parce qu'on les dit ennuyeux, ou autre chose encore. Il faut éduquer le public.

Il y a tant de choses. Quand j'étais jeune, je me souviens vaguement que nous n'écoutions pas de musique canadienne, ni ne lisions de livres canadiens. C'était une véritable farce. Eh bien, ça ne l'est plus. Si on a réussi à changer la donne en une génération, alors je crois qu'on peut faire la même chose avec le cinéma—tout au moins avec ce qu'il en reste.

• (1805)

M. Gary Schellenberger: Je vous remercie.

La présidente: Monsieur Angus.

M. Charlie Angus: Merci.

Je voudrais avoir un éclaircissement sur la manière dont les projets sont financés par Téléfilm, car je trouve le processus très surprenant. J'ai déjà été avocat-conseil pour le Conseil des arts de l'Ontario. Nous recevions des demandes de groupes ayant des intérêts manifestement divergents : des troupes de danse, de théâtre, de musique classique, sans oublier les régions—rurales, francophones et Premières nations. Nous nous assoyions ensemble et nous jugions objectivement chaque projet qui nous parvenait. Je pense que notre taux de réussite était extrêmement élevé, parce que nous étions en mesure de déterminer si un budget était gonflé ou pas et si le projet était faisable ou pas. Grâce au talent combiné autour de la table, nous parvenions généralement à un consensus presque absolu, sur tous les points, sur les projets à financer, même si ce n'était pas toujours dans notre champ de compétence.

Je trouve très surprenant d'entendre que ces décisions sont prises par des fonctionnaires et non pas par des acteurs de l'industrie même. Est-ce la façon de financer tous les films au Canada? Ce sont les fonctionnaires et pas un jury de pairs?

[Français]

M. Bernard Émond: Il y a des petits projets, des projets plus pointus, qui peuvent être financés via le Conseil des Arts du Canada et le Conseil des arts et des lettres du Québec. Ces projets, qui sont des projets non commerciaux, peuvent être financés d'une autre façon, sans passer par Téléfilm Canada ni par la SODEC.

Mme Catherine Martin: Avec des budgets extrêmement limités.

M. Bernard Émond: Avec des budgets très restreints, évidemment.

Le principe qu'on défend est celui qui veut que des représentants de l'État — pas nécessairement des fonctionnaires, mais possi-

blement un mélange de fonctionnaires et de pairs — se prononcent sur chaque projet. Pour nous, c'est important. Il est insensé que des projets soient financés avec l'argent de l'État sans que des représentants de l'État n'aient leur mot à dire.

On a parlé de groupes de pairs. Le milieu est tellement petit et tellement incestueux que cela peut poser des problèmes. Il n'y a pas de solution miracle, mais il y a un principe à respecter, soit celui qui veut que des représentants de l'État se prononcent sur l'attribution des fonds de l'État.

[Traduction]

La présidente: Très bien, ce fut agréable.

[Français]

Mme Catherine Martin: Je voulais faire un commentaire sur ce que M. Tierney a dit. En ce qui concerne la télévision, par exemple — je connais un peu le Canada anglophone —, j'ai constaté, surtout à Toronto, que les films canadiens anglophones bénéficient d'une faible promotion.

Au Québec, le problème est que ce sont toujours les mêmes films qui bénéficient d'une promotion. C'est problématique.

Il y a une chose qu'on voit de plus en plus. Je ne veux pas en faire une question personnelle, mais lorsqu'on va voir les télévisions avec des projets de documentaires ou de films d'auteurs, c'est de plus en plus difficile d'obtenir de leur part une aide financière pour la suite. C'est la même chose pour les distributeurs. On s'entend bien, le diffuseur et le distributeur sont des maillons très importants de la chaîne. Le résultat est qu'il y a un type de cinéma qui se trouve marginalisé. À mon avis, ce n'est pas normal qu'on marginalise un type de cinéma qui était à la source de la création cinématographique, aussi bien au Canada qu'au Québec.

Je suis d'accord que la télévision aide à la promotion. Est-ce qu'on peut aussi voir...? J'ai fait un film, il y a quelques années. Je ne l'ai toujours pas vu à la télévision de Radio-Canada. Il est passé quatre fois à CBC, mais jamais à Radio-Canada. Je m'excuse, je ne veux pas parler de mes affaires, mais je trouve cela aberrant. En plus, c'est Radio-Canada qui a investi au départ dans le projet. J'attends toujours. Je me dis qu'on va peut-être finir par se décider et le passer à minuit et demi. C'est vrai qu'il est passé à minuit et demi à CBC, mais il y a quand même des gens qu'ils l'ont vu.

Mon exemple est valable pour beaucoup d'autres films. Je n'aime pas parler de mes affaires personnelles, mais je veux surtout dire qu'il y a de la promotion, mais qu'à un moment donné, quand on voit qu'on fait faire des *making of* à la télévision de Radio-Canada pour de la promotion future, alors que le film n'est même pas fait, je trouve que c'est choquant.

• (1810)

[Traduction]

La présidente: Je pense que par respect envers les témoins qui comparaitront après vous, nous allons terminer là-dessus. Comme je le dis à tous les témoins, je vous invite à nous faire part de tout renseignement supplémentaire, si vous le souhaitez. Si vous voulez ajouter des compléments d'information ou réagir à des commentaires que vous avez entendus, n'hésitez pas à nous en faire part.

À mon avis, il serait utile, à des fins de comparaison, que l'ACPFT nous fournisse, si possible, des renseignements sur les subventions dans d'autres pays : le montant des subventions, comment on les utilise et la procédure suivie.

Je vous remercie.

[Français]

Mme Catherine Martin: Merci beaucoup aux membres du comité.

La présidente: *Thank you.*

Merci à nos invités.

• (1810) _____ (Pause) _____

• (1820)

[Traduction]

La présidente: Je suis heureuse d'accueillir des représentants de l'Observatoire du documentaire, Documentary Network. Merci beaucoup.

Comme vous l'avez constaté, la meilleure partie de ces audiences est la discussion avec les membres du comité. J'espère que cela vous encouragera à être bref dans votre allocution, de sorte que nous puissions avoir un peu plus de temps pour la véritable partie de plaisir.

[Français]

Mme Monique Simard (vice-présidente, Observatoire du documentaire): Bonjour. Merci de nous entendre. Je m'appelle Monique Simard. Je suis productrice aux Productions Virage et je suis aussi vice-présidente de l'Observatoire du documentaire. Je suis accompagnée de Malcolm Guy.

M. Malcolm Guy (membre, Conseil d'administration, Observatoire du documentaire):

Bonjour.

Je suis réalisateur et producteur aux Productions Multi-Monde, une maison de production montréalaise. Je fais aussi du documentaire d'auteur.

Mme Monique Simard: Je vais d'abord vous décrire ce qu'est l'Observatoire du documentaire. Ce nouvel organisme, qui a à peine deux ans d'existence, a la particularité de regrouper les principales associations audiovisuelles professionnelles du Québec et du Canada pour faire la promotion du documentaire, en particulier du documentaire d'auteur. À notre connaissance, il n'existe pas d'autre organisme du même type. Il regroupe l'Alliance des arts médiatiques indépendants; l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, l'APFTQ, dont je suis la représentante; l'Association québécoise des techniciens de l'image et du son, donc tous les syndicats de techniciens du cinéma et de la télévision; l'Association des réalisateurs et des réalisatrices du Québec; le Canadian Film and Television Producers Association, CFTPA; le Conseil du Québec de la guilde canadienne des réalisateurs; l'association DOC, surtout du Canada anglais — Malcolm représente donc DOC à l'Observatoire du documentaire —; la fondation Daniel Langlois pour l'art, la science et la technologie. L'Office national du Film du Canada est aussi membre de l'Observatoire du documentaire, ainsi que Les Rencontres internationales du documentaire de Montréal, qui ont été un peu à l'origine de la fondation de l'Observatoire du documentaire, et la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma.

Comme je vous l'ai dit, cet observatoire a été fondé essentiellement pour faire la promotion du cinéma documentaire. Je n'ai pas besoin de vous dire, puisque vous en êtes déjà à plusieurs journées d'audiences, à quel point le cinéma documentaire fait partie de notre identité culturelle canadienne et québécoise. Il est une fierté nationale. C'est avec lui que notre cinéma est né et il fait partie de notre renommée internationale, pas seulement parce qu'on en produit

depuis si longtemps, mais grâce à la qualité des productions documentaires canadiennes, qualité que l'on doit beaucoup à l'Office national du film, mais aussi maintenant à une foule de producteurs indépendants.

Le cinéma documentaire, c'est beaucoup de choses. C'est, bien sûr, le film — le long métrage —, mais c'est aussi la série documentaire. Évidemment, cette appellation se présente sous plusieurs formes. On va surtout vous entretenir aujourd'hui de ce qui nous préoccupe: le soutien au documentaire d'auteur, le *point of view documentary*, qui exprime ou interprète la réalité, qui est le cinéma du réel.

J'en parle avec beaucoup de passion parce que les documentaristes, qui peuvent être réalisateurs, producteurs ou producteurs de documentaires d'auteurs, appartiennent à des petites maisons de production qu'on appelle *independent producers* ou *independent filmmakers* en anglais. Le fonctionnement de cette communauté est très collégial. C'est une communauté qui partage une vision du cinéma documentaire essentielle à la représentation d'une société, à l'interprétation qu'elle se fait d'elle-même. Elle montre comme le cinéma documentaire est un lien puissant dans la représentation culturelle et même interculturelle.

Il y a des succès récents. On a parlé de *Les invasions barbares* qui a fait notre réputation internationale ces derniers temps. Récemment, *Shaking Hands with the Devil* a été primé au Sundance Film Festival, tout comme l'avait été *The Corporation* l'année précédente. Il ne faut pas oublier non plus le film sur le Tibet de Hugo Latulippe et de François Prévost, *Ce qu'il reste de nous*, coproduit par l'Office national du film. En ce moment, le rayonnement du Canada doit beaucoup aux documentaires d'auteur forts.

Le documentaire représente 12 p. 100 de la production audiovisuelle canadienne, 366 millions de dollars de volume de production, et crée 14 000 emplois directs et indirects. C'est énorme. On assiste à une explosion de la production documentaire. On parle de coproduction internationale et d'exportation; c'est avant tout le documentaire qui s'exporte et qui se vend à l'étranger, ce sont avant tout des documentaires qui se font en coproduction internationale.

• (1825)

Nous pouvons dire qu'à ce point-ci de notre croissance, ça passe ou ça casse. Pour diverses raisons, le cinéma documentaire s'est beaucoup développé depuis une dizaine d'années. Au Québec et au Canada, nous maîtrisons exceptionnellement bien ce métier. Cependant, nous sommes confrontés à des effets du système faisant en sorte que les conditions susceptibles de nous permettre de continuer à produire de bons documentaires sont menacées.

Or, si on n'arrive pas à redresser cette tendance, on risque de commencer à décliner. C'est comme dans toute chose: on monte, on monte et on monte, mais si on ne peut pas s'assurer de continuer à progresser, on commence à décliner. Une telle situation serait dommageable pour ce genre de production et ce qu'elle représente au sein de la culture canadienne et québécoise; évidemment, elle le serait aussi pour tous ceux qui en vivent. Il deviendrait impossible de faire connaître ce que nous sommes, non seulement dans notre propre pays, mais aussi à l'étranger. Projeter l'image de ce que nous sommes, c'est ce que nous permet de faire le documentaire.

Certains vices du système ne sont pas dûs uniquement à un manque d'argent, même si vous vous doutez bien que je vais vous dire que plus d'argent est nécessaire. Il faut réinvestir là où il y a eu des réductions. Ici, je parle évidemment de toutes les institutions qui relèvent de votre compétence et sur lesquelles vous avez l'autorité de faire rapport, que ce soit Téléfilm Canada, l'Office national du film du Canada, cette institution essentielle à la production de documentaires, Radio-Canada, CBC, le Conseil des Arts du Canada ou le Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants. On pourra parler plus tard du Fonds canadien de télévision. C'est une autre question.

Selon nous, il est vraiment très important que des fonds soient réalisés. Non seulement les conditions de production sont-elles plus coûteuses, mais il y a moins de fonds. Depuis cinq ans, nous disposons en moyenne de 20 p. 100 de moins de fonds pour produire nos documentaires, alors que tout a augmenté. Évidemment, cela signifie que dans les faits, la perte est plus importante encore. Il est donc très difficile de continuer à produire des documents de qualité.

On a beaucoup parlé de Téléfilm Canada. On pourrait revenir sur tout ce qui a été dit par nos collègues concernant le long métrage. Il est essentiel que Téléfilm Canada réintègre le documentaire dans ses programmes. Cet organisme ne touche plus au documentaire, sauf en période de développement. Téléfilm n'a plus un mot à dire à l'égard de ce qui est produit dans ce domaine, et c'est un problème. Pire encore, Téléfilm n'a pas de programme destiné aux longs métrages documentaires. Cela nous semble inacceptable. Il faut que Téléfilm ait un programme consacré aux longs métrages documentaires destinés aux salles. *The Corporation* est un des films dont les recettes en salle ont été les plus élevées. On pourra revenir sur l'histoire de ce film qui, bien qu'ayant été refusé par des distributeurs et des réseaux de télévision, a fini par être un succès.

On estime qu'un fonds d'environ cinq millions de dollars serait nécessaire pour l'année 2005-2006, et ce, pour faire contrepoids à un programme créé l'an dernier par la SODEC. Cet organisme reconnaît désormais le financement de longs métrages documentaires destinés non pas seulement à la télévision mais aussi aux salles de cinéma.

Enfin, vous vous doutez bien que nous allons demander, comme nos collègues, le renouvellement du Fonds du long métrage. Je ne veux pas revenir sur cette question qui a déjà fait l'objet d'une assez longue discussion. Comme cinéaste, on se sent interpellé. Au cours de l'année prochaine, des décisions majeures vont devoir être prises en ce qui concerne le Fonds canadien de télévision. Celui-ci doit en principe soutenir la production de documentaires. En effet, son financement couvre les quatre genres suivants: variété, jeunesse, dramatique et documentaire. Nous voudrions que le Fonds canadien de télévision, en vertu de ses règles d'attribution du financement, voit à ce que le documentaire d'auteur trouve sa place sur nos écrans de télévision.

●(1830)

J'ai déjà brièvement parlé de l'Office national du film du Canada. Nous pensons qu'il ne faut pas réduire le financement de l'Office national du film du Canada, parce que lorsque cela s'est produit dans le passé, certaines activités ont dû être abandonnées. L'Office national du film du Canada permet à des cinéastes documentaristes de réaliser des films qu'ils ne pourraient pas faire si on se fait aux règles du marché. C'est pourquoi il est primordial que cette institution unique dans le monde soit préservée. Tout le monde nous envie, tout le monde est jaloux de nous, qui avons une telle institution. Nous souhaitons donc pouvoir la conserver.

Nous souhaitons également que vous reconnaissiez que nous devons avoir une véritable politique canadienne d'aide au cinéma documentaire pour les années 2006 et 2007. Nous espérons aussi que vous comprendrez qu'il faut harmoniser les politiques, parce que parfois les règles des uns contredisent les règles des autres. Je n'exagère pas, je suis productrice. Cela signifie que les règles de l'Office national du film du Canada, de Téléfilm Canada, de Radio-Canada et de CBC ne sont pas harmonisées, et ce serait essentiel pour que nous puissions produire des documentaires.

En terminant, j'aimerais vous rappeler que le Conseil des Arts du Canada et le Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants sont des outils extrêmement importants pour réunir tout le financement nécessaire pour faire certains documentaires qui sont plus difficiles à financer. Pour toutes sortes de raisons, les chaînes de télévision ne vont pas les choisir. Cette forme de financement ne leur est donc pas accessible.

Il faut vraiment solidifier le Conseil des Arts du Canada, car l'aide qu'il apporte aux documentaires plus pointus qui s'inscrivent dans des démarches cinématographiques de documentaristes est précieuse. Il faut conserver ce financement.

D'autre part, la réduction du budget imposée au Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants l'an dernier a fait très mal à plusieurs types de films qui trouvaient là un premier appui.

Malcolm va poursuivre et aborder quatre autres éléments.

●(1835)

M. Malcolm Guy: Une fois que le film est produit, il faudrait qu'on le voie.

Il y a une spécificité en ce qui concerne les documentaires. Comme vous le savez, la plupart des documentaires sont financés avec l'aide de la télévision. C'est la façon dont les documentaires sont faits. Sans la télévision, il n'y aurait pas beaucoup de documentaires actuellement. Nous sommes préoccupés par le fait que, surtout à Radio-Canada et à CBC, le documentaire ne semble pas avoir la place qui lui est due. Récemment, nous avons vu une mini-crise autour du fait que la série d'émissions *Zone libre* avait été retirée de l'horaire de Radio-Canada. Cela a créé un émoi dans le monde du documentaire, parce que c'est un signe qu'il n'y a pas vraiment de place pour le documentaire à la télévision. Il y a également eu des changements à CBC récemment. Cela nous inquiète beaucoup.

Pour que les gens nous soient fidèles, il faut qu'ils sachent qu'ils vont régulièrement trouver des documentaires sur leur écran. Il faut donner au documentaire la place qui lui est due. Dans les récents rapports, tout le monde a dit que le documentaire était une entité importante et qu'il devait avoir sa place à CBC et à Radio-Canada. Naturellement — et mon expérience personnelle me le confirme —, chez les télédiffuseurs privés, sauf exception, le documentaire n'a pas de place sur nos écrans, à CTV ou ailleurs. C'est vraiment exceptionnel de voir un documentaire. Nous trouvons cela injuste, étant donné l'importance et même la place que le documentaire est en train de prendre. Les gens sont prêts à aller voir des films documentaires. Ils en demandent, mais il n'y a pas de place à la télévision publique, bien sûr, ni même dans le secteur privé pour voir ces films, sauf pour de bonnes exceptions, naturellement.

En ce qui concerne la distribution, nous sommes vraiment au coeur d'une crise de la distribution des documentaires. Tout à l'heure, des gens ont mentionné la chute l'an dernier d'un distributeur important ici, Cinéma Libre. Personnellement, j'avais là 12 films, que j'ai été obligé d'aller chercher en catastrophe à la dernière minute. Je me suis trouvé là avec des dizaines d'autres cinéastes. En effet, Cinéma Libre avait dans ses voûtes plus de 1 000 films. Il s'agissait de 25 ans d'histoire du Québec dans des films documentaires et des films indépendants, de longs métrages, de courts métrages, etc. En ce moment, cela représente un problème, parce que ce n'est pas le seul distributeur qui ait disparu au cours des dernières années.

Pour cette raison, quand nous cherchons un distributeur pour nos films documentaires, nous nous retrouvons maintenant presque devant un vide. Il y a une distribution au niveau international. Il y a des gens qui s'occupent de cela. Mais au Canada, la distribution du documentaire est à revoir totalement. Il n'y en a presque pas. Ici, au Québec, nous sommes en train d'essayer de mettre sur pied autre chose pour remplacer Cinéma Libre. Tout le monde est un peu en train d'essayer de trouver des solutions face à cette situation. Je dirais que c'est assez sérieux.

Nous vous demandons quand même de nous soutenir pour que Téléfilm Canada, le Conseil des Arts du Canada, etc., élaborent une politique d'aide à la distribution socioculturelle. Il faut voir que la distribution du documentaire qui touche des sujets sociaux, culturels, etc., est différente de la distribution d'autres films, comme les films de fiction ou les longs métrages. C'est une tâche spécifique qui demande énormément de travail et une connaissance particulière du milieu.

Nous aimerions également souligner le fait qu'en Europe, il existe actuellement beaucoup d'initiatives pour créer des réseaux de salles numériques. Pour nous qui produisons des documentaires surtout en format numérique, souvent avec de petites caméras numériques, les mini-DV, etc., cela va être beaucoup plus facile s'il y a des salles numériques où nous pouvons diffuser nos oeuvres sans avoir à les gonfler en 35 millimètres, ce qui coûte extrêmement cher. Il existe maintenant des initiatives assez importantes en Irlande, en Angleterre et ailleurs, où presque toutes les salles vont être équipées en numérique très bientôt. C'est quelque chose qu'il faut avoir, parce que cela ouvre la porte à la diffusion des documentaires.

● (1840)

Au niveau de la promotion, il y a un problème aussi. Ce n'est pas surprenant que le film *The Corporation* ait eu un certain succès, puisqu'ils ont mis environ — je me trompe peut-être — un million de dollars dans la promotion de ce film, ce qui est assez important. Ils sont allés chercher de l'argent partout et ils ont utilisé toutes sortes de

moyens. Ce n'est pas surprenant qu'il ait obtenu une bonne place, mais tous les documentaires n'ont pas cette chance.

Je dirais qu'il faut une année pour faire la promotion d'un documentaire. Et pourquoi ne pas impliquer toutes les ambassades et tous les consulats, qui ont à leur disposition une sélection de films et de documentaires canadiens?

L'année dernière, on a fait une étude, suivie d'un forum, pour faire le point sur la situation en matière de formation des cinéastes. On estime qu'il est nécessaire que Téléfilm Canada crée un programme national de mentorat, une sorte de programme pour que les jeunes cinéastes de documentaires puissent être mis en contact avec quelqu'un ayant plus d'expérience. Cela concerne le documentaire en particulier.

Pour devenir producteur de documentaires, il ne suffit pas de savoir faire un film. Il faut aussi connaître toute la situation socioculturelle dans laquelle on vit. C'est un énorme travail. Il faut au moins cinq, six ou sept ans pour former un bon producteur de documentaires. On veut que Téléfilm Canada et les autres organisations mettent de l'argent dans ce domaine, parce qu'on pense que ça donnera des résultats pour la prochaine génération.

[Traduction]

La présidente: Monsieur Schellenberger, c'est à vous que revient le premier tour. Je vais devoir le limiter à cinq minutes chacun, si vous n'y voyez pas d'objections, car nous commençons à manquer de temps.

[Français]

Mme Monique Simard: Nous avons l'habitude.

M. Malcolm Guy: Oui, c'est cela. Et tout le monde est parti.

Des voix: Ah, ah!

[Traduction]

M. Gary Schellenberger: Merci beaucoup de votre exposé.

Nous avons parcouru le pays et tenu diverses audiences, et les documentaires étaient présents à toutes les réunions. Une des choses que j'ai entendues est que le financement des documentaires devrait être restauré. Qu'est-ce qui a été supprimé au juste? Pourriez-vous éclairer ma lanterne?

Pourquoi n'y a-t-il pas de distributeurs au Canada à l'heure actuelle pour les documentaires? Peut-être est-ce une chose sur laquelle on devrait se pencher. Nous avons entendu qu'en raison de la numérisation des médias... quelqu'un avait donné la Hollande comme exemple de pays où le cinéma électronique fonctionne très bien, où l'on vend des documentaires essentiellement à des petits cinémas et où c'est devenu très populaire.

Je vais vous avouer que sans l'Office national du film et les documentaires, je n'aurais probablement jamais appris l'histoire ou la géographie canadienne. Quand j'étais encore à l'école, l'histoire et la géographie canadiennes ne faisaient pas partie de notre programme scolaire. Je me rappelle encore de ces vieux rubans de film. Le professeur apportait deux ou trois grands rubans de film, et nous nous assoyions tous pour regarder. C'étaient des documentaires, et j'aimais beaucoup.

Existe-t-il des crédits d'impôt pour les documentaires?

Voilà quelques-unes des questions que j'avais à poser, brièvement oblige.

•(1845)

[Français]

Mme Monique Simard: La première chose à faire au sujet du financement est d'expliquer comment fonctionne le financement des documentaires. La télévision est à l'origine de la très grande majorité des documentaires. En fiction, c'est un distributeur, alors qu'en documentaire, il faut une télévision pour avoir accès au développement et, ultérieurement, à la production. Au fond, la télévision devient celle qui permet de faire un documentaire.

Il y a eu un changement de système. Dans la période du développement, Téléfilm Canada a encore un pouvoir discrétionnaire d'allouer ou non de l'argent pour le développement d'un projet. C'est à sa lecture qu'on décide si un projet mérite qu'on y consacre des fonds.

Par la suite, à l'étape de la production, depuis maintenant un an — c'est la deuxième année —, un nouveau système a été implanté qui fait que l'ensemble de l'enveloppe du Fonds canadien de télévision, à la fois le PDD et le PPC, est géré par les télévisions elles-mêmes. Cela fait en sorte qu'il n'y a plus d'analyse de projets par Téléfilm Canada pour un documentaire prenant production. C'est à la discrétion de la télévision, qui a une enveloppe, de décider de prendre dans son enveloppe pour donner à tel ou tel autre projet.

C'est un système que l'on expérimente depuis un an et qui pose des problèmes, tout comme les systèmes antérieurs. Après un an, on est en train de vérifier ce qui fonctionne bien et ce qui ne fonctionne pas bien dans le système des enveloppes réservées aux télévisions pour la production de documentaires, de dramatiques.

Les règles sont un peu différentes de celles du Canada anglais, car il y a un peu d'asymétrie dans le système du Fonds canadien de télévision entre la production francophone et la production anglophone. Avec ce système, on craint que l'enveloppe allouée, soit l'argent effectivement accordé aux documentaires d'auteur, soit inférieure à ce qui était alloué avant ce système. C'est le premier problème.

L'autre problème vraiment réel est qu'il n'y a pas de fonds pour des longs métrages documentaires à Téléfilm Canada. L'interprétation que fait Téléfilm Canada du Fonds du long métrage exclut le documentaire; c'est seulement pour des dramatiques, de la fiction. Nous contestons cette interprétation. Nous disons que ce n'est pas dans la loi qui régit Téléfilm Canada, mais dans l'interprétation.

En même temps, on sait qu'il n'y a déjà pas assez d'argent pour le long métrage de fiction ni pour le long métrage indépendant à petit budget. On veut donc une enveloppe proprement dite pour le long métrage documentaire destiné à des salles de cinéma. J'en ai donné des exemples. Il y a eu des succès, et pas seulement ici. Ailleurs dans le monde, on constate qu'il y a un regain d'intérêt pour le documentaire. Le public est là. Vous avez parlé de la Hollande; vous avez raison. Il y a une façon de faire la distribution et une façon beaucoup moins coûteuse d'équiper les salles de cinéma qu'avant, lorsque c'était en film, et qui pourrait permettre la diffusion en salles.

C'est là notre principal problème en ce qui concerne Téléfilm Canada. On arrive avec un projet de long métrage documentaire, et il n'y a pas de fonds, il n'y a pas de programme, il n'y a pas de place pour nous. C'est inacceptable.

Au Québec, la SODEC s'est rendu compte du problème il y a un an. Elle s'est rendu compte qu'il y a des documentaires qui ne sont pas nécessairement faits pour la télévision, mais qui pourraient être en cinéma. Donc, si un distributeur prend un documentaire, cela peut

être suffisant pour déclencher du financement. Il y a un fonds, donc, il y a un distributeur.

Nous demandons donc la parité entre les deux systèmes, parce qu'à elle seule, souvent la SODEC ne peut pas accorder suffisamment de financement. Comme pour le reste, il nous faut Téléfilm Canada et SODEC pour arriver à avoir un budget raisonnable.

•(1850)

[Traduction]

La présidente: Merci.

Allez-y, monsieur Angus, c'est à vous.

M. Charlie Angus: Merci.

J'ai la même passion dévorante que vous pour les documentaires. Je pense qu'ils jouent un rôle fondamentalement distinct. Jusqu'à présent, nous avons parlé de culture, mais je crois que le lien que vous avez apporté à la discussion de démocratie et de tolérance ouvre les choses pour moi. Les documentaires canadiens ont joué un rôle social qui, selon moi, n'a pas été reproduit ailleurs. Nos documentaires sont extraordinaires. En fait, hier soir, dans le bus qui m'amenait à Montréal, j'ai regardé un documentaire absolument extraordinaire sur l'assassinat d'une activiste sri lankaise des droits de la personne et...

Mme Monique Simard: *No More Tears Sister.*

M. Charlie Angus: Oui. Ce documentaire analysait la situation au Sri Lanka, d'une façon qui, pour moi, a projeté de la lumière dans des zones qui étaient restées jusque-là dans l'obscurité.

Je vais poser trois questions, un peu confuses parce que je n'arrête pas de penser et de repenser.

La première touche les obligations de la télévision. Je sais qu'au Canada anglais nous avons l'émission *The Passionate Eye* sur CBC, qui passe aussi sur Radio-Canada. Pouvons-nous demander que les diffuseurs privés commencent à passer des documentaires? Les gens les regarderont parce que ce sont des documentaires d'une qualité exceptionnelle. Mais devrait-ce être une forte recommandation, sur laquelle nous allons insister?

Deuxièmement, vous parlez des compressions de 20 p. 100 qu'on a vu s'appliquer au budget de documentaires. Il me semble que c'est une question financière. Je n'essaie pas par là de la diminuer. J'ai été interviewé cette semaine par trois jeunes cinéastes qui avaient une caméra numérique et qui voyageaient dans tout le Canada pour faire un documentaire sur la musique rock dans les petites collectivités isolées du Nord, et ma collectivité en est une justement. C'était extraordinaire. Je lui avais fait rencontrer cet homme, j'étais émerveillé parce que cela ressemblait réellement à une guérilla cinématographique et il m'a semblé qu'il pouvait faire tout cela d'une façon peu coûteuse. Ma deuxième question sera alors : Est-ce que les coûts d'une caméra numérique permettent d'équilibrer cette perte au niveau financier?

Troisièmement, je voudrais éclaircir le point concernant les suppléments de qualité pour le format DVD et ce que cela signifie. Pour revenir à ce que je disais au début sur les documentaires—et je dis cela chaque fois que je sors—mes filles sont passionnément intéressées par le monde, mais je n'achète pas de DVD pour les montrer à la maison parce qu'ils n'ont pas de sous-titres pour malentendants et ma fille aînée est sourde. Je n'ai jamais vu un film canadien ou un documentaire canadien comportant des sous-titres pour malentendants, alors que les Américains en ont.

S'il faut commercialiser nos produits, comment nous assurons-nous d'avoir la même qualité de DVD que les produits américains, sur lesquels vous trouvez la sélection des scènes, des choix de sous-titres codés pour malentendants dans trois ou quatre langues, et même dans une seule langue? Est-ce que cette question de supplément de qualité a rapport avec le fait de s'assurer que nous avons ces caractéristiques disponibles pour la vente? Je ne suis pas sûr de ce que vous vouliez dire par cela.

Ce sont mes trois questions.

[Français]

M. Malcolm Guy: Je vais commencer.

[Traduction]

Je vais commencer par la question sur la télévision. Je vais parler un peu anglais, parce que je suis né en Angleterre, après tout.

Pouvons-nous donner un mandat au secteur privé? Eh bien, absolument. Ils utilisent les ondes publiques, ils sont assujettis à la réglementation du CRTC, etc. Donc, dans ce sens, on peut absolument les encourager. Ils doivent renouveler leur licence régulièrement et, manifestement, ils disent qu'ils font quelque chose pour les documentaires parce qu'ils doivent le faire et parce qu'on leur a demandé d'en passer un certain nombre, mais je crois qu'il faut considérer la question de plus près. Je crois qu'en quelque sorte ils passent un peu à travers les mailles du filet. Ils disent en fait qu'ils passent le nombre d'heures requis, mais en fait du nombre d'heures qu'ils financent réellement plutôt que des produits déjà finis qu'ils achètent, que ce soit des produits de l'ONF—il existe des centaines de films documentaires dans les bibliothèques de l'ONF—ou ailleurs... ce qui est nécessaire, selon moi, c'est qu'ils participent à la production, comme le secteur privé.

De toute évidence, nous ne leur demandons pas de faire nécessairement autant que le secteur public. C'est dans le secteur public que les documentaires devraient être produits parce que, comme nous le savons, les documentaires sont souvent critiques. Ils se penchent souvent sur les éléments socio-culturels dans lesquels nous vivons. Il y a les pressions exercées par les finances, les publicitaires et toutes sortes d'autres choses, mais il faut un lieu pour les documentaires, et des documentaires d'opinion.

Alors je crois que lorsque nous considérons les licences et le CRTC, il y a moyen d'augmenter le nombre de films. L'essentiel, selon moi, est également de s'assurer que le secteur public ne subit pas de compressions et c'est là où le bât blesse à l'heure actuelle. Quand nous parlons de compressions de 20 p. 100 dans les budgets, c'est là qu'on la retrouve.

Pour ce qui est de prendre une petite caméra, nous le faisons constamment. C'est la façon dont nous commençons nos films la plupart du temps, nous prenons une petite caméra. Il se passe quelque chose—en ce moment, par exemple, je fais un film sur la communauté algérienne de Montréal. Il y a quelques années, une famille s'est cachée dans une église pour éviter d'être déportée, alors nous avons commencé à suivre cette histoire. Nous y sommes allés avec notre caméra—nous n'avions aucun budget à ce moment-là—et nous avons commencé à filmer.

Cela nous a permis de faire cela, mais en même temps, la plus grande partie de l'argent qui est investi dans un film documentaire à la fin... Un jeune cinéaste peut faire un film pour 19,99 \$—vous savez, c'est le prix d'une cassette—et parfois c'est tout ce que cela prend. Mais ce dont nous parlons c'est d'une industrie viable dans laquelle nous pouvons nous assurer que les gens peuvent survivre et continuer de produire un deuxième, troisième ou quatrième film. De

par mon expérience, je sais qu'au troisième film, vos amis ne sont plus là, il faut qu'ils gagnent de l'argent ailleurs. Vous allez faire ce premier et ce second film—personne n'est contre—et la caméra numérique a rendu cela possible, mais ce n'est pas ce qui permet à une industrie de survivre.

Ce qui s'est passé il y a quelques années, comme vous le savez, c'est qu'il y a eu une explosion. Nous sommes passés de quelques chaînes à un univers de 175 chaînes de télévision. Mais pour l'essentiel, les fonds sont restés les mêmes et en fait ils ont commencé à diminuer de bien des façons. Donc, il nous a fallu en quelque sorte répartir le même montant d'argent parmi toutes ces chaînes et les producteurs qui cherchaient à produire des films pour elles.

Donc je pense que cette compression de 20 p. 100 dans les budgets est tout à fait réelle et elle s'est produite par le fait d'un changement fondamental dans le paysage de la production télévisuelle.

Mais on nous demande également de faire plus avec moins. On demande à tout le monde de le faire et nous pouvons faire un petit peu plus avec moins, mais nous ne pouvons pas demander aux gens de ne pas gagner de salaire ou de toujours refinancer leur hypothèque ou encore de demander des prêts à leurs oncles. Il faut que le niveau de soutien financier soit acceptable. Si nous voulons toujours à des sujets internationaux, en particulier, ou à des sujets qui prennent un certain temps, parfois plusieurs années, à terminer... je viens de finir un film qui m'a pris cinq années à tourner, sur des gens de mer qui travaillent sur les navires de charge, intitulé *Turbulent Waters*. Vous ne pouvez pas faire cela avec un tout petit budget. C'est impossible. Il nous a fallu voyager au tour du monde, etc. Monique fait le même genre de choses.

Alors pour les deux questions...

• (1855)

[Français]

La présidente: Je vais donner la parole à Mme Bulte afin qu'elle ait l'occasion de poser une question. Peut-être pourrez-vous répondre ensuite à la fois aux questions de M. Angus et à celle de Mme Bulte.

Mme Monique Simard: Il me pose une question sur les budgets; c'est très important. Actuellement, au niveau de la production de la fiction, les budgets canadiens sont beaucoup moins élevés que les budgets américains ou européens. Cependant, pour les documentaires, nous sommes à peu près encore au même niveau qu'eux, c'est-à-dire que nos moyens et nos ressources de production sont encore l'équivalent de ceux de l'Europe. Aux États-Unis, ils ont d'autres genres de problèmes pour produire des documentaires.

Si on n'arrive pas à consolider nos ressources budgétaires et à les augmenter raisonnablement, on va perdre pied, on va perdre la place concurrentielle que l'on détient sur le plan international dans le domaine du documentaire. Pour une fois qu'on est bons sur le plan international... On a déjà été meilleurs; déjà, on se fait un peu dépasser. Il y a 10 ou 15 ans, davantage de documentaires canadiens étaient choisis dans les festivals. Déjà, d'autres nous ont rattrapés, en particulier en Europe. Il ne faudrait pas perdre notre place. Il est extrêmement important de comprendre que lorsqu'on a quelque chose de solide, où on a une compétence et une renommée, il faut s'assurer de pouvoir continuer. En ce sens, la réduction du budget est inquiétante.

• (1900)

[Traduction]

La présidente: Sarmite, est-ce que vous avez une question?

L'hon. Sarmite Bulte: Oui, une question rapidement.

Tout d'abord merci de votre exposé et également de vos recommandations. Je pense qu'elles sont excellentes.

L'une de vos recommandations concernait un groupe consultatif sur les politiques des documentaires. Je me demandais si vous pouviez nous expliquer ce dont il s'agit.

Je suis heureuse de voir votre promotion du Fonds canadien du film et de la vidéo indépendants. Je pense qu'il fait un travail excellent à propos des productions d'ici. C'est un petit bijou dont personne ne sait rien.

Vos recommandations sont vraiment les bienvenues, ça fait longtemps que nous attendions.

Venant de Toronto, je dirais que le Festival Hot Docs bat son plein en ce moment à Toronto.

[Français]

Mme Monique Simard: L'an dernier, en avril, un premier Sommet du documentaire a été tenu à Toronto à l'initiative de l'Office national du film et de Téléfilm Canada. Divers organismes qui font la promotion du documentaire y ont participé. Dans la foulée de cet événement, un groupe de travail a été mis sur pied. Il a comme mandat d'examiner l'ensemble de la situation du documentaire au Canada. Je représente l'Observatoire du documentaire et l'APFTQ à ce comité.

Le deuxième Sommet du documentaire poursuivra son travail à compter de lundi à Toronto pendant le festival Hot Docs. Nous serons tous sur place de toute façon. Nous souhaitons qu'à titre de Comité du patrimoine, vous receviez les recommandations que formulera ce groupe. En vue du rapport que vous devrez faire éventuellement, vous pourriez vous inspirer de celles-ci, entre autres en ce qui concerne l'harmonisation des politiques. Dans le cadre de cette première initiative, tout sera examiné. On n'abordera pas uniquement ce qui a trait à l'industrie, à savoir le nombre et le coût des documentaires, qui les réalise et qui y travaille. À partir d'un échantillon, on effectuera une étude pointue de l'impact social que peuvent avoir les documentaires. Certains d'entre eux traitent des problèmes de toxicomanie, d'éducation, des problèmes de l'immigration et de l'intégration. On mesurera l'impact d'un éventail de documentaires sur diverses communautés de même que sur les milieux scolaires.

Vous avez fait allusion, monsieur, au fait que vous aviez vu des documentaires lorsque vous étiez à l'école. Or, comment le documentaire peut-il s'avérer un puissant instrument d'éducation? Comment peut-il faire partie des cursus et, par conséquent, sensibiliser de jeunes publics au cinéma et aux documentaires? C'est ce dont traitera ce groupe, à savoir l'Office national du film, Téléfilm Canada, l'APFTQ, CFPTA, DOCS, l'Observatoire du documentaire, et j'en passe.

L'hon. Sarmite Bulte: Nous allons passer à une dernière question.

[Traduction]

M. Schellenberger vous a demandé, madame Simard, quand Téléfilm a-t-il arrêté son financement. Quand est-ce que cela s'est produit? Est-ce que tout cela a eu lieu, en ce qui concerne les documentaires, lorsque le Canadien...

Mme Monique Simard: Comme je l'expliquais, des changements ont été apportés au système du Fonds canadien de télévision. Depuis toujours, la moitié de l'argent était donné par Téléfilm, après analyse,

etc., mais maintenant tout cela est terminé. Cette partie de l'argent est donné aux réseaux à l'heure actuelle. Ce sont eux qui gèrent cela.

Ainsi, les seuls fonds dont dispose Téléfilm pour les documentaires sont des fonds pour l'étape du développement. Il n'y a absolument aucun fonds et aucun programme pour des documentaires longs métrages à distribuer dans les salles de cinéma.

L'hon. Sarmite Bulte: Est-ce qu'il y en a déjà eus?

Mme Monique Simard: Non. Eh bien, oui, je pense qu'à un moment donné il y avait quelque chose, mais plus maintenant.

L'hon. Sarmite Bulte: Mais ces fonds ne faisaient pas partie du Fonds de financement de longs métrages canadiens.

Mme Monique Simard: Non, ils en étaient exclus.

L'hon. Sarmite Bulte: Merci.

[Français]

La présidente: Merci beaucoup.

[Traduction]

Je tiens à vous remercier de tout coeur et à réitérer les remerciements de Mme Bulte pour vos recommandations très précises et très utiles. Ce ne sont pas tous les mémoires qui sont aussi précis, mais c'est certainement ce qui nous intéresse.

Mme Monique Simard: Est-ce que je peux ajouter quelque chose? Le Festival Hot Docs est à l'heure actuelle l'un des festivals de films documentaires les plus renommés au monde.

[Français]

Cela prouve qu'il faut continuer à nous encourager.

• (1905)

[Traduction]

La présidente: Mme Bulte a fait l'éloge du Festival Hot Docs à tous ceux d'entre nous qui ne le connaissaient pas. Merci.

Je vais passer maintenant à nos témoins suivants, l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films. Nous avons déjà entendu cette association à Ottawa, mais ils voulaient quelques instants pour nous répondre à certains des points qu'ils ont lus à propos de nos audiences à Toronto.

Peut-être, dans vos cinq minutes, vous pourriez nous dire à quel point le commerce international vous aide à exporter des films.

M. Ted East (président, Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films): Bonjour, je suis Ted East, président de l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films. Nous nous sommes rencontrés il y a quelques semaines à Toronto, et à ce moment-là, j'ai dit que notre exposé se concentrerait véritablement sur le Canada anglais. Nous avons demandé à comparaître une deuxième fois parce que nous pensons qu'il est important de parler séparément du Québec. Nous avons eu un succès extraordinaire au Québec. J'ai pensé amener avec moi deux des distributeurs les plus importants ici : Patrick Roy, premier vice-président de Alliance Atlantis Vivafilm, et vice-président de notre association, ainsi que Christian Larouche, président de Christal Films.

Je vais laisser Patrick vous dire quelques mots, puis je répondrai aux questions sur tous les sujets.

[Français]

La présidente: Puis-je suggérer que vos commentaires soient très courts, afin d'avoir assez de temps pour poser des questions?

M. Patrick Roy (vice-président, Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films): Madame la présidente et membres du Comité permanent du patrimoine canadien, je vous remercie de nous offrir l'occasion d'échanger avec vous au sujet d'une industrie qui nous passionne.

Comme le disait Ted, la situation au Québec est très différente de celle du reste du Canada. Par conséquent, il est important pour nous de pouvoir nous exprimer sur cette question. Nous croyons aussi qu'il est important pour les distributeurs de pouvoir s'exprimer sur toutes les tribunes possibles puisqu'il s'agit d'un métier qui est, parfois, bien incompris. Je suis convaincu qu'au cours de votre tournée dans les différentes villes du Canada, vous avez beaucoup appris sur ce que nous faisons. Nous voulions quand même vous rencontrer ce soir pour en discuter davantage.

Au Québec, la part de marché du cinéma québécois est de 20 p. 100. On pourrait facilement penser que tout va bien. Il y a, en effet, plusieurs aspects positifs à la situation actuelle au Québec. Vingt pour cent de part de marché, c'est exceptionnel. Il est intéressant et important de réaliser que cela dure depuis déjà quelques années. Cela a commencé en 2003. Cela a été vrai en 2004 et ce sera vrai aussi en 2005. Il ne s'agit donc pas d'un phénomène passager.

Si on se penche sur la question du succès des films — qu'il s'agisse d'un succès auprès de la critique ou d'un succès commercial — qui ont été produits au Québec au cours des dernières années, on remarque que le ratio succès-échec est exceptionnel ici, si on compare la situation québécoise à celle de différents pays du monde. De plus, nos artisans font des miracles avec des budgets qui sont, somme toute, modestes. L'impact économique de notre industrie est grandissant. Les budgets de films sont de plus en plus élevés. Les budgets des campagnes de lancement sont de plus en plus élevés. On a trouvé des façons de développer des secteurs connexes. Par exemple, la musique prend une part de plus en plus importante dans nos films, ce qui mène à des ventes de disques importantes. Par conséquent, ce sont des milieux connexes qui se développent actuellement grâce au cinéma.

Si on cherche des raisons pour expliquer ces succès, on doit parler, évidemment, de la qualité des films. On doit aussi parler de la diversité des films puisque, selon nous, le mélange de produits qu'on offre à la population est un élément important. Depuis quelques années, il y a eu des superproductions et des films d'auteur importants qui ont connu de beaux succès. À notre avis, ce sont comme des vases communicants. Les superproductions servent à promouvoir le cinéma d'auteur, et vice versa, ce qui a un effet bénéfique sur toute l'industrie.

La création du Fonds du long métrage du Canada il y a quelques années a aussi permis la production de films à gros budgets. Cela a permis, je crois, de faire des films qu'il était impossible de faire dans le passé, des films comme *Séraphin: Un homme et son péché*, donc des films d'époque, qu'il est impossible de produire avec des budgets de 3 ou 4 millions de dollars. Cela a donc eu un impact important auprès de la population.

Un autre facteur de succès est la très grande cohésion qui existe entre les différents joueurs de l'industrie au Québec. Ce modèle s'est particulièrement développé depuis plusieurs années. Les producteurs, les distributeurs, les scénaristes, les réalisateurs et les acteurs travaillent très bien ensemble. Je crois que c'est une des raisons importantes de nos succès: cela nous a permis d'entreprendre plus rapidement les campagnes de promotion. La collaboration avec les acteurs nous permet de faire des tournées en province. Nous parcourons tout le Québec avec nos films et allons les présenter à la

population dans les différentes régions. Également, cela a parfois mené à des renversements de rôles, puisque très souvent maintenant certains projets de films sont initiés par les distributeurs. Ils le sont en collaboration avec des producteurs, mais par nous. Ainsi, la cohésion a amené plein de bonnes choses pour notre industrie.

Malgré tout, des dangers nous guettent. Cette industrie demeure fragile. Il faut comprendre qu'il sera impossible de produire des longs métrages sans fonds publics. Malgré tous les succès remportés, tout cela reste très fragile. La compagnie pour laquelle je travaille a entrepris de rassembler les sommes nécessaires au financement d'un film qui s'appelle *Maurice Richard*, qui porte sur la vie du célèbre joueur de hockey et qui a un budget de 8,2 millions de dollars. On s'est rendu compte du fait que les possibilités de financer un tel film ici, au Québec, avec les moyens du milieu, sont limitées. Il ne serait donc pas possible de fonctionner sans fonds publics. De plus, actuellement, au Québec, tout le monde veut faire du cinéma.

• (1910)

La qualité des projets augmente, mais pas les ressources. Cette semaine, 42 projets en français ont été soumis à Téléfilm Canada, et 14 en anglais. Sur les 42 projets en français, trois ou quatre seront probablement acceptés. C'est du jamais vu, et ce sera la même chose à la SODEC la semaine prochaine.

Cela met une pression terrible sur les institutions, que ce soit Téléfilm Canada ou la SODEC, qui ont appris à travailler, qui ont accepté de travailler en partenariat avec les membres de l'industrie. C'est ce qui prévaut au Québec, avec une belle alchimie. Vous pouvez imaginer la pression qu'il y aura sur les gens qui prennent les décisions si 38 projets sont refusés sur 42. Dans certains cas, ce sont des décisions qui mettront en péril certaines entreprises de production. C'est donc une situation très difficile.

Il y a une autre réalité. L'augmentation des budgets a pu avoir certains effets bénéfiques, mais la conséquence est que moins de films sont produits, ce qui provoque une pression encore plus importante sur tous les acteurs de l'industrie. Si moins de films sont distribués, les risques sont forcément plus grands parce qu'on a moins de chances, en bout de ligne, d'équilibrer les opérations.

Un autre problème est la baisse constante, depuis plusieurs années, de l'aide à la distribution. C'est une aide qui est aujourd'hui presque nulle, puisqu'elle est maintenant remboursable pratiquement en totalité. C'est malheureusement ce qui a causé la fermeture de plusieurs petites compagnies de distribution, comme Film tonic et Cinéma Libre. Cela a donc eu un impact négatif sur le secteur de la distribution au Québec et au Canada. Je pense que cette situation est inexcusable et inexplicable, si on considère l'importance du rôle joué par les distributeurs dans les succès de ces dernières années au Québec.

En conclusion, il est évident que l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films souhaite et demande le renouvellement du Fonds du long métrage du Canada. On aimerait que cela se fasse avec plus d'argent — vous ne serez pas surpris — et aussi avec une attention particulière pour le secteur de la distribution.

Comme je le disais tout à l'heure, nous sommes convaincus du rôle important que la distribution a joué dans les succès récents du cinéma au Québec. Nous croyons que ce rôle doit être reconnu de façon appréciable.

La présidente: Monsieur Larouche. Non.

[Traduction]

Monsieur Angus, cette fois-ci c'est à vous de commencer.

M. Christian Larouche (président, Christal Film, Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films): Nous sommes prêts à vous écouter.

M. Charlie Angus: Merci beaucoup, je vais poser des questions brèves.

La présidente: Je crois que je vais devoir vous demander de vous en tenir à trois minutes chacun. J'en suis désolée.

M. Charlie Angus: Non, c'est très bien.

Je vais juste poser deux questions. Je vais les poser toute de suite, puis vous pourrez y répondre.

L'une porte sur le développement et le succès du modèle québécois. Nous avons entendu beaucoup parler du rôle de la promotion à la télévision, pour faire en sorte que les gens aillent au cinéma, pour attiser leur intérêt. Vous parlez de mettre en route votre promotion très tôt. Est-ce que cela était une relation difficile à établir, afin que les émissions de variétés à la télé s'y intéressent, etc., de construire un système de vedettes, afin d'attirer l'intérêt pour le cinéma? Cela est ma première question.

• (1915)

M. Christian Larouche: Où, au Canada anglais, ou...?

M. Charlie Angus: Au Québec. Je me concentre sur le Québec maintenant.

Deuxième question, avec la perte de certains de ces petits distributeurs au Québec, est-ce le signal que, malgré le fait que ce modèle soit peut-être bon, des jours plus difficiles s'en viennent?

Ce sont mes deux questions.

[Français]

M. Patrick Roy: À la première question, je répondrai que la participation des médias à la promotion de nos films s'est faite de façon naturelle.

Il y a un star système important au Québec. Il est important pour les partenaires du monde des médias — les stations de télévision, les journaux, etc. — d'avoir des vedettes à l'écran. On n'a jamais forcé quoi que ce soit.

On a beaucoup développé cela dans les journaux. Cela a eu un effet. On parlait du cinéma dans les journaux, on faisait des critiques de films, mais on avait moins d'entrevues. Cela a l'effet suivant: plus de gens en parlent parce que plus de gens les regardent, et plus de gens les regardent parce que plus de gens en parlent. Cela a donc eu un effet d'entraînement sur les médias qui a été très bénéfique pour notre industrie au Québec.

Au Québec — je sais que c'est très rare au Canada anglais —, l'annonce de projets de film fait régulièrement la page couverture des journaux. On peut faire la une des journaux importants du Québec avec des nouvelles de ce genre, ce qui est, je pense, à peu près impossible dans le reste du Canada, pour le moment.

M. Christian Larouche: Je pense aussi que nous nous sommes aperçus, en tant que distributeurs, que nous pouvions dépenser de l'argent dans les différents médias et avoir des budgets de lancement. Avant, nous étions très frileux dans nos lancements parce que nous avions peur que le public ne vienne pas.

Depuis environ sept ou huit ans, nous nous sommes aperçus qu'en faisant une campagne, nous pouvions rejoindre le public et que celui-ci allait venir. Cela a commencé tranquillement avec le succès de *Les Boys*. À partir de ce moment-là, une brèche s'est ouverte, et pas seulement pour les films commerciaux. Un film comme *La vie avec mon père* n'aurait pas eu 700 000 ou 800 000 entrées au box

office il y a cinq ans. Il en aurait eu 50 000. Tous ces films commerciaux ont aussi créé une ouverture pour le cinéma d'auteur, etc. Cela nous a donné l'occasion de dépenser plus d'argent et de cibler davantage nos campagnes dans différents médias. Maintenant, le public nous suit. C'est sûr qu'il ne faut pas arrêter, il faut continuer. C'est un travail de longue haleine que nous faisons depuis 15 ou 20 ans pour essayer d'établir notre cinéma.

Finalement, notre cinéma est là aussi parce que nous faisons de bons films. De plus, nous traitons de sujets que le public veut voir, alors que pendant de nombreuses années, nous avons traité de sujets très difficiles. Nous ciblions un groupe de cinéphiles. Pour amener des gens au cinéma, il faut commencer par faire des films commerciaux et rendre cela positif.

Il y a 10 ou 15 ans, on disait que tel film n'était pas mal pour un film québécois. Aujourd'hui, on n'entend plus cela. À force de travailler avec les artisans ici, au Québec, nous avons réussi à renverser cela. Maintenant, on ne parle plus d'un film québécois: on va voir un bon film, et c'est tout. On a réussi à amener le public. Il ne faut pas arrêter, il faut continuer.

Il y a eu cinq films approuvés dernièrement. Il va peut-être y en avoir cinq autres à l'avenir. Cela signifie qu'il y aura 10 films québécois. À 10 films, notre masse critique devient encore plus petite. Cela veut dire que les 20 p. 100 que nous avons maintenant vont diminuer. Nous allons peut-être réussir, de peine et de misère, à revenir à 10 p. 100. C'est la crainte des distributeurs, mais aussi celle de tous les artisans ici, je pense.

On est dans une industrie florissante. C'est extraordinaire de voir que 42 projets sont déposés. C'est difficile pour les institutions. Ce sont des choix difficiles, mais il reste que nous réussissons maintenant à développer des projets viables et que nous espérons que le public va continuer à nous suivre pendant plusieurs années.

Pour ce qui est de la distribution, je pense que c'est de plus en plus difficile. Oui, il y a de gros films qui fonctionnent, mais il y a aussi de petits films ou d'autres films qui ne fonctionnent pas du tout. Le distributeur qui a moins de ressources ou moins d'accès à des produits autres que québécois a beaucoup plus de difficultés. En effet, il y a moins de films qui vont se faire. Alors, si le distributeur n'a pas accès à de grosses superproductions pour lui permettre de survivre, il peut lui arriver la même chose que ce qui est arrivé à Cinéma Libre ou à Film Tonic. Je crois que dans un avenir assez rapproché, d'autres encore vont tomber. Au Québec, on va peut-être se retrouver, malheureusement, avec trois distributeurs seulement, ce qui n'est pas du tout souhaitable.

• (1920)

La présidente: Madame Bulte, c'est à vous.

[Traduction]

L'hon. Sarmite Bulte: J'ai une toute petite question.

Nous avons entendu aujourd'hui un certain nombre de gens qui disaient qu'ils avaient l'impression que, parce qu'une enveloppe du rendement existait à Téléfilm, cela a mené à l'effondrement des petits distributeurs. Est-ce que vous pouvez nous dire si d'après vous cela était l'une des raisons? Parce que l'enveloppe du rendement, particulièrement au Québec, arrivait à représenter 75 p. 100 des fonds de Téléfilm, cela en fait laissait très peu de fonds pour l'enveloppe de production. On n'atteignait pas la masse critique et ainsi, c'était juste les distributeurs importants qui pouvaient distribuer et cela ne laissait rien pour les petits distributeurs.

Monsieur Roy, vous avez recommandé d'augmenter le financement, de donner plus d'argent en mettant l'accent en particulier sur le secteur de la distribution. Que feriez-vous précisément avec cet argent, si vous pouviez l'obtenir?

[Français]

M. Patrick Roy: En ce qui a trait à la première question, je crois que les enveloppes à la performance ont eu un impact plus important sur les maisons de production que sur les maisons de distribution. Il est certain que ce système n'est pas parfait. Le problème des enveloppes à la performance, selon moi, c'est que ce système est basé sur une équation mathématique. Les succès que nous avons remportés au Québec avec des recettes de 7 millions ou 8 millions de dollars — ce qu'on n'osait même pas espérer il y a quelques années — ont fait que 75 p. 100 de l'argent est alloué aux enveloppes de performance. Il est évident que ce n'est pas sain pour notre industrie, mais c'est la situation qui s'est produite sans qu'on ait cru qu'elle soit possible. Je crois que cet impact est plus important pour les maisons de production que pour les maisons de distribution. Je ne crois pas que cela soit lié à la disparition de Cinéma Libre et de Film Tonic.

Quant à des fonds supplémentaires, si le gouvernement acceptait d'investir davantage d'argent dans le cinéma, cela permettrait de faire plus de films. Wayne Clarkson vous a parlé d'un objectif de 10 p. 100 de part de marché. Cela passe forcément par une augmentation des montants d'argent. Si plus de films se font — vous allez me dire que l'équation est évidente —, nous réussirons à augmenter notre part de marché. Je crois que c'est directement lié. Une aide supplémentaire à la distribution permettrait de garder des compagnies de distribution de petite et de moyenne taille au Québec et dans le reste du Canada, elle permettrait de stabiliser les compagnies plus importantes de distribution et elle permettrait aux maisons de distribution de courir des risques plus importants, parfois pour des films plus difficiles, ce qu'on fait déjà mais qu'on pourrait faire davantage.

[Traduction]

L'hon. Sarmite Bulte: Merci.

La présidente: Monsieur Schellenberger.

M. Gary Schellenberger: Merci. Je vais faire rapidement.

Existe-t-il un montant maximum d'argent de promotion pour un film avant que Téléfilm ne commence à en récupérer? Par exemple, s'il s'agissait d'un film de cinq millions de dollars, y a-t-il une limite que les distributeurs peuvent dépenser? Peuvent-ils dépenser cinq millions de dollars pour promouvoir ce film?

[Français]

M. Christian Larouche: Il n'y a pas de limite. Les distributeurs et les producteurs évaluent le potentiel d'un film, on se dit que pour obtenir un succès de salle, il faut dépenser tel montant de *P & A commitment*. C'est nous qui évaluons les possibilités que notre film atteigne un public. On n'a aucune limite. La promotion des films, ce n'est pas un budget. Nous analysons le contenu d'un film pour savoir

quel public il attirera. Est-il large, plus restreint, etc.? Que le film ait coûté 500 000 \$ ou 10 millions de dollars à produire, cela n'a pas d'importance à mes yeux. Ce qui m'importe, c'est le contenu, et comment rejoindre ce public. Que l'on croie devoir dépenser 500 000 \$ ou un million de dollars pour lancer le film, ce n'est pas limité.

Nous discutons forcément beaucoup entre producteurs et distributeurs. Il est certain qu'on dépose notre budget à Téléfilm Canada pour avoir accès à des fonds. Aujourd'hui, comme il n'y a malheureusement pas assez d'argent dans le système, on doit limiter nos ressources. C'est très difficile. La promotion du cinéma commercial est très difficile. La promotion nous coûte très cher. C'est toujours un coup de dé et on ne sait jamais si le film va rapporter 2, 3, 4 millions de dollars, 500 000 \$ ou 100 000 \$. On a des surprises. On en eut une cette année avec *Elles étaient cinq*. Cela a été une magnifique surprise. On aimerait bien avoir plus de surprises comme celle-là tous les ans. Ce serait fantastique. Ce film, qui n'a pas nécessairement été produit avec beaucoup d'argent, a réussi à trouver son propre public. Encore une fois, cela arrive une fois sur 100.

• (1925)

M. Patrick Roy: Il est important de dire que l'aide de Téléfilm Canada a ses limites. Si on décidait de dépenser 5 millions de dollars, le risque serait beaucoup plus important. D'autre part, il est également important de souligner que les budgets de mise en marché des films au Québec ont beaucoup augmenté depuis environ cinq ans. Le maximum qu'on dépensait alors tournait autour de 600 000 \$ ou 700 000 \$ pour lancer un gros film commercial, alors que maintenant cela atteint très souvent 1,2 million ou 1,3 million de dollars. Cela a presque doublé.

La présidente: Je vous remercie du temps que vous avez passé avec nous ainsi que de votre apport aux travaux du comité.

[Traduction]

C'est quelque chose que nous apprécions beaucoup.

Chaque fois qu'un témoin se présente, nous souhaitons avoir plus de temps, mais ce n'est pas le cas. Mais il semblerait, d'après ce qui se passe à Ottawa, que notre temps raccourcisse encore davantage.

De toute façon, nous vous remercions.

M. Ted East: Est-ce qu'il faut en comprendre que notre exposé n'est pas l'affaire la plus pressante à Ottawa en ce moment?

La présidente: Il existe une différence entre « urgent » et « important ». Votre affaire et peut-être plus importante.

[Français]

Monsieur Losique, il me fait plaisir de vous rencontrer.

Vous nous avez remis un mémoire assez détaillé, assez long. Je vous invite à prendre quelques minutes pour présenter vos idées principales, et ce, afin de laisser le temps aux membres du comité de poser des questions. Il nous reste seulement 18 minutes.

M. Serge Losique (président, Festival des films du monde): Voulez-vous dire que je dispose de 18 minutes pour faire mon exposé?

• (1930)

La présidente: Non, il ne reste que 18 minutes en tout.

M. Serge Losique: Mon Dieu!

La présidente: Je peux vous assurer que tous les membres du comité savent lire.

M. Serge Losique: De toute façon, je n'ai pas grand-chose à exposer, puisque c'est tellement limité.

La présidente: Je peux vous accorder cinq minutes. Voulez-vous un peu de temps pour les questions des membres du comité?

M. Serge Losique: Oui, d'accord.

Comme vous avez déjà mon mémoire devant vous, je serai très bref. Dans mon mémoire, j'ai essayé de résumer la création du cinéma canadien. Cela a commencé avec l'ONF, juste avant la Seconde guerre mondiale. Ensuite, j'ai voulu démontrer que si on avait créé l'Office national du film, cela venait des gouvernements comme, ensuite, la création de la SDICC, l'ancêtre de Téléfilm. La SDICC est aussi venue du gouvernement canadien. Il y a donc eu la création de ces deux entités par le gouvernement canadien. C'est le gouvernement canadien qui a financé aussi bien l'ONF que la SDICC, à l'époque, ou Téléfilm Canada. On est donc passé d'un financement étatique à un financement étatique du privé. Voilà la synthèse de la création des deux.

Le problème qui se pose à nous, au Canada, est surtout celui de la domination du cinéma américain, qui fragilise toutes les cinématographies nationales, y compris la nôtre. Toutes les rencontres sur la diversité culturelle ont été, jusqu'à présent, stériles. Les Américains considèrent le territoire canadien comme leur *domestic market*. C'est tout le problème de notre distribution et la défense de nos distributeurs qui ont essayé de trouver cet espace économique sur leur propre marché. Ils ne l'ont jamais trouvé, à cause des Américains. Qu'on le veuille ou non — puisqu'il y a des distributeurs dans la salle —, malgré la diversité culturelle qui est protégée par le libre-échange, ce sont les Américains qui achètent les meilleurs films étrangers, y compris les films français et asiatiques. Ensuite, ils trouvent des sous-distributeurs ici.

Compte tenu de cela, j'ai toujours cru qu'on ne pourra pas créer une industrie très forte, parce que si on n'a pas une distribution très forte, on ne peut pas avoir une production très forte. Le résultat est que le gouvernement canadien est obligé de subventionner les deux, aussi bien la production que la distribution de chaque film canadien. On se sent un peu anormal, puisqu'on n'a pas de marché.

J'ai aussi voulu démontrer que si le gouvernement fédéral voulait corriger cette situation, ce serait très simple. Les Américains disent que le cinéma, pour eux, c'est du commerce. Or, puisqu'il ne veulent pas reconnaître la culture, qu'ils reconnaissent le commerce et, donc, le traité de libre-échange, qui dit qu'un produit exporté d'un pays à un autre doit être produit à 60 p. 100 dans une région, que ce soit le Mexique, le Canada ou les États-Unis. Alors, les Américains, quand ils achètent un film asiatique, ne pourraient pas prétendre que c'est leur film et l'acheter aussi pour le Canada, comme si nous n'existions pas.

Dans les années 1980, pour calmer nos distributeurs, on a introduit aussi une aide spéciale pour les distributeurs, mais le résultat a été catastrophique parce qu'on avait éliminé tous les petits distributeurs au profit de quatre ou cinq gros distributeurs en s'imaginant qu'on allait créer des petits *majors* au Canada. Le temps l'a prouvé, on n'a pas réussi de ce côté non plus.

Comme la politique de Téléfilm changeait avec la direction, l'idée consiste maintenant à augmenter les auditoires. Cela me fait penser à ce qui se passait dans les années 1950 et 1960, quand on imposait à tous les enfants les films de l'ONF. À ce moment-là, c'était pour augmenter les auditoires. C'est louable, personne n'est contre, mais malgré tout, les producteurs ou Téléfilm vont très souvent chercher des produits bas de gamme. Or, à mon avis, le rôle de l'État est d'aider la production de films de qualité. Des films comme celui de

Denys Arcand peuvent être de qualité mais, en même temps, être très populaires et rejoindre les plus grands auditoires, que ce soit ici ou à l'étranger. De grands réalisateurs comme lui, Egoyan et Cronenberg l'ont prouvé aussi.

• (1935)

Il y a donc quelque chose qui ne fonctionne pas. Nous pouvons parler du succès de nos films, mais au Québec, même si nous occupons à l'heure actuelle 13 p. 100 du marché, nous ne sommes que sept millions, comparativement à l'océan américain ou anglo-saxon. Peu de films sont exportés, et même si un film connaît la réussite ici avec l'aide de Téléfilm, du marketing, etc., on ne peut pas vraiment parler d'une industrie. En ce sens, ce n'est pas rentable. Pour rentabiliser un film, il faut l'exporter dans plusieurs pays, ce qui n'est pas le cas ici. Pour les Canadiens anglais, c'est plus catastrophique encore: ils ne comptent que pour 1 p. 100 du box office. En outre, leurs réalisateurs se font absorber par l'industrie américaine. Les plus grands cinéastes, il faut le dire, aboutissent toujours à Hollywood.

À toute cette situation s'ajoute le fait que les politiques de Téléfilm sont vraiment très changeantes, du fait que cet organisme a le monopole. Nous sommes le seul pays au monde où un seul organisme contrôle tout, du début à la fin: d'abord le scénario, ensuite le développement, puis la production. Téléfilm est dans tous les marchés, tous les festivals, etc. Nous sommes dans le monde le seul pays vraiment évolué à avoir un tel système. Comme vous pourriez le constater plus tard, nous avons, pour ces motifs, fait une proposition visant à rectifier cette situation. Ce n'est pas une critique à l'égard de Téléfilm, mais une constatation.

Il reste que lorsqu'un film fonctionnait, Téléfilm se disait de l'industrie, alors que dans le cas contraire, il devenait tout à coup un organisme culturel. Téléfilm a en effet été créé pour l'industrie. D'ailleurs, l'ancêtre de Téléfilm, la SDICC, parlait des industries, et non de l'industrie. Or, l'industrie et la culture sont deux choses différentes.

Il faut aussi mentionner la perversité d'un système d'investissement étatique qui s'apparente à des subventions. Pour ma part, je parlerais plutôt de subventions. En regardant les bilans de Téléfilm depuis sa création, on se dit qu'on aimerait bien connaître le pourcentage de ces investissements qui a été remis à Téléfilm. En fait, on voit tout de suite que le résultat n'est pas très positif. Alors, pourquoi ne pas le dire à la population canadienne et ne pas carrément parler de subventions? Bref, c'est un système qui n'est pas clair.

En ce qui concerne les politiques de subvention de Téléfilm à l'égard des festivals canadiens, c'est là tout un fouillis: il n'y a pas de politiques très claires. Je vous remettrai plus tard deux articles qui ont paru ces jours-ci dans deux journaux très sérieux, soit *Le Devoir* et *Montreal Gazette*. Vous pourrez constater ce que ces journaux pensent de la politique de Téléfilm concernant les festivals. Ce n'est pas le rôle de l'État que d'imposer un festival à la population canadienne. C'est aux gens de choisir le genre de films qu'ils désirent voir. On peut tenir des festivals pour les gais, pour servir l'industrie ou la population, et ainsi de suite. Téléfilm n'a pas à tout diriger, alors même qu'il ne sait pas ce qu'il dirige. En ce sens, il ne respecte même pas ses propres règlements. Les deux journaux en question le mentionnent également.

Pour ce qui est de cette question de pourcentage, c'est à mon avis la plus grande idiotie à avoir existé dans le cadre d'un festival international. On ne peut pas organiser des jeux olympiques et décréter qu'il y aura 20 p. 100 d'athlètes canadiens si ces olympiques se tiennent au Canada. Un festival international demeure international, même si on fait un effort particulier du côté francophone de l'industrie du cinéma. C'est la même situation pour ce qui est de Berlin et Venise, entre autres. Les pourcentages imposés sont vraiment comme des quotas soviétiques. En outre, les festivals demeurent des organismes à but non lucratif. Or, Téléfilm limite à 10 ou 15 p. 100, selon le cas, le financement qu'il vous accorde en matière de production, alors que l'industrie est subventionnée presque à 100 p. 100.

● (1940)

Voilà pourquoi nous proposons de restructurer l'ensemble de l'industrie canadienne, de la réaménager et de réunir le tout dans un centre national du cinéma, de la télévision et des nouveaux médias. Il s'agirait d'une sorte de CRTC de l'audiovisuel. Présentement, il y a l'ONF, Téléfilm Canada, le ministère du Patrimoine canadien, etc. Chacun a ses responsabilités et chacun va dans sa propre direction sans qu'il y ait de politique commune du gouvernement fédéral.

Ce centre national de cinéma, comme le CRTC, établirait des règlements pour les entités de ce centre. Dans ce centre, je verrais l'ONF s'occuper du documentaire et de l'animation, des domaines où il est très fort, en plus de la formation des écoles affiliées. Il existe plusieurs écoles au pays, et l'ONF est bien outillé pour faire ce travail. Il a une expérience formidable. Il a du prestige à l'étranger.

Téléfilm Canada pourrait s'occuper de l'industrie du long métrage. Il y a aussi le Fonds de télévision de Téléfilm et le Conseil des Arts du Canada, qui a sa propre politique du cinéma. Le rôle de ce dernier devrait se limiter uniquement au cinéma artistique et expérimental dont Téléfilm Canada ne peut pas s'occuper ou qui ne fait pas partie de son mandat.

De plus, il faudrait créer un bureau des festivals. Il y a actuellement au pays au moins 150 à 200 festivals qui n'ont rien à voir avec la politique de Téléfilm Canada. Comme je vous le disais, on peut organiser une fête du cinéma dans n'importe quel village, sans tenir compte de la politique de distribution ou de diffusion des films.

Nous aurions un avantage parce qu'il y aurait, pour la première fois, un arbitre. Actuellement, si vous devez faire affaire avec, par exemple, Téléfilm Canada, et qu'il n'y a pas d'arbitre pour vous écouter, Téléfilm Canada a tous les droits. Lorsqu'on s'adresse au ministère, on nous répond que les gens de Téléfilm Canada sont indépendants. À qui peut s'adresser le simple citoyen ou le simple producteur s'il y a un monopole? C'est une injustice. Si on n'a pas cela, ce n'est pas démocratique. Selon moi, ce centre, qui

distribuerait l'argent de cette composante, que ce soit l'ONF ou une autre, doit avoir un mandat clair et précis. Cela aiderait beaucoup l'industrie et la culture au pays.

Voilà ce que je voulais vous dire. Je vais vous laisser les articles que je vous ai apportés aujourd'hui et qui proviennent des quotidiens *Montreal Gazette* et *Le Devoir*. Je m'excuse d'avoir parlé rapidement, mais vous ne m'aviez accordé que cinq minutes. J'espère que vous êtes contente.

La présidente: Il reste très peu de temps. Par conséquent, je vais laisser M. Schellenberger ainsi que Mme Bulte vous poser leurs questions, s'ils le désirent.

M. Serge Losique: Certains députés ont déjà quitté, je crois.

La présidente: En fait, certains événements qui se passent à Ottawa font en sorte que certains députés doivent retourner là-bas.

M. Serge Losique: Beaucoup de choses se passent à Ottawa, ce soir.

[Traduction]

M. Gary Schellenberger: D'accord, merci. Je suis désolé que nous ayons pris tant de retard aujourd'hui.

Vous avez parlé tout à l'heure de la différence entre les affaires et la culture et à quel point c'était très bien de faire un film culturel. Ce que j'ai entendu de plus important de différentes personnes est la question : comment définissez-vous la culture? Vous pourriez faire le meilleur film culturel, mais que se passerait-il si personne ne le voyait et s'il finissait dans un placard quelque part? Vous avez besoin d'un public pour savoir comment ce film va évoluer.

● (1945)

M. Serge Losique: Tout d'abord, je n'ai pas fait la distinction entre les films culturels et les films soi-disant commerciaux. Ce que je disais c'est que même nos films soi-disant commerciaux ne réussissent pas du point de vue commercial, parce que nous n'avons pas un gros marché. Disons que nos films se débrouillent très bien commercialement au Québec, mais ils ne représentent pas un succès, même s'ils rapportent deux millions de dollars. Que signifie deux millions de dollars? C'est rien si l'on parle d'investissement, mais culturellement c'est très bien, parce que les gens viennent voir leurs propres films.

Deuxièmement il n'existe pas de division entre les films culturels et les films commerciaux. Dans l'histoire du cinéma, les films commerciaux ont été aussi les plus culturels en même temps. Vous pouvez prendre un film de Charlie Chaplin ou un film d'Hitchcock, etc., et vous remarquerez que ce sont également les films les plus culturels. Si vous regardez *Citoyen Kane*, c'est le meilleur film du monde et c'est l'un des plus grands succès commerciaux. Encore aujourd'hui, tout le monde le regarde en DVD. Donc il n'existe pas de division.

Je parle du rôle de l'État et de son but en ce qui concerne les films de qualité. Les films de qualité peuvent être très commerciaux et nous en avons un exemple avec le dernier film de Denys Arcand.

M. Gary Schellenberger: Je comprends cela très bien, parce que les gens n'hésitent pas à aller voir un bon film peu importe le sujet.

M. Serge Losique: Exactement.

M. Gary Schellenberger: Ils iront si c'est un bon film, ou un très bon film.

M. Serge Losique: C'est le rôle de l'État : de venir en aide aux bons films.

M. Gary Schellenberger: Oui.

M. Serge Losique: Quand ils ont dit que pour avoir les auditoires...

Nous pourrions améliorer la situation demain si vous mettez des... [*Inaudible*]... films dans les salles, des films canadiens, et vous aurez 20 p. 100 du marché. Mais ce n'est pas là le rôle de l'État.

M. Gary Schellenberger: Vous avez fait une autre suggestion, encore une fois dans le cadre du libre-échange. Vous avez dit que si le contenu canadien est de 60 p. 100, c'est canadien.

M. Serge Losique: Canadien ou américain, peu importe.

M. Gary Schellenberger: Cependant, ça se produit assez souvent. J'ai participé à la table ronde sur l'agriculture, il y a trois ou quatre ans, et on parlait des vins ontariens. À l'époque, c'était une année formidable pour les viticulteurs ontariens, le vin était particulièrement bon cette année-là, mais ils n'avaient pas de marché, parce que les vins de l'Ontario doivent contenir seulement 30 p. 100 de raisins canadiens ou ontariens. C'était très décourageant. Les agriculteurs canadiens ont été obligés d'écouler leurs stocks de raisin sur le marché de la Pennsylvanie, et en même temps, ils en importaient du Chili.

M. Serge Losique: J'aime bien le vin ontarien, particulièrement le vin de glace.

Il ne faut pas oublier que la culture est exclue du libre-échange. Elle est protégée, et les Américains ont signé l'accord. Nous leur disons que si vous ne respectez pas cela, ne respectez pas... Chaque distributeur vous en donnera la preuve. Même pour le film français que j'ai présenté l'an dernier, la dernière représentation était parrainée par Miramax. Il faut que cela appartienne à nos propres distributeurs. Ils seront plus riches, et cela leur permettra peut-être de contribuer davantage à la production. Autrement, nous serons coincés. Nous en parlerons pendant encore 30 ans.

Nous avons l'exemption pour la culture, et veuillez respecter ce que nous appelons notre entreprise. Il est interdit d'importer, par exemple, des voitures suédoises ou françaises, pour ensuite les revendre sur le marché américain. À l'heure actuelle, ils achètent à très bas prix les films belges, qui sont très populaires, et les refilent sur le marché canadien. Ce n'est pas comme ça que l'on bâtit un pays.

Vous comprenez bien ma réponse?

Merci.

La présidente: Allez-y, madame Bulte.

L'hon. Sarmite Bulte: Merci d'être venu aujourd'hui, monsieur Losique.

Je veux saisir cette occasion pour vous applaudir pour votre vision et votre passion à l'endroit du cinéma et pour tout le travail que vous avez fait au Festival du film ici à Montréal. Vous êtes célèbre. Vous êtes effectivement un de nos symboles nationaux, un de nos héros. Je vous suis très reconnaissante que vous soyez parmi nous aujourd'hui.

Je regrette de ne pas avoir plus de temps. Je m'intéresse vivement à votre recommandation de créer un centre pour les nouveaux médias, qui sera semblable au CRTC. J'aimerais savoir comment cela pourrait fonctionner. Nous savons que le CRTC a joué un rôle dans l'industrie canadienne de la musique. Nous avons trouvé une place pour notre industrie de musique. Vous pourriez peut-être nous dire quelques mots là-dessus.

Je crois que le bureau du festival est aussi très important. Les festivals nous offrent une excellente occasion pour mettre en vedette nos films canadiens. Il y a quelques semaines, j'ai visité une école secondaire—et M. Schellenberger et Mme Catterall l'ont déjà entendu—et j'ai parlé du travail que fait ce comité. J'ai demandé

aux élèves de 11^e année de lever la main s'ils avaient vu un film canadien. Ils m'ont demandé où on pouvait bien aller voir un film canadien. Ils m'ont dit, eh bien, comment vais-je faire pour en trouver? Nous avons plusieurs possibilités pour mettre en valeur ces films.

Avec le temps qu'il vous reste, pourriez-vous nous parler de ces deux points : Le Centre pour les nouveaux médias et le Bureau des festivals? Où allons-nous le mettre? Serait-il au sein du ministère du Patrimoine? Ferait-il partie de Téléfilm, ou serait-il une entité distincte?

Si vous n'avez pas la réponse, vous pourriez nous la faire parvenir plus tard.

• (1950)

M. Serge Losique: Il peut s'agir d'une entité distincte qui relève de ce nouveau centre.

L'hon. Sarmite Bulte: Il peut ou il ne peut pas?

M. Serge Losique: Téléfilm relèverait du centre, comme

[*Français*]

l'ONF ou le Conseil des Arts du Canada,

[*Traduction*]

avec un volet cinéma. C'est très simple. Beaucoup de pays ont le même genre de système. Le centre serait le seul porte-parole du gouvernement fédéral.

En France, le festival ne dépend pas d'Unifrance. Unifrance a été créée seulement pour promouvoir les films français. C'est la même chose en Italie, au Japon, etc. La gestion est assurée seulement par ceux qui savent comment faire. Les responsables d'un festival savent comment organiser un festival du film, et cela pour des raisons différentes. Par exemple, je connais mieux les films culturels que les films pornos. Est-ce que vous comprenez ce que je veux dire?

L'hon. Sarmite Bulte: Oui, je comprends.

M. Serge Losique: Le bureau des festivals devrait être indépendant, comme Téléfilm, parce que demain, chaque ville pourrait avoir son petit festival du film. Et pourquoi pas? Il pourrait y avoir des grands festivals internationaux, mais nous pourrions aussi en avoir des petits. Chacun a sa raison d'être. À Montréal, nous avons au moins 15 festivals différents. Donc cela ne présente aucun problème.

Il serait facile d'organiser ce centre, et on pourrait rapidement élaborer des politiques. Chaque unité relèverait de ce centre et le centre ferait rapport au gouvernement, un peu comme Radio-Canada et le CRTC. C'est la seule façon. Chacun a ses règles et son monopole. Une fois qu'on est pris avec l'un d'eux, on ne peut aller plus loin.

On peut aller voir le gouvernement et dire au ministre que c'est l'affaire de Téléfilm, et non la vôtre. Mais qui est responsable? Qui a donné à ces gens-là le pouvoir de décider qu'il faut tester les gens, les réalisateurs, etc.? Ils n'ont de comptes à rendre à personne, sauf lorsqu'ils demandent de l'argent.

Ce n'est pas le CRTC. Le CRTC applique les lois, et avec Téléfilm, vous faites la distribution de l'argent des contribuables. Il faudrait des contrôles très sévères. Regardez ce qui s'est passé à Cinar, avec tous leurs scandales. Avec un centre, ces choses-là ne pourraient jamais se produire dans ce pays.

L'hon. Sarmite Bulte: J'ai une autre question, très brièvement, si vous me le permettez.

• (1955)

M. Serge Losique: J'espère que j'ai répondu à votre question.

L'hon. Sarmite Bulte: Oui.

M. Serge Losique: Merci beaucoup.

L'hon. Sarmite Bulte: J'ai une autre question à propos de Téléfilm. Vous n'êtes pas la première personne à dire que Téléfilm se comporte de façon arbitraire, qu'il n'y a pas d'arbitre, et que les fonctionnaires décident. Devrions-nous prévoir un processus d'appel? Devrait-il y avoir un arbitre au sein de Téléfilm?

Nous avons entendu dire que même pour les réalisateurs, si ce sont toujours les fonctionnaires qui prennent les décisions, ils peuvent dire oui ou non. Devrions-nous légiférer pour prévoir un processus d'appel?

M. Serge Losique: Vous devriez légiférer. On ne peut pas mettre le fardeau sur des particuliers comme moi et tous les réalisateurs, puisque nous ne pouvons pas nous adresser aux tribunaux lorsqu'il y a injustice. Les particuliers sont pauvres et petits et dépendent du financement fédéral. Eux, ils peuvent prendre des redevances et les payer ce qu'ils voudront.

Nous avons besoin d'un système d'arbitre tout de suite. Si on crée ce centre, le centre peut...

L'hon. Sarmite Bulte: Arbitrer.

M. Serge Losique: Oui, puisque le centre ne donnera pas d'argent aux particuliers. Ce serait neutre. Vous comprenez?

L'hon. Sarmite Bulte: L'une des recommandations aujourd'hui portait sur un modèle irlandais. Au lieu de laisser la décision aux fonctionnaires, on constituerait un comité d'évaluation par des pairs. Il s'agirait d'un scénariste, d'un réalisateur et d'un directeur. Il semble qu'en Irlande, même un cinéaste étranger peut faire partie d'un comité. Pensez-vous que cela aiderait?

M. Serge Losique: Pour tout ce qui est à l'extérieur de Téléfilm, par exemple, si vous nommez un réalisateur ou un distributeur à ce comité, ils dépendent tous de Téléfilm. Nous sommes tous victimes de ce système. Ce n'est pas un système libre.

Je suis en faveur d'un système libre. Il faut que nous soyons libres. Comment pouvons-nous être libres tout en nous exprimant? Lorsque vous demanderez votre prochaine subvention, vous verrez ce qui vous attend au coin de la rue. Est-ce que vous me comprenez?

L'hon. Sarmite Bulte: Oui.

M. Serge Losique: Quand ils ont conclu des contrats avec ces cinéastes, quand ils ont payé cette agence à Hollywood pour faire venir... Personnellement, j'ai protesté dans tous les journaux. Mais j'en paie le prix. La première chose que M. Clarkson a faite, c'était de dire, ça suffit.

L'hon. Sarmite Bulte: Oui, je sais ce que vous voulez dire.

M. Serge Losique: Je pense qu'il veut me tuer.

L'hon. Sarmite Bulte: Je ne pense pas. Mais je suis quand même d'accord avec vous.

M. Serge Losique: Ce dont on a besoin, ce sont de vrais médiateurs indépendants, non pas des gens qui dépendent de Téléfilm Canada. C'est ça la démocratie—des freins et contrepoids, pour éviter les commissions Gomery, etc.

L'hon. Sarmite Bulte: Tout à fait. Je suis avec vous à 100 p. 100.

La présidente: Et sur ce gros mot-là, il faut conclure.

[Français]

Monsieur Losique, j'aimerais vous remercier beaucoup de votre apport à nos travaux.

[Traduction]

M. Serge Losique: Je ne suis là que pour vous aider. Si vous avez besoin d'aide, je suis prêt n'importe quand à travailler dans l'intérêt du pays et du cinéma, puisque j'ai consacré ma vie entière à la lutte pour du bon cinéma au pays.

La présidente: J'étais sur le point de vous remercier de votre contribution à la vie culturelle du Canada. Si vous avez d'autres suggestions ou remarques à nous faire, n'hésitez pas à nous les faire parvenir.

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.