



Chambre des communes
CANADA

Comité permanent du patrimoine canadien

CHPC • NUMÉRO 035 • 1^{re} SESSION • 38^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le jeudi 21 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 jeudi 21 avril 2005

• (1410)

[Traduction]

Le vice-président (M. Gary Schellenberger (Perth—Wellington, PCC)): Je vous souhaite la bienvenue. Acceptez tout d'abord mes excuses : je ne suis pas bilingue. J'aimerais bien l'être. Mon épouse suit des cours de français au moment où je vous parle, et je vais essayer de suivre du mieux que je peux.

Malheureusement, le président a dû s'absenter aujourd'hui par affaires. Je m'appelle Gary Schellenberger. Je suis le vice-président du comité. Je vous souhaite la bienvenue. Je suis également heureux d'accueillir le petit nombre de membres du comité.

La colline parlementaire vit actuellement une période inhabituelle. C'est un peu comme un jeu d'échecs où il manque des pièces. En plus de moi, il y a Mario, et je m'attends à ce que Bev Oda nous rejoigne dans quelques instants.

Je suis impatient d'entendre vos exposés. Bienvenue à notre étude sur l'industrie cinématographique.

Qui veut commencer? Raymond ou Chantal?

[Français]

Mme Chantal Barrette (directrice générale, Association des professionnels en audio): Bonjour, monsieur le vice-président, mesdames et messieurs. Nous vous remercions de nous permettre de comparaître devant vous aujourd'hui.

Je m'appelle Chantal Barrette et je suis directrice générale de l'Association des professionnels en audio. Je vous présente Raymond Vermette, vice-président de l'association, concepteur sonore et également copropriétaire de la maison de services sonores Productions Modulations, à Montréal. Je vous présenterai les principaux points de notre mémoire, et M. Vermette pourra par la suite répondre à vos questions.

Permettez-moi tout d'abord de présenter notre association. Nous sommes une association sans but lucratif qui oeuvre à la fois pour l'amélioration de la qualité sonore offerte au grand public ainsi que pour la reconnaissance et l'évolution de toutes les professions de l'audio. Nos membres, parmi lesquels nous comptons des entreprises telles que l'ONF, la Société Radio-Canada, Technicolor, Vision Globale et plusieurs autres, rassemblent la plupart des professions offrant des services sonores à l'industrie culturelle, du preneur de son au mixeur, en passant par le monteur et le technicien à la diffusion.

Outre leurs connaissances techniques développées, les professionnels de l'audio possèdent également un sens inné de l'aspect créatif du son et de l'espace sonore, condition sine qua non pour retransmettre l'émotion, susciter une réaction de la part de l'auditeur et atteindre l'objectif.

Les professionnels de l'audio ainsi que les maisons de service auxquelles ils sont rattachés sont des acteurs importants de l'industrie cinématographique, et ce sont eux qui mettent la dernière main à la pâte. Pour assurer le développement de l'industrie cinématogra-

phique, le bien-être socioéconomique de tous les intervenants est essentiel, ce qui nous amène à vous parler des changements technologiques.

Depuis quelques années, les professionnels et les entreprises de postproduction sonore sont confrontés à un enjeu important. Les équipements ont changé, les façons de faire sont en pleine évolution, les métiers se transforment, les tâches et les compétences requises sont complètement bouleversées.

Actuellement, dans le cadre du Programme national de formation dans le secteur du film et de la vidéo, programme offert par Téléfilm Canada, le soutien est réservé exclusivement aux institutions offrant de la formation aux producteurs et aux réalisateurs. Il est étonnant que ce programme ne soit aucunement accessible à ceux qui sont responsables de la qualité sonore des productions.

Notre association a récemment mis sur pied un plan de formation continue et a conçu une série de cours en relation avec celui-ci. Mais le manque de ressources financières mine le projet. Il va sans dire qu'un élargissement de la clientèle visée par le programme de Téléfilm serait très bien accueilli.

Concernant les changements technologiques, les entreprises doivent assumer seules les coûts du renouvellement et de la mise à jour du parc technologique. Pourtant, c'est toute l'industrie qui en bénéficie. Une aide financière pour le renouvellement des infrastructures serait donc souhaitable pour les entreprises.

Nous aimerions maintenant vous parler des règlements encadrant les programmes d'aide financière pour les productions cinématographiques.

Comme vous le savez, la postproduction sonore est l'une des dernières étapes à franchir avant l'achèvement d'une oeuvre cinématographique ou télévisuelle. Nous sommes malheureusement le dernier maillon de la chaîne. Cette position peu enviable entraîne plusieurs inconvénients majeurs. En effet, les studios de postproduction sonore font trop souvent les frais de l'accumulation des retards de production et des frais supplémentaires non prévus. Bref, à l'étape de la postproduction sonore, il ne reste plus de temps et plus d'argent. Cela est très connu et très répandu dans l'industrie. C'est pourquoi les fonds budgétés pour la postproduction sonore devraient être mis en garantie dès le début, ce qui éviterait à un secteur entier de payer pour les retards, les erreurs et les surplus accumulés de toute l'industrie.

Les productions cinématographiques et télévisuelles de qualité exigent une solide expertise de la part de l'industrie, des infrastructures pour réaliser un traitement de postproduction sonore adéquat, avec de l'équipement numérique haut de gamme et professionnel, et un personnel aguerri aux nouvelles technologies. Il serait raisonnable que l'argent des contribuables soit utilisé pour produire des films d'une grande qualité sonore pour en assurer le rayonnement et l'exportation. C'est pourquoi nous croyons que les différents règlements des programmes de subventions gouvernementaux devraient prévoir l'obligation de recourir à des services de postproduction sonore accrédités respectant les normes professionnelles.

• (1415)

Abordons maintenant le problème des productions à petit budget. Nous ne parlons pas ici des dépassements budgétaires, mais bien des projets qui voient le jour et pour lesquels les producteurs ou cinéastes offrent des cachets moins élevés en misant sur la bonne volonté et la passion des gens pour leur métier. Nous ne remettons pas en cause la pertinence ou la nécessité de telles productions, bien au contraire. Elles permettent souvent l'émergence de nouveaux talents créatifs, tout en dynamisant l'industrie.

Toutefois, il faut savoir que les maisons de postproduction sonore sont particulièrement sensibles à ces productions à petit budget parce que leurs services y sont généralement sous-estimés. Le secteur de la postproduction sonore doit donc commanditer une portion plus importante que prévu de la production. En fait, dans plusieurs cas, nos maisons de service, par la force des choses, se retrouvent elles-mêmes productrices.

C'est pourquoi nous recommandons la mise en place d'un crédit d'impôt sur la main-d'oeuvre pour les maisons de service, dans le cas des projets à petit budget.

Voilà qui m'amène au dernier point de notre mémoire. Une autre des préoccupations actuelles de l'association est l'impossibilité de dresser un portrait détaillé de notre secteur, c'est-à-dire les dollars investis à l'étape de la postproduction sonore, les pourcentages que représentent les services sonores sur un budget donné, etc. Malheureusement, les chiffres officiels ne sont pas comptabilisés de cette façon. Malgré les diverses démarches que nous avons effectuées auprès d'intervenants gouvernementaux, aucun d'eux n'a pu fournir de données à ce sujet.

Nous proposons donc ici de modifier le système de classification des données quantitatives et budgétaires de façon à permettre une ventilation des coûts, selon les divers départements de production cinématographique. Soit dit en passant, nos membres ont estimé de façon officieuse que les fonds investis en postproduction sonore représentaient seulement de 2,5 p. 100 à 3 p. 100 du budget total d'un long métrage.

En bref, voici ce que l'association propose comme ajouts aux modifications: élargissement de la clientèle visée par le Programme national de formation continu dans le secteur du film et de la vidéo de Téléfilm Canada; aide financière aux maisons de service pour l'achat d'infrastructures permettant la mise à niveau des technologies; mesure de mise en garantie des fonds destinés à la postproduction sonore; mesure obligeant les producteurs à avoir recours à des services de postproduction sonore accrédités respectant une norme professionnelle; crédit d'impôt sur la main-d'oeuvre pour les maisons de service dans le cas des projets à petit budget; et mise en place d'indicateurs financiers pertinents.

Monsieur le vice-président, mesdames et messieurs, voilà l'essentiel de notre mémoire. Nous vous remercions de votre écoute.

[Traduction]

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Merci.

Qui prendra maintenant la parole?

[Français]

M. Ré Jean Séguin (directeur général, Association des propriétaires de cinémas et cinéparcs du Québec): Je m'appelle Ré Jean Séguin et je suis directeur général de l'Association des propriétaires de cinémas et cinéparcs du Québec. Je suis accompagné de M. Mario Fortin, membre de notre conseil d'administration et directeur général du Cinéma Beaubien, de M. Jean Colbert, président du conseil d'administration et propriétaire des Cinémas Boucherville et Saint-Hyacinthe, et de M. Tom Fermanian, qui est également membre de notre conseil d'administration et qui est propriétaire du Cinéma Pine, à Sainte-Adèle, et du Cinéma de Mont-Tremblant.

Monsieur le président, l'Association des propriétaires de cinémas et cinéparcs existe depuis 1932. Elle a donc été fondée il y a au-delà de 70 ans. Elle s'appelait à l'époque la Quebec Allied Theatrical Industries Inc. C'est en 1964 que son appellation est devenue celle que l'on connaît aujourd'hui. Les membres de l'association possèdent environ 70 p. 100 des écrans et reçoivent plus de 70 p. 100 des recettes du box-office. Ils sont répartis dans tout le Québec, de Montréal au Saguenay, de Québec aux Laurentides, en passant par la Beauce, l'Estrie et la Montérégie.

Il y a quelque chose de particulier à signaler au Québec. Au total, il y a environ 75 propriétaires de salles. Famous Players et Cinéplex Odéon, deux grandes chaînes multinationales, ont 300 écrans sur 700. Le Québec est la seule province au Canada où les propriétaires indépendants sont plus nombreux que les propriétaires de chaînes multinationales. Cependant, il va falloir faire attention au cours des prochaines années. Comme vous le savez sans doute, les salles de cinéma indépendantes sont souvent des propriétés familiales qui se passent de père en fils, ou de père en fille dans certains cas. Quelquefois, il n'y a pas d'enfant intéressé à reprendre l'affaire. À ce moment-là, ce sont très souvent des multinationales qui achètent la salle ou qui en construisent une autre à côté. Il faudra faire attention à ce phénomène au cours des prochaines années. Les propriétaires de salles indépendants ont besoin d'aide, de soutien de la part des gouvernements pour entretenir leurs salles, pour les améliorer ou pour acheter des salles de collègues qui s'en vont. Il faudra faire attention à ce fait au cours des prochaines années.

Depuis hier midi, on vous a un peu expliqué le contexte actuel du cinéma québécois. Je vais faire un bref rappel. L'an dernier, les recettes totales au box-office québécois ont été de 178,5 millions de dollars, dont 27,4 millions de dollars pour des films québécois, et il y a eu 28,3 millions d'entrées au cinéma. Quand on parle de 178,5 millions de dollars de recettes, cela représente 26,7 millions de dollars en taxes, soit environ 12,5 millions de dollars à Ottawa et 13,5 ou 14 millions de dollars à Québec. Il s'agit quand même de 26,5 millions de dollars de taxes perçues au box-office. On n'a pas encore fait le calcul pour la vidéo. Ces chiffres sont gardés secrets par les distributeurs, mais on sait que les recettes de la vidéo sont beaucoup plus élevées que celles du box-office québécois. Bien sûr, on perçoit 15 p. 100 de taxes sur ces recettes. Je vous dis cela parce qu'on va parler tout à l'heure de la billetterie et de la taxe dédiée dont vous avez parlé ce matin avec les réalisateurs et dont il sera question avec les producteurs en fin d'après-midi.

Déjà, on perçoit beaucoup de taxes au box-office, tant à Québec qu'au gouvernement fédéral. Le box-office québécois est très important. Toutes les composantes de l'industrie se sont mobilisées à cet égard. Les scénaristes, les producteurs, les distributeurs et les propriétaires de salles se sont mobilisés autour du cinéma québécois. Ce qui différencie les propriétaires de salles de la plupart des autres acteurs de l'industrie, c'est qu'ils doivent affronter tous les jours la dynamique économique et composer avec cette réalité à l'aide de leurs seules forces. Il ne faut pas oublier que c'est le consommateur qui décide de la longévité du film. Nous réagissons au consommateur. Si le consommateur nous demande de garder un film à l'affiche, le film va y rester. Le jour où plus personne ne vient le voir, le film doit être retiré de l'affiche. Contrairement au producteur, au distributeur, au scénariste ou au diffuseur télévisuel, l'exploitant de salle n'a pas de soutien de l'État.

• (1420)

Ne vous méprenez pas. Nous ne venons pas nous plaindre ici. Nous ne venons pas demander de l'argent. Nous voulons seulement bien situer le débat. Il ne s'agit pas de nous plaindre, mais d'expliquer pourquoi nous voulons que les aspects économiques et financiers soient pris en considération lors de la mise sur pied d'une politique du cinéma.

Si le propriétaire de salle se trompe dans l'analyse des goûts de sa clientèle, il en paiera le prix et sera rapidement évincé de ce secteur d'activité. Ce n'est pas une théorie. Nous avons vu, ces dernières années, des propriétaires de salles faire faillite et même des chaînes de salles se mettre sous la protection de la Loi sur la faillite et de l'insolvabilité. Un exploitant de salle qui a fait faillite n'est plus en mesure de contribuer au succès de l'industrie canadienne du film.

Le soutien des institutions publiques, comme Téléfilm et la SODEC, et les crédits d'impôt ont un impact certain sur ces résultats. Cela ne fait aucun doute. On ne peut pas faire un grand film au Québec sans avoir le soutien de ces institutions. La politique actuelle de Téléfilm Canada nous semble être sur la bonne voie pour soutenir les productions d'ici. Il est certain que le cinéma d'auteur a sa place. Cependant, il nous apparaît approprié que les deniers publics servent d'abord à financer des oeuvres accessibles au plus grand nombre.

À quoi sert de faire un film — ou encore d'écrire un livre, de fabriquer un objet d'art ou de peindre une toile — si on n'a pas les moyens financiers d'en faire la promotion et de le projeter dans une salle confortable et invitante, bref de faire en sorte qu'il soit en contact avec le plus grand nombre de personnes? Il ne faudrait pas qu'une nouvelle politique occulte cette réalité.

Nous croyons que le soutien de l'État à la production de films qui ont le potentiel de connaître un succès commercial devrait être le principal critère d'aide, mais pas le seul. Il faut cependant être prudent quand on parle de succès commercial. À partir de quel montant parle-t-on d'un succès commercial? Cinq cent mille dollars? Un million de dollars? Cinq millions de dollars? Depuis le succès incroyable du premier film de la série *Les boys*, qui a complètement changé la façon d'apprécier le cinéma québécois — le premier film de la série *Les boys* a rapporté au-delà de 6 millions de dollars —, on a mis la barre très haute à ce chapitre. Si les recettes d'un film n'atteignent pas le million magique, on semble déçu. Pourtant, un film comme *Mémoires affectives*, qui est sur nos écrans actuellement et qui va faire plus de 500 000 \$ au box-office, est considéré par tous comme un immense succès. Il faut faire attention quand on parle de succès commercial. À quel niveau situe-t-on cela?

Quand nous, Québécois, parlons de films québécois, nous multiplions par 40 leurs recettes au box-office. Cela nous donne à peu près la mesure du succès d'une superproduction américaine. Quand un film comme *Séraphin* a fait 8 millions de dollars au Québec uniquement, il en aurait fait 320 millions aux États-Unis. Cela aurait été un film absolument exceptionnel. Il aurait été parmi les cinq premiers films américains. Il faut mettre les choses en perspective quand on parle de 500 000 \$ ou d'un million de dollars.

Certains ont émis l'hypothèse que l'imposition de quotas de projection de films canadiens pourrait être une solution pour favoriser l'augmentation de l'assistance aux films. Nous croyons que le fait de transposer les façons de faire de la radio et de la télévision serait une erreur. L'industrie du cinéma ne fonctionne pas avec les mêmes paramètres. On ne peut forcer des gens à se déplacer pour venir voir un film parce qu'il est canadien. Des films plus accessibles et un bon marketing incitent davantage des spectateurs à se déplacer pour voir un film, quelle que soit sa provenance.

Actuellement, les propriétaires de salles nous disent que les gens qui fréquentent les salles de cinéma ne disent pas qu'ils viennent voir un film québécois ou un film canadien, mais qu'ils viennent voir un bon film. On ne pose pas un geste patriotique en allant au cinéma. On va voir un bon film, tout simplement.

Même si la proposition de la taxe dédiée à la production, que l'on a appelée la taxe sur la billetterie ce matin, n'a pas été abordée — elle n'avait pas été abordée dans les propositions que l'on voyait, mais elle l'a été depuis —, certains continuent à la demander. Nous souhaitons donc réitérer ici le point de vue de l'industrie et des propriétaires de salles concernant cette question. Comme nous l'avons déjà fait en 1998 et en 2002, à l'occasion des consultations du gouvernement du Québec sur des changements à la Loi sur le cinéma, l'association s'oppose avec vigueur à l'instauration d'une telle taxe sur le prix du billet d'entrée.

• (1425)

Ne nous faisons pas d'illusions. Qu'on appelle cela une taxe à la billetterie ou un investissement dans le cinéma, ce sont les citoyens qui iront au cinéma qui paieront 25 ¢, 50 ¢ ou 1 \$ de plus pour un investissement dans le cinéma. C'est une taxe dédiée.

Tous les analystes s'entendent pour dire que les Québécois sont très taxés, trop taxés, les plus taxés en Amérique du Nord, ajoutent certains. Le prix du billet de cinéma au Québec est un des plus bas en Amérique du Nord, et il doit le demeurer. En effet, les consommateurs sont très sensibles au prix, et la fréquentation fluctue à la hausse ou à la baisse selon ce critère, un phénomène corroboré de façon éclatante à deux reprises, tout d'abord lors de l'introduction de la TPS en 1990-1991, puis il y a environ trois ans, alors qu'il y a eu une vague de construction de nouveaux cinémas par les grandes chaînes au Québec, mais plus particulièrement à Montréal. Pour rentabiliser leur investissement, les grandes chaînes ont décidé d'augmenter les prix. On a eu des billets à 12,75 \$ à Montréal. Cela a duré environ quatre mois. Les chaînes ont été obligées de revenir à un prix plus raisonnable se situant autour de 9 \$ ou 9,50 \$ et, l'après-midi, de 5,50 \$ ou 6 \$, parce que les consommateurs ne suivaient pas.

Les complexes cinématographiques étaient extraordinairement beaux et on était à la fine pointe de la technologie, mais les citoyens n'étaient pas prêts à payer 2 \$ ou 3 \$ de plus. On ne parle pas d'un billet de hockey à 125 \$, d'un billet de théâtre à 40 \$ ou d'un billet pour le concert d'un groupe rock à 200 \$. On parle de la différence entre 9 \$ et 12 \$. Les citoyens n'ont pas suivi. S'il y a une augmentation du prix du billet d'entrée, les citoyens ne suivront pas.

Le cinéma demeure un des rares loisirs familiaux encore accessibles à tous. Pour s'en convaincre, on n'a qu'à comparer son prix aux prix du théâtre, des concerts ou du sport professionnel. Quelles que soient leurs conditions sociales et économiques, les Québécois de tous âges peuvent encore aller fréquemment au cinéma sans grever leur budget. On l'a vu au début. On parle de 28 millions d'entrées. Cela signifie que les 6 ou 5,5 millions de Québécois vont cinq ou six fois par année au cinéma en moyenne. C'est tout de même important.

Comme nous le disions tout à l'heure, contrairement aux scénaristes, aux producteurs et aux distributeurs, qui sont subventionnés, les propriétaires de cinémas ne reçoivent aucune aide gouvernementale pour la diffusion de films canadiens. Ils assument seuls tous les risques financiers lorsque les films projetés ne connaissent pas le succès commercial, contrairement aux autres qui sont subventionnés, quel que soit le succès de leur produit.

Si le gouvernement fédéral veut augmenter sa participation financière à cette activité, que ce soit en puisant dans les surplus ou en effectuant des réaménagements budgétaires, il doit investir cet argent supplémentaire autant dans le marketing des films que dans leur développement et leur production. Également, si Téléfilm Canada entend conserver le système d'enveloppes à la performance, nous souhaitons que celles-ci soient réparties de façon équitable selon la performance réelle des films, sans égard à la langue.

Nous croyons au cinéma d'ici, et nous l'avons démontré dans le passé. Nous espérons que la prochaine politique du cinéma canadien tiendra compte des impératifs économiques qui régissent notre industrie, en plus des réalités artistiques. Nous pensons avoir démontré que nous jouons un rôle primordial dans le succès des films et nous souhaitons être entendus à ce titre.

Nous espérons que ces quelques réflexions vous aideront à définir une politique qui continuera de soutenir adéquatement notre cinéma.

Merci, monsieur le président.

●(1430)

[Traduction]

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Merci.

Madame Oda.

Mme Bev Oda (Durham, PCC): Merci.

Bonjour. Merci d'être venus.

Dans votre mémoire, vous soulignez combien il est important de reconnaître le rôle déterminant des exploitants de cinémas dans le succès d'un film. Tout au long de nos discussions nous-mêmes l'avons reconnu.

Vous avez dit plus tôt que s'il devait y avoir des crédits supplémentaires, une partie devrait être consacrée à la mise en marché des films. À ma connaissance, la mise en marché et la promotion des films relèvent principalement du distributeur, qui veille à ce qu'ils bénéficient de la promotion voulue : affiches dans les halls des cinémas, etc. Tout cela fait l'objet de négociations. Proposez-vous que plus de fonds soient accordés aux distributeurs, notamment aux distributeurs canadiens?

C'est une question qui revient toujours dans le cas des distributeurs canadiens. Actuellement, il est reconnu que les distributeurs canadiens jouent un rôle important dans la diffusion des longs métrages. Pourriez-vous nous en parler?

M. Mario Fortin (administrateur, Association des propriétaires de cinémas et cinéparcs du Québec): Il est certain que s'il y a plus d'argent, nous n'allons pas le refuser. Nous allons l'accepter avec plaisir. Ce qui compte, c'est d'avoir notre mot à dire dans la répartition de ces fonds.

Comme M. Séguin le disait au début, beaucoup de nos membres, surtout ici au Québec, sont en région, à l'extérieur des grands centres que sont Montréal et Québec. Ils sont dans des petites villes et dans bien des cas n'ont pas accès ou ont le sentiment de ne pas avoir accès à tous les outils de commercialisation qui devraient être mis à leur disposition pour promouvoir le film canadien.

Mme Bev Oda: C'est donc dire que si les distributeurs avaient un peu plus de moyens, vous pourriez négocier avec eux.

Mr. Mario Fortin: C'est clair.

Mme Bev Oda: Il faut toutefois s'assurer que c'est le film canadien qui bénéficie de cette mise en marché et de la distribution. À moins de relier l'aide à des films précis, comment s'y prendre? Cela dépend en grande partie du pouvoir de négociation du distributeur qui se bat pour obtenir de l'espace dans les halls ou d'autres avantages. Comment ferait le gouvernement si ce n'est qu'en se fiant à l'expérience ou au succès passé du distributeur?

●(1435)

M. Tom Fermanian (président, Cinéma Pine (1991) Inc., Association des propriétaires de cinémas et cinéparcs du Québec): Je peux vous répondre étant donné que j'ai été propriétaire d'un cinéma toute ma vie. Je suis né à l'étage au-dessus. C'est une entreprise familiale que nous exploitons depuis 57 ans.

Il y a très peu de temps encore, les propriétaires de cinémas en région devaient se battre pour obtenir des produits locaux—eux aussi peuvent vous le dire—parce qu'à cette époque, les gens pensaient que les seules personnes qui voulaient voir des films canadiens étaient à Montréal et à Québec. Il fallait se battre pour obtenir une copie. Mais les choses ont changé.

Ce qui nous a puissamment aidé—je parle pour le Québec—c'est que certains de nos distributeurs locaux ont adopté la méthode américaine de mise en marché des films. Ils lancent de grandes offensives pour attirer les gens au cinéma et s'y prennent magnifiquement.

Mon petit cinéma—nous sommes à une centaine de kilomètres de Montréal—a obtenu la première mondiale de *Séraphin*, parce que l'action se passe à Ste-Adèle et c'est là où je suis. Cela nous a donné un coup de pouce immense. Nous sommes un village de 5 000 habitants et le film est resté à l'affiche 12 semaines!

C'est la même chose pour beaucoup d'autres films. La clé, c'est le marketing. Et ils ont du coeur au ventre. Ils s'attaquent à la machine américaine qui dispose de millions de dollars et font beaucoup de bruit autour du film. Il y a ensuite un second souffle quand le film passe dans les marchés secondaires, en vidéo et aux télévisions étrangères.

C'est capital. C'est le marketing. Il faut faire sortir le film, mais pas n'importe comment. C'est pour ça que les exploitants de salles veulent être consultés, parce que ça peut être plus compliqué pour certains films; des films que les gens ne connaissent pas pourraient être bons pour nous mais pas pour d'autres.

Êtes-vous d'accord avec moi? Merci.

Mme Bev Oda: Mais je pensais que pour obtenir des fonds du gouvernement, les projets devaient déjà avoir un distributeur. On parle du principe que le distributeur sait ce qu'il peut faire pour attirer l'attention du consommateur et le convaincre d'aller au cinéma.

Jusqu'à présent, on a cru que le distributeur sait qui lui fournir le meilleur produit pour négocier avec vous. Quelle information supplémentaire faut-il pour déterminer les projets à financer par les exploitants?

M. Mario Fortin: On oublie que cela se fait de façon régulière, parce que nous parlons avec ces distributeurs toutes les semaines. Quand nous parlons avec eux, nous leur disons ce que nous entendons des clients qui sont là, qui ont payé pour voir le film à l'affiche. À partir de ces réactions, on peut prendre le pouls du public et évaluer... Il n'y a pas de boule de cristal dans ce domaine. S'il y en avait, nous serions tous milliardaires. On essaie de prévoir ce qui va se passer, parce que c'est de ces films que l'on parle aujourd'hui. Les projets des distributeurs ne sont encore que sur le papier. et d'ici à ce qu'ils soient enfin à l'écran, entre un et deux ans presque auront passé. On essaie de prédire ce que se sera dans deux ans, ce que le client voudra voir.

Ce n'est pas un film canadien, mais, par exemple, *Amélie* a eu la chance de sortir en septembre 2001. Les gens étaient déprimés et voulaient voir autres choses que les images du 11 septembre. Ils sont allés le voir parce que c'était le seul film qui réchauffait le coeur à ce moment-là.

Qui sait ce qui se passera dans six mois ou dans six ans? Personne ne le sait.

Mme Bev Oda: Je veux seulement résumer.

On nous a déjà dit que la façon dont cela se passe dans le cas des films canadiens, c'est qu'ils se penchent sur les films qui sont uniquement sur papier; ils ne voient pas le produit fini. C'est un des

problèmes du mécanisme actuel. Ce serait différent s'ils voyaient le produit fini puis décidaient s'ils voulaient s'en occuper.

Merci.

J'ai une complémentaire, si vous me le permettez, au sujet de la partie audio et de postproduction. Vous proposez que l'on crée un crédit d'impôt pour la main d'oeuvre et le service de postproduction audio des projets à petits budgets. Je veux m'assurer de bien comprendre. Aucun programme actuel ne donne droit à un crédit d'impôt pour ce genre de projets?

• (1440)

M. Raymond Vermette (vice-président, Conseil d'administration, Association des professionnels en audio): Oui, ils y ont droit, tout à fait.

Mme Bev Oda: Oui? Alors pourquoi en ont-ils besoin d'un particulier? Est-ce que la postproduction audio est pénalisée ou est-ce que vous proposez que ce soit pour les productions à petits budgets?

M. Raymond Vermette: Je pense aux petits budgets parce que nous sommes des professionnels en audio, nous parlons du volet audio. Mais c'est tout le processus. Les gens semblent penser que l'on peut produire un long métrage pour un million de dollars; la réalité, c'est que c'est possible si vous demandez la charité à tout le monde, et c'est ce qui se fait. Il m'arrive donc de recevoir un coup de fil d'un producteur qui en est à sa première tentative et qui me demande si je m'occuperais du son pour lui même s'il n'a pas d'argent. C'est la même chose. Dans le système qu'on a, on peut effectivement faire un film pour un million, mais seulement si des professionnels font don de leur temps et de leurs talents.

On parle de l'audio, mais ça vaut pour tout le système, ce que nous suggérons c'est d'accorder un crédit d'impôt—dans notre cas à la compagnie de postproduction pour ce genre de projets—pour que nous puissions au moins rentrer dans nos frais.

Mme Bev Oda: Ce sera ma dernière question. Que penseriez-vous d'une exemption d'impôt pour l'investissement en capital dans de nouvelles technologies, que ce soit dans vos salles ou dans vos installations de postproduction audio?

M. Raymond Vermette: Demandez-vous s'il y a une exemption d'impôt?

Mme Bev Oda: Non. Qu'en pensez-vous? Est-ce que c'est quelque chose qui...

M. Raymond Vermette: Il est certain que ça aiderait.

Mme Bev Oda: À la place d'un programme, ce serait utile.

M. Raymond Vermette: Il est certain que ça aiderait. Le montant investi en nouvelles technologies doit être réinjecté tous les trois ans. Je sais que la console que j'achète aujourd'hui va être désuète dans trois ans parce que la technologie évolue constamment. Avant d'acheter une console ou du matériel de sonorisation, il est vrai que ça coûterait beaucoup plus cher... Une console coûte un million de dollars et dure entre huit et dix ans.

Mme Bev Oda: Je tiens à ce que l'industrie profite du numérique et il y a des gens qui veulent s'en servir même dans les salles et pour les expositions plutôt que de se servir de la vieille technologie. C'est pourquoi je pose la question.

[Français]

M. Jean Colbert (président, Association des propriétaires de cinémas et cinéparcs du Québec): La technologie avance effectivement à grands pas. Ce n'est pas encore au point, et on le sait. Toutefois, le jour où nous allons devoir convertir toutes nos cabines de projection du 35 mm au numérique, il est certain que de nombreuses salles ne pourront pas suivre.

La grande question est actuellement de savoir comment cela va se faire et de quelle façon les propriétaires de salles, et plus particulièrement les salles indépendantes, vont avoir les moyens de s'en tirer dans cette conjoncture.

[Traduction]

Mme Bev Oda: Merci.

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Monsieur Lemay.

[Français]

M. Marc Lemay (Abitibi—Témiscamingue, BQ): Merci d'être ici. J'en apprend tous les jours. Nous sommes en tournée et j'apprends beaucoup de choses. Comme j'aime le choc des idées, je vais parler des billets de cinéma dans quelques instants.

Pour vous situer, je vous dirai que je demeure à Rouyn-Noranda, en Abitibi. Évidemment, mes amis sont presque tous propriétaires de salles de cinéma, qu'il s'agisse de Gaudreault, à Rouyn-Noranda, ou de mes amis de Ciné-mac, Bédard et compagnie, qui ont renouvelé des salles.

Avant de parler de salles de cinéma, je voudrais vous dire que Roy Dupuis est mon cousin. Je vais vous parler de *Mémoires affectives* dans quelques instants. Préparez-vous, parce que je ne comprends pas encore pourquoi on l'a sorti des salles, puis ramené en salle. Cela fera l'objet d'un débat dans quelques instants.

Je veux d'abord qu'on m'explique un aspect de la postproduction. Vous parlez de mise en garantie de fonds destinés à la postproduction. Pendant mon temps libre, avant d'entreprendre ma carrière politique, j'étais avocat. Quand un producteur, un scénariste ou quelqu'un d'autre vous appelle pour faire la postsyncho, comme on dit, ne signez-vous pas un contrat?

• (1445)

M. Raymond Vermette: Il y a un contrat.

M. Marc Lemay: Mais il n'y a plus d'argent. Qu'est-ce qui se passe? Je ne veux vraiment pas vous embêter; je veux seulement comprendre. Le cinéaste vous dit qu'il a un million de dollars pour faire son film. Il doit déjà avoir prévu que la postsyncho coûtera 100 000 \$, par exemple. Vous avez une entente. Faites-vous le travail?

M. Raymond Vermette: Oui.

M. Marc Lemay: Et vous ne vous faites pas payer.

M. Raymond Vermette: Premièrement, nous disons que le montant de l'entente n'est pas suffisant au départ.

M. Marc Lemay: D'accord, mais c'est une question de négociation, n'est-ce pas? Supposons que vous deviez faire la postsyncho du film *Le Survenant*. Cela vaut certainement un million de dollars. Vous signez une entente. Vous êtes le dernier maillon de la chaîne. Cependant, la chaîne est forte pourvu que tous ses

maillons soient très forts. Si vous êtes faible... La personne qui vous a fait une vacherie ne le fera pas deux fois. Je veux comprendre.

M. Raymond Vermette: On parle de deux choses. Premièrement, le budget de postproduction audio n'est pas assez élevé au départ.

Deuxièmement, cet argent prévu pour la postproduction audio n'est pas gardé jusqu'à la fin. Si un producteur a quatre ou cinq millions de dollars pour faire son film, il prévoit mettre 200 000 \$ de côté pour le son, ce qui est relativement bien, mais il ne restera pas 200 000 \$ à la fin. Pourquoi?

M. Marc Lemay: Pourquoi ne vous donnent-ils pas l'argent?

M. Raymond Vermette: Tout simplement parce que cela ne fonctionne pas comme cela.

Premièrement, lorsque le producteur a quatre ou cinq millions de dollars pour faire son film, il n'a pas cet argent avant de commencer son film. Je ne suis pas producteur, mais il est financé en...

M. Marc Lemay: Si je vous pose la question, c'est que j'ai la réponse. Je suis avocat en droit criminel. Selon ce que je comprends, le producteur vient vous voir et vous dit qu'il a quatre millions de dollars pour faire *Le Survenant*. Vous signez une entente de 200 000 \$, mais c'est sa gueule dans le fond, même si vous avez un contrat écrit.

M. Raymond Vermette: Nous ne sommes pas en train de vous dire que lorsque nous négocions une entente concernant un montant d'argent, ce montant n'est pas respecté.

M. Marc Lemay: Le fait est que lorsqu'on arrive à la fin, il n'y a plus d'argent.

M. Raymond Vermette: D'abord, lorsqu'un montant d'argent n'a pas été prévu au budget, et ensuite, quand on dépasse les sommes allouées à diverses étapes, il y a renégociation. La négociation pour obtenir un contrat ne se fait jamais au tout début du projet, mais en cours de route. Il se produit des changements en cours de production.

En ce qui concerne l'audio, on ne nous permet pas d'excéder les montants alloués. Lorsque ça se produit, parce que le tournage a coûté plus cher que prévu — et c'est toujours le cas — ou parce qu'il y a eu des changements au montage de l'image — ici encore, c'est toujours le cas —, on arrive à la fin du budget et on se fait dire que c'est bien dommage, mais que ce sont là les seuls fonds disponibles.

• (1450)

M. Marc Lemay: On vous dit qu'il reste 50 000 \$.

M. Raymond Vermette: Dans le contexte actuel, plusieurs petites compagnies s'établissent; il y a donc beaucoup de concurrence. C'est pourquoi on vous parle de la reconnaissance du métier ainsi que des maisons de postproduction. Les producteurs peuvent très facilement négocier les prix, ce qui fait que ces derniers ont tous baissé.

M. Marc Lemay: Je comprends tout cela, mais je ne veux pas vous retenir trop longtemps: je sais que d'autres personnes doivent intervenir. Néanmoins, une des solutions serait que le budget de postproduction soit isolé. Vous pourriez vous entendre: par exemple, si le coût était de 200 000 \$, ce montant serait déjà mis de côté.

M. Raymond Vermette: Je veux simplement ajouter qu'il arrive souvent que des producteurs commencent à financer le prochain projet, qui n'est pas encore commencé, avec l'argent de la postproduction. Vous voyez ce que je veux dire?

M. Marc Lemay: Je peux vous garantir que j'ai tout compris. J'ai déjà vu cela.

Parlons maintenant des salles.

Des représentants de Famous Players sont venus nous voir; des gens de Cinéplex Odéon sont également venus à Toronto. Pour votre part, vous êtes tous des indépendants, et cela me plaît. J'aimerais savoir, dans votre cas, qui décide quel film joue dans une salle donnée.

M. Jean Colbert: En fin de compte, ça devrait être le propriétaire de salle, mais — et il y a beaucoup de « mais » — c'est le distributeur qui décide d'abord du nombre de copies à la sortie initiale. Je suis content qu'on ait mentionné plus tôt le film *Mémoires affectives*. Le Québec a ses *Séraphin*, mais il a aussi ses *Mémoires affectives*.

Pour ma part, j'ai un cinéma à Boucherville, et chaque semaine, je dois me battre pour obtenir des copies de film de qualité. Je me bute à des distributeurs qui rétorquent qu'il ne s'agit pas de leur campagne de lancement. Celle-ci se résume pour eux à une ou deux copies à Montréal. Ils me disent que j'aurai des copies quand ils auront le temps de m'en donner. Pourtant, on sait que celles-ci sont subventionnées par la SODEC et, dans bien des cas, par Téléfilm. Très souvent, nous n'avons pas le choix.

Par contre, comme vous le savez sans doute, les salles de cinéma ont accès à quatre ou cinq films par semaine. Les films américains sont habituellement disponibles en assez grande quantité. Ceux qui veulent des copies de ces films en obtiennent donc la plupart du temps.

Il y a toutefois des exceptions en ce qui concerne les films américains un peu plus *heartly*, si vous me permettez l'expression. Dans le cas de Fox Searchlight, par exemple, je peux dire que nous n'avons pas réussi à obtenir de copie du dernier film de Woody Allen, paru il y a deux semaines. Sans doute juge-t-on que notre clientèle n'est pas assez intelligente. Cependant, lorsque *Star Wars* va paraître, on va nous demander trois écrans.

M. Marc Lemay: Vous, les indépendants, n'êtes-vous pas un peu à la merci des distributeurs?

M. Jean Colbert: Tout à fait.

M. Marc Lemay: Donc, si les distributeurs décident de faire 30 copies du film, que 28 d'entre elles sont destinées à Montréal et deux à Québec, il n'y en aura ni en Abitibi ni à Boucherville.

M. Jean Colbert: En effet, et il faudra attendre son tour. La copie parviendra en Abitibi après avoir été utilisée partout ailleurs. Elle sera alors un peu, pour ne pas dire très, rayée.

M. Marc Lemay: J'en viens à ce qui m'intéresse le plus. Que faites-vous pour vous préparer à l'arrivée, dans cinq ou dix ans, du cinéma numérique? C'est sûr que cela va arriver. Tous que nous sommes ici aujourd'hui, soyons sûrs que le cinéma numérique est pour bientôt. Que fait-on aujourd'hui face à cela?

M. Jean Colbert: On risque d'être oubliés. Il va peut-être nous arriver ce qui se passe actuellement en Europe, où des fabricants d'équipement numérique signent des ententes avec des circuits de salles de cinéma. Ils vont équiper en numérique 200 ou 500 salles de ce circuit. Quand cela va commencer en Amérique du Nord, cela

risque d'être la même chose. On ira voir les grands circuits et leur offrira de les équiper en numérique.

Je ne suis pas certain qu'on proposera aux propriétaires de salles indépendants de les équiper en numérique. Pour eux, on est une valeur insignifiante. On est la dernière race de dinosaures au Québec. Comme le disait tout à l'heure notre directeur général, on est la seule province au Canada où il existe encore autant d'exploitants de salles indépendants, qui se défendent souvent bec et ongles. C'est pourquoi la disponibilité des copies de films au départ est si importante pour nous, afin d'assurer notre survie.

• (1455)

M. Marc Lemay: Est-ce que j'ai encore du temps, monsieur le président?

[Traduction]

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Nous allons essayer de vous redonner la parole.

Monsieur Silva.

[Français]

M. Mario Silva (Davenport, Lib.): Merci, monsieur le président.

Vous parlez des principaux obstacles à la distribution des films. Des témoins disent qu'ils ont besoin de plus d'argent pour le marketing et pour la production de films.

On a parlé de ressources pour les propriétaires actuels, surtout dans les grands marchés que sont Toronto et Montréal. Votre proposition vise à instaurer une taxe sur le billet d'entrée. Je crois que nous n'avons pas le droit de changer cette loi, parce que c'est une loi provinciale et non fédérale.

Comment peut-on changer les choses? Comment peut-on améliorer cette situation? Je crois que c'est vraiment très difficile pour nous. On cherche à faire une politique du film pour tout le pays, mais il y a toujours des obstacles dans différentes régions du pays.

M. Mario Fortin: Contrairement à ce que nos amis de l'Association des professionnels en audio disaient tout à l'heure, ils ne sont pas le dernier maillon; c'est nous qui le sommes. C'est nous qui sommes le plus près du client qui va laisser son argent au comptoir. Quand on parle d'augmenter la plus-value en marketing, pour nous qui sommes directement en lien avec le client, il s'agit d'appliquer cet argent là où il est.

Cela va peut-être répondre à la question que M. Lemay posait plus tôt sur l'avenir que nous réserve le numérique. Actuellement, le cinéma est une sortie, un événement, et il le sera encore demain. Mais le cinéma numérique de demain, sera-t-il un Super Écran ou un TMN amélioré sur un plus grand écran? Ce n'est pas ce que nous voulons. Nous voulons que les gens éprouvent la magie du cinéma, qu'ils sortent, qu'ils soient dans un environnement agréable, assis sur un siège confortable, et qu'il y ait de l'ambiance. Vous sentez le maïs soufflé, cela sent bon. Deux cents personnes autour de vous rient aux mêmes blagues et pleurent en même temps que vous. C'est cela, la magie du cinéma. C'est chez nous que les clients vivent cela. Nous sommes près des clients. Nous voulons que les sommes d'argent accordées soient réinvesties là où sont les gens afin d'en attirer davantage. Si on en attire plus, le distributeur aura plus de copies et demandera au producteur de faire plus de films, encore meilleurs.

Pourquoi le cinéma en français fonctionne-t-il bien au Québec? Parce qu'il y a 10 ans, l'ensemble des salles a commencé à changer. Des salles se sont construites dans les petits centres, à Saint-Hyacinthe, à Sainte-Adèle. Ils ont déjà commencé à rénover leurs salles. Faites le tour et faites l'inventaire des salles de cinéma ailleurs au Canada et vous verrez qu'elles ne sont pas là pour accueillir les gens. Comment peut-on joindre le public? Si vous voulez investir plus d'argent pour joindre un public plus nombreux, il faut des salles et il faut que tout le monde travaille ensemble pour attirer plus de gens.

M. Jean Colbert: Je me permets d'ajouter un mot au sujet du numérique. Il faut faire attention parce que cela peut être un mythe. Ce qu'il y a de plus beau sur un écran de cinéma, c'est encore du 35 mm. Pas une technologie numérique n'arrive actuellement à la cheville du 35 mm, et ce n'est pas pour demain. C'est peut-être pour dans cinq ans, dix ans, mais on n'en est pas encore là. En ce qui concerne le son, le numérique est déjà partout ou dans la majorité des salles de cinéma. Sur le plan de l'image, le 35 mm est encore ce qu'il y a de plus beau.

• (1500)

M. Tom Fermanian: Je voudrais répondre à M. Silva. Vous demandez ce qu'il faut faire. Il va de soi que vous ne pouvez rien faire pour que la TVQ du gouvernement provincial retourne aux films. Cependant, sur le plan fédéral, la TPS pourrait certainement être directement redonnée aux films, au lieu d'aller grossir le fonds consolidé. Ce serait une façon d'injecter d'autre argent. L'argent payé au cinéma retournerait au cinéma.

[Traduction]

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Monsieur Kotto.

[Français]

M. Maka Kotto (Saint-Lambert, BQ): Merci, monsieur le président. J'ai une série de questions à poser.

M. Ré Jean Séguin: Est-ce que je parle au député ou au comédien?

M. Maka Kotto: Aux deux. À l'artiste, puisque je ne suis pas restreint à l'art dramatique.

Tout à l'heure, vous parliez de formation. Vous vient-il à l'esprit des pays où cette activité est soutenue par l'État?

Mme Chantal Barrette: Non. À l'association, nous participons actuellement à un projet d'Emploi-Québec, avec le Fonds national de la formation de la main-d'oeuvre. Le cinéma et la télévision numériques et toute la technologie analogique dans les studios d'enregistrement sont complètement modifiés ou sont encore en changement, et beaucoup d'autres sont en vue. La télévision

numérique, qui est déjà là à Radio-Canada, va également prendre de l'ampleur. Les gens qui travaillent — dans certains cas depuis des années — au sein d'institutions avec du matériel analogique doivent revoir toute leur façon de travailler. Actuellement, il n'existe aucune formation initiale de base pour l'audio. Les formations initiales de neuf mois dans des établissements privés ne correspondent pas à la main-d'oeuvre qui est en emploi. Ce n'est pas une solution.

M. Maka Kotto: Vous venez de dire: « ...ne correspondent pas à la main-d'oeuvre qui est en emploi ». Je ne comprends pas ce que vous voulez dire.

Mme Chantal Barrette: La formation qui est offerte — et qui donne droit à une AEC — consiste en un stage d'études collégiales de neuf mois pour les gens qui n'ont aucune formation et qui n'ont jamais travaillé dans ce milieu. Il n'existe pas de formation continue.

Par conséquent, nous, de l'Association des professionnels en audio, de concert avec les gens du Fonds national de la formation de la main-d'oeuvre, nous sommes penchés sur la problématique reliée à notre secteur, afin de faire en sorte que des gens apprennent à utiliser la nouvelle technologie, connaissent les façons de faire, les nouvelles normes, acquièrent les compétences et apprennent comment on doit livrer, encoder, etc. Il y a beaucoup de dimensions. Cela nous a menés à concevoir des cours, ce que nous finirons ces prochaines semaines.

En ce qui a trait aux subventions pour ces cours, le problème est que le programme avec Emploi Québec se termine. Nous avons consulté Téléfilm Canada, concernant le Fonds national de formation de la main-d'oeuvre, et on m'a répondu que ce programme n'était destiné qu'aux créateurs, en d'autres mots les producteurs et réalisateurs.

Pourtant, les gens qui oeuvrent dans le domaine technique doivent maîtriser une nouvelle technologie. Si on veut s'assurer que les productions cinématographiques soient d'une qualité sonore parfaite et que nos productions aient un bon rayonnement, le son doit être à la hauteur. À l'heure actuelle, ces gens n'ont aucune aide. Peu de personnes, dans les studios d'enregistrement, sont assujetties à la Loi favorisant le développement de la formation de la main-d'oeuvre, qui oblige les employeurs à investir 1 p. 100 de leur masse salariale à la formation de leur personnel. Cela nous oblige donc à faire cela.

Cela dit, on a communiqué avec la CST, la Commission supérieure technique de l'image et du son qui se trouve à Paris, et on a parlé d'échange de stages avec cette commission afin de partager les technologies, les façons de faire et les cours.

M. Maka Kotto: Un peu plus tôt, on a parlé de petites arnaques en matière de production. J'aimerais que vous me confirmiez le fait que, lorsqu'on arrive à cette dernière phase de la fabrication — cela regarde davantage la microgestion de Téléfilm — vous proposez qu'on sépare les budgets de production des budgets de postproduction pour que ce soit plus...

•(1505)

M. Raymond Vermette: En fait, nous aimerions que le budget de postproduction soit bien fait au départ. Pour ce faire, il faudrait des grilles. On doit aussi savoir que certains budgets de Téléfilm Canada contiennent encore des termes techniques que l'on utilisait il y a 10 ans et qui n'existent plus aujourd'hui.

M. Marc Lemay: Pouvez-vous donner un exemple?

M. Raymond Vermette: Je peux vous donner l'exemple de l'expression « faire une copie de travail fine ». Une copie de travail fine n'existe plus, car on travaille avec la vidéo. Aussi, une copie de montage son n'existe plus. Par conséquent, les prix et les estimations des temps et des coûts ne sont pas adéquats. Certains films sont bien budgétés. Dans d'autres cas, avec le même montant initial et le même type de budget, deux fois moins d'argent est attribué au son. Comment cela se fait-il?

C'est ainsi parce que quelqu'un a complété une production avec un montant donné et qu'on ne fait qu'indiquer le même montant d'argent dans le prochain budget. Cela ne fonctionne pas. Il faut une grille.

Les gens qui oeuvrent dans le domaine de la sonorisation ne sont pas regroupés comme les comédiens ou les producteurs. Il existe des syndicats pour les comédiens. Les producteurs sont obligés de suivre des grilles. Tel n'est pas le cas dans les domaines de la sonorisation et de la postproduction.

M. Maka Kotto: Si je comprends bien, on peut dire que ce milieu est désorganisé.

M. Raymond Vermette: Oui.

M. Maka Kotto: Que manque-t-il pour qu'il soit aussi bien organisé que les autres secteurs de l'industrie?

M. Raymond Vermette: Il en est question dans notre mémoire. Nous offrons des pistes de solution. Il faut une meilleure reconnaissance de notre métier. Il faudrait aussi que nous ayons le pouvoir de négocier avec les producteurs — par l'intermédiaire de notre association — une espèce d'entente selon laquelle les producteurs travailleraient avec des gens accrédités et selon laquelle il y aurait une espèce de grille de tarifs pour les temps qui sont...

M. Maka Kotto: Vous voulez dire une grille de référence.

M. Raymond Vermette: Ce serait une grille de référence pour les temps donnés pour faire le montage des sons et le mixage pour nos productions. Ce sont nos pistes de solution.

M. Maka Kotto: D'accord. J'ai une question à poser aux propriétaires de salles de cinéma.

J'ai bien senti — verbalement et non verbalement — que vous étiez radicalement opposés à l'idée d'appliquer ici une politique de billetterie d'inspiration française. Selon vous, cela dissuadera les gens d'aller voir des films, ou réduira l'affluence.

Est-ce qu'une étude vous a inspiré cette position?

M. Jean Colbert: Une étude est disponible à la SODEC. Nous ne l'avons pas entre les mains, malheureusement. Je pense que vous pourriez vous la procurer assez facilement. Cette étude donne un point de vue lorsqu'on se place sous l'angle de la billetterie. D'ailleurs, cette politique a été rejetée par la SODEC ces dernières années, sur la base de l'étude qui a été faite à ce moment-là.

Vous avez aussi parlé de la France. En France, cela équivaut à une taxe de 15 p. 100 environ sur le prix du billet de cinéma. Ici, on a déjà une taxe de 15 p. 100.

M. Maka Kotto: C'est 10 p. 100 en France.

M. Jean Colbert: Tant mieux. Mon exemple est encore meilleur. On m'avait dit 15 p. 100, mais c'est encore mieux si c'est 10 p. 100. Ici, on paie déjà 15 p. 100 de taxes — et même un peu plus — sur le prix du billet de cinéma. On ne voit pas comment on pourrait en rajouter davantage.

Cela dit, nous sommes d'accord pour qu'il y ait le plus d'argent possible au niveau de la production et de la distribution. Ce que nous avons proposé tout à l'heure est peut-être la solution: que le produit de la TPS et la TVQ provenant de la vente de billets dans les salles de cinéma soit dirigé vers la production et la distribution. Dans toutes les régions du Canada, je pense que cela ferait beaucoup d'argent.

M. Maka Kotto: Certains suggèrent qu'on supprime la TPS et la TVQ pour augmenter l'affluence. La TVQ a été supprimée pour les livres. Cela a eu un effet. On demande la même chose au niveau fédéral. Ce n'est pas encore acquis.

Vous suggérez que les deux taxes soient affectées à la production ou à la distribution.

•(1510)

M. Jean Colbert: C'est peut-être le moindre mal.

M. Ré Jean Séguin: Je voudrais ajouter quelque chose.

On a entendu dire ce matin que, lorsqu'un film fait 5 millions de dollars, il y a 10 p. 100, c'est-à-dire 500 000 \$, qui revient au producteur pour le prochain film. Ça ne fonctionne pas comme cela.

Quand on parle d'un succès au box-office, comme le film *Séraphin, un homme et son péché* qui a fait des recettes de 8 millions de dollars, il y a 15 p. 100 de ce montant qui part en taxes. Après cela, environ 4 millions de dollars vont aux distributeurs, et autant aux propriétaires de salles.

Je l'ai dit tout à l'heure, il y a 75 propriétaires de salles. Il y a eu 125 copies du film *Séraphin, un homme et son péché*. Tous les propriétaires de salles en ont donc eu au moins une copie. Certains en ont eu trois ou quatre, en fonction de la taille des salles. En ce qui concerne les propriétaires de salles, la tarte est donc partagée en une multitude de propriétaires.

Je laisserai aux distributeurs et aux producteurs le soin de déterminer ce qu'ils font avec leur argent, mais ce n'est pas aussi simple que de dire qu'on prend 500 000 \$ ou 800 000 \$ sur 8 millions de dollars. Vous savez, monsieur le vice-président, comment l'argent est réparti dans toute la chaîne de production de cinéma. Ce n'est pas aussi simple que cela.

Comme le disait M. Colbert, il y a déjà 15 p. 100 de taxes. Si on rajoute 10 p. 100, cela fera 25 p. 100 de taxes pour un loisir. Il y a 10 ou 15 ans, on a éliminé la taxe d'amusement quand la TVQ arrivée au Québec. Il ne faudrait pas la réintroduire sous une autre forme. Si on le fait, va-t-on le faire aussi sur les billets de hockey, sur les billets de théâtre et sur les billets de concert?

M. Maka Kotto: D'accord.

Je me fais l'avocat du diable. Que répondez-vous à ceux qui disent que les Américains viennent faire le plein de recettes sur le marché canadien, à l'instar de ce qu'ils font sur d'autres marchés en Europe, et repartent avec les bénéfices qu'ils réinvestissent chez eux, mais pas sur place? C'est ce qui a inspiré cette taxe justement.

M. Ré Jean Séguin: Si on considère l'ensemble du box-office québécois, qui était de 178 millions de dollars l'an passé, et qu'on soustrait 27 millions de dollars, il reste environ 150 millions de dollars. De cette somme, on soustrait la part des Européens et des Français, et il reste grosso modo au box-office américain 130 millions de dollars. De ce montant, environ 65 millions de dollars restent au Québec et sont répartis entre 80 propriétaires de salles. Il reste alors 80 millions de dollars, qui retournent aux propriétaires de films américains.

Toutefois, si vous imposez une taxe qui est payée à l'entrée par des citoyens, les propriétaires de films américains vont continuer à vendre leurs films au même prix et vont repartir avec la même somme. Simplement, le Québécois, le Canadien, l'Ontarien qui va au cinéma va payer 25 ¢, 50 ¢, ou 1 \$ de plus, et ce montant reviendra au producteur ou au distributeur, selon ce que vous aurez décidé.

Le propriétaire de film américain va repartir avec la même somme qu'avant, soit 75 millions de dollars. Il n'y aura pas de différence, à moins que vous ne vouliez imposer une taxe spécifiquement sur les films réalisés à l'extérieur du Canada. Ce serait là une autre histoire. Dans ce cas, la taxe serait imposée au distributeur de films et non à la personne qui va au cinéma.

M. Marc Lemay: Excusez-moi, monsieur le président.

Si la taxe ne s'appliquait qu'aux films américains, votre problème ne serait pas pour autant réglé.

M. Ré Jean Séguin: Je ne suis pas convaincu que l'Organisation mondiale du commerce serait d'accord sur cette idée.

M. Marc Lemay: Les Américains ne le seraient pas davantage.

M. Ré Jean Séguin: J'ai l'impression que vous auriez de la difficulté à faire passer votre bois d'oeuvre.

M. Marc Lemay: On a essayé cela dans le cas du bois.

M. Maka Kotto: On a parlé plus tôt de la différence de qualité entre le support film et le support numérique dans le contexte de la projection. Je ne sais pas si vous avez eu vent de ce projet réalisé en Grande-Bretagne qui consiste à développer un réseau de diffusion numérique.

Là-bas, on n'a pas le contrôle de la propriété des salles dans la majorité des cas. Donc, pour obtenir une forme de souveraineté culturelle, ces gens ont eu cette idée. Je crois qu'il s'agit d'un projet impliquant environ 200 salles.

Les Américains contrôlent environ 94 p. 100 des salles du Québec et 96 p. 100 de celles du Canada. Sans remettre en question votre propre développement, j'aimerais savoir si à votre avis cette idée est envisageable.

• (1515)

M. Ré Jean Séguin: Le pourcentage n'est pas si élevé au Québec.

M. Maka Kotto: D'après les chiffres que nous avons, il s'agit de 94 p. 100 au Québec.

M. Ré Jean Séguin: Je pense que vos chiffres ne sont pas tout à fait à jour.

M. Jean Colbert: On parle des salles ou des films?

M. Maka Kotto: Je parle des salles.

M. Ré Jean Séguin: On parle tout au plus d'environ 50 p. 100. Cinéplex Odéon est quand même de propriété canadienne, mais si on parle des salles de propriété étrangère...

M. Maka Kotto: Je ne parle pas de la propriété des salles mais de leur contrôle. Ils imposent leurs lois, leurs règles.

M. Mario Fortin: Vous voulez dire qu'ils imposent leurs lois sur le temps d'écran. Je pense qu'on a répondu à cette question plus tôt. Nous, les propriétaires de salles, sommes à la fois les premiers et les derniers à décider de ce que nous présentons sur nos écrans.

M. Maka Kotto: Vous êtes des propriétaires indépendants?

M. Mario Fortin: Oui, et au Québec, nous représentons plus de 50 p. 100 des propriétaires. La proportion est beaucoup moindre ailleurs au Canada, mais il s'agit quand même d'une proportion substantielle. En termes de circuits, on sait que certaines grosses compagnies contrôlent un grand nombre d'écrans. Dans le cas de Famous Players, on parle d'un peu plus de 400 écrans, et c'est sensiblement la même chose pour ce qui est de Cinéplex. Néanmoins, il existe ailleurs au Canada de tout aussi grandes compagnies.

Au Québec seulement, il s'agit, dans le cas de Vincent Guzzo et des Cinémas Ciné Entreprise, d'une centaine d'écrans chacun. On parle donc de *mini majors* qui contrôlent beaucoup d'écrans. C'est un phénomène très important dans des agglomérations importantes. Ce sont ces *mini majors* aussi bien que les plus gros qui choisissent combien d'écrans seront consacrés à un film, et ce, en fonction du plan de marketing du distributeur.

Le distributeur, qu'il s'agisse de Paramount, de Christal Films ou, comme dans ce cas-ci, d'Alliance, peut arriver un lundi matin, dire qu'il lance *Séraphin* la semaine suivante et que 120 copies sont disponibles, puis demander qui en veut. Jean peut décider d'en prendre deux pour Boucherville et une pour Saint-Hyacinthe, et moi, d'en prendre une pour le Cinéma Beaubien. En fin de compte, en faisant le total, on arrive à 120.

Dans le cas du film *Mémoires affectives*, si le distributeur avait eu 10 copies pour répondre à 11 demandes, il aurait examiné le rendement antérieur de la onzième salle et aurait décidé d'accorder les 10 copies aux 10 salles ayant le meilleur potentiel. Les autres auraient dû attendre.

Bref, nous contrôlons nos salles et ce que nous voulons y présenter.

M. Jean Colbert: Je voudrais vous faire part d'une petite anecdote. À Los Angeles, depuis un an ou deux, des producteurs et des distributeurs se posent des questions quand vient le temps d'avoir des écrans chez nous, au Québec, et que ces écrans sont occupés par des films comme *Séraphin* ou *Mémoires affectives*. Ils se disent: « *What the fuck is that?* » Il y a moins d'écrans disponibles pour eux parce que le cinéma québécois prend ici plus de 14 p. 100 du temps-écran. Il y a donc une concurrence. En fin de semaine, *Le Survenant* sortira en 110 ou 120 copies. Ce sont des écrans sur lesquels le film *L'interprète*, avec Nicole Kidman, ne seront pas projetés. Le film *L'interprète*, qui sort en fin de semaine, sera projeté sur le deuxième ou le troisième écran de ces salles. Ce distributeur américain n'a plus la grande salle. Il aura la deuxième ou la troisième, parce qu'un film québécois important, bien lancé, bien soutenu, sort en fin de semaine et prend le meilleur temps d'écran.

M. Ré Jean Séguin: Ce film sera projeté dans la grande salle partout ailleurs au Canada.

M. Maka Kotto: Quelle est votre part de responsabilité à vous, propriétaires, quand un film comme *Mémoires affectives*, au bout d'un certain temps, n'a pas atteint les objectifs en matière de recettes, est écarté des écrans et n'est ressorti qu'après avoir gagné un Jutra ou un Génie? Qu'est-ce qui motive le retrait d'un film de l'affiche?

M. Mario Fortin: Je peux répondre. Lors de la sortie initiale du film, le Cinéma Beaubien l'a gardé six semaines. Ma conscience est donc en paix pour ce qui est de *Mémoires affectives*. La sixième semaine, je n'avais pas assez de clients à chacune des représentations pour justifier que je continue à consacrer autant de temps-écran à ce film. À la fin du mois, je ne paie pas Hydro-Québec avec des sièges inoccupés. Il me faut des gens dans les sièges pour que j'aie un revenu me permettant de payer mon électricité. C'est le seul critère qui fait qu'après un certain temps, on se rend compte qu'il n'y a plus rien à faire à ce moment-là pour le film.

Dieu merci, *Mémoires affectives* a réussi à avoir un second souffle avec ses prix. À ce moment-là, d'autres salles ont pu donner une deuxième chance à ce film. Cependant, des histoires comme celle-là, on peut les compter sur les doigts d'une seule main.

• (1520)

M. Maka Kotto: Merci.

M. Tom Fermanian: Je voudrais répondre à M. Kotto. Vous avez posé une question sur le cinéma numérique. Aucun propriétaire de salle de cinéma ne veut faire quoi que ce soit pour installer de l'équipement parce que les standards ne sont pas encore acceptés à l'échelle mondiale. Aujourd'hui, on peut présenter un film en pellicule 35 mm partout dans le monde. Il y a tellement de standards à être définis dans le numérique. Naturellement, le cours des bonnes affaires va dépendre de ce que le marché va demander. Ce sont les grosses compagnies américaines qui vont décider d'un standard, et les autres vont probablement suivre.

Quand le son numérique a fait son apparition dans nos salles de cinéma, il y a une dizaine d'années, on a été obligés d'acheter deux, trois ou quatre équipements différents, dont deux sont déjà vétustes. On ne peut plus s'en servir. Il faut donc faire bien attention. Même si on veut préserver l'identité culturelle et présenter des films québécois ou canadiens, cet équipement ne servira pas uniquement à présenter des films locaux. On devra être en mesure de présenter presque tout.

M. Mario Fortin: Permettez-moi de vous faire part d'une anecdote pour illustrer cela. Cette semaine, au Cinéma Beaubien, on présente le Festival Vues d'Afrique. On a des présentations en 35 mm et sur d'autres supports. Il reste trois jours. Toutes les présentations en 35 mm se sont déroulées sans problème, mais on a été obligés d'annuler 10 p. 100 des séances présentées sur d'autres supports, dont le numérique, à cause de problèmes techniques, d'incompatibilité de système ou de qualité.

[Traduction]

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

Je vous remercie d'être venu témoigner aujourd'hui. J'ai beaucoup appris à écouter les questions. Je remercie tous mes collègues de leurs excellentes questions.

Encore une fois, merci beaucoup. Nous essayons de gagner quelques minutes de plus avec chaque groupe cet après-midi; bon après-midi.

• (1523)

(Pause)

• (1539)

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Bienvenue à tous. Je vous prie encore une fois d'excuser le fait qu'il y ait si peu de gens

autour de la table. Ottawa vit actuellement des moments fort intéressants et certains ont dû partir. Mais nous allons vous écouter avec beaucoup d'attention et aurons, j'espère, de bonnes questions à vous poser sur ce sujet fort important.

Soyez encore une fois les bienvenus. Je m'appelle Gary Schellenberger et c'est avec intérêt que nous suivrons vos exposés.

Je vais demander aux représentants de l'Office national du film du Canada de faire le premier exposé.

• (1540)

M. Jacques Bensimon (commissaire du gouvernement à la cinématographie et président, Office national du film du Canada): Merci, monsieur Schellenberger.

Membres du comité, merci de nous recevoir. Merci de nous accueillir. Nous vous avons déjà fait un exposé, et je vous assure que nous n'avons pas profité de l'occasion pour répéter ce que nous avons dit il y a un mois et demi à Ottawa. Celui-ci est différent.

Je suis accompagné de Laurie Jones, directrice générale des communications et du développement, et de Sayedaly Rawji, directeur de l'innovation et des moyens techniques.

[Français]

Quand nous nous sommes rencontrés la dernière fois, c'était à quelques semaines des Oscars. Comme vous le savez sans doute, nous avons récolté un Oscar pour *Ryan*. Le court métrage de Hubert Davis, *Hardwood*, n'a pas raflé la statuette. Il était venu vous voir. Cependant, la course elle-même a été une vitrine formidable pour ce jeune cinéaste.

Les trois présentations que vous entendrez au cours des prochaines heures sont en quelque sorte une table ronde technologique et portent sur des aspects différents des courants technologiques qui font partie du milieu cinématographique.

Notre présentation d'aujourd'hui a pour objet de sensibiliser les membres du comité aux bénéfices indéniables que notre pays retirerait à investir dans les technologies numériques et la haute définition, autant du point de vue de l'accessibilité de notre patrimoine audiovisuel que de sa conservation durable.

[Traduction]

Le mémoire que nous avons présenté vous donne un aperçu de ce qui doit être fait, quand et comment. Dans mon rôle de commissaire du gouvernement à la cinématographie, je voudrais vous donner six raisons qui font que l'adoption du numérique dans la production et la distribution du film est essentielle, urgente et incontournable.

Tout d'abord, il y a la nouvelle norme de production. Partout dans le monde, la haute définition, dont l'avènement est annoncé depuis des années, est désormais arrivée. Elle devient rapidement la nouvelle norme de production. Même lorsqu'un film est tourné sur pellicule, sa postproduction est faite en numérique. Procéder autrement serait comme revenir à l'époque du téléphone à cadran ou du cheval de trait. Un des derniers résistants au monde, Fred Wiseman, admiré de tous, qui fait encore son montage sur une Steenbeck, a décidé de faire l'essai d'un logiciel de montage numérique pour son dernier film. Il n'a pu le faire qu'à l'ONF, où les traditions artisanales se maintiennent même en milieu numérique. Il a été conquis.

• (1545)

[Français]

Michel Brault, l'un des plus grands cinéastes du Québec, est un ardent défenseur des caméras numériques et il continue à les défendre.

[Traduction]

Dans sa réponse au rapport Lincoln, le gouvernement affirme qu'il appuiera la transition à la haute définition dans l'univers de la radiodiffusion. La nouvelle politique du cinéma doit en faire autant.

Deuxièmement, le numérique devient rapidement la nouvelle norme de projection. Partout dans le monde, les pays investissent pour doter leurs salles de projecteurs numériques de haute qualité pour encourager la diffusion de production locale. Le Film Council du Royaume-Uni a investi 13 millions de livres. Il y a eu un appel d'offres et la construction a commencé. En Irlande, le gouvernement a décidé d'équiper toutes ses salles, 600, de projecteurs numériques de haute qualité. Aux Pays-Bas, l'équivalent de Téléfilm investit l'argent qu'il destinait normalement aux films et aux tirages dans l'équipement de ses salles. En appuyant le cyber-cinéma dans un environnement privé-public, le Brésil a su faire renaître l'appréciation du pays pour la production nationale en lui donnant la diffusion qu'elle n'avait pas. Il y a aujourd'hui plus de 60 salles numériques haute gamme en Chine, qui compte en construire une centaine d'autres. Ailleurs, le secteur privé commence à déployer la projection numérique en Inde, en Belgique et aux États-Unis.

Si nous voulons avoir accès aux écrans, si nous voulons que notre production soit vue et appréciée par nos compatriotes, il faut déployer le cyber-cinéma avant qu'il soit trop tard. Il y va de la survie de notre identité culturelle. La capacité de direction nous manque et nous laissons l'occasion filer entre nos doigts.

Mon troisième argument, c'est que c'est sensé du point de vue économique.

[Français]

L'ère numérique n'est pas pour demain. Récemment, au marché MipTV, à Cannes, j'ai pu constater que plusieurs pays avaient amorcé ce virage technologique et que la transformation était bien enclenchée.

Sur ce marché, il était clair que la télévision haute définition était maintenant le nouveau standard, et que la numérisation de contenu pour visionnage, depuis des serveurs et sur Internet, était maintenant de rigueur. Un nouveau marché s'ouvre pour les contenus audiovisuels pour portables, et le E-cinéma se répand sur tous les continents. Les archives comme celles de l'ONF — c'est très important — revêtent encore plus d'importance sur le plan du patrimoine et de l'exploitation. Faire un *master film*, une production vidéo, coûte environ 50 000 \$, et chaque copie coûte environ

3 000 \$, le nombre de copies étant un facteur déterminant du point de vue du succès du film.

[Traduction]

Le numérique permet de faire sortir un film plus vite, de centraliser le marketing et la promotion, et permet de le laisser dans le circuit plus longtemps.

[Français]

Quatrièmement, le virage numérique nous permet de mieux gérer nos avoirs et de les exploiter. Qu'il s'agisse d'assurer la pérennité du patrimoine audiovisuel ou encore de permettre un accès toujours plus facile et de meilleure qualité à sa collection, le Canada n'a d'autre choix que de se tourner vers les technologies numériques et la haute définition.

En sa capacité de détenteur d'une grande collection de valeur patrimoniale et en partie commerciale, l'ONF a pour objectif, entre autres, de transférer la totalité de sa collection en format numérique et d'accroître l'accès à ses titres par le biais d'une diffusion multiplateforme: Internet, vidéo à la demande, centres de consultation, médiathèques à Toronto et à Montréal, et cinémathèques partout au pays, circuits fermés, serveur à serveur, cinémas et écoles.

Dans l'univers du numérique, qu'il s'agisse de productions en vidéo numérique ou de productions film transférées sur support numérique, les processus permettent l'amélioration de la qualité de l'image, et le dépoussiérage dans le cas de transferts de films en vidéo. En fait, la remasterisation est un créneau de recherche appliquée pour l'ONF. Nous travaillons maintenant à la restauration numérique de *Voisins, Neighbours*, un film de Norman McLaren, le grand cinéaste d'animation reconnu mondialement.

En ce qui concerne la gestion des contenus, ou *assets management*, les fichiers numériques peuvent être associés à des bases de données sur les droits, par exemple, et l'encodage subséquent peut même refléter cette information dans le fichier lui-même. Les fichiers numériques peuvent subséquentement être encodés différemment pour répondre à une gamme de besoins. Le format numérique peut être transféré vers n'importe quel support, quel que soit le format de l'original dont il est issu. À terme, disposer d'une voûte numérique de la collection de l'ONF permettrait, en plus d'améliorer l'accès à celle-ci, d'envisager une conservation durable du patrimoine audiovisuel canadien, puisque n'importe quel titre disponible en numérique, qu'il provienne d'une bande magnétique ou argentique, peut être transféré vers le film, le format de conservation le plus fiable.

• (1550)

Ce projet est d'une grande importance dans la mesure où beaucoup des titres dont dispose l'ONF ont un certain âge et méritent, pour certains, d'être remasterisés afin d'offrir la meilleure qualité visuelle possible.

L'ONF doit également profiter du virage numérique pour transférer ses originaux en haute définition, qui est en train d'irréremédiablement remplacer la définition standard. Là encore, nous avons fait preuve d'un grand savoir-faire en développant, en partenariat avec le privé, des méthodes de transfert inédites qui restent maintenant à être mises en place.

Le passage d'un réseau de distribution conventionnel vers un réseau numérique offre des possibilités de développement que l'ONF ne peut ignorer s'il veut atteindre ses objectifs culturels et continuer de se définir comme la tête chercheuse pour l'audiovisuel au Canada.

Cinquièmement, le virage numérique démocratise la production et la diffusion audiovisuelles. Récemment, on disait à la une du *New York Times*, en manchette:

[Traduction]

“Film : le diplôme en étude cinématographique est-il le nouveau M. B.A.?”

[Français]

Il faut non seulement apprendre à lire, à écrire et à compter, mais aussi savoir comment composer avec l'image et le son, et décoder cet environnement.

Les petites caméras DV, par la projection numérique ou en passant par l'Internet, permettent à tous, simples citoyens ou professionnels, de manipuler l'image et de choisir ce qu'ils veulent bien voir. Le virage numérique peut nous aider à refléter qui nous sommes. Dans ce sens, amorcer le virage numérique est une responsabilité qui interpelle tous les joueurs du milieu pour protéger notre patrimoine et notre diversité.

Je passe maintenant au sixième point. Nous sommes le dépositaire des images importantes de ce pays et nous devons nous assurer que ces images soient utilisées et ne dorment pas sur les tablettes. Sans le transfert sur support numérique, tout ce qui a été produit sur support magnétique est à risque, vraiment à risque.

L'ONF est un acteur parmi d'autres qui doivent faire leur part pour amorcer ce virage. Cela comprend les diffuseurs, les pourvoyeurs de réseaux, les gens qui seront les livreurs des autoroutes numériques qu'on ne connaît même pas encore et les exploitants de salles. L'ONF s'occupe du contenu, et c'est pourquoi il faut se consulter.

Toutefois, notre but est d'être à la fine pointe et d'agir comme fer de lance, comme tête chercheuse dans ce domaine. L'ONF a déjà acquis l'expertise nécessaire en numérisant plus de 10 p. 100 de ses titres en définition standard et en en rendant une partie accessible sur Internet, sur support DVD, ou encore sur des serveurs pour des projections en salle. Il cherche aujourd'hui des moyens d'accélérer la cadence et de se mettre au diapason de ce qui est sans aucun doute le futur standard cinématographique en transférant sa collection vers un format numérique haute définition.

Aujourd'hui, alors qu'il apparaît clair que l'industrie du film et de la vidéo est en train de se tourner vers le numérique, il appartient à l'ONF d'effectuer les modifications nécessaires à sa collection et à son réseau de distribution afin de rester à l'avant-garde des avancées technologiques les plus récentes.

Si les perspectives offertes par ces nouvelles technologies sont alléchantes, les défis pour les mettre en place de façon complète restent importants. Malgré l'expertise déjà acquise au fil des années, l'ONF ne peut envisager ces changements sans l'appui soutenu du gouvernement. Les vicissitudes du temps, de même que les répercussions des compressions budgétaires répétées, ont mis la collection de l'ONF en péril. Ce sont les images des générations qui nous précèdent, ainsi que celles des générations que nous sommes en train de filmer aujourd'hui.

Il nous faut procéder à la numérisation de ces titres et au rachat des droits expirés, sans quoi cette collection ne sera plus qu'un souvenir qui s'effacera graduellement, et ce, en dépit du fait qu'elle soit réclamée par le public, les enseignants — j'insiste sur les enseignants — et le monde entier.

Cela dit, le défi est tel que l'ONF doit aujourd'hui pouvoir compter sur un soutien supplémentaire qui lui permettra d'investir dans de nouvelles ressources matérielles et humaines afin de pouvoir négocier avec succès ce virage et rester, comme son mandat l'exige,

à la fine pointe de la technologie. L'ONF pourra donc accomplir une autre partie importante de son mandat, celle de promouvoir notre cinématographie. Le réseau E-cinéma, que certains d'entre vous verront demain, fait partie de cet avenir. C'est une occasion que doit saisir sans tarder l'ONF. Comme le mentionnait le gouvernement du Canada dans sa réponse au rapport Lincoln, pour faire avancer la transition numérique, le ministère du Patrimoine canadien entreprendra, en collaboration avec d'autres organismes, les ministères fédéraux responsables ainsi que des intervenants, de clarifier la politique et les objectifs, de cerner les lacunes et de contribuer à l'élaboration d'un plan pour combler ces lacunes.

J'espère que ce portrait que je vous ai brossé a su vous inspirer, vous provoquer et vous inciter à poser des questions. Je vous remercie.

• (1555)

[Traduction]

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Nous avons le temps de poser des questions. Monsieur Fischer, avez-vous un exposé?

M. Hervé Fischer (à titre personnel): Oui.

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Un instant.

Oui, monsieur Lemay.

[Français]

M. Marc Lemay: Monsieur le président, comme je devrai quitter dans une demi-heure, puis-je être le premier à poser une ou deux questions?

[Traduction]

M. Gary Schellenberger: Vous allez l'être.

Combien de temps dure votre exposé, monsieur?

M. Hervé Fischer: Quinze minutes. Il en aura cinq de plus?

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Je vais donner la chance à M. Lemay de poser quelques questions tout de suite. Hier, on a joué au yo-yo avec lui et je suis très heureux qu'il soit ici aujourd'hui. Il voulait être ici hier.

Monsieur Lemay.

[Français]

M. Marc Lemay: Monsieur le président, je vais laisser M. Fischer nous présenter son mémoire. Je voudrais lui poser des questions étant donné que j'ai lu et son livre et son mémoire. Je crois que c'est la même chose pour tout le monde.

M. Hervé Fischer: Est-ce que vous aurez le temps de poser des questions à M. Jacques Bensimon?

M. Marc Lemay: J'en aurai le temps si vous ne prenez que 15 minutes, comme vous le dites.

M. Hervé Fischer: Je l'espère bien.

Monsieur le président, merci de m'avoir donné la possibilité d'être ici. J'ai récemment publié un livre qui s'appelle *Le déclin de l'empire hollywoodien*, qui n'est pas encore traduit en anglais, mais qui annonce clairement la position que je défendrai.

J'ai deux préoccupations fondamentales. La première est la défense de la diversité culturelle dans le domaine du cinéma, et la deuxième est la défense de la qualité de l'art cinématographique par rapport à une industrie de divertissement que j'estime dégénérée par rapport à l'art du cinéma, qui est la production hollywoodienne. Je pense à *Superman II* et autres films du même genre, dont nous sommes devenus de friands consommateurs, hélas.

L'hégémonie de l'industrie hollywoodienne est un exemple accompli et remarquable de mondialisation culturelle. Ses mécanismes ont été élaborés au cours d'une centaine d'années, dans un système cohérent qui lui permet de dominer la distribution du cinéma dans le monde, à près de 90 ou 95 p. 100. C'est un phénomène considérable et absolument inacceptable du point de vue de la diversité culturelle. Je ne peux pas croire que 95 p. 100 des films soient nécessairement les meilleurs. Il s'agit d'un dispositif économique réglementaire, impérialiste qui prive les autres pays de la production de leur propre cinéma national, qui empêche les créateurs, les producteurs et les réalisateurs indépendants de cinéma d'avoir accès au marché du cinéma, et donc de créer; et qui nous empêche d'accéder au cinéma de répertoire, qui est quand même toute la mémoire du cinéma. Nous n'avons plus accès, dans des salles de cinéma, aux chefs-d'oeuvre accumulés depuis plusieurs générations. C'est une situation que je trouve extrêmement déplorable.

Nous devons comprendre comment cela fonctionne. L'idée principale qui est ressortie de la recherche que j'ai faite est que ce dispositif hollywoodien se sert de la bobine 35 mm comme d'une clé qui lui permet de verrouiller le système. Contrairement à ce que disait précédemment l'un des représentants de l'Association des propriétaires de cinémas et cinéparcs du Québec, ces bobines 35 mm sont une technologie archaïque. C'est le dernier archaïsme technologique de l'industrie du cinéma, puisque la production et la postproduction sont désormais de plus en plus numériques et le deviendront complètement demain matin. Pourquoi garder ces vieilles bobines 35 mm? Parce qu'il y a un empire qui s'en sert et, deuxièmement, parce que l'on croit encore que les bobines 35 mm nous offrent une qualité de visionnement inégalable, ce qui est totalement faux. La bobine 35 mm, comme le dit même George Lucas, l'Américain que nous connaissons, est une catastrophe pour le visionnement et pour la projection, parce que la bobine s'empoussié, s'égratigne, se détériore, ce qui fait que, dans les salles de cinéma de deuxième ordre, en dehors des complexes dont les Américains sont propriétaires, ce sont des projections de mauvaise qualité que voient les publics cinéphiles après trois ou quatre semaines. C'est une situation qui est tout à fait en opposition avec la prétendue vertu de la bobine 35 mm. Nous voyons des projections de mauvaise qualité dès que nous sortons des complexes des grandes villes. C'est un support extrêmement fragile.

Cette situation est particulièrement préoccupante au Canada. Comme vous le savez, le cinéma canadien anglophone n'a quasiment plus d'accès au marché. Le Canada anglophone est un marché domestique des États-Unis, quasiment complètement contrôlé par les États-Unis. C'est inacceptable pour le Canada, pour le gouvernement canadien.

• (1600)

Quand Mme Campbell, par exemple, avait essayé, à une certaine époque, d'imposer des quotas pour protéger le cinéma canadien anglophone, M. Jack Valenti, qui était à l'époque président de la Motion Picture Association, avait fait tellement de lobbying qu'elle avait dû faire marche arrière.

La Motion Picture Association, quand elle ne peut pas conclure d'accords multilatéraux, signe des accords bilatéraux afin de disposer de toutes les salles de cinéma. J'admire l'Association des propriétaires de cinémas et cinéparcs du Québec qui résiste à cela. Elle peut le faire grâce à sa différence culturelle.

La technologie numérique peut désormais servir cette différence culturelle. En effet, cette technologie, contrairement à ce qui a été dit tout à l'heure, ne pose aucun problème de compatibilité technologique. Comme l'a rappelé Jacques Bensimon, si vous avez une bande maîtresse numérique, celle-ci peut ensuite être transférée grâce à toutes sortes de dispositifs numériques de gestion d'ordinateur et de projecteurs vidéo. Ce n'est donc pas un problème.

En revanche, la question de se rééquiper avec des projecteurs numériques constitue un problème pour les propriétaires indépendants. Leur industrie est extrêmement fragile financièrement et on doit y prêter la plus grande attention.

En fait, que fait Hollywood pour retarder le plus possible l'arrivée de la distribution et de la projection numérique? Quand je dis distribution, je pense à la distribution par satellite, sur support disque dur grand comme une ancienne cassette VHS qui peut maintenant contenir 10 ou 15 longs métrages, et naturellement à Internet à haute vitesse et au service à large bande. Présentement, les propriétaires de salles de cinéma indépendants pourraient parfaitement s'équiper, mais pas au prix de 400 000 \$ comme l'exigerait Hollywood. En effet, Hollywood exige, pour retarder le processus, un niveau de qualité totalement irréaliste, ce qu'on appelle techniquement 4K, ce qui est plus que ce que notre cerveau et notre système de perception ne sont capables d'apprécier.

La technologie 2K correspond parfaitement au niveau de la projection cinématographique traditionnelle en 35 mm. De plus, la qualité 15 jours et quatre ans plus tard est bien supérieure, car la bande maîtresse numérique est très durable, contrairement à la bobine 35 mm.

D'autre part, la copie numérique ne coûte quasiment rien. On peut donc faire des copies très rapidement à des prix dérisoires. On n'a donc plus à souffrir du blocage dont il a été fait mention un peu plus tôt lorsque le distributeur ne met, par exemple, que 20 copies à la disposition du Québec. En effet, 20 copies représentent 3 000 \$ ou 4 000 \$ multipliés par 20. Il s'agit donc d'un investissement que le distributeur, éventuellement, hésite à faire. Le support numérique permet d'avoir la qualité d'une bande maîtresse à petit prix. On n'a donc plus à défrayer le coût d'assurance des bobines ni le coût de retour. Les salles de cinéma ont la flexibilité qui permet aux salles indépendantes de se préparer un plan financier.

En effet, on peut rétablir en une semaine la diversité des films présentés dans une salle. On peut rentabiliser la projection d'un film dans une petite salle puisque les coûts sont réduits au niveau de la disponibilité du film. On peut donc, progressivement, réintroduire dans la programmation des films indépendants, des films d'auteur, des films communautaires et des films locaux, au fur et à mesure, juste pour une ou deux projections, selon les disponibilités du marché. On peut donc retrouver sa liberté.

Vous avez compris que les propriétaires de salles sont esclaves du distributeur nord-américain qui leur envoie, ou non, la bobine et qui exige éventuellement un prix excessif s'il s'agit d'un film qui connaît un grand succès. Cet asservissement est inacceptable, mais c'est présentement la réalité.

Quant au spectateur, s'il retrouve dans des petites salles de cinéma, dans des villes éloignées, en Gaspésie par exemple, la possibilité de revoir un film d'auteur, non pas sur une cassette ou un DVD chez lui sur un petit écran, mais dans une grande salle de cinéma avec la qualité de projection, il est capable d'y retourner.

•(1605)

Le numérique va permettre aux petites salles de retrouver un public, donc une situation économique beaucoup plus facile. Au lieu de disparaître, puisque Hollywood a tué non seulement les producteurs indépendants mais aussi les salles indépendantes, ces salles de cinéma pourront renaître.

Je ne veux pas m'étendre davantage sur le sujet parce que je veux laisser le temps à M. Lemay de poser des questions. Toutes ces raisons sont cohérentes. Cela demande un leadership politique, gouvernemental, comme cela a été le cas en Europe. Toutes sortes de dispositifs ont été expérimentés et fonctionnent en Europe. Vous en avez mentionné tout à l'heure, liés au renouveau du documentaire, par exemple. Ces dispositifs permettent d'équiper et de subventionner de petites salles à des conditions qui permettent de rétablir des quotas de diffusion nationale; ils vont redémarrer un processus de réseau alternatif, indépendant de l'industrie de consommation hollywoodienne qui est en train de nous faire les poches et de nous vider la tête.

Il s'agit d'un enjeu majeur. C'est remarquable, nous avons enfin une technologie qui permet d'intervenir très rapidement, à des coûts très raisonnables, dans cette industrie pour finalement sauver le cinéma de l'industrie de distraction de bas étage que nous recevons trop souvent de Hollywood. Que Hollywood fasse quelques bons films et que nous ayons du plaisir à les voir est tout à fait équitable et souhaitable. Cependant, ce cinéma américain ne devrait pas représenter plus de 5 p. 100, 10 p. 100 ou 15 p. 100 de la qualité de l'ensemble du cinéma mondial qui existe potentiellement dans différents pays, au Brésil, en Afrique et partout au monde. Nous avons un problème politique. Cette fois-ci, une technologie va sauver un art et une culture. C'est un paradoxe que je me plais à souligner. J'aimerais qu'il y ait, au Canada, le même leadership qu'on a vu dans certains pays européens pour mettre ce petit grain de sable dans la chaussure des sept grands studios hollywoodiens, et pour que le système reprenne vie. Merci beaucoup de votre attention.

•(1610)

[Traduction]

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Merci.

Avant de vous entendre, M. Lemay doit partir tôt, alors nous allons vous demander...

[Français]

M. Marc Lemay: Votre présentation est-elle longue?

M. Alban Asselin (directeur général, Hexagram): Nous avons besoin de sept minutes.

M. Marc Lemay: Puisqu'ils sont tous là, j'aimerais mieux qu'ils fassent leur présentation, monsieur le président. Ce sera fait et je pourrai quand même poser mes questions.

[Traduction]

M. Alain Gourd (président, Conseil d'administration, Hexagram): Je m'appelle Alain Gourd. Je suis président du conseil d'administration d'Hexagram.

[Français]

En tant que président du conseil d'administration d'Hexagram, je tiens tout d'abord à remercier le comité de cette initiative

relativement au cinéma et de cette invitation à venir présenter les activités d'Hexagram, nos analyses ainsi qu'un certain nombre de recommandations.

Il me fait plaisir de vous présenter les collaborateurs d'Hexagram: M. Alban Asselin, directeur exécutif, Mme Cilia Sawadogo, qui est de l'axe de recherche Cinéma émergent et personnages virtuels d'Hexagram. Dans l'auditoire, M. André Picard, notre conseiller spécial en valorisation, est aussi présent.

Sans faire un long historique du cinéma, je vous dirai que l'invention du cinéma, il y a plus de 100 ans, et son perfectionnement graduel sont liés, entre autres, à des améliorations techniques successives qui les ont rendus possibles. Ces avancées se sont parfois produites de façon isolée pour être ensuite intégrées par l'ensemble des médias cinématographiques. Elles ont été suscitées par de nouveaux besoins sur le plan des formes d'expression, des techniques et des moyens de réalisation et de production.

Toutefois, à travers cette histoire du cinéma, un certain nombre de constantes demeurent. Chaque film est unique. Bien malin qui peut prédire qu'un film sera un succès avant qu'il ne soit présenté. Chaque réalisation apporte son lot de défis et de problèmes à résoudre. Les limites qui s'imposent lors de tous les tournages apparaissent peut-être infranchissables sur le coup, mais elles finissent toujours par être repoussées un peu plus loin, grâce à l'ingéniosité et aux progrès technologiques. Comme le cinéma produit toujours des prototypes, des produits uniques, la technologie pour les produire évolue sans cesse pour ensuite profiter à toutes les productions suivantes.

Aujourd'hui, l'industrie du cinéma, surtout celle de Hollywood, comme l'a souligné M. Fischer, dispose de moyens de production colossaux. Par souci de productivité, les grands studios ne ressassent pas souvent les chaînes de montage. Ils s'en remettent à des méthodes qui ont fait leurs preuves. L'industrie hollywoodienne investit certes dans la recherche, mais dans la recherche appliquée. Cette recherche s'adresse davantage aux ingénieurs qu'aux créateurs. Ces ingénieurs compétents en sciences appliquées connaissent souvent trop peu le cinéma et se concentrent plutôt sur le développement technologique conventionnel que sur la création de nouvelles techniques et de nouveaux contenus comme tels.

Une tendance nouvelle s'observe donc dans l'innovation technologique. Ce sont souvent les indépendants qui innovent et inventent. Ils compensent leur manque de capital par l'imagination. C'est un milieu très dynamique en termes de créativité qui, malheureusement souvent, se voit lentement mais sûrement marginalisé, malgré tous les efforts déployés pour s'en sortir. Quelqu'un d'autre l'a déjà souligné.

À l'autre bout du spectre se trouve la grande industrie, plus conformiste et généralement moins novatrice en matière de cinéma. C'est pour pallier le manque de moyens des indépendants d'une part, et la lourdeur de l'industrie en matière d'innovations cinématographiques d'autre part, qu'un organisme comme Hexagram a vu le jour dans le domaine de la technologie numérique, en particulier dans le cinéma.

Hexagram occupe l'espace de recherche laissé vacant par les indépendants et l'industrie. En effet, Hexagram dispose de moyens financiers et de compétences professionnelles qui lui permettent d'expérimenter, comme le font les indépendants, mais avec plus de portée grâce à ses contacts avec l'industrie. Tout est enfin prêt au Québec et au Canada pour voir l'émergence de projets qui auront un impact sur la façon même d'envisager de faire du cinéma, de le diffuser, de le protéger contre le piratage et d'assurer la conservation des oeuvres à long terme. Notre directeur exécutif, Alban Asselin, va poursuivre cette présentation.

• (1615)

M. Alban Asselin: Hexagram a été créé en 2001. Je crois que M. Fischer était présent lors de sa création. Ce consortium regroupe une soixantaine de chercheurs, d'enseignants, d'universitaires et d'environ 300 étudiants de deux universités. On a créé une structure de recherche/création dans le domaine des arts numériques à l'UQAM et à l'Université Concordia, où nous avons deux bases de recherche/création.

Contrairement à Hexagram, les gens qui y font de la recherche sont dans les universités. Ils sont appelés à développer des projets de recherche/création qui se regroupent autour de huit axes de recherche, dont trois touchent le domaine du cinéma. Je laisserai Cilia en parler tout à l'heure. Ces chercheurs se sont regroupés et ont obtenu du financement des gouvernements. Ils ont surtout reçu, pour les deux universités, une infrastructure d'un peu plus de 20 millions de dollars qui permettra de construire des espaces et des laboratoires, et de s'équiper d'outils favorisant la recherche et la création en haute définition, en vidéo et en cinéma.

Nous avons réussi, au cours des quatre dernières années, à créer une culture et des espaces Hexagram à l'intérieur des universités. À l'UQAM, à l'Université Concordia et même à l'Université de Montréal, où Hexagram a un laboratoire, vous êtes d'emblée à Hexagram lorsque vous êtes dans les locaux où sont nos équipements. Les membres d'Hexagram, les 60 chercheurs et les étudiants, se regroupent pour définir les contenus et les projets de recherche.

Au départ, Hexagram subventionne des projets de recherche sélectionnés et, ce qui est très particulier, voit ensuite à susciter le transfert de ces recherches au milieu utilisateur, sa vocation étant ainsi d'établir un pont entre l'université et les chercheurs universitaires, ainsi que les utilisateurs du milieu des arts médiatiques. Transfert ne signifie pas nécessairement commercialisation. Cela peut aussi signifier présentation, développement, prolongement du travail, présentation en exposition, ou autres.

Depuis quatre ans, Hexagram a beaucoup travaillé: nous avons financé plus de 65 projets de recherche, alors qu'environ quatre millions de dollars ont été donnés en subvention. Nous avons déjà quatre projets à l'état de valorisation et de transfert. Tout récemment, nous avons réussi à amener l'industrie à créer un partenariat et à investir un million de dollars dans Hexagram pour soutenir la recherche/création dans le domaine des arts numériques. Comme notre volet cinéma est important, et que c'est ce dont il est question aujourd'hui, je vais laisser Cilia vous parler de ce qui se fait dans le domaine des arts numériques.

Mme Cilia Sawadogo (à titre personnel): Hexagram a défini trois axes de recherche orientés vers le cinéma.

[Traduction]

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): J'hésite à vous interrompre, mais je vous demanderais d'abrégier parce que deux

personnes qui veulent vous poser des questions doivent nous quitter sous peu.

Mme Cilia Sawadogo: Très bien. Je vais résumer quelques parties.

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Merci.

[Français]

Mme Cilia Sawadogo: Les trois axes de recherche d'Hexagram sont les suivants: cinéma émergent et personnages virtuels; interactivité, performance et son; nouvelles formes narratives et création audio-vidéo. Plusieurs projets sont issus de ces trois axes de recherches, et sont actuellement en phase de commercialisation.

Il y a le projet Darwin Dimensions de Michel Fleury, de l'UQAM. Il s'agit d'une agence de distribution artistique conçue sous la forme d'une base de données sécurisée de personnages humains virtuels, téléchargeables à partir du web. Je m'abstiendrai de vous donner les détails de ce projet.

Il y a aussi le projet HELP, ou Holo Editorial Layering Process, de Louise Lamarre, de l'Université Concordia.

Il y a enfin le projet Set Design de Jean Gervais. Le Cirque du Soleil et la Société Radio-Canada ont annoncé, en décembre 2004, la conclusion d'une entente de partenariat entre Hexagram et l'UQAM dans le but de soutenir ce projet.

Plus spécifiquement, l'axe de recherche Cinéma émergent et personnages virtuels regroupe des spécialistes dans des champs diversifiés et complémentaires, le cinéma étant par essence un travail d'équipe. Leur orientation stratégique est claire. Jusqu'à présent, ils développent des projets à fort potentiel de transférabilité. Cependant, il est crucial de garder à l'esprit que le contenu, à savoir ce que l'artiste désire communiquer et ce que son innovation va aider à matérialiser, demeure la motivation première de tout le processus. La force et la singularité d'Hexagram reposent sur le parti pris d'encourager la recherche fondamentale, dans un contexte de création de prototypes artistiques. Hexagram place sa confiance dans le génie créateur de ses membres. C'est sa motivation et sa raison d'être.

En tant que cinéastes et chercheurs en cinéma, nos membres sont appelés à se pencher sur la création et l'impact des contenus culturels dans l'évolution des procédés et des outils technologiques, mais aussi sur leurs répercussions sur les modes de production et les moyens de diffusion sans lesquels, évidemment, le cinéma ne peut exister.

L'expérimentation et le développement des moyens et des outils, qui constituent les étapes de la production cinématographique, de la création de concepts et de scénarios, en passant par la diffusion des oeuvres, sans oublier leur production et leur conservation, sont au coeur de tous les travaux.

Je vais maintenant passer la parole à Alban Asselin.

• (1620)

M. Alban Asselin: D'abord, je vous remercie de nous avoir invités.

Nous voulions vous dire aujourd'hui que la création d'un lieu de recherche/création en arts et technologies médiatiques donne à Montréal un outil puissant de développement de contenus. La création d'Hexagram permet aussi de travailler à leur transfert vers les entreprises du milieu. C'est ce que nous sommes en train de faire.

Une de nos recommandations principales est de soutenir la création d'un fonds. En effet, les créateurs indépendants et les artistes universitaires qui font de la recherche et du développement de contenus ont besoin d'un soutien financier suffisant pour le développement de leur travail. Très souvent, ils ont des pistes brillantes qu'ils ne peuvent pas pousser plus loin, parce qu'ils n'ont pas l'appui financier nécessaire.

Nous croyons que la création d'un fonds pour soutenir ces chercheurs devrait, en complémentarité avec ce qui est fait à Hexagram, contribuer au développement de l'industrie cinématographique de l'avenir.

[Traduction]

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Merci.

Monsieur Lemay, pourriez-vous attendre un instant et laissez parler Mme Oda en premier?

Oui, une courte question.

Mme Bev Oda: Je n'ai même pas de question. Je veux présenter mes excuses. Je dois partir maintenant. J'apprécie le travail que vous avez fait ainsi que les documents que vous avez préparés. Si toutefois j'ai des questions, j'aimerais pouvoir vous les transmettre par l'intermédiaire du greffier. Excusez-moi de devoir vous quitter.

Merci.

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Monsieur Lemay.

[Français]

M. Marc Lemay: Nous sommes ici pour nous pencher sur l'avenir du cinéma, et mon collègue du Bloc québécois, Maka Kotto, me glissait à l'oreille que nous avions rarement vu des mémoires aussi bien faits. Je vous en félicite. Je les ai lus. Je dois partir, mais j'ai tant de questions à poser!

Je commencerai par régler une affaire importante en saluant M. Gourd. Je pense que nous nous connaissons. Comme nous venons de la même région, vous pourrez dire à vos collègues de ne pas oublier qu'il se fait de la recherche en multimédia à l'Université du Québec en Abitibi-Témiscamingue. Cela étant dit, j'ai fait passer mon message.

Quand j'ai entendu la présentation d'Hexagram, je me suis demandé si vous saviez qu'il existait un fonds universitaire de recherche. Il s'agit d'une fondation du gouvernement qui dispose d'un fonds de 1,2 milliard de dollars. Vous pourriez sûrement faire une demande dans le cadre de votre projet parce qu'il s'agit de recherche pure. Cette fondation universitaire de recherche a de l'argent. Je peux vous dire, puisque cela restera entre nous, que le Parlement n'a pas de contrôle sur cela. Je sais que des demandes ont été faites à ces fondations de recherche universitaire. Vous avez suggéré au ministère du Patrimoine canadien de créer un nouveau fonds de soutien à la création et à l'innovation cinématographique. À mon avis, une telle initiative convient tout à fait dans ce contexte. Quoi qu'il en soit, je vous en aurai glissé un mot. C'était là ma remarque concernant Hexagram.

Je dois dire que je suis un peu désolé de voir l'ONF délaissé les régions. Vous étiez à Rouyn-Noranda et maintenant, vous n'y êtes plus ou si peu. C'était là mon petit message politique. Il reste qu'on fait une étude et que je suis très inquiet. Messieurs Fischer et Bensimon, j'aimerais entendre vos commentaires au sujet du piratage. Je n'ai rien contre ce que vous avez dit, monsieur Fischer. J'ai lu votre livre et votre mémoire. Je suis tout à fait conscient qu'avec le 35 mm, on a trouvé le moyen de se prémunir contre le piratage. Mon inquiétude concerne vos banques de données et tout le

reste. Je ne suis pas un génie de l'informatique, loin s'en faut, mais je me pose des questions.

D'ailleurs, à plusieurs reprises, lors des audiences qui se sont tenues chez nous, on est revenu sur le fait que le 35 mm était fréquemment piraté, même en salle. Nous sommes à Montréal, et c'est l'endroit du Canada où cette pratique est la plus répandue, du fait que d'une salle à l'autre, les versions anglaise et française se côtoient.

Monsieur Bensimon, je trouve votre idée géniale. Vous êtes très sensible à l'égard de la protection des banques d'oeuvres et du patrimoine, qu'il soit canadien ou québécois. Quoi qu'il en soit, je sais que bien des films de Pierre Perreault ou d'Arthur Lamothe ne pourraient jamais être vus si l'ONF ne les avait pas.

J'ai fait un long détour, mais j'arrive à ma question. Comment fait-on pour se protéger du piratage lorsqu'on se prépare à vivre la situation qui prévaudra dans cinq ou six ans?

• (1625)

M. Jacques Bensimon: Premièrement, j'aimerais corriger le tir. Nous avons un producteur qui s'appelle Jacques Turgeon, qui couvre très bien la région. D'autre part, plusieurs productions sortent de votre région également. Je voulais donc souligner le fait que nous sommes très présents dans les régions du Québec.

En ce qui concerne le piratage, votre question est très sensée. Il est évident que c'est l'essentiel de la préoccupation: plus on invente, plus on a besoin de contrôler les processus. En même temps que se développaient les nouvelles technologies, l'Office national du film a élaboré une façon de suivre l'évolution des oeuvres. Nous avons établi un système qui s'appelle le SEGDA, qui correspond un peu à l'ADN d'un projet de film, puisqu'il contient tous les éléments depuis la naissance du projet jusqu'à la fin de son évolution.

La raison pour laquelle je vous donne cette réponse, c'est qu'au fur et à mesure que la technologie numérique évolue, elle est porteuse de codes qui sont inscrits à l'intérieur même de cette numérisation pour la protéger.

Cela ne veut pas dire pour autant que nous détenions la solution finale. Par exemple, dans le concept de E-cinéma qu'on vous présente avec Daniel Langlois, l'idée est de développer un système de diffusion par satellite qui permet de réserver des temps dans lesquels il n'y a plus aucune manipulation d'images ou de produits en tant que telle. C'est par des réseaux de satellites et par des réseaux hors Internet qu'on est en mesure de le faire.

Cela vient avec l'invention. Au fur et à mesure qu'on avance...

• (1630)

M. Marc Lemay: Cela coûte cher, non?

M. Jacques Bensimon: Aujourd'hui, la force du numérique est qu'il produit avec lui tout le codage qui vient au fur et à mesure.

Je peux demander à Laurie Jones de vous donner plus de détails, si vous le voulez.

M. Marc Lemay: Non, je comprends. Ma préoccupation concerne véritablement le piratage.

M. Jacques Bensimon: Le piratage est un problème universel qu'on ne pourra pas arrêter. La pire des choses serait d'arrêter d'évoluer sur le plan numérique et de la protection de nos images parce que le piratage existe. La musique et les images des grandes compagnies américaines continueront d'être piratées. Les compagnies laisseront libre cours à ces choses jusqu'au moment où — le cas de Napster en musique en est l'exemple idéal — les pirates entreront à l'intérieur du système et seront absorbés par celui-ci.

M. Hervé Fischer: Je voudrais soulever un point. En fait, la technologie résoudra complètement ce problème. Sur le plan technologique, c'est déjà disponible à un coût très raisonnable. De plus, en ce qui concerne le piratage actuel, les chiffres annoncés par Hollywood ne sont pas crédibles. La musique est une activité individuelle, tandis que le cinéma est une activité collective, événementielle, qui a lieu dans une grande salle. Ce n'est pas sur un écran de portable que vous allez regarder *Titanic* avec grand plaisir. C'est donc un faux problème. Ce sont des chiffres épouvantables qui sont mis de l'avant pour bloquer l'évolution du cinéma vers la distribution numérique.

Deuxièmement, les principales fuites ne proviennent pas de la projection en salle, mais des copies DVD. Celles-ci sont produites par les majeurs américains. D'autre part, à la suite d'enquêtes menées aux États-Unis, on a appris que ces fuites provenaient des studios de production d'Hollywood eux-mêmes. Il s'agissait d'un employé mécontent ou d'un employé qui s'amusait, parce que tricher, c'est amusant.

C'est donc un faux problème de A à Z dans l'industrie du cinéma. Par contre, dans l'industrie de la musique, c'est un problème majeur.

M. Jacques Bensimon: Monsieur Lemay, d'une certaine manière, on encourage le piratage. Savez-vous pourquoi? C'est la dissémination des oeuvres canadiennes, pour revenir au point que soulevait M. Fischer un peu plus tôt. Prenez l'exemple d'une exposition dans le monde entier. Je rêve de voir les films de Perrault se retrouver en Australie ou un peu partout dans le monde. Aujourd'hui, c'est du piratage, mais éventuellement, il y aura un contrôle sur ce produit.

M. Fischer vous dit qu'on le fait sciemment et qu'on devrait continuer de le faire, parce que le contrôle arrivera de toute façon. L'exemple de Napster est le meilleur que je puisse vous donner pour illustrer le point que je soulève.

M. Marc Lemay: Merci. Je dois malheureusement quitter. J'ai trouvé vos propos très intéressants. Mon collègue me remplacera et il le fera très bien.

[Traduction]

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Vous allez nous manquer, monsieur Lemay.

Monsieur Silva.

[Français]

M. Mario Silva: Merci, monsieur le président. Comme il manque deux autres libéraux, j'espère qu'avec votre permission, je pourrai poser plusieurs questions.

Il est important de dire que notre réunion est enregistrée. Grâce à Internet, les députés et le public pourront prendre connaissance de ce qui s'est passé au cours de notre réunion.

Je n'ai pas de questions pour les gens de l'ONF, mais j'aimerais faire un petit commentaire. Je suis tout à fait d'accord avec le témoin de l'ONF, qui dit qu'il faut se concentrer dans le domaine de l'Internet et du E-cinéma, car je pense que c'est là que réside l'avenir de la diffusion de notre culture au Canada, mais aussi dans le monde entier. Je vous félicite. Je pense que l'ONF va dans la bonne direction.

Je veux poser deux questions aux représentants d'Hexagram. Premièrement, pouvez-vous nous donner plus précisions sur le fonctionnement d'Hexagram et sur son apport au développement du cinéma? Comment Hexagram peut-il aider davantage le développement du cinéma? Finalement, pouvez-vous nous parler de certains projets reliés au cinéma qui ont été soutenus par Hexagram?

• (1635)

M. Alban Asselin: Vous avez posé plusieurs questions. Tout d'abord, comment pouvons-nous aider dans le domaine du cinéma?

J'écoutais plus tôt toute la discussion ayant trait à ce que j'appelle la protection des oeuvres contre le piratage. Cela fait partie des préoccupations des chercheurs. Ils aspirent à trouver la technologie nécessaire. Même si elle existe déjà, il faut la perfectionner. C'est là qu'un organisme comme Hexagram prend tout son sens. Il donne aux chercheurs la possibilité de développer des projets de recherche qui ne se réaliseraient pas toujours dans une entreprise privée. Ces projets se réalisent dans un territoire plus neutre, et ensuite on peut les envoyer à l'extérieur.

De plus, avec la création d'un fonds privé, auquel participent des joueurs majeurs comme Clear Channel, le Cirque du Soleil, la Fondation Daniel Langlois et d'autres, nous sommes maintenant en mesure de définir des orientations, ainsi que des besoins dans le temps et des défis qui sont posés dans le domaine de la production des arts numériques, et d'ainsi orienter les recherches de nos gens à l'intérieur d'Hexagram.

En ce qui a trait au domaine du cinéma lui-même, je vais laisser la parole à Cilia, qui va vous dire ce qui fait et comment nous travaillons dans le cadre de nos projets. Nous avons déjà deux ou trois projets qui en sont à la phase de valorisation, c'est-à-dire de transfert. Nous travaillons aussi avec les organismes du domaine du cinéma. Je vais donc laisser Cilia vous parler de ce qui se fait dans le cadre de nos projets de cinéma et des orientations.

Mme Cilia Sawadogo: Je vais parler surtout du projet Darwin, de Michel Fleury. C'est un projet qui consiste à développer une base de données d'acteurs virtuels. En d'autres mots, on peut aller chercher des personnages 3D sur Internet et les télécharger dans nos propres productions. On peut les utiliser pour faire des effets spéciaux, pour faire des cascades et ainsi de suite. Cela permet de réduire énormément les coûts et, évidemment, de travailler un petit peu à l'avance lorsqu'on travaille avec les acteurs.

Il y a aussi le projet HELP, de Louise Lamarre. Il permet à la fois de réaliser des effets spéciaux et de résoudre des problèmes techniques importants, comme par exemple le contrôle de la profondeur de champ pour chaque plan. Il nous fait économiser sur le plan financier. Il a le double avantage de nous permettre de résoudre des problèmes au niveau des effets et de ne pas être très coûteux. Dois-je vous donner plus de détails?

M. Alban Asselin: En fait, ces deux éléments font partie de besoins qu'on a identifiés. Grâce à la solution trouvée, n'importe quel créateur qui veut se fabriquer des personnages virtuels à coût réduit est en mesure de le faire en utilisant le sélecteur Darwin. C'est une banque qui crée une multitude de personnages à partir de géniteurs. D'autre part, on peut créer des effets spéciaux *intra camera* et épargner beaucoup d'argent en utilisant les technologies existantes pour produire des effets de champ en haute définition.

Dans les deux cas, on répond à des besoins. Les chercheurs ont fait ce travail, il est terminé. Il s'agit maintenant de le transférer à l'industrie et de faire en sorte que des gens s'engagent à le soutenir — c'est là qu'il y a un manque d'argent — afin d'aider le chercheur à aller plus loin, à produire son prototype et à faire en sorte qu'il puisse le commercialiser et le transférer à l'économie et au monde du cinéma.

• (1640)

[Traduction]

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Il vous reste plus de temps si vous voulez en profiter.

[Français]

M. Mario Silva: Merci, monsieur le président.

Je veux savoir si Hexagram est soutenu par le secteur privé et quel est son lien avec le cinéma. Comment cela fonctionne-t-il?

M. Alain Gourd: Effectivement, Hexagram est appuyé par le secteur privé. Nous avons annoncé, le 13 avril dernier, la création d'un fonds administré par Hexagram pour le secteur privé, qui est financé par la Fondation Daniel Langlois, le Cirque du Soleil, le Groupe Spectacles Gillet et Clear Channel Entertainment. C'est un fonds qui est maintenant à un million de dollars. Dès lundi prochain, nous rencontrerons une nouvelle entreprise et, quelques semaines plus tard, une autre. Nous nous attendons à ce que ce fonds atteigne 1,5 million de dollars.

Pourquoi un fonds du secteur privé? Je vais faire une brève rétrospective historique. À ma connaissance, le premier appui majeur du gouvernement du Canada à la production en ce pays a été la création de Téléfilm en 1983, je crois. On a d'abord appuyé la télévision parce qu'on est des enfants de la télévision au Canada, alors qu'aux États-Unis, on est entré dans la production par le biais du cinéma. Une des caractéristiques majeures du fonds d'aide à la production télévisuelle qui a été créé — j'étais alors au ministère, où j'ai été sous-ministre pendant une dizaine d'années — était d'exiger l'implication du secteur privé. Pour que l'argent du gouvernement sorte, il fallait qu'un diffuseur accepte de diffuser et paie une licence. Il y avait donc là l'idée du mariage de l'argent public et de l'argent privé. Ensuite, au début des années 2000, il y a eu le fonds d'aide au cinéma. Encore là, c'était la même logique. Il fallait que le produit cinématographique soit distribué. Il ne fallait pas qu'il reste sur la tablette. Cela a prévalu, ce qui implique un partenariat du secteur public et du secteur privé. Ces deux fonds étaient destinés à la production des oeuvres.

D'après ce que j'ai entendu aujourd'hui, il faut passer à un autre niveau, au niveau des nouveaux moyens technologiques pour aider à produire les oeuvres, plutôt que d'uniquement financer la production du film A, du film B et du film C. Il faut que notre collectivité monte au niveau des moyens qui vont structurer la production cinématographique. Les différents acteurs se situent dans ce nouveau paysage qui est celui des technologies structurantes. Certains, comme l'ONF, font eux-mêmes l'application de la technologie, par exemple pour archiver correctement leurs propres oeuvres au moyen de la technologie numérique. D'autres, comme le fonds de recherche universitaire dont a parlé M. Lemay, travaillent sur le plan de la recherche plus fondamentale.

Hexagram se situe entre les deux, entre la recherche fondamentale et les applications. Notre but est de prendre la recherche universitaire dans le domaine des nouvelles technologies numériques et de nous arranger pour qu'elle soit transférée au milieu, privé ou autre. Encore là, l'idée d'un partenariat privé-public est essentiel. En plus de

l'argent des gouvernements qui nous financent, il faut l'argent du secteur privé, qui tire la recherche vers l'industrie. Il faut que le secteur privé dise que telle idée est une vraie bonne idée. Je pense au projet que réalisent le Cirque du Soleil et Radio-Canada. Nous sommes prêts à investir de l'argent pour que ce soit transféré au secteur privé.

J'essaie de simplifier un peu les choses, mais c'est là que nous nous situons sur le plan de l'approche.

• (1645)

M. Alban Asselin: Pour compléter l'information sur ce point, je dirai que l'un des quatre secteurs que le fonds va soutenir est le domaine du cinéma et de la télévision numériques. Vous demandez comment nous allons impliquer le secteur privé et quels sont nos liens avec l'industrie du cinéma. D'abord, tenons pour acquis que nos chercheurs travaillent tous avec l'industrie cinématographique locale ici, au Canada.

Si on regarde la qualité des productions qui sont arrivées sur le marché au cours des dernières années, on voit qu'on n'a rien à envier à d'autres. Je suis d'accord avec M. Fischer là-dessus. J'étais à SIGGRAPH l'année dernière, lorsqu'on a présenté *Ryan*. Je peux vous dire une chose: les meilleures productions présentées là-bas venaient du Québec ou du Canada. On n'a donc rien à envier à cet égard.

Maintenant, on doit créer plus de ponts entre ce que j'appelle les indépendants et les artistes en milieu universitaire et cette industrie. Il faut consolider le point de départ. En effet, pour les oeuvres que l'on développe ou pour la recherche, au point de départ, il faut cesser de commander quelque chose. Il faut laisser les gens créer. Créer, c'est aller plus loin. Une fois qu'on a une création, on peut aussi la transférer. On manque de soutien financier pour aider les gens à aller plus loin. Ce ne sont pas des entrepreneurs, et ce ne seront pas des producteurs. Ils n'ont rien à voir avec cela. Ils cherchent, ils trouvent, ils créent. On doit les équiper et les soutenir pour que ce qu'ils aiment faire, produire ou créer soit transféré à l'extérieur ou soit utilisé. C'est un peu ce que fait Hexagram, et c'est comme cela qu'il établit ses liens avec l'entreprise privée.

M. Jacques Bensimon: Permettez-moi de corriger la façon dont mon ami Alain Gourd raconte l'histoire. Cela va servir à illustrer un point qui va tous nous ramener dans la discussion.

En fait, non. Le Canada a commencé avec une institution qui est l'Office national du film du Canada. Je suis obligé de le défendre. On a donc une tradition de 65 ans d'histoire de cinéma. L'histoire de ce pays s'est bâtie en grande partie sur les films faits à l'Office national du film, sur les auteurs qui ont été là. Or, la leçon qu'il faut en tirer est que très souvent, dans notre pays, on jette le bébé avec l'eau du bain. Par exemple, au moment de la naissance de Radio-Canada, ce lien qui aurait pu s'établir entre l'ONF et la tradition onéfiennne et Radio-Canada n'a pas été créé. Au moment où on a créé Téléfilm Canada, ce lien entre le cinéma, la télévision et les nouveaux médias n'a pas été établi.

Le danger auquel on fait face en ce moment est exactement celui-là. Il faut faire attention à ce que la technologie ne soit pas un mirage au milieu de tout cela. Il y a deux choses. Premièrement, il faut trouver les moyens de protéger les oeuvres. Nous disons tous ici, autour de la table, qu'il y a urgence en la demeure. Ce sont nos images et notre patrimoine qui sont en train de disparaître. Ce n'est pas un luxe, ce n'est pas un rêve de professeur fou qui veut simplement dépenser de l'argent pour le plaisir. Il y a urgence en la demeure. Au moment où on se parle, des oeuvres se dégradent. C'est la première chose.

La deuxième chose est la production du numérique. Nous y avons fait allusion, et M. Fischer en a parlé. Elle permet aujourd'hui de diminuer les coûts et de donner aux créateurs canadiens partout au pays un accès direct à un système d'exposition et de diffusion de nos oeuvres. Nous avons beaucoup parlé de ce qui a été développé par la technologie de Daniel Langlois, le DigiScreen. Cela permet à la technologie de la télévision d'être quelque part au service du cinéma. C'est le concept de E-cinéma.

Le message que nous vous envoyons et qui nous fait nous rejoindre tous les trois est qu'il faut de la recherche, qu'il faut que nous voyions à nous réapproprier nos écrans, et qu'il faut protéger nos oeuvres à l'intérieur de tout cela. Le numérique nous permet aujourd'hui d'unir tous ces objectifs. Il faut que ce pays ait la conviction de dire qu'il va mettre ses moyens là-dedans. Nous le demandons chacun à notre façon, nous demandons tel et tel fonds, mais il faut dire à notre pays que, s'il ne le fait pas, nous allons disparaître, comme les dinosaures.

• (1650)

[Traduction]

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Monsieur Kotto.

[Français]

M. Maka Kotto: Je vous remercie, monsieur le président. Je vous remercie à mon tour d'être tous là. Ce que j'entends depuis ce matin est très inspirant. Je pense qu'il va y avoir une lutte entre les conservateurs et les progressistes. Je fais allusion au film et à la version numérique. J'ai oui dire, en me faisant encore une fois l'avocat du diable, que le support film donnait une meilleure image.

Qu'en dites-vous? De plus, y a-t-il des études scientifiques comparatives? Si vous en avez connaissance, nous aimerions en prendre note.

M. Jacques Bensimon: Je demanderai à Sayedaly de répondre. Il a 30 ans d'expérience en laboratoire cinématographique et il fait aujourd'hui partie de ceux qui doivent travailler en haute définition. Laurie Jones pourra renchérir sur ce que Sayedaly va dire, mais celui-ci provient de l'école cinématographique canadienne qui, pendant des années, a oeuvré sur la partie finie, qui est aujourd'hui... [Inaudible]

M. Sayedaly Rawji (directeur, Office national du film du Canada): Vous jouez vraiment à l'avocat du diable. Il est très difficile de répondre à cette question. Il y a des puristes des deux côtés. Il est vrai que lorsque nous tournions un film pour le cinéma, il y avait un naturel, que ce soit le mouvement de l'image, la mise au foyer, la mise hors foyer ou la manière dont le film passait dans le projecteur. Tout cela faisait plaisir à la personne qui l'avait tourné. C'est le même débat que celui qui a lieu entre les tenants de la musique analogique et ceux de la musique numérique.

M. Fischer en a parlé lorsqu'il a mentionné que Hollywood nous enjoint maintenant à nous adapter au 4K. Nous savons que nous ne pouvons pas traiter le 4K, ou percevoir la différence lorsqu'on visionne une image 2K, qui est aujourd'hui la norme HD, et une image 4K. Nous ne sommes pas encore rendus là. Plusieurs compagnies commencent à travailler sur l'image 4K.

Pour répondre à votre question, je vous dirai que si vous parlez aux puristes de cinéma, vous ne les convaincrez pas que l'image numérique ou l'image vidéo est bonne, à cause de la profondeur de champ et de la qualité. D'un autre côté, on peut voir aujourd'hui les images numériques sur les écrans conçus pour cela. On regarde les projets en haute définition qui sont tournés aujourd'hui avec des projecteurs conçus pour visionner de la haute définition.

On voit alors la différence. Malgré cette bataille autour de la profondeur de champ et du mouvement de l'image, je pense que tout cela revient au même. Si vous demandez quelle est la meilleure image, vous n'aurez jamais de réponse.

• (1655)

M. Maka Kotto: Il n'y a pas de consensus.

Mme Cilia Sawadogo: Je suis d'accord sur ce que dit Sayedaly. Des deux côtés, il y a des puristes, c'est-à-dire des gens qui disent ne vivre que pour ceci ou pour cela. La réalité est que le film 35 mm coûte cher et qu'il est plus lourd en termes de transport, de pellicules etc. C'est là le problème. Sur le plan de la qualité, c'est comme si vous mangiez deux gâteaux qui se ressemblent mais qui auraient été préparés par deux chefs différents. Les uns pourraient trouver que c'est meilleur avec un peu de sel et d'autres pourraient vouloir qu'on ajoute du sucre, mais juste un soupçon de sel. Il s'agit d'une question de point de vue pour beaucoup de gens.

Je travaille à l'université avec des étudiants. La première année, mes étudiants travaillent en analogique. En deuxième et troisième année, ils travaillent en numérique mêlé d'analogique. On permet ainsi aux étudiants de jouer avec les deux. Bien sûr, c'est une machine beaucoup plus lourde quand on fait de la réalisation, surtout en animation. Je précise que je travaille en animation. C'est une machine beaucoup plus lourde lorsqu'on travaille à des films. Cependant, cela a l'authenticité du film à laquelle nous sommes tous habitués. C'est une sorte d'amour que nous avons pour la pellicule.

Lorsqu'on travaille en numérique, il y a tellement plus de possibilités. Cela facilite énormément la distribution dont on parlait justement, et cela réduit de beaucoup les coûts. Je crois que cela devrait être considéré. L'avenir appartient sans contredit au numérique. De plus en plus, on peut rendre des supports numériques avec un effet qui donne une impression de pellicule, sans qu'on le sache.

Au départ, je fais du 3D, de l'image de synthèse. Lorsque j'ai un très bon projecteur, je préfère de loin l'image numérique parce que les images arrivent directement de la qualité informatique, sont projetées telles quelles et se ressemblent à 100 p. 100. Par ailleurs, dans le cas d'un film en images numériques transférées sur une pellicule qui serait ensuite projetée, il y a une différence visuelle, et je ne suis jamais certaine du résultat que je vais obtenir. C'est toujours une surprise lorsqu'on arrive devant l'écran. Ce n'est donc pas quelque chose de définitif. À mon avis, le numérique est une chose qu'il faut absolument envisager de plus en plus.

Mme Laurie Jones (directrice générale, Communications et développement des réseaux, Office national du film du Canada): À cause des coûts et des économies possibles, le numérique bat le 35 mm à plate couture. Il s'agit vraiment du support que nous devrions avoir, sinon nous n'aurons pas accès à nos écrans. C'est la seule façon d'y arriver. Nous voulons avoir accès à nos écrans dans les domiciles, etc.

Je vais vous faire parvenir, si vous le désirez, un exemplaire d'une remasterisation de *Voisins* où on peut voir la différence entre le 16 mm, le 35 mm et le numérique. Vous allez voir la différence: le numérique donne la meilleure image.

M. Maka Kotto: Monsieur Fischer.

M. Hervé Fischer: N'oubliez pas que la postproduction est faite entièrement en numérique. À la fin, c'est donc un film numérique qu'on développe sur une pellicule 35 mm, ce qui est coûteux. Pour un long métrage, on parle de 60 000 \$. Il s'agit d'un film numérique qu'on transfère sur pellicule pour satisfaire à la distribution en 35 mm. Il y a là un paradoxe.

M. Maka Kotto: J'ai [*Inaudible*] les coûts qui sont minimes par rapport au tournage sur support de film. Cela entraîne une démocratisation de la création, d'où le danger que vous évoquez. Je vais y revenir tout à l'heure. Cela nécessite également la formation des techniciens relativement à l'utilisation de ces instruments. Croyez-vous qu'à court ou à moyen terme, il y aura sur le marché suffisamment de créateurs qui maîtriseront cette technologie?

Mme Cilia Sawadogo: Très souvent, les étudiants inscrits à notre programme de cinéma d'animation sont nés avec ces nouvelles technologies. Ils arrivent déjà avec des connaissances qui font en sorte que le numérique est leur seconde nature. Ensuite, bien sûr, il faut les former sur les logiciels ou le matériel.

À l'ONF, ils sont beaucoup mieux équipés que nous, c'est certain. Je le vois: ils se jettent dedans avec facilité. Ils sont très habitués; tout ce qui est numérique est une seconde nature. Souvent, ce sont eux qui trouvent de nouvelles solutions numériques. Je crois que sur le plan de la formation, ce n'est que ce que les jeunes demandent, au niveau universitaire. En ce qui a trait à l'ancienne génération, il faut lui offrir de la formation. Nos professeurs offrent régulièrement des formations sur les nouveaux logiciels. Ce n'est pas totalement inaccessible puisque — excusez-moi — ce n'est qu'un logiciel: c'est comme apprendre quelque chose de base.

• (1700)

M. Maka Kotto: La technologie n'est pas une finalité. Reste à voir si demain, ces jeunes seront aptes à se mesurer à des victoires comme celles que nous connaissons aujourd'hui sur nos écrans.

Mme Cilia Sawadogo: Nous sommes une école de cinéma, nous formons des jeunes et ce que nous leur apprenons, c'est le langage du cinéma. Ce que fait l'ONF, c'est vraiment du cinéma.

Qu'il s'agisse de numérique ou de 35 mm, ce n'est que de la technique, un outil. Toutefois, c'est la création qui est la plus importante, de même que la connaissance permettant d'en arriver à une belle histoire, de l'écrire, de faire un *story board*, de porter cela à l'écran, bref de réaliser toutes ces étapes. Telle est la formation que nous offrons.

Dans 10 ans, il y aura encore une nouvelle technologie, mais peu importe, on suivra le courant. Cependant, il est très important de maîtriser cette nouvelle technologie, de sorte que les jeunes avancent avec elle.

M. Jacques Bensimon: J'aimerais enchaîner en situant ces éléments dans un contexte. On a utilisé le mot « démocratisation », et ce dernier est ici tout à fait opportun. Je pense que dans ce pays, il faut créer une génération de citoyens capables d'utiliser l'image comme moyen de communication. L'important, c'est que ce pays se donne les moyens d'alphabétiser ses jeunes en matière de communications. Qu'il s'agisse de la création d'un PowerPoint ou d'une présentation, ce qui compte, c'est qu'une génération de citoyens arrive à tout coup à utiliser les images. Cela implique qu'une fois cet objectif réalisé, on aborde la création.

Le bassin est alors plus large et, bien entendu, il devient plus difficile de filtrer les processus. Présentement, des mécanismes sont mis en oeuvre. Comme vous avez pu le constater, l'ONF commence avec les enfants de cinq ans, qui grattent de la pellicule. Ceux-ci

progressent graduellement vers des ateliers, entre autres, et ça devient alors autre chose.

Toutefois, je pense qu'il faut voir l'éventail dans son entier. Dans le contexte du numérique, la démocratisation a permis à une génération entière de citoyens d'être équipée. C'est à ces gens de décider s'ils veulent intégrer la sphère artistique et continuer de la même façon ou simplement continuer pour être équipés. Aujourd'hui, comme vous le savez, on se définit d'abord et avant tout par l'image.

M. Maka Kotto: C'est cette démocratisation qui m'incite à envisager une éventuelle émancipation du joug du divertissement hollywoodien. Là-bas, on préfère en effet parler de divertissement plutôt que de culture.

Monsieur Fischer, avez-vous pris connaissance du projet de Convention sur la diversité culturelle dont on débat en ce moment à l'UNESCO?

M. Hervé Fischer: Concernant le détail du texte, je suis un militant, sinon un spécialiste. Je sais qu'actuellement, les enjeux et les risques d'accoucher d'une souris sont considérables. Je pense néanmoins que cette cause québécoise, canadienne, française devrait être endossée par tous les pays qui, précisément, subissent la mondialisation culturelle d'Hollywood qui, à ce chapitre, est une totale réussite.

Oui, je lie la cause de la distribution et de la production de cinéma numérique, cette dernière étant beaucoup moins chère, à celle de la diversité culturelle. Pour moi, il s'agit d'une cause autant politique qu'artistique.

M. Maka Kotto: En toute logique, c'est Patrimoine canadien qui est chargé de ce dossier. Les positions de ce ministère, si positions il y a, vous satisfont-elles pour le moment?

• (1705)

M. Hervé Fischer: C'est une question très directe. Ma position est un peu plus radicale que celles qui sont actuellement défendues par Ottawa. Je pense que ces dernières sont insuffisantes. Cependant, je prends aussi la mesure de la résistance à laquelle elles s'opposent. Si on était trop radical, on ne pourrait pas aboutir. Cela créerait une résistance trop forte en retour.

Cependant, à mon avis, il s'agit d'une cause d'une extrême importance, où la loi du plus fort domine. Je pense qu'il n'y a pas une conscience suffisante à cet égard, même dans d'autres pays qui devraient nous soutenir davantage, comme l'Argentine, des pays africains ou la Corée du Sud. Pour moi, il s'agit d'un enjeu majeur de notre époque. Je suis profondément altermondialiste, sur le plan culturel autant que sur le plan éthique. Cela va ensemble.

Effectivement, le résultat est qu'on a des *remakes* hollywoodiens à 300 ou 400 millions de dollars qui font des chiffres d'affaires finals d'un milliard de dollars et plus, et qui sont évidemment des succès majeurs.

Je suis revenu de Chine avant-hier. Je suis allé à l'institut du cinéma à Pékin, qui est un institut extrêmement important et respectable. Je suis également allé à l'institut du film d'animation de Shanghai. On voit bien qu'il y a là des enjeux majeurs. Malheureusement, comme les Chinois n'ont pas encore eu d'alternative, actuellement, ils aiment mieux le cinéma hollywoodien, le *big show*. Ils n'ont pas encore développé leur propre cinéma chinois. Pour un pays comme la Chine, qui a 1,4 milliard d'habitants, l'enjeu est aussi de développer sa propre culture cinématographique. Actuellement, comme Jacques Bensimon l'a mentionné, on commence à avoir quelques salles de cinéma numérique, mais le projet est d'en équiper 2 000. En Inde, on est déjà en train d'en équiper 2 000 ou 3 000 pour les deux ou trois prochaines années. Cependant, l'Inde n'est pas sous la coupe d'Hollywood, contrairement à la Chine.

Ce sont donc des enjeux que nous partageons avec beaucoup de pays. Nous nous sentons un peu petits. Il n'y a pas encore une prise de conscience suffisante.

M. Maka Kotto: J'évoquais la prise de conscience en Angleterre avec les témoins qui vous ont précédés. Le gouvernement est en train de développer, à même les fonds publics, un réseau de 200 salles numériques pour se réapproprier la souveraineté culturelle qui lui échappe au bénéfice de Hollywood.

M. Hervé Fischer: En Grande-Bretagne, ils sont dominés par le cinéma hollywoodien. Au Québec, nous avons la différence de langues. Au Canada anglais et en Grande-Bretagne, ils ne l'ont pas.

M. Maka Kotto: Dans la perspective d'une convention déliquescence ou inexistante, le développement d'un tel projet ici serait-il positif, selon vous?

M. Hervé Fischer: Plus que cela. On pourrait avoir une charte internationale soutenue par l'UNESCO, mais encore faudrait-il ensuite qu'elle soit appliquée. Comment allons-nous l'appliquer? Pour l'instant, c'est la machine techno-commerciale hollywoodienne qui fonctionne et qui ratisse large. Il faut des engagements concrets, réels.

Par exemple, le système de distribution numérique qu'exige Hollywood, à 4K, implique des projecteurs numériques qui n'existent pas encore mais qui coûteront environ 400 000 \$. Le système que propose DigiScreen, de Daniel Langlois, coûte 35 000 \$ canadiens. Avec 35 000 \$ canadiens, on peut faire du très bon 2K avec distribution dans les réseaux parallèles. On se rend bien compte que le moyen est là.

Si on veut donner de la chair à l'entente sur la diversité culturelle, on doit passer à l'acte. Il faut que le gouvernement canadien, qui réclame cette diversité culturelle, prenne des décisions concrètes, comme l'ont fait la Grande-Bretagne, la Hollande, la Belgique, la France. Il y a maintenant une entente au niveau de l'Union européenne pour subventionner l'équipement des salles de cinéma indépendantes.

Quand il s'agit de 35 000 \$ canadiens, c'est parfaitement faisable. Ce n'est pas 400 000 \$ par salle. Ce n'est pas un gros investissement financier pour l'État par rapport à l'enjeu culturel, mais cela demeure un investissement financier important pour un propriétaire de petite salle. Il faut donc l'aider pour qu'il puisse redéployer sa flexibilité de programmation et retrouver son autofinancement et son indépendance par rapport à sa programmation. Il faut diversifier le produit. Si je vais dans un magasin où il n'y a qu'un modèle de chaussures, je finirai par trouver ces chaussures incontournables. Voilà ce qu'est le cinéma hollywoodien.

•(1710)

M. Maka Kotto: J'aimerais poser une toute petite question, monsieur le président.

[Traduction]

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Un instant, je crois qu'il y a...

[Français]

M. Alban Asselin: Si vous le permettez, monsieur le président, j'aimerais ajouter quelque chose concernant le développement de contenus de qualité. C'est ce dont nous avons besoin, et cela doit s'appuyer sur une structure de distribution. Il me semble que soutenir la qualité consiste à investir dans les gens qui développent, créent et présentent une nouvelle vision des choses. Peu importe qu'un film soit ou non québécois, s'il est de qualité, il va transmettre un message et faire le tour du monde.

À mon avis, c'est en soutenant la qualité de notre production, de notre création et de notre distribution que, dans tous les domaines, nous réussirons à être reconnus à l'échelle internationale. Nous devons favoriser de nouveaux outils qui nous permettront de faire aujourd'hui des choses que nous ne pouvions pas faire dans la structure traditionnelle. Nous sommes trop petits pour nous battre contre l'éléphant, mais nous sommes capables de prendre notre place et d'être respectés. Pour ce faire, il nous faudra investir d'une part dans le contenu et d'autre part dans ce qu'il faut pour le distribuer, le protéger et l'archiver. Il y a des oeuvres qui, parce qu'on ne réussit pas à les archiver, vont être perdues. Des trésors ont été produits ici, mais nous ne les connaissons pas.

Soit dit en passant, ce qui m'étonne le plus au sujet de l'industrie des arts numériques, c'est que dans ce domaine, nos gens sont plus connus et respectés à l'étranger qu'ils ne le sont ici. Comme on dit, cela me fait suer, parce que nous devons nous battre pour prouver qu'il se fait ici des choses intéressantes. Il me semble que se pencher sur le patrimoine canadien implique d'abord qu'on soutienne nos gens. Nous devons les faire connaître et les appuyer.

[Traduction]

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Merci, je vous en saurai gré.

Monsieur Kotto, une question très courte, suivie d'une réponse très courte.

[Français]

M. Maka Kotto: L'application de la technologie sera une révolution, et toute révolution inspire le dérangement. Comment faciliter cette transition entre les anciens et les nouveaux joueurs?

M. Hervé Fischer: Pour ma part, j'aime déranger. J'ai hâte de déranger le mastodonte hollywoodien. Je n'aurai aucun scrupule à le faire: il ne mérite que cela. Il est vrai que l'innovation, autre nom pour le dérangement...

M. Maka Kotto: Je donnais dans la poésie.

M. Hervé Fischer: Vous êtes un poète innovateur, alors nous nous comprenons. Je disais donc que l'innovation n'était pas qu'un slogan, mais qu'elle était aussi un moteur économique et culturel de même qu'un générateur de souveraineté. Je ne détiens pas d'actions chez Daniel Langlois, mais il reste que celui-ci a créé les premiers logiciels d'animation d'effets spéciaux pour le cinéma. Ces derniers ont été adoptés par Hollywood. Il récidive maintenant avec un système de distribution numérique. C'est quelqu'un qui sait où il va. En outre, cela se passe chez nous. Il faut admettre qu'il n'a pas besoin de notre argent: il est plus riche que vous et moi réunis.

Bref, il doit y avoir une politique canadienne et québécoise. Une occasion extraordinaire qui répond à toutes nos préoccupations se présente à nous. Elle nous permettra de diffuser les produits de nos créateurs québécois et canadiens à l'étranger.

[Traduction]

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Deux autres courtes réponses.

M. Alain Gourd: Oui, merci, monsieur le président.

[Français]

Hexagram est là pour questionner, déranger et interroger. Nous croyons que le cycle comprenant la recherche, la création, la production et la mise en marché va se faire naturellement à cause des forces dont nous disposons déjà.

M. Jacques Bensimon: J'aimerais revenir sur une chose. Lorsqu'il y a révolution, comme vous le dites, il y a des gains et des pertes. Il faut être conscient du fait qu'au Canada, nous avons mis tous nos oeufs dans le même panier. Ce panier s'appelle la radiodiffusion. Or, la radiodiffusion, qui est montée autour d'empires que M. Gourd connaît très bien, que ce soit CTV, CBC ou d'autres, est aujourd'hui en questionnement fondamental par rapport à cette révolution technologique. Ces empires feront-ils partie du changement ou non? Tout le système économique canadien de financement de la production est aujourd'hui, grosso modo, dans les mains des diffuseurs, que ce soit le fonctionnement de Téléfilm ou celui du Fonds canadien de télévision. C'est là que les décisions sont prises. Or, tout notre argent étant bloqué dans cette industrie de 5 milliards de dollars, comment l'investirons-nous dans le développement du numérique dans ce pays? Vous, politiciens, devrez débattre de ces questions en même temps que nous. On a peut-être des réponses à y apporter.

Cela me permet de vous rejoindre sur une chose: je pense que cette révolution a pour objectif premier de remettre à la personne qui veut consommer de la culture la responsabilité de l'obtenir le plus immédiatement possible avec le moins d'intermédiaires possible entre elle et le produit qu'elle veut voir. C'est ce que le numérique nous apporte aujourd'hui: un raccourcissement et un lien direct et interactif, ce qui est complètement différent.

Je ne voudrais pas occulter la réponse que M. Fischer vous a donnée sur la diversité. Une chose importante à laquelle vous, politiciens, pourriez être sensibles, est que la numérisation permet de rejoindre les individus, où qu'ils soient. On ne parle plus aujourd'hui de Montréal, de Toronto, de Vancouver et de Halifax. On parle de Rimouski, de Wawa, de Nelson, en Colombie-Britannique, de lieux où la personne peut être rejointe et se trouver aussi privilégiée que la personne qui habite à Montréal, à Toronto ou à Vancouver. En effet, le numérique permet non seulement l'accès à l'oeuvre, mais aussi l'interactivité.

Je vous donnerai deux exemples très simples. Un film intitulé *Ce qu'il reste de nous*, qui a été coproduit par l'ONF, est à l'affiche dans une salle de cinéma à Montréal. Dans cette salle, il a connu le plus grand succès au box-office québécois pour un documentaire, soit plus de 500 000 \$. Néanmoins, une seule salle de cinéma continue encore aujourd'hui de projeter ce film. On n'a pas accès à nos écrans pour le projeter. Donc, on n'a pas pris possession de nos écrans.

La deuxième illustration concerne le film *Ryan*, qui a gagné un Oscar à Hollywood. Les Américains ont aujourd'hui le privilège de le visionner dans des salles de cinéma, alors que les Canadiens ne le voient pas. C'est le MoMA, à New York, qui lui donne une fenêtre extraordinaire pour être vu et consommé par des Américains. Je

serais pourtant incapable de vous pointer du doigt un endroit équivalent ici, au Canada, où *Ryan* pourrait être vu.

Voici la question fondamentale: veut-on monter un circuit pour le numérique depuis la production jusqu'à la conservation en passant par la livraison? Grosso modo, c'est ce que nous avons tous trois essayé de soumettre aujourd'hui à votre réflexion.

• (1715)

[Traduction]

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

J'ai deux petites choses à dire avant de finir, et je n'ai pas besoin de réponse. Mais deux ou trois choses ont été dites, d'abord que l'Office national du film existe maintenant depuis 65 ans et que des oeuvres pourraient être perdues. J'ai peut-être été un des premiers à voir ces oeuvres qui risquent de disparaître. Je n'ai pas 65 ans, mais je me souviens très bien de mes années d'écolier où le directeur allait à la bibliothèque louer un projecteur; on tendait un drap sur le mur et il venait charger de ces boîtes de films qui venaient habituellement de l'Office national du film.

La majorité de ces films, à l'époque, était utilisée par les écoles pour nous faire connaître le Canada et notre patrimoine. En histoire, en études sociales et dans les autres cours, ils ne nous enseignaient jamais rien à propos du Canada à l'époque; il n'était question que de l'Europe et de nos explorateurs qui faisaient la traversée ou faisaient naufrage dans le milieu de l'océan. J'espère donc qu'ils pourront être préservés, et cela me rassure que vous allez vous en charger.

L'autre chose porte sur les objectifs d'Hexagram. Je siège au groupe parlementaire de l'Industrie automobile ontarienne et nous sommes allés récemment faire une visite à Windsor, chez Chrysler, pour examiner le secteur automobile, les postes frontières et tout le reste. Nous en avons profité pour nous rendre à l'Université de Windsor et au Collège St. Clair, et une des choses que j'ai retenues, c'est la mesure dans laquelle leurs écoles de génie sont intégrées au génie automobile grâce à un partenariat avec Daimler-Chrysler et aussi avec Ford et General Motors. Les ingénieurs diplômés avaient un emploi et travaillaient autant que vous le faites pour le cinéma. Ces diplômés sont programmés. Oui, ils innovent. Ce partenariat public-privé au service de l'industrie, je l'ai très bien noté, et je l'ai retenu.

Monsieur Fischer, j'ai beaucoup apprécié votre exposé.

Merci beaucoup d'être venu aujourd'hui. Encore une fois, mes excuses, nous avons réussi à donner la parole à M. Lemay avant qu'il doive nous quitter. Je sais qu'il aurait souhaité poser plus de questions. C'est un criminaliste et ce qu'il nous dit toujours, c'est de plaider non-coupable.

Merci beaucoup.

• (1722)

_____ (Pause) _____

• (1737)

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Soyez les bienvenus. Je dois encore vous présenter des excuses. M. Silva doit être au téléphone actuellement à cause de la situation inattendue qui règne actuellement au Parlement. Il nous manque des joueurs parce que certains ont été rappelés à Ottawa. Je vous prie de nous en excuser.

Je m'appelle Gary Schellenberger et je suis le vice-président du Comité permanent du patrimoine canadien. L'examen de l'industrie du cinéma, auquel nous nous livrons actuellement, est quelque chose de très important. Moi je suis ici, M. Kotto aussi et je suis certain que M. Silva nous rejoindra sous peu. Si vous voulez bien commencer votre exposé, je suis prêt à vous écouter. Je parle beaucoup, de diverses choses; je vais m'assurer que mes collègues soient au courant. Il y aura un compte rendu de nos délibérations.

Comme le premier ministre est sensé prendre la parole autour de 7 heures ce soir, il faudra terminer ici vers sept heures moins vingt, sept heures moins quart. Nous allons vous donner le plus de temps possible pourvu qu'il en reste pour les questions. Nous allons vous consacrer ce temps. Encore une fois, mes excuses.

Je vous en prie, allez-y.

[Français]

Mme Joëlle Levie (directrice générale, Cinéma et télévision, Société de développement des entreprises culturelles): Monsieur le vice-président, membres du comité permanent, bonsoir. Je m'appelle Joëlle Levie et je suis directrice générale du cinéma et de la production télévisuelle à la SODEC. Je suis accompagnée de M. Dominique Jutras, adjoint au directeur général des politiques, communications et relations internationales.

Il est important pour la SODEC de venir témoigner devant ce comité dans le but de faire valoir son expérience, de présenter le dispositif développé au cours des années qui a mené les artisans du cinéma québécois à se tailler une meilleure place auprès du public, et de demander au gouvernement canadien d'oeuvrer dans le même sens.

L'évaluation de la politique cinématographique canadienne, de ses mécanismes et de son impact ne peut être dissociée du rôle actif et continu du gouvernement québécois et de ses institutions. Il est donc important pour le bénéfice de tous ainsi que du vôtre, membres du comité permanent, de rappeler les grandes étapes historiques qui ont mené le cinéma québécois à connaître le succès d'aujourd'hui.

Le gouvernement du Québec a clairement affirmé sa volonté politique de soutenir et de développer le cinéma québécois, notamment en 1983, lors de l'adoption de la Loi sur le cinéma. Encore aujourd'hui, c'est la seule loi du genre au Canada. Cette loi a, entre autres, assuré une meilleure place aux distributeurs québécois au Québec.

Ce choix politique est aussi renforcé par d'autres mesures, notamment: la politique culturelle québécoise adoptée à l'unanimité par l'Assemblée nationale en 1992; le soutien aux institutions publiques telles que la Régie du cinéma, Télé-Québec et le Conseil des arts et des lettres du Québec, la reconnaissance de la Cinémathèque québécoise, et la création, en 1990, du premier crédit d'impôt à la production cinématographique et télévisuelle, un modèle repris par d'autres instances. Depuis, ce type de mesures fiscales a été appliqué, entre autres, au doublage et aux services de productions.

Et, bien entendu, il y a eu la création de la SODEC en 1995, guichet unique des entreprises culturelles destiné à intervenir financièrement dans les domaines du cinéma, de la production télévisuelle, du livre, du disque, du spectacle de variétés ainsi que dans les métiers d'art. Pour ce faire, elle dispose de mécanismes de soutien aux projets ainsi qu'aux entreprises, notamment par la banque d'affaires, la FIDEC et le FICC auxquels s'ajoute l'administration des crédits d'impôt.

Afin d'intervenir adéquatement dans ces domaines d'activité, la SODEC dispose de commissions consultatives composées de

représentants de ces milieux respectifs. En cinéma et production télévisuelle, le Conseil national du cinéma et de la production télévisuelle, appelé vulgairement le CNCT, agit à titre de conseiller auprès de la SODEC et de la ministre de la Culture et des Communications. Ce comité joue un rôle clé comme lien continu avec le milieu mais aussi comme lieu de discussion autour de problématiques permettant une actualisation et une meilleure adéquation des programmes en fonction des besoins réels de l'industrie.

Plus récemment, soit en septembre 2003, le gouvernement du Québec confirmait son implication continue dans le développement de l'industrie cinématographique du Québec par le lancement du Plan de soutien au cinéma et à la production audiovisuelle. Ce dernier était assorti d'un budget spécifique de 15 millions de dollars.

Ce plan vient renforcer les objectifs de 1983 et de 1992, tout en énonçant trois priorités d'intervention destinées à accroître la qualité, la diversité et la compétitivité du cinéma et de la production audiovisuelle au Québec, enrichir et diversifier l'offre cinématographique proposée à l'ensemble des Québécois, et consolider l'industrie dans un contexte d'évolution technologique rapide et de concurrence accrue, à l'échelle nationale et internationale.

L'ensemble de ces efforts et de ces actes posés au cours des années permettent à la SODEC de jouer un rôle financier majeur dans la production cinématographique et télévisuelle québécoise en lui octroyant, dans le cadre de ses différents programmes, plus de 200 millions de dollars par année.

Par la constance des actions menées depuis plus de 20 ans et renforcées au cours des dernières années par l'ajout ponctuel, et dernièrement récurrent, de fonds additionnels, l'industrie québécoise ainsi que les pouvoirs publics ont développé une philosophie et une stratégie cohérentes qui ont su s'adapter au développement du milieu, conquérir le public et positionner de mieux en mieux le Québec sur la scène internationale.

● (1740)

Plusieurs objectifs fixés par cet engagement politique ont donc été atteints. Toutefois, il reste du travail à accomplir pour que l'élan pris aujourd'hui par notre cinéma ne soit pas un succès isolé, mais le fait d'une réelle démarche à laquelle souscrivent tous les intervenants.

Le contenu du témoignage de la SODEC fait état de gestes et d'actions à poser à court, moyen et long terme, mais aussi du besoin urgent de faire une réflexion. Certains demanderont également l'implication de l'ensemble des intervenants du secteur.

Forte et fière de l'expertise démontrée dans l'application et le développement de programmes axés sur les enjeux mentionnés précédemment, la SODEC profite de l'occasion offerte par le comité permanent pour lui demander de souscrire aux priorités de la politique québécoise.

Elle profite également de l'occasion pour proposer des moyens qui permettraient à la cinématographie québécoise de poursuivre sa lancée. Pour le long métrage de fiction, elle propose de considérer, dans l'évaluation des programmes et fonds qui lui seront dédiés, les éléments suivants: le maintien d'une masse critique de films; une diversité de genres; un soutien significatif au développement de projets et la mise en place d'activités d'encadrement à l'écriture de scénarios; une valorisation du succès des films québécois au Canada et un appui aux coproductions afin de développer et de maintenir les partenariats d'affaires entre producteurs nationaux et internationaux.

Pour ce qui est du documentaire, il est indispensable d'assurer à cette forme d'expression les moyens dont elle a besoin et de venir ainsi renforcer le programme d'aide aux longs métrages mis en place par la SODEC l'année dernière.

En ce qui concerne le financement du court métrage, la SODEC est à l'heure actuelle une des rares institutions à favoriser et à soutenir financièrement cette production d'oeuvres qui permettent d'explorer la fiction tant sur le plan narratif que visuel et de développer de nouveaux talents.

Le temps est venu de réfléchir collectivement sur les enjeux de la distribution dans le contexte de l'arrivée des nouvelles technologies, des difficultés liées à la diffusion de certains types de films — films à petit budget, documentaires et courts métrages — et de l'accès du public en région à une offre cinématographique diversifiée.

Enfin, le Québec a fait sa marque depuis plusieurs années sur le marché francophone, établissant des liens étroits avec la France, la Belgique, la Suisse et l'Afrique. Le Canada a, quant à lui, tissé des liens étroits avec les pays anglo-saxons et plusieurs pays d'Europe. Il serait pertinent que ces expertises réciproques soient reconnues et que tant le Québec que le Canada puissent tirer avantage des actions menées par l'un ou par l'autre.

Dans cette éventualité, nous pensons qu'il serait opportun de convenir d'une approche valorisant les forces de chacun dans le but d'identifier les ressources nécessaires pour soutenir les opérations d'envergure et développer des actions de divers genres conduites par les entreprises sur le marché international.

Je vous remercie de votre attention et je cède la parole à mon collègue Dominique Jutras.

• (1745)

M. Dominique Jutras (adjoint au directeur général, Politiques, communications et relations internationales, Société de développement des entreprises culturelles): Bonsoir. En fait, je veux tout simplement vous indiquer que j'ai transmis au greffier du comité des documents qui pourraient très certainement vous aider à mieux connaître les actions menées au Québec. Entre autres, il y a le rapport annuel de gestion de la SODEC.

J'ai ici quelques copies du Plan de soutien au cinéma et à la production audiovisuelle. Je vous ai également transféré le fichier de ce plan, qui indique ce qui a été adopté en 2003.

Je veux aussi mentionner au comité l'existence d'une publication qui s'appelle *Statistiques sur l'industrie du film*, qui est faite avec l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. On peut trouver toutes sortes d'informations dans cet ouvrage, comme le nombre de salles, le nombre d'établissements d'exploitants indépendants ou d'exploitants de salles Cinéplex Odéon ou Famous Players, le nombre d'écrans au Québec. Il y a 750 écrans au Québec. Vous trouverez aussi, à la fin de cette publication, quelques données sur les cinématographies ailleurs dans le monde. On a fait quelques recherches et on donne quelques comparaisons avec d'autres industries dans le monde. C'est donc un ouvrage de référence, qui montre très bien le volume de production qui se fait au Québec annuellement.

À mon avis, ces ouvrages pourraient être utiles au comité.

Merci.

[Traduction]

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Merci.

[Français]

Mme Claire Samson (présidente-directrice générale, Association des producteurs de films et de télévision du Québec): Bonsoir, messieurs les vice-présidents, madame, messieurs.

D'abord, j'aimerais vous remercier d'avoir invité l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec à cette consultation. Je m'appelle Claire Samson et je suis présidente-directrice générale de l'APFTQ. Je suis accompagnée de Mme Lorraine Richard, qui est présidente de Cité-Amérique, et de M. Marc Daigle, qui est président de l'ACPAV. Ces deux collègues siègent au conseil d'administration de l'APFTQ au nom des membres de notre section long métrage.

L'APFTQ réunit plus de 140 entreprises de production cinématographique et télévisuelle indépendante, soit la majorité des entreprises québécoises produisant pour le petit et le grand écran en anglais et en français. Une quarantaine de nos membres sont impliqués dans la production de longs métrages dans les deux langues.

Les deux dernières années ont été exceptionnelles pour l'industrie québécoise, donc pour les membres de l'APFTQ. Le long métrage a connu des succès sans précédent. Les films québécois ont enregistré leur meilleure performance sur les marchés canadiens de langue française et de langue anglaise, en plus de remporter de nombreux prix à l'étranger. En 2003, sept films canadiens ont récolté plus d'un million de dollars en recettes-guichet. En 2004, pour la première fois de l'histoire du cinéma québécois, ce sont 10 films de langue française qui ont réalisé des recettes-guichet excédant un million de dollars.

• (1750)

Mme Lorraine Richard (présidente, Cité-Amérique, Association des producteurs de films et de télévision du Québec): La politique en matière de longs métrages du gouvernement canadien, mise en oeuvre en avril 2001, a joué un rôle primordial dans la réalisation de tous ces succès. Les objectifs de la politique « Du scénario à l'écran » sont en bonne voie d'être atteints, mais il serait prématuré de conclure que les moyens actuellement en place sont suffisants. L'industrie est fragile, les acquis sont importants, mais on ne peut présumer de l'avenir en se basant sur les succès actuels. Le financement d'une production de long métrage demeure un exercice long et risqué, et les retombées sont toujours difficiles à déterminer avant le résultat final, confirmé par l'intérêt du public. Tous les participants, tous les talents sont importants, et c'est avec la combinaison optimale de tous ceux-ci ainsi que de tous les éléments de la campagne promotionnelle qu'on obtiendra un résultat satisfaisant.

M. Marc Daigle (président, ACPAV, Association des producteurs de films et de télévision du Québec): L'industrie fait face à de nombreux défis. Il faut préserver la diversité en matière de contenu, de genre et de budget. On retrouve d'ailleurs des productions disposant de budgets moindres qui ont su retenir l'attention du public et remporter des prix tant sur le marché domestique qu'au niveau international.

Il faut également tenir compte de l'importance de disposer de sommes suffisantes à l'étape du développement, qui contribue grandement à la qualité d'un film. Une production nationale de qualité est le résultat d'une masse critique de projets et d'une grande diversité, et c'est pourquoi il faut augmenter les sommes disponibles. C'est grâce, entre autres, à la mise en place de la politique « Du scénario à l'écran » et aux fonds investis par le gouvernement canadien que les longs métrages québécois remportent des succès sur les deux marchés linguistiques de même que sur le marché international, même s'il est encore trop tôt pour en mesurer les résultats avec précision. La période de cinq ans qui nous permettra de bien évaluer ces résultats se terminera le 31 mars 2006. N'oublions pas qu'il faut environ 18 mois pour produire un long métrage.

[Traduction]

Mme Lorraine Richard: Les engagements budgétaires à long terme sont largement responsables de ce succès. Lorsque cette politique a été adoptée, il était entendu que les fonds seraient renouvelés annuellement, mais sur une période totale de cinq ans.

Notre association demande que cette politique soit renouvelée pour une autre période de cinq ans. Ceci évitera les obstacles associés au renouvellement annuel et réduira l'incertitude du financement conditionnel année après année. La stabilité est nécessaire pour assurer la vigueur de l'industrie du cinéma et elle est essentielle pour les coproductions en termes du message que cela envoie aux partenaires internationaux, à savoir que les producteurs canadiens ont accès à du financement stable et crédible.

Mme Claire Samson: À l'heure actuelle, les longs métrages documentaires n'ont pas le droit d'être financés par le fonds, qui ne soutient que les films de fiction. Il est essentiel de fournir un budget distinct supplémentaire pour promouvoir ce genre de production au Canada dans les deux marchés linguistiques.

Il y a aussi la situation des productions d'animation. Très peu de films d'animation ont été financés par le Fonds du long métrage du Canada. Deux titres se distinguent : *Les Triplettes de Belleville* et *Pinocchio 3001*. Les films d'animation sont de la fiction et devraient donc pouvoir être financés par le fonds.

Il y a toutefois de nombreux obstacles : les difficultés et le temps nécessaires au parachèvement d'une structure financière pour ces productions dont le budget est plus élevé que les productions classiques; la nécessité de travailler de concert avec un ou plusieurs producteurs étrangers; la difficulté de trouver des partenaires de ce genre, vu le resserrement des marchés internationaux et la longueur des délais, sans parler du contexte compétitif qui découle de l'insuffisance de fonds.

Pour faciliter l'accès de ces productions au Fonds du long métrage du Canada, des mesures d'incitations doivent être mises en place. L'Association recommande la création d'un comité de travail chargé de trouver des solutions destinées à stimuler ce genre de production.

• (1755)

Mme Lorraine Richard: Il faut des efforts concertés et des ressources financières pour augmenter les ventes des productions canadiennes à l'étranger. S'il y avait davantage de ventes sur les marchés étrangers, il y aurait des recettes supplémentaires, ce qui permettrait de financer d'autres productions.

À l'heure actuelle, une bonne part de l'effort promotionnel est investi pour encourager des partenaires de coproduction, et même si le succès récent du cinéma québécois se passe de commentaires et soulève énormément d'intérêts au sein des programmes de

financement canadien, il est temps de passer à une commercialisation internationale des productions actuelles et à venir.

Le ministère du Patrimoine canadien a pris une initiative excellente lorsqu'il a mis sur pied le groupe de consultation du Fonds du long métrage du Canada, qui effectue régulièrement des consultations avec les professionnels au sujet des différentes politiques.

L'Association recommande de remettre sur pied de ce groupe et demande que ses membres siègent en tant que représentants des différents intervenants de l'industrie, au lieu de siéger à titre d'individus. Ce changement permettrait que l'opinion de l'ensemble de l'industrie soit pris en compte, et non pas simplement l'opinion de certaines personnes.

[Français]

M. Marc Daigle: N'oublions pas la réforme du droit d'auteur. En 2001, l'APFTQ soumettait au gouvernement un mémoire qui fut mis à jour en septembre 2003. Les positions exprimées dans ce résumé et dans ce mémoire sont toujours valables, et certaines propositions répondent aux préoccupations émises par le gouvernement canadien.

L'objectif poursuivi par cette réforme est que la Loi sur le droit d'auteur demeure l'une des lois les plus modernes et les plus progressives du monde. Il est impératif que se poursuivent les travaux, et que des modifications longuement attendues soient adoptées. Des mesures de protection concrètes doivent être mises en place rapidement et on doit cesser de repousser à moyen terme la question de la titularité, avant que le Canada n'accuse un retard par rapport au marché international. Ces mesures pourraient contribuer à contrer le piratage des oeuvres cinématographiques qui inquiète de plus en plus les titulaires de droits, puisqu'il risque de compromettre le modèle d'exploitation en place dans notre industrie et peut les priver de revenus importants.

L'APFTQ considère que les enjeux relatifs à l'ère numérique sont fondamentaux dans le programme de réforme du droit d'auteur. Ce serait une erreur grave que de privilégier l'accès du public à ces oeuvres au détriment de la protection des droits d'auteur.

[Traduction]

Mme Lorraine Richard: La réussite du cinéma québécois est le produit de plus de 50 ans d'histoire et de la vision de cinéastes innovateurs qui ont pu gagner la reconnaissance nationale et internationale du public pour la qualité de leurs productions.

Il est évident que le Fonds du long métrage du Canada, qui constitue la contribution financière du gouvernement du Canada, a contribué à soutenir ces réussites récentes, mais le manque de financement pourrait rendre impossible le maintien ou la poursuite du progrès.

L'industrie accuse un grave déclin. Elle a besoin d'une hausse importante des montants d'argent disponible pour la production. Cette augmentation servirait non seulement à soutenir les deux composantes du programme dans les marchés des deux langues, mais également de lancer des programmes pour le cinéma documentaire et pour fournir des mesures précises pour les longs métrages de films d'animation.

Les fonds qui pourraient être nécessaires pour couvrir la transition de ce secteur au mode numérique ne devraient pas être tirés du budget alloué pour les productions à contenu canadien.

[Français]

M. Marc Daigle: Un renouvellement sur une base pluriannuelle permettrait d'éviter les écueils et un climat d'incertitude, néfaste pour l'industrie comme pour la réputation du Canada sur les marchés internationaux. Les mesures de soutien existantes pour favoriser les coproductions doivent être maintenues, et l'on doit prévoir des incitatifs afin de favoriser les exportations.

Le cinéma est une carte de visite incomparable pour le Canada. Il contribue à diffuser la culture canadienne dans le reste du monde.

Nos programmes de crédits d'impôt ont été efficaces jusqu'à maintenant: la preuve en est que ce système de financement est désormais utilisé dans plusieurs pays du monde. Bien que le Canada ait été le premier à l'implanter, les programmes de certains pays sont plus performants que le système canadien. C'est le cas de la France depuis peu, et ce sera probablement bientôt le cas du Royaume-Uni.

Mme Claire Samson: Le marché de la distribution éprouve présentement des difficultés. De nombreux joueurs ont disparu sans provoquer l'apparition de nouveaux venus, et ceci représente une préoccupation majeure pour les membres de l'APFTQ.

D'autre part, il faut souligner la participation de certains diffuseurs tels que la télévision française de la Société Radio-Canada, qui a une politique d'investissements en long métrage. La Société Radio-Canada participe au financement des longs métrages de langue française, de même qu'à leur promotion. Les diffuseurs s'intéressent aux productions cinématographiques, certains plus activement que d'autres, et cet intérêt se traduit chez nous par des développements positifs pour l'industrie en termes d'investissement, de développement et de promotion.

L'industrie aura besoin de l'aide du gouvernement afin d'assurer son passage au mode numérique. Le gouvernement doit assurer le leadership de cette transition et développer un plan directeur dans les meilleurs délais. Le reste du monde se transforme, et le Canada doit être en mesure de l'accompagner, sinon de suivre le mouvement, sous peine de se retrouver isolé et dépassé par les événements.

La réforme du droit d'auteur, entreprise il y a plusieurs années, doit être mise en place. Toutes ces questions doivent être réglées. Elles permettront alors au Canada de contrer les dommages attribuables au piratage.

• (1800)

[Traduction]

Outre la nécessité d'accroître le financement du gouvernement, plusieurs possibilités suggérées ces dernières années pour résoudre le manque de ressources pourraient être explorées, comme l'établissement d'un système de tirage privé pour les oeuvres audiovisuelles, un système de billetterie qui retiendrait une part des recettes provenant des films étrangers, etc. De nombreuses mesures sont possibles et la créativité est la marque de commerce de cette industrie. Le gouvernement canadien doit saisir l'occasion d'assurer le leadership de tous ces changements et soulever l'intérêt de certaines assemblées législatives provinciales également.

Pour conclure, le budget du gouvernement alloué au Fonds du long métrage du Canada doit être augmenté de façon importante et renouvelé sur plusieurs années.

[Français]

En terminant, l'APFTQ remercie le comité et ses membres de lui avoir donné l'occasion de présenter ses priorités quant à l'avenir de l'industrie cinématographique, et tient à assurer au comité son entière

disponibilité pour discuter plus en détail de la situation de cette industrie, ou pour participer à d'autres consultations.

Je vous remercie.

[Traduction]

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

Nous avons deux personnes, alors je vais commencer avec M. Kotto, et il pourra poser des questions. Je passerai ensuite à M. Silva et nous pourrions revenir à M. Kotto, s'il a plus de questions. Il a posé beaucoup de questions aujourd'hui et c'est quelque chose que j'apprécie.

Monsieur Kotto.

[Français]

M. Maka Kotto: Merci, monsieur le président.

Merci d'être là. Sans plonger dans le réflexe politique, je vais vous poser une série de questions. Vous allez comprendre le pourquoi de cette indication liminaire.

Ma question s'adresse aux personnes de la SODEC en particulier. Est-ce que l'impact du déséquilibre fiscal sur les sommes allouées à la SODEC est un sujet que vous abordez souvent, ou pas du tout?

Mme Joëlle Levie: Permettez-moi de sourire parce que je m'occupe principalement des opérations. Ce n'est sans doute pas à mon niveau que cela se discute, mais au niveau du ministère comme tel, et de la ministre. Étant plus en lien avec les opérations, je ne peux pas vous répondre.

M. Maka Kotto: D'accord. Je vais formuler ma question autrement. Quel pourcentage des demandes reçues à la SODEC doit être rejeté, faute d'argent?

Mme Joëlle Levie: Tout dépend du volet dans lequel on se situe. Nous intervenons dans trois champs: le long métrage de fiction, le documentaire et le court métrage. Le taux de refus varie selon les catégories. Nous avons un quatrième programme spécifique pour les jeunes entre 18 et 35 ans.

Je vais commencer par celui-là. Pour le programme des 18 à 35 ans, qui correspond à une enveloppe de 1,5 million de dollars, notre taux d'acceptation se situe entre 10 et 15 p. 100. Pour le volet documentaire, le taux d'acceptation se situe autour de 40 ou 45 p. 100.

M. Maka Kotto: Quel en est le budget?

Mme Joëlle Levie: Le budget pour le volet documentaire est d'environ 2,9 millions de dollars. Pour ce qui est du long métrage, qui est l'enveloppe la plus conséquente, avec un budget de 14 millions de dollars environ, le taux d'acceptation cette année sera peut-être inférieur à 20 p. 100.

Cette année — sans doute sommes-nous victimes de notre succès —, nous allons recevoir un nombre très important de demandes, un nombre jamais atteint. Les fonds n'étant pas augmentés proportionnellement, le taux de refus va augmenter.

•(1805)

M. Maka Kotto: Est-ce que les fonds alloués par le gouvernement du Québec à la SODEC sont stagnants ou ont été réduits?

Mme Joëlle Levie: Non. Nous avons plutôt connu une augmentation, qui a d'ailleurs commencé lors de la création de la SODEC. Il existait au Québec, avant la SODEC, un autre organisme qui s'appelait la SOGIC. Lorsque le gouvernement de l'époque a décidé en 1995 de créer un guichet unique, plusieurs programmes répartis dans différentes entités ont été fondus en un organisme. C'est là qu'on a vu apparaître la SODEC. Au cours des premières années de la SODEC, il y a eu l'ajout de fonds en cinéma. Je ne peux pas parler au nom des autres entreprises culturelles. L'injection majeure s'est faite en 2003-2004, lorsque la ministre, par le Plan de soutien au cinéma et à la production audiovisuelle, a octroyé directement à la SODEC une somme additionnelle de 12,2 millions de dollars. Le budget pour le cinéma, sans considérer les crédits d'impôt et les outils de financement que sont le prêt et le crédit rotatif, est d'environ 27,5 millions de dollars.

M. Maka Kotto: Connaissez-vous bien, à la SODEC, le nouveau budget du gouvernement fédéral et son impact sur le patrimoine et la culture? Plus spécifiquement, savez-vous si le budget de Téléfilm Canada a augmenté ou diminué?

Mme Joëlle Levie: Je peux vous en parler, puisque j'ai travaillé sept ans à Téléfilm Canada avant d'arriver à la SODEC. J'ai donc également une expérience du côté fédéral. Il faut en prendre et en laisser, mais je vais donner mon témoignage.

Il faut suivre l'évolution de Téléfilm Canada. À l'époque où j'y ai commencé, le Fonds canadien de télévision et le Fonds du long métrage du Canada n'existaient pas. C'était une enveloppe unique. Le fonds administré par Téléfilm Canada à l'époque était beaucoup plus modeste. Lorsque le Fonds canadien de télévision a été créé, vers 1995 ou 1996, il y a eu la création de ce fonds privé et public qui a donné à la télévision une enveloppe de 200 millions de dollars, dont 50 millions provenaient de Téléfilm Canada. C'est devenu le Fonds canadien de télévision, avec ses deux composantes.

Par la suite, le Fonds du long métrage du Canada a été créé et il y a eu effectivement un ajout substantiel de fonds. L'enveloppe pour les longs métrages est d'environ 100 millions de dollars, dont 75 millions sont administrés par Téléfilm Canada, je pense. Il y a donc eu des fonds supplémentaires à Téléfilm Canada lors de la création du Fonds du long métrage du Canada.

M. Maka Kotto: Ma question touchait plus spécifiquement le dernier budget fédéral. On demandait initialement à tous les ministères une réduction de 5 p. 100.

Mme Joëlle Levie: Oui.

M. Maka Kotto: Officiellement, on épargnait le ministère du Patrimoine canadien. En bout de ligne, après l'analyse des crédits, on constate qu'il y a eu une réduction.

Selon vous, qui connaissez Téléfilm Canada, quel palier, du provincial ou du fédéral, investit comparativement le plus dans la culture, et pourquoi?

Mme Joëlle Levie: On parle de culture, de production et d'initiatives cinématographiques.

•(1810)

M. Maka Kotto: Oui.

Mme Joëlle Levie: Vous posez une question à laquelle il est difficile de répondre, parce que c'est immense. Vous parlez du Canada comparativement au Québec. Je crois qu'en cinéma, à l'heure

actuelle, Téléfilm Canada a plus de moyens que la SODEC. Cependant, proportionnellement, le Québec a des moyens très substantiels. Il faut savoir que c'est la seule province qui a un budget politique et un budget de si grande taille consacré au cinéma.

Proportionnellement, nous avons beaucoup d'argent, mais nous avons moins d'argent que Téléfilm Canada. Nous sommes d'ailleurs complémentaires. Les deux fonds sont nécessaires au financement de la production cinématographique au Québec. On ne peut pas financer un film sans l'intervention de Téléfilm Canada. Cela répond-il à votre question?

M. Maka Kotto: Oui.

Je ne sais pas si vous savez que le Québec, depuis une quarantaine d'années, demande la maîtrise d'oeuvre en matière de culture sur une base administrative, à l'instar de l'entente sur la formation de la main-d'oeuvre.

Dans l'Ouest, j'ai demandé récemment à des témoins si, advenant le cas où les fonds seraient transférés aux provinces — au Québec, en ce qui nous concerne —, la gestion de proximité de cet argent par rapport à la production, à la diffusion et à la promotion serait une bonne ou une mauvaise chose. Spontanément, les gens ont répondu affirmativement.

Mme Joëlle Levie: Je répondrai en partie, mais il faudrait aussi consulter le milieu. Il est certain qu'actuellement, la force de la SODEC est qu'elle chapeaute une province et connaît parfaitement l'industrie. Elle a donc une vue générale de ce qui se passe. Elle peut réagir vite et elle peut agir conformément à ce qui se passe dans la province. Elle n'a pas besoin de savoir ce qui se passe dans une autre province, etc., avant d'agir. Cette proximité est donc efficace. Elle est efficace, parce qu'on connaît l'environnement dans lequel on se situe.

C'est aussi la force du Québec, qui a sa langue et une culture très forte. Cela lui permet de travailler très étroitement avec ses artistes. Ainsi, il y a un contact direct, qui est spécifiquement québécois, entre les organismes et l'industrie.

Est-ce que le transfert des fonds du fédéral en matière...

M. Maka Kotto: Sur la base d'une entente.

Mme Joëlle Levie: Oui, sur la base d'une entente. On en parle à l'interne.

M. Dominique Jutras: On a des programmes qui sont sous-dotés. On a déjà des infrastructures et une politique qui nous permettraient d'administrer et d'orienter des gestes. Étant donné la proximité avec le milieu et la structure dont on dispose, ce sont des choses qui peuvent se réaliser.

M. Maka Kotto: Je continue, parce que le président me regarde.

[Traduction]

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Une minute seulement. Je vais vous laisser continuer un peu, puis je compte laisser la parole à M. Silva.

[Français]

M. Maka Kotto: D'accord, c'est parfait.

Ma question porte sur le contenu. Je parle de la diversité. Il s'agit de cette espèce d'absurdité qui veut que le Québec, dans l'ensemble du territoire canadien, rapporte au prorata plus de recettes et reçoive 40 p. 100 — ou plutôt 33 p. 100 — des transferts d'argent venant d'Ottawa.

Une voix: Un tiers.

M. Maka Kotto: C'est cela.

C'est une absurdité, une aberration que je ne comprends pas. C'est un long débat. Quelle solution peut-on trouver pour sortir le cinéma canadien-anglais de son marasme, étant donné l'espace que prend le cinéma américain, la proximité culturelle et l'identité linguistique commune? Est-ce qu'il n'y a pas lieu de poser cette question pour équilibrer les choses? En effet, quand on génère autant de recettes et que l'industrie bénéficie d'autant d'argent, c'est une forme d'injustice. C'était mon premier point.

Mon dernier point concerne la question de la diversité. En ce qui concerne le contenu, est-ce que vous, producteurs, ou vous, encadreurs financiers, vous préoccupez de représenter le Québec dans l'imagerie populaire, tel qu'il se reflète dans les rues, quand on croise les gens chaque jour? C'est une image.

• (1815)

Mme Joëlle Levie: En ce qui a trait à votre première question, je dirai que je représente un organisme gouvernemental, et que cet organisme s'est trouvé devant un questionnement sur ce qu'il convenait de dire devant ce comité. Qu'est-ce que cet organisme pouvait apporter, et pouvait-il se permettre de commenter ou critiquer un autre organisme avec lequel il travaille?

Il est clair que par rapport au succès du film québécois, si je le regarde d'un point de vue purement québécois, c'est effectivement problématique. On le dit très élégamment dans le mémoire: on souhaiterait que le succès du film québécois soit valorisé. Actuellement, on constate sans doute que les mécanismes mis en place par le gouvernement fédéral, avec sa politique du Fonds du long métrage du Canada, ont atteint leurs limites au Québec. En effet, les enveloppes à la performance ont été mises en place pour créer un incitatif au succès et le succès a dépassé les attentes.

En ce moment, la façon dont le calcul des enveloppes à la performance est fait pénalise le Québec. En effet, la pondération est moins élevée pour les films québécois que pour les films du Canada anglais, pour des résultats identiques. Pourquoi? À cause de cette fameuse répartition un tiers-deux tiers qui, d'un point de vue, bloque le système.

Il faut trouver une forme de valorisation qui ne soit pas basée sur cette répartition et qui permettrait au Québec d'avoir un certain retour sur sa contribution au succès ou à l'augmentation des recettes au Canada. Cela nous préoccupe parce que, quand une industrie marche bien, qu'elle se développe et qu'elle crée un effet d'entraînement, il se crée un réel vedettariat qui fait que, par exemple, les comédiens demandent à être mieux payés. Certains producteurs, ou certains techniciens demandent aussi des moyens car ils nous disent qu'ils contribuent au film qui va générer des recettes de 5 millions de dollars en salle. Il se crée un mouvement vers le haut qui fait que, actuellement, pour que le film québécois poursuive son élan, on a besoin de plus de moyens.

Nous appelons cela la valorisation du succès québécois; c'est une façon de dire que, si on veut que le cinéma québécois continue sur sa lancée, il faut trouver une façon de valoriser financièrement son succès. On n'a pas le choix, sinon le risque est grand que cela stagne. Ou alors, il faut trouver d'autres avenues. On parle de coproduction

mais cela comporte ses embûches. Monter des projets en coproduction est extrêmement complexe, et souvent, ces projets ne sont pas forcément rentables financièrement. Ce sont des projets plus culturels qui permettent à certains pays de travailler ensemble.

Il faut trouver une solution, nous en sommes convaincus. Nous n'avons pas de forme de valorisation. L'enveloppe à la performance était au départ une valorisation, mais comme je vous le disais, on a dépassé le système. Il faut trouver une autre forme de prime, à l'exclusion des un tiers-deux tiers. C'est une voie à laquelle nous devons réfléchir.

La deuxième question touchait l'identité. Faisons-nous une production proche de notre culture? Je crois que oui, et c'est aussi cela qui fait le succès.

M. Maka Kotto: La diversité.

Mme Joëlle Levie: Oui. Très curieusement, nous sommes partenaires d'un long métrage autochtone, coproduit par une compagnie du Québec et une compagnie du Nunavut. Ce sera la suite de *Atanarjuat: la légende de l'homme rapide*, par exemple.

[Traduction]

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

Madame Samson, avez-vous quelque chose à dire?

• (1820)

[Français]

Mme Claire Samson: J'aurais souhaité faire deux très brefs commentaires sur les questions de M. Kotto, le premier à propos de l'idée ou du concept des transferts du fédéral à un organisme provincial.

Je pense que, d'un point de vue opérationnel, la SODEC serait tout à fait habilitée à gérer cela et qu'il y aurait certainement des gains de productivité à faire. Cependant, il faut se rappeler que tout cela est lié à une autre série de mesures qui s'appellent les négociations et les certifications des coproductions internationales, mesures qui demeureraient quand même incontournables pour les producteurs du Québec. Dans ce contexte, il ne s'agit pas simplement de transférer des sommes. Il y a toute une infrastructure, un filet de production qui se rattache à cela, ne serait-ce qu'au chapitre des accords internationaux.

En ce qui concerne ce que vous qualifiez d'injustice quant au partage des ressources, compte tenu des succès qu'on connaît au Québec, les producteurs du Québec se sont effectivement retrouvés un peu victimes de leur succès à cause de la surperformance de nos productions. On ne va pas se plaindre parce qu'on est trop bons. Ce n'est pas dans toutes les industries qu'on peut se vanter ainsi.

Cependant, il faut reconnaître que cette situation au Québec existe autant pour le long métrage que pour la télévision. Les Québécois regardent des émissions québécoises et canadiennes beaucoup plus que des émissions étrangères. Il y a dix ans, les émissions les plus populaires au Québec étaient *Little House on the Prairie*, *Dallas* et *Dynasty*. Ce phénomène n'existe plus aujourd'hui. Les émissions les plus populaires, sur toutes les chaînes de télévision du Québec, sont des émissions originales produites chez nous avec des artistes de chez nous. Cette situation est réelle partout.

Une des raisons de ce grand succès — Joëlle l'a souligné — est probablement cette identité culturelle enracinée au Québec, ce star-système qui existe ici — dont on ne retrouve malheureusement pas l'équivalent au Canada anglais — qui contribue certainement à nourrir ce succès. C'est sans compter le fait qu'au Québec, le lancement d'un film attire beaucoup plus l'attention des médias — radio, imprimé, etc. — qu'au Canada anglais.

Je vais vous donner un exemple très simple. Le soir, à 18 h 30, pendant que beaucoup de Canadiens anglais regardent *Entertainment Tonight* à la télévision, beaucoup plus de Québécois regardent une émission qui s'appelle *Flash*, qui fait la promotion de l'industrie culturelle des spectacles au Québec. Il y a donc toute cette proximité avec les autres médias qui soutient le star-système. Cela a certainement contribué au succès de nos films et de notre télévision.

À cet égard, notre recommandation rejoint celle de la SODEC: tenter de trouver un mécanisme qui, sans freiner la volonté et l'effort fait par nos collègues du Canada anglais pour reconquérir leur marché, devrait à tout le moins reconnaître la performance exceptionnelle de l'industrie québécoise.

[Traduction]

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Merci.

Monsieur Silva.

[Français]

M. Mario Silva: Merci, monsieur le président.

D'abord, les partenaires de l'industrie du film à l'extérieur du Québec ont tous une grande admiration pour l'industrie du film du Québec, pour son star-système. C'est vraiment formidable.

J'ai une question assez brève. Avec les nombreux programmes de soutien provinciaux et fédéraux qui existent, est-ce qu'on obtient les résultats attendus avec les organismes de financement actuels? Comment peut-on améliorer les organismes comme Téléfilm Canada, par exemple?

Avant de répondre à cette question, pouvez-vous clarifier un point que je n'ai pas très bien compris.

Vous dites: La présence à des événements, l'organisation de missions à l'étranger dans des pays ciblés, les coproductions, les exigences de contenu canadien, le soutien à des sorties de films en pays tiers sont autant d'enjeux qui nécessitent une action concertée.

Je n'ai pas bien compris cette phrase. Peut-être pourriez-vous clarifier ce point.

• (1825)

Mme Claire Samson: C'est dans notre mémoire? Pouvez-vous m'indiquer à quel endroit?

M. Mario Silva: C'est au sujet de la situation au Québec. C'est dans votre discours.

Mme Joëlle Levie: Parlez-vous du paragraphe où l'on dit: « Dans cette éventualité, nous pensons qu'il serait opportun de convenir d'une approche valorisant les forces de chacun [...] »?

M. Mario Silva: On dit: « La présence à des événements, l'organisation d'une mission à l'étranger dans des pays ciblés, la coproduction, l'exigence de contenu canadien [...] » Vous avez le même texte, n'est-ce pas?

Mme Joëlle Levie: Ah oui, c'est ici: « La présence à des événements, l'organisation d'une mission à l'étranger dans des pays ciblés [...] » C'est de cela que vous parlez?

M. Mario Silva: Oui, exactement.

Mme Joëlle Levie: Vous voulez que je vous explique ce que cela veut dire?

M. Mario Silva: Oui.

Mme Joëlle Levie: Plusieurs formes de représentations internationales sont possibles lorsqu'on veut vendre ou rechercher des partenaires. On peut participer à des marchés ou à des festivals. En télévision, il y a quelques grands marchés, le MipTV et le MIPCOM, entre autres. Quant aux festivals, il y a celui de Cannes et celui de Berlin, qui ont chacun des composantes touchant le marché. Les professionnels, qui ne sont pas forcément des distributeurs, viennent y rechercher des projets.

Ces marchés ou ces festivals réunissent l'ensemble de l'industrie de tous les pays. On s'est aperçu, avec le temps, que dans certains cas et pour des pays bien spécifiques, il était plus intéressant d'organiser une mission économique culturelle, composée d'un ensemble de producteurs ou de distributeurs. Cette mission se rend dans le pays en question pendant deux ou trois jours. Un programme de rencontres est préparé à l'avance et certaines de ces rencontres sont plutôt bilatérales. Ces rencontres se font véritablement sur le terrain d'abord, chez les personnes du pays en question, et ces rencontres et ces discours se concentrent sur une période de deux jours.

C'est ce qu'on appelle des missions ciblées, c'est-à-dire des missions où l'on envoie 10 ou 20 producteurs de longs métrages qui souhaitent rencontrer d'autres producteurs de longs métrages, au Japon par exemple. Le Japon étant un territoire difficile à percer, on souhaite des rencontres personnalisées. On organise donc une mission avec l'aide, par exemple, des ambassades ou des délégations. On envoie ces producteurs sur place et on organise des rencontres. Un échange s'effectue donc là-bas, en dehors de tout un contexte de festival. C'est très intéressant.

M. Mario Silva: Et vous, maintenant, pouvez-vous répondre à la première question?

Mme Claire Samson: Je l'ai oubliée; vous allez devoir la répéter.

M. Mario Silva: Je la pose à nouveau. Avec les nombreux programmes de soutien provinciaux et fédéraux qui existent, obtient-on les résultats attendus par les organismes de financement actuels? Sinon, comment peut-on améliorer des organismes comme Téléfilm Canada?

Mme Claire Samson: Il est évident que chaque organisme élabore ses plans et ses programmes. Souvent, ils ont le réflexe de consulter le milieu. Malheureusement, comme le monde de la télévision et du cinéma regroupe beaucoup de disciplines, il n'est pas toujours facile pour les différents intervenants d'arriver à des consensus. Les organismes, Téléfilm Canada entre autres, tentent d'élaborer des politiques et des programmes conformes aux grands objectifs culturels du pays, tout en étant conscients des besoins de chacun. On y arrive assez bien, mais ce n'est pas sans accrochage, et ce, pour plusieurs raisons.

Prenons l'exemple de Téléfilm Canada, qui a une politique de récupération. Cette politique lui assure des revenus annuels de l'ordre de 7 millions à 9 millions de dollars; malheureusement, cette politique ne considère pas le producteur comme un investisseur privilégié de sa production. Un producteur, même si son long métrage connaît un succès commercial, après qu'il aura remboursé toutes les avances et les frais du distributeur, de même que toutes les sommes que Téléfilm Canada a investies dans sa production, ne réussira jamais à récupérer ne serait-ce que le crédit d'impôt qu'il a investi dans sa production, crédit qui, à la base, avait été créé pour permettre aux entreprises de production de se financer.

De nos jours, le crédit d'impôt est entièrement investi dans la production, et c'est au troisième palier que le producteur réussit parfois, à condition qu'il tienne un succès commercial, à récupérer une partie de son crédit d'impôt.

Mme Richard pourrait vous en parler, car elle est la productrice de *Séraphin: Un homme et son péché*, qui a été un succès commercial phénoménal au Québec.

• (1830)

Mme Lorraine Richard: Tout le monde est plein de bonne volonté. On peut pas dire que certains organismes n'essaient pas d'arrimer leurs politiques pour être complémentaires. Personne n'essaie de se piler sur les pieds, ni à la SODEC ni à Téléfilm Canada.

Le noeud du problème, et c'est dommage de le dire parce qu'on semble toujours se plaindre, c'est un criant besoin de fonds. En 2001, quand cette politique a été annoncée, elle était doublée d'un fonds de 100 millions de dollars. De ces 100 millions de dollars, 75 millions vont à la production de films et 25 millions servent à gérer d'autres programmes. À l'aide de ces 75 millions de dollars, on a donc établi une politique. Nous nous sommes fait dire d'augmenter les recettes de salle de cinéma et de produire des films de tous les genres, de foncer et qu'on nous soutiendrait.

Nous avons rempli ce mandat, nous avons foncé et c'est merveilleux, parce qu'au Québec, nous avons réussi à augmenter de façon importante les recettes de salle de cinéma. Nous avons donc réussi. Cependant, cinq ans plus tard, le coût de la vie a augmenté et nous sommes victimes de notre succès. Par conséquent, il faut s'asseoir et revoir le tout. Cependant, là où le bât blesse, c'est qu'il y a beaucoup de talent au pays, beaucoup de monde et de joueurs. Il faut qu'il y ait beaucoup de produits et de films, parce que c'est ainsi que l'on crée une industrie, et ce, dans n'importe quel pays au monde, les États-Unis mis à part, parce qu'ils sont seuls à fonctionner comme ils le font.

Mais qu'on parle de la France, de l'Angleterre, de l'Italie ou de l'Espagne, les pays ont besoin d'une masse critique de films tous les ans pour exister. Sans cela, ils sont marginaux et n'ont pas de culture nationale. Comme notre pays est petit, je trouve merveilleux que nous réussissions à faire de telles recettes, et que les films se vendent à l'étranger et rapportent des fonds. Il faut maintenir cela. Il ne faut pas baisser les bras et il faut continuer à soutenir le cinéma en quantité.

[Traduction]

M. Mario Silva: Merci.

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Il ne nous reste que sept minutes. Avant de passer la parole à M. Kotto, j'ai quelques déclarations à faire. Je ne sais pas si ce sont des questions, mais il faut que je les dise.

J'ai entendu beaucoup de choses lors des exposés et dans les réponses. Il y a une chose qui revient toujours, c'est le besoin d'un financement durable, à long terme. Radio-Canada nous l'a dit, Téléfilm nous l'a dit, tout le monde nous l'a dit, un financement durable à long terme. Je pense que dans les décisions futures... que ce soit un programme quinquennal... j'entends toujours parler de déclin, qu'il y a un déclin. Et bien, cela veut dire que c'est terminé, à moins que l'on continue pendant cinq autres années, mais selon moi, il ne s'agit que d'un financement ponctuel.

Je pense qu'il faut une reddition de comptes. Je pense qu'il faut un financement durable à long terme. Supposons qu'après la deuxième année, s'il s'agit d'un programme de cinq ans, qu'il y ait prolongation,

de sorte que deux années sont rajoutées, ou quelque chose comme ça. Vous avez toujours cinq ans devant vous, à moins que vous ne sachiez que le financement va être retiré, remplacé par quelque chose d'autre, peu importe la façon dont cela se fait.

Les gouvernements sont doués pour cela. Je le sais, j'ai eu une réunion avec les conseils d'administration des hôpitaux de ma région. Je viens de l'Ontario. On demande aux hôpitaux de mettre sur pied un programme quinquennal, et ainsi, ils soumettent leur budget, le budget est accepté et ils obtiennent l'argent. Ils obtiennent tout sauf une augmentation pour le coût de la vie. Avec l'inflation, nous les parlementaires obtenons une augmentation en fonction du coût de la vie et je crois que ce genre d'augmentation doit être intégré au programme. S'il s'agit d'un programme de 100 millions de dollars, je pense que ça devrait être un programme de 100 millions de dollars. Il ne faudrait pas inclure les frais d'administration de ce programme. Parfois, l'administration mange une partie du financement qui, d'après tout le monde, devait être utilisé pour un projet.

En ce qui concerne les coproductions, un groupe a témoigné plus tôt à propos du doublage. Je pense que c'est quelque chose qui devrait aller de soi, particulièrement parce que nous sommes un pays bilingue. De plus, avec tous les autres groupes ethniques et les gens qui sont arrivés au Canada—il y a un marché assez important ici dans notre pays—il devrait y avoir du doublage dans autant de langues que possible, mais en tout cas absolument dans nos deux langues officielles. Tout film produit, qu'il soit produit ici au Québec, qu'il soit en anglais ou en français, devrait être doublé, et par nous. Je sais que ça peut vous poser des problèmes lorsqu'il y a coproduction, et il serait peut-être possible de conclure un marché de sorte pour que deux films soient produits, l'un doublé dans l'autre pays et l'autre doublé ici, au Canada.

Je pense qu'il devrait y avoir des intervenants. Des gens de ce cette industrie devraient siéger au conseil consultatif. Je viens d'une collectivité agricole et nous avons là-bas des gens qui ne sont pas très heureux à cause de certains programmes pondus par le gouvernement. Encore une fois, nous nous asseyons autour d'une table, un peu comme nous le faisons aujourd'hui, et nous entendons toutes ces choses intéressantes que nous voulons faire. Et nous les présentons, nous proposons un rapport. Puis, le ministre dit quelque chose comme « nous savons nous en occuper ». Mais ils ne se sont pas assis autour d'une table, comme nous l'avons fait.

Je pense que lorsque nous aurons fini cette tournée, nous produirons un rapport. J'espère que ce rapport reflétera ce que nous avons entendu aujourd'hui, hier et à toutes les autres séances que nous avons tenues, parce que peu importe qu'on soit à Québec, à Winnipeg ou à Toronto, il y a tellement de choses qui se font écho. Le sentiment est le même.

Alors, j'espère que lorsque ce rapport sera publié, le ministre en tiendra compte.

• (1835)

Voilà, ce sont les choses que j'avais à dire. Je n'ai pas besoin d'une réponse. Si j'ai dit quelque chose à laquelle vous voulez répondre, vous pouvez envoyer votre réponse à Jacques. Il me fera plaisir de la lire, de développer le sujet et d'entendre ce que vous avez à dire.

C'était ce que j'avais à dire. Pour les cinq prochaines minutes, je vais m'adresser à M. Kotto, parce que j'apprécie la façon dont il pose les questions.

Merci.

[Français]

M. Maka Kotto: Merci, monsieur le président.

J'ai une requête qui va dans le même sens. J'aimerais, si possible, que vous envoyiez à notre greffier votre point de vue sur le virage numérique potentiel.

En Angleterre, il y a un projet qui a été mis en branle. Le gouvernement, à même les fonds publics, investit pour la création d'un réseau de 200 salles numériques dans le dessein de reconquérir une partie de sa souveraineté culturelle. Les Anglais sont dominés et envahis par les Américains. Ils vivent un peu ce que les Canadiens anglais vivent ici. La similarité linguistique a fait que les Américains se sont introduits et imposés facilement chez eux. Au Canada anglais, on cherche des solutions.

Je viens du Québec. C'est vrai qu'on est un modèle de référence pour eux là-bas. Toutefois, quoi qu'il advienne demain, il est important d'avoir un voisin qui ait une culture solide, bien enracinée aussi, sinon on sera emportés à notre tour.

J'aimerais donc avoir, d'un côté comme de l'autre, un point de vue là-dessus. C'est un document qui servira...

● (1840)

Mme Joëlle Levie: J'ai assisté à plusieurs présentations. Nous pensons tous que le numérique est l'avenir. Pour avoir un long métrage de très haute qualité, il faut tourner en haute définition. Actuellement, la location d'une caméra haute définition n'est pas vraiment moins chère que la location d'une caméra 35 mm. Donc, il faut faire attention lorsqu'on dit que le numérique coûte beaucoup moins cher.

C'est vrai dans certains cas. Toutefois, il ne faut pas oublier que cela fait des années que le documentaire est tourné avec de petites caméras. Ce n'était pas du numérique, c'était des cassettes. C'était déjà un modèle beaucoup plus souple de tournage, et ce n'était pas forcément une caméra. Cela n'a pas entraîné des diminutions de

coûts, parce qu'il y a d'autres choses. Comme on le disait hier, il faut quand même gagner sa vie en faisant du cinéma. On ne fait pas cela juste avec ses amis et, après trois films, les amis vous abandonnent. Il faut relativiser cela.

Par contre, je pense que tout le monde est d'accord sur le fait que le numérique sera révolutionnaire surtout au niveau de la distribution et de la diffusion. À partir du moment où on aura installé un ensemble de réseaux numériques qui vont pouvoir communiquer les uns avec les autres par satellite principalement — c'est en effet le but ultime —, il est clair qu'un nouveau type de distribution va s'installer et que de nouveaux modes de distribution et un nouveau mode d'affaires vont arriver.

Dans tout cela, on parle quand même d'une certaine économie. Il y a la culture d'un côté, qui permet l'accès...

M. Maka Kotto: Je ne vous demandais pas une réponse ce soir.

Mme Joëlle Levie: C'est parce que cela me passionne.

M. Maka Kotto: Je vous demandais des éléments de réflexion. On va se pencher là-dessus, parce que c'est un sujet qui a été évoqué par plusieurs témoins que nous avons rencontrés. Il y a deux écoles, et cela s'entend dans le discours.

Merci.

[Traduction]

Le vice-président (M. Gary Schellenberger): Nous allons terminer maintenant, mais encore une fois, je vous remercie beaucoup de votre exposé et de votre franc parlé. Ce sont des choses que j'apprécie énormément. Nous allons faire passer votre message à ceux qui n'étaient pas ici. De nouveau, je m'excuse. Vous êtes sans doute le groupe le plus important et nous ne sommes que trois.

Merci beaucoup.

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.