

# Pourquoi l'ONF est-il nécessaire?

## Pourquoi l'ONF est-il nécessaire?

### Discours-programme prononcé au Festival du film de Whistler

Le 29 novembre 2007

Tom Perlmutter  
Commissaire du gouvernement à la cinématographie  
et président de  
l'Office national du film du Canada

L'ONF a été fondé à une époque où le soutien à la production locale de films était à peu près inexistant. La création d'une maison de production publique qui nous fournirait les moyens d'établir une présence canadienne dans le paysage audiovisuel s'imposait donc en toute logique. Comment justifier aujourd'hui le maintien de l'ONF alors que l'industrie privée canadienne du cinéma est dynamique et prospère, et que de nombreux instruments politiques assurent son soutien! Dans le contexte actuel, un producteur public a-t-il encore sa place? Pourtant, à l'ère du numérique, je suis convaincu que nous en avons besoin plus que jamais. C'est ma grande expérience du secteur privé, de nombreux entretiens et rencontres au Canada et à l'étranger, de même que mon travail à l'ONF qui m'ont amené à cette conclusion. Voici donc les arguments à l'appui de ma position.

**1. La continuité institutionnelle.** *Au cours de son histoire, le Canada s'est doté d'institutions qui lui sont propres. Avec le temps, elles ont évolué, noué des liens avec les communautés canadiennes et les citoyens; ce faisant, elles ont contribué à l'édifice social du pays et sont devenues indispensables. Fondé en 1939, l'ONF fait partie de ces institutions culturelles déterminantes. La continuité institutionnelle est essentielle à l'histoire et à l'évolution d'un pays. Toutefois, cette continuité ne doit pas être statique; j'entends par là qu'une institution ne devrait pas exister simplement parce qu'elle a existé. Les institutions demeurent vivantes et deviennent essentielles à l'édifice d'un pays lorsqu'elles sont dynamiques, qu'elles évoluent et se réinventent pour répondre aux exigences des nouvelles générations, tout en demeurant fidèles à leur mandat. L'ONF s'y est employé avec succès.*

**2. La valeur de la marque.** La population canadienne investit dans l'Office national du film depuis près de 70 ans. Or, d'aucuns prétendent que l'ONF est arrivé au terme de sa vie utile. Qu'on devrait le considérer comme un investissement irrécupérable. D'autres pensent qu'on desservirait les Canadiens en cessant de gérer cet investissement et en les privant de ses bénéfices. Je suis de cet avis. L'ONF représente une valeur inestimable. Très peu de marques canadiennes possèdent autant d'attrait à l'échelle nationale et internationale que celle de l'ONF. La marque de l'ONF est synonyme d'intégrité, d'engagement social, de valorisation de la diversité, d'innovation sur le plan artistique, et ce, dans plusieurs domaines. Sur le plan de la production, tant pour nos partenaires canadiens qu'étrangers, la marque est une garantie d'excellence; pour les sujets de nos films, elle est une assurance d'intégrité. Les auditoires y ont l'assurance de sérieux dans le traitement des enjeux sociaux importants, lesquels sont abordés à travers le prisme des valeurs canadiennes. Pour la population canadienne, la marque évoque en même temps un rapport affectif — l'expérience « je me souviens », qui suppose le désir et le besoin de continuité — et un sentiment de fierté ressentie plus intensément lorsque, par exemple, un film de l'ONF remporte un Oscar. Ces aspects sont fondamentaux. Le premier parce que de tels engagements émotionnels sont l'âme de la vie d'un pays et la seconde en ce qu'elle attire l'attention du monde entier sur le potentiel créateur du Canada. La fierté importe parce qu'elle donne au peuple canadien le sentiment que tout est possible; elle nous donne la confiance nécessaire pour réussir.

**3. Un patrimoine important.** L'ONF est le dépositaire du riche et précieux patrimoine audiovisuel canadien. Les 13 000 films, innombrables photos et documents sonores sont bien plus que des archives à exploiter; ils rendent compte de la vie et de la créativité canadienne au fil des ans. L'année dernière, nous lançons au Festival de Cannes le coffret Norman McLaren – L'intégrale parallèlement à un long métrage sur l'œuvre de ce pionnier de l'animation. L'événement a trouvé un écho dans le monde entier. Le produit d'une qualité irréprochable est le fruit d'un imposant travail de remastérisation et de quatre années de dévouement. L'ONF a sorti les œuvres de cet artiste légendaire de ses voûtes afin de donner au Canada et au reste du monde un héritage artistique absolument vital. Dans la foulée de cet événement, le maestro Kent Nagano et l'OSM ont marié, l'espace d'une soirée, les grands classiques de la musique aux images de McLaren. Ces derniers mois, Michel Lemieux parcourt le monde avec un magnifique spectacle sur scène intitulé Norman, lequel s'inspire aussi de l'œuvre de McLaren. L'ONF n'a pas terminé son travail, car il a encore beaucoup de classiques à mettre en valeur.

**4. Courir des risques que le secteur privé ne peut envisager.** La prise de risques indépendants du marché suppose de s'aventurer dans des

marchés « incertains » tels les programmes destinés aux cinéastes de la relève, la collaboration avec les cinéastes issus des communautés autochtones et ethnoculturelles, l'offre d'une voix médiatique aux collectivités mal desservies, l'innovation dans les nouvelles formes d'expression, là où le privé ne peut aller seul ou lorsque les intérêts ne le justifient pas. Ces marchés sont des biens publics présentant des avantages économiques à long terme pour l'industrie, les collectivités et le pays. C'est en prenant des risques spécifiques et non commerciaux que l'ONF se réinvente et se dynamise; il s'agit là d'un mécanisme évolutif. Mais entendons-nous bien, l'incursion dans les secteurs incertains ne signifie pas que nous devons contourner le secteur privé. Les partenariats avec le secteur privé s'avèrent essentiels à ce genre de projets. En fait, la présence ou le leadership de l'ONF suffit souvent à concrétiser ce qui aurait été impossible ou difficile à réaliser autrement. À titre d'exemple, les télédiffuseurs nationaux et internationaux ont souvent précisé que leur engagement à l'égard de projets risqués est souvent subordonné au fait que l'ONF y est associé.

**5. Créer une société citoyenne.** Dans son livre sur le Canada, *Réflexions d'un frère siamois*, John Ralston Saul écrit que la force du Canada, ce qui le rend intéressant, c'est sa complexité, son refus de se conformer au modèle d'État-nation monolithique du 19<sup>e</sup> siècle. Sa complexité repose sur trois piliers profondément ancrés, soit trois expériences : autochtone, francophone et anglophone. Aujourd'hui, il faut en compter un quatrième : sa diversité. Du fait de sa complexité, notion très différente de celle de l'État-nation, le Canada est actuellement en train de nuancer, d'approfondir et d'élargir la définition de pays évolutif. Dans un tel contexte, le documentaire, de par son éthique, son mode de fonctionnement et son engagement créatif à l'endroit du changement social a un rôle déterminant à jouer. Aucune institution culturelle ne prend autant à cœur la réalité de cette complexité et ne la formule de manière aussi complète que l'ONF. C'est dans ce rôle que l'ONF est à son meilleur, celui d'interlocuteur essentiel dans la construction d'une société civile, d'une nation multi-identitaire, à l'intérieur d'un cadre commun de valeurs citoyennes d'ordre démocratique, social et communautaire.

**6. Revitaliser l'espace public.** Aujourd'hui, nous constatons dans ce pays un rétrécissement des options de télédiffusion et un élargissement des possibilités du numérique. Cette situation exige de la vigilance ainsi qu'une réorganisation du domaine public.

La télévision reste et restera pendant quelque temps encore le principal moteur de la production ainsi que la meilleure façon de rejoindre les auditoires. Les fusions sont peut-être bénéfiques pour la santé financière et la viabilité à long terme des opérations de télédiffusion, mais elles ne

représentent rien de bon pour la diversité des opinions et des moyens d'expression. Si nous voulons développer une culture cinématographique vivante, créatrice et innovante, nous devons ouvrir plus de portes; constituer plus d'espaces où les créateurs peuvent expérimenter, explorer... créer. Se contenter du seul radiodiffuseur public national, c'est consentir à l'érosion continue de l'espace public. La santé à long terme du secteur privé où, en fin de compte, la production de la richesse repose sur quelque chose d'aussi éphémère que la créativité, exige un organe public multidimensionnel susceptible de prendre des risques. Or, l'ONF offre ce que ne peuvent offrir nos télédiffuseurs privés et public.

L'univers numérique. La télévision est un média étroitement régi dont l'accès est limité par des barrières imposantes. Quelle est donc la raison d'être d'un espace public dans l'univers informel non réglementé des médias numériques apparemment dépourvu de barrières? Un univers où chacun est à la fois créateur et diffuseur? Dans ce contexte, pourquoi avons-nous besoin d'institutions publiques pour gérer la relation entre créateur, création et auditoire?

Jetons un bref regard sur cet univers en apparence accessible.

Les sociétés mères des dix sites Web les plus fréquentés sont américaines. Il s'agit notamment de Microsoft, Yahoo, Google, Time Warner, News Corp, Disney. Bien sûr, plusieurs ont acquis la citoyenneté canadienne... Google.ca, Yahoo.ca, Youtube.ca. Ainsi, ce qui semble de prime abord un univers sans frontières n'est en réalité pas si perméable. Univers virtuel ne signifie pas obligatoirement univers dénué de contexte. Si MySpace et YouTube permettent à quiconque de télécharger du contenu, de « s'approprier » ce monde de l'audiovisuel, ils le font dans un contexte bien particulier, régi par certains ensembles de valeurs et de conditions. Et naturellement, les intérêts commerciaux inspirent rapidement des moyens pour mettre la main sur les nouveaux sites qui suscitent un engouement populaire. En fin de compte, ceux qui contrôlent le contexte, contrôlent le message.

Un autre facteur critique au Canada, c'est que 70 % des sites Web sont anglophones. Le français est un élément fondamental de notre identité nationale. Nous nous devons d'assurer sa présence continue dans la déferlante des sites anglophones.

Il n'est pas question ici d'ériger des barrières ou de créer des jardins fermés. Nous avons besoin de fournisseurs publics pour générer d'autres contenus, pour favoriser la diversité publique. J'insiste sur le terme public.

L'univers numérique a déclenché un phénomène qui lui est spécifique : il a

remplacé l'espace public par l'espace personnel. « Deviens mon ami »; « Adhère à mon réseau »; « Observe ce que je fais ». **Le contenu personnel s'expose mais il n'est pas public.**

Personnel ne veut pas dire public. En fait, l'espace personnel peut même être hostile à l'espace public, car il est fondé sur des préceptes, des valeurs et des intentions profondément différents.

Loin de moi l'idée de vouloir nier la nécessité, l'importance ou la vitalité de l'espace personnel; cependant, il faut bien le dire, il ne peut pas faire ce que l'espace public peut et doit accomplir.

Beaucoup de films de l'ONF racontent des histoires personnelles, intimes qui ont néanmoins une valeur publique. Les auteurs diront que s'ils partagent leur histoire ou l'histoire de leurs personnages, c'est parce qu'elles reflètent les grands enjeux publics. Je pense par exemple aux films d'Alanis Obomsawin, lesquels ont permis d'élargir notre compréhension des premières nations et d'approfondir nos interactions avec celles-ci.

Il n'y a aucune commune mesure entre ce genre de films et une production comme *Lonely Girl*. Beaucoup d'entre vous connaissent probablement cette série en ligne sur les confidences d'une adolescente du sud de la Californie. Cette émission, qui semblait être la quintessence de l'expression personnelle sur le Net, a conquis un vaste auditoire; il s'agissait naturellement d'un pastiche qui misait, très habilement d'ailleurs, sur les formes que prend le réseautage personnel.

Le débat portait sur l'écart entre le faux et le réel, un enjeu permanent dans le monde virtuel mais qui, à mon avis, est beaucoup moins intéressant que la question de l'authenticité.

Et c'est là que se situe l'ONF... dans l'espace réservé au débat public authentique et socialement engagé par le biais de la création médiatique innovante et inspirante.

L'ONF a réussi à se réinventer et il continuera à le faire. Sur le plan de la programmation, il doit rester concentré sur son mandat de base. C'est lorsqu'il prend des risques que l'ONF excelle. Il est au service de l'industrie et des Canadiens quand il évite l'ordinaire, le convenu, le standard; repousse les limites; réinvente la forme et expérimente avec la grammaire cinématographique pour l'adapter aux nouvelles technologies; cherche des histoires qui autrement ne seraient pas racontées; accomplit ce qui est impossible ou difficilement réalisable dans le secteur privé. Avec l'ONF comme partenaire de production créatif, l'extraordinaire devient

possible.

Nous veillerons donc à définir nos critères et nos processus de programmation avec plus de précision, de pertinence et de transparence. Au cours de la prochaine année, nous consulterons les cinéastes et les autres membres de l'industrie sur ces questions.

À titre d'institution publique, nous avons le devoir de nouer des liens avec les Canadiens et les Canadiennes. Pour cela, nous devons explorer tout un registre de nouvelles possibilités, dont les diverses formes de distribution en ligne et le cinéma numérique. En janvier prochain, nous inaugurerons le premier réseau canadien d'e-cinéma dans le cadre d'un projet pilote que nous menons avec la communauté francophone en Acadie. Nous avons installé des projecteurs HD et des serveurs haut de gamme dans cinq communautés afin d'offrir une riche expérience cinématographique en français aux citoyens qui n'en auraient pas la possibilité autrement.

L'année 2008 marquera le lancement d'un projet d'envergure visant à donner à la population canadienne l'accès en tout temps et en tout lieu aux trésors des voûtes de l'ONF. Nous consolidons actuellement les liens étroits que nous entretenons avec les systèmes d'éducation du pays. En effet, c'est dans le monde de l'éducation que s'amorce le changement social, et les enseignants et enseignantes du Canada sont avides du contenu canadien offert par l'ONF. Cela signifie que nous devons mettre en œuvre une stratégie à long terme de numérisation de notre collection.

L'ONF est une institution remarquable. Il compte sans aucun doute parmi les plus importants organismes culturels du monde. C'est une institution dont les Canadiens et les Canadiennes sont fiers et que le reste du monde nous envie. Cette année seulement, l'ONF et ses partenaires de coproduction ont gagné un Oscar; deux prix à Cannes – seules récompenses remportées par le Canada; le Génie du meilleur long métrage documentaire; les deux prix les plus importants du long métrage documentaire aux Hot Docs; le Global Mobile Award du meilleur contenu original pour plateforme vidéo mobile décerné par la GSM Association, l'équivalent d'un oscar dans le monde de la téléphonie mobile; le tout premier Rocky du meilleur contenu original pour téléphone cellulaire; le prestigieux prix Focal pour la conservation décerné à l'occasion d'une cérémonie présidée par Lord David Puttnam et Sir Jeremy Isaacs; un Prix des nouveaux médias canadiens; une nomination aux prix Emmy internationaux dans une catégorie interactive; le prix John-Grierson pour l'innovation décerné par le Festival du documentaire de Sheffield... La semaine dernière, sept films de l'ONF – un nombre record – étaient inscrits à la programmation du prestigieux Festival international du film documentaire (IDFA) à Amsterdam; deux longs métrages, soit une coproduction avec Peter

Raymont, ***Triage: Dr. James Orbinski's Humanitarian Dilemma***, un documentaire puissant sur les droits de la personne, et le remarquable film de Yung Chang, ***Sur le Yangzi*** (une coproduction avec EyeSteel Film), seront présentés au Festival de Sundance. ***Paysages fabriqués***, de Jennifer Baichwal, (coproduction avec Danny Iron et Nick de Pencier) a inauguré au début de novembre le Mois du film documentaire, au Centre Pompidou, à Paris, et sortira en salle au Canada la semaine prochaine. Au Festival international du film de Toronto, nous avons lancé, en partenariat avec le Centre canadien du film, le tout premier long métrage de fiction alternative en Amérique du Nord. Et il ne s'agit là que d'une liste partielle... juste pour cette année! Un accomplissement exceptionnel pour une petite institution.

L'ONF vit actuellement une renaissance créatrice, mais le tableau n'est pas aussi idyllique qu'il n'y paraît. Chaque année, l'ONF subit des compressions financières attribuables à l'érosion des crédits parlementaires. En dix ans, il a perdu plus de 20 % de son pouvoir d'achat principalement parce que son budget de fonctionnement n'est pas indexé. Résultat : sa capacité productive est réduite. Laissez-moi vous parler du personnel de l'ONF. Les employés de l'ONF comptent parmi les gens les plus créatifs, les plus dévoués et les plus travaillants que j'ai rencontrés au cours de ma carrière. Ils sont passionnément dévoués à l'ONF et ont réussi à relever le défi d'en faire plus avec moins. Mais il y a des limites à ce qu'une organisation peut ou devrait exiger de ses employés.

L'ONF manque de ressources pour répondre à des besoins urgents. Au Royaume-Uni, le gouvernement a consenti au BFI un investissement de 25 M£ pour la numérisation. Les Pays-Bas ont lancé en juillet 2007 une stratégie nationale du numérique. L'INA (Institut national de l'audiovisuel), en France, a bénéficié d'un financement supplémentaire considérable pour la mise en œuvre d'une stratégie de numérisation à long terme.

Nous devons agir à cet égard. L'ONF ne peut rester sans rien faire en espérant que le financement se matérialisera. Nous devons procéder à la numérisation de nos films alors même que nous faisons les démarches en vue d'obtenir du financement supplémentaire. Il s'agit d'un investissement vital dans notre avenir, un investissement qui, actuellement, provient de nos fonds d'exploitation.

Nous avons toujours fait notre part et nous continuons à le faire. Par exemple, nous cherchons des moyens de générer avec nos actifs de nouvelles sources de revenus dans le secteur du numérique; nous cherchons des moyens d'améliorer nos processus de travail afin de réaliser des économies; nous mettons en place de meilleurs systèmes de planification afin d'améliorer notre efficacité. Malheureusement, nous n'arriverons pas à

résoudre tous nos problèmes financiers sans aide.

Si l'on ne prête pas une attention particulière à ces problèmes, nous risquons d'épuiser un trésor national unique. Merci.