

**MÉMOIRE PRÉSENTÉ
AU COMITÉ PERMANENT DU PATRIMOINE CANADIEN
DE LA CHAMBRE DES COMMUNES**

***FAST FORWARD :*
L'ÉVOLUTION DU RÔLE DU
GOUVERNEMENT DU CANADA
DANS SON APPUI À
L'INDUSTRIE CINÉMATOGRAPHIQUE CANADIENNE**

**PAR
JACQUES BENSIMON
COMMISSAIRE DU GOUVERNEMENT À LA CINÉMATOGRAPHIE
ET PRÉSIDENT DE L'OFFICE NATIONAL DU FILM DU CANADA**

FÉVRIER 2005



RÉSUMÉ EXÉCUTIF

L'ONF est une institution culturelle phare au Canada. C'est un organe de cohésion sociale qui met l'art au service des citoyens et citoyennes et qui agit comme « tête chercheuse » pour le cinéma au Canada. Il joue un rôle clé dans la définition du paysage audiovisuel d'aujourd'hui et de demain au pays. Son président est aussi commissaire du gouvernement à la cinématographie et à pour mandat, à ce titre, d'effectuer des recherches et d'aviser le gouvernement sur les questions relatives au cinéma canadien.

La situation actuelle du cinéma canadien soulève plusieurs questions. Toutes mettent en relief la fragilité de la souveraineté culturelle du Canada dans un contexte de mondialisation qui vient renforcer la position dominante des multinationales du divertissement (les *majors*) dans notre industrie audiovisuelle.

Au moment même où une économie basée sur le savoir et l'information appelle au renforcement des capacités créatrices des collectivités et des nations, le gouvernement du Canada devra, en plus de considérer des motifs économiques pour guider l'examen des mécanismes de soutien à l'industrie cinématographique, explorer des voies axées sur la créativité et l'innovation pour orienter le développement du cinéma canadien.

Dans cette optique il faut revoir les mandats de toutes les agences et institutions culturelles pour s'assurer qu'elles disposent des moyens nécessaires à l'atteinte des objectifs culturels du Canada. Dans le cas de l'ONF, nous espérons que cette révision permettra de lui donner des assises plus solides et plus de profondeur financière.

Voici les principales recommandations formulées dans ce mémoire :

- l'attribution d'une part minimum du Fonds du long métrage à la production de fictions alternatives et des documentaires ;
- la mise en place d'un réseau *e-cinema* pancanadien pour desservir les collectivités éloignées des grands centres urbains ;
- l'investissement de ressources financières supplémentaires dans les activités de recherche, de création et de diffusion dans le domaine des nouveaux médias ;
- l'intégration des dimensions sociale et éducative du cinéma dans la mise en place des politiques d'appui à la cinématographie et une augmentation des ressources financières consacrées à cet effet.

En conclusion, il est souhaité que le cinéma soit de ces forces qui contribueront à faire du Canada une société innovante et créatrice parmi les plus respectées au monde.

1. INTRODUCTION

Nous tenons à remercier les membres du Comité permanent du Patrimoine canadien d'avoir invité l'Office national du film (ONF) à soumettre son point de vue sur la situation actuelle et l'avenir de l'industrie cinématographique au Canada. Le processus d'examen amorcé par le Comité représente, pour nous, une formidable occasion de contribuer à la réflexion sur le cinéma canadien, un pilier de la culture canadienne.

Nous voulons féliciter les membres du Comité du Patrimoine canadien d'avoir pris la décision d'aller en consultation publique pour faire l'examen de la politique cinématographique. Nous sommes convaincus que cet exercice fera progresser l'industrie de l'audiovisuel dans la poursuite des grands objectifs fixés pour accroître le rayonnement de la culture canadienne au pays et dans le monde.

Le présent mémoire portera essentiellement sur trois questions. Comment arrimer les objectifs des institutions publiques avec ceux du secteur privé pour atteindre les objectifs culturels du Canada? Quels changements souhaitons-nous apporter aux mécanismes actuels de soutien à la cinématographie, dont la politique du long métrage? Comment l'ONF, à titre d'institution publique, peut-il contribuer, directement ou indirectement, à l'essor de l'industrie cinématographique canadienne?

2. L'ŒIL CANADIEN

Dans le paysage culturel canadien, les institutions publiques jouent un rôle clé pour orienter les politiques gouvernementales et définir en quelque sorte l'image du Canada dans le monde. **L'Office national du film** est une institution phare qui assume ce rôle dans le domaine de l'audiovisuel. Depuis sa fondation en 1939, il se veut un des lieux de production, de recherche-crédation et de diffusion les plus primés au monde, et unique en son genre au Canada. **Sa mission est de produire et de distribuer des œuvres audiovisuelles innovatrices et pertinentes, qui reflètent la diversité culturelle du Canada et qui présentent au public d'ici et d'ailleurs un point de vue authentiquement canadien.** Son président est aussi le commissaire du gouvernement à la cinématographie et, à ce titre, il a pour mandat d'effectuer des recherches et d'aviser le gouvernement sur les questions relatives au cinéma canadien.

L'ONF produit des films et des documents audiovisuels dont les objectifs premiers sont de servir l'intérêt public et la diversité culturelle au pays. Ces œuvres s'inscrivent dans le patrimoine audiovisuel canadien comme autant de regards différents posés sur notre présent, notre avenir et enfin, notre histoire. Les valeurs qui forment l'identité canadienne font partie de l'« ADN » d'une production de l'ONF. **Sa collection compte plus de 11 000 titres et constitue un trésor public d'une valeur inestimable. L'organisme, à n'en pas douter, participe de la fierté de tous les Canadiens et toutes les Canadiennes** et, tout particulièrement, des créateurs, artisans et travailleurs qui, au fil des ans, y ont trouvé un lieu propice à l'expression de leurs talents.

L'Office national du film est un organe de cohésion sociale qui met l'art au service des citoyens et citoyennes, et qui agit comme « tête chercheuse » pour l'audiovisuel au Canada. Son expertise est d'ailleurs reconnue internationalement. La recherche qui s'y fait ou à laquelle il s'associe n'a qu'un but : se servir de l'art cinématographique pour l'avancement de la société et des diverses sciences qui y concourent. À titre d'organisme public, l'ONF est une ressource artistique, sociale et technique d'une profondeur sans égale au Canada dans le secteur de l'audiovisuel. **Il suffit de se rendre à des rendez-vous cinéma à l'étranger, notamment à Cannes ou Hollywood, pour prendre toute la mesure de la renommée de l'ONF dans le milieu de la cinématographie. Le gouvernement du Canada doit s'enorgueillir de cette réputation et lui donner les moyens qu'il faut pour aller plus loin encore dans la poursuite de sa mission. Selon nous, cela devrait se traduire par un élargissement de son mandat comme foyer de l'audiovisuel au Canada.**

3. CONSIDÉRATIONS GÉNÉRALES

Les travaux sur l'économie de la culture menés depuis une vingtaine d'années ont fait apparaître la part croissante occupée par les activités culturelles dans le Produit intérieur brut (PIB) et dans l'emploi. **Un consensus international s'est aussi construit autour de l'idée que la culture a pour spécificité de mêler nécessairement interventions de l'État et mécanismes de marché.** C'est que la question de la culture ne peut pas être étudiée en prenant en compte uniquement des lois du libre marché, sans égard à la pertinence des œuvres sur les plans social et patrimonial. Cela conduirait de toute évidence à une standardisation des formes et des contenus culturels, de même qu'à une concentration des moyens de production aux seules mains des multinationales qui contrôlent largement l'industrie du divertissement. Les seules forces du marché, comme le rappelle la Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle, ne peuvent garantir la préservation et la promotion de la diversité culturelle, gage d'un développement humain durable.

Dans ce contexte, le gouvernement du Canada a mis en place, au cours des années 1990 et en 2000, des mécanismes visant à renforcer les capacités de production de l'industrie cinématographique et sa performance¹. Ces mécanismes ont été définis principalement selon des critères de performance qui font recette, la loi du nombre faisant foi de tout dans le cadre de la mondialisation des marchés.

Force est de constater, aujourd'hui, que ces moyens ne suffisent pas entièrement et que les mesures mises en place par l'État pour soutenir les objectifs culturels du cinéma et de l'audiovisuel doivent, dans leur ensemble, être réexaminées. Le Canada doit maintenant donner une nouvelle impulsion à son industrie du cinéma et s'ajuster rapidement à de nouvelles réalités socio-économiques s'il veut assurer sa souveraineté culturelle et accroître son rayonnement dans le monde.

Il convient de se demander non pas seulement ce que l'État doit faire pour renforcer la performance économique du secteur privé, mais aussi, et surtout, ce qu'il doit faire par le biais de ses propres agences et institutions culturelles pour accroître le rayonnement de la culture canadienne et refléter sa diversité. **Au moment même où une nouvelle économie basée sur le savoir et l'information appelle au renforcement des capacités créatrices des collectivités, le gouvernement du Canada devrait, en plus de considérer des motifs économiques pour guider l'examen de ses mécanismes de soutien à la cinématographie, explorer des voies axées sur la création et l'innovation pour orienter le développement du cinéma canadien.**

Nous aimerions ici suggérer quelques pistes de réflexion et des changements à l'actuel système d'appui à la cinématographie canadienne. Ces suggestions visent quatre secteurs : la production, la diffusion, la promotion et la relève. Ces suggestions permettraient de mieux affirmer le rôle et les responsabilités de l'État en matière de culture et accroîtraient l'efficacité des mécanismes d'appui au cinéma canadien à travers nos institutions culturelles publiques, dont l'ONF.

4. SITUATION ACTUELLE

D'entrée de jeu, reconnaissons que l'industrie de l'audiovisuel canadien a réalisé certains progrès. Elle a affiché un taux de croissance de 8,5 % au cours des cinq dernières années pour les secteurs combinés de la production et de la distribution². On compte également des percées importantes pour des œuvres canadiennes sur le marché international et des avancées considérables ont été faites au niveau de la mise en marché des produits canadiens.

1 APFTQ – *Sur le fil du rasoir : les producteurs canadiens dans l'économie mondiale*, janvier 2004.

2 Macerola, François – *Le contenu canadien de la production cinématographique et télévisuelle au 21^e siècle*, juin 2003.

Toutefois, d'autres aspects sont moins réjouissants et annoncent des temps difficiles pour l'industrie. Ainsi, le nombre de chantiers pour des productions étrangères au Canada est en chute libre en raison de la hausse du dollar canadien face à la devise américaine. L'instauration en Europe de nouvelles politiques en matière de coproduction, qui visent à renforcer leur marché intracontinental, ne viendra pas faciliter les choses. Les provinces ont certes réagi rapidement en haussant, elles aussi, leurs crédits d'impôts, mais cette partie de l'industrie reste fragile. Elle représente pourtant près de 40 % des activités de l'audiovisuel au Canada et des milliers de travailleurs sont aujourd'hui touchés par cette situation. **Vu la course aux enchères à laquelle se livrent les provinces ces dernières semaines, il faudrait que le gouvernement du Canada revoit sa position dans ce dossier afin d'harmoniser ses politiques avec celles des provinces.**

Par ailleurs, la croissance du secteur de la production, comme l'a déjà fait remarquer la CFTPA³, n'a pas généré le renforcement escompté de l'audiovisuel au Canada, et ce, malgré une augmentation considérable de la demande pour du contenu canadien ainsi que du nombre d'écrans disponibles au pays. Les producteurs semblent au bout de leurs réserves. Les sources de financement se tarissent. Les ventes de productions canadiennes réalisées sans l'appui du Fonds canadien de télévision ont chuté de 30 % depuis 1999-2000. La réalisation de longs métrages populaires dépend toujours de l'obtention de fonds publics. Les entreprises qui ne réussissent pas à obtenir l'aide financière d'organismes publics se voient contraintes à s'associer, à fusionner ou à prendre des risques insensés si elles veulent poursuivre leurs activités.

Enfin, le secteur de la distribution se voit lui aussi pris dans la spirale de la mondialisation des marchés. Les distributeurs canadiens disparaissent un à un, faute de profits et de moyens suffisants pour rivaliser avec les *blockbuster* des distributeurs affiliés aux grands conglomérats internationaux. Il y a bien eu une augmentation importante du nombre de salles de cinéma au Canada, mais celles-ci se trouvent en grande partie sous le contrôle de ces conglomérats, et on y privilégie la diffusion des produits des grands studios de Hollywood à 96 % du temps. Cela, au détriment d'une offre variée qui donnerait plus de place au cinéma canadien, mais également au cinéma étranger autre qu'américain, incluant le documentaire et le film d'animation.

Pour illustrer le phénomène, il suffit de constater que le Québec vient cette année de passer du premier au troisième rang des consommateurs de films français. De plus en plus de films français et étrangers sont, comme on dit, barrés d'accès à nos salles, car nous n'en contrôlons pas l'offre. En fait, tant l'offre que la demande sont aujourd'hui sous le contrôle presque exclusif des grands studios américains. Il en résulte un déséquilibre profond pour le marché du cinéma canadien. Par exemple, deux productions de l'ONF sont présentement dans la course aux Oscars, donc choisies par l'Académie des arts et des sciences du cinéma pour recevoir cet honneur. Or, hormis ceux et celles qui auront assisté à leur projection dans les salles de l'ONF, peu de Canadiens et Canadiennes pourront voir ces courts métrages dans l'une ou l'autre des 3 200 salles de cinéma du pays.

Il est temps de regarder de plus près à l'écologie du processus de production et de diffusion de l'audiovisuel canadien. Un nouvel équilibre doit s'installer entre les différents acteurs de l'industrie si on veut qu'il survive aux pressions du marché mondial et qu'il se transforme afin de tirer avantage des développements technologiques.

D'un côté, il y a les diffuseurs, appuyés par le Fonds canadien de télévision (FCT). De l'autre, les producteurs qui ont accès au Fonds du long métrage en raison de leurs performances au *box-office*. Quelque part au milieu, mais sans pont ni chemin bien balisés, se trouve notre programme crédits d'impôts favorisant le travail des équipes de tournage ainsi que la télévision publique, qui, pour compléter son financement, doit se livrer aux guerres d'audimat. Enfin, sur un îlot, nous retrouvons les institutions culturelles canadiennes, dont l'ONF, et des programmes

3 CFPTA – *Mémoire déposé devant le comité des Finances de la Chambre des communes*, novembre 2004.

épars de soutien au développement culturel. Le tout semble manquer de cohésion et d'efficacité. Comme si les parties ne réussissaient pas à s'arrimer pour former un scénario complet.

Il est clair ici que le secteur public a un rôle crucial à jouer pour instaurer de la synergie entre les parties. Celui-ci pourrait avoir un impact plus important sur le paysage audiovisuel canadien. **Dans cette optique, nous pensons que des partenariats mixtes (privé-public) trouveraient plus de force et créeraient des circonstances favorables au développement du cinéma canadien, si un cadre politique définissait plus clairement les responsabilités des organismes publics qui ont à charge la culture et le patrimoine canadiens et renforçait les moyens mis à la disposition des institutions publiques pour atteindre les objectifs culturels du Canada.** Cela devrait se refléter par des mécanismes d'appui à la cinématographie canadienne.

Nous invitons donc le gouvernement canadien à adopter une vision large et à long terme du développement de l'audiovisuel dans notre culture et, plus spécifiquement, à examiner les interrelations entre les principales agences et institutions qui ont la charge de sauvegarder et d'enrichir le patrimoine audiovisuel canadien et le secteur privé. **Nous croyons qu'il faut revoir les mandats de toutes les agences et institutions culturelles pour s'assurer qu'elles disposent des moyens nécessaires à l'atteinte des objectifs culturels de notre pays. Dans le cas de l'ONF, nous espérons qu'un tel examen permettra de lui donner des assises plus solides et plus de profondeur financière.** D'abord pour qu'il puisse remplir efficacement sa mission de producteur et de distributeur d'œuvres cinématographiques contemporaines, ensuite pour qu'il puisse consacrer plus de ressources à la préservation et à la diffusion du patrimoine dont il est le dépositaire.

5. EXAMEN DES MÉCANISMES D'APPUI À LA CINÉMATOGRAPHIE

5.1 Appui au long métrage

La mise en place, il y a quelques années, d'une politique de long métrage axée principalement sur la performance qui fait recette, a permis à l'industrie de l'audiovisuel d'enregistrer des progrès, comme en font foi les statistiques. Toutefois, nous constatons tous aujourd'hui les limites de ce modèle et des divers mécanismes qui ont été instaurés.

Les longs métrages canadiens, anglophones et francophones combinés, ont accru leur part de recettes de plus de 3 % en quatre ans, passant de 1,7 % en 2001, à 4,8 % en 2004, ce qui nous rapproche de l'objectif de 5 % visé par la politique d'appui aux longs métrages instaurée en 2000. Ce succès ne s'est toutefois pas traduit de la même façon dans les marchés francophone et anglophone. Les chiffres sont là pour le prouver : en date de septembre 2004, le cinéma québécois s'était approprié 21,1 % des recettes dans le marché francophone, alors que du côté du Canada anglais on n'a pu s'approprier qu'un maigre 1,7 % du marché anglophone.

Nous suggérons que la politique du long métrage soit plus englobante, que le long métrage documentaire n'en soit plus exclu et que les critères de performance liés au recette ne soient pas disproportionnés par rapport à la pertinence de son contenu dans l'allocation des subventions à la production. Le succès qui fait recette ne devrait-il pas, en effet, libérer les producteurs des subventions gouvernementales? Nous pourrions alors consacrer des sommes d'argent au long métrage documentaire, une force historique du Canada et actuellement en plein essor, mais qui se trouve exclu des grilles d'acceptation du Fonds du long métrage. **Cela est tout à fait inadmissible, compte tenu du fait qu'au Canada anglais, le deuxième film le plus important qui a fait recette, n'était rien d'autre qu'un documentaire, *The Corporation*. Ce film a fait au Canada plus de 1,5 millions de dollars (USD) et plus de 3 millions (USD) dans le monde. Au premier rang, un film de science fiction qui se passe dans un futur proche, *Apocalypse, The Final Destination*.** Plus d'aide devrait aussi être accordée aux cinéastes indépendants et à la relève afin de renforcer leur capacité de production et de réduire l'énergie qu'ils consacrent à la recherche de financement.

L'ONF pourrait jouer un rôle plus important encore dans le secteur du long métrage si plus de ressources financières lui étaient accordées. Nous pensons qu'une part plus substantielle du Fonds du long métrage devrait être accessible à la production d'œuvres hors des normes commerciales en cours, soit en raison de leurs formes ou de leurs contenus. Cela encouragerait la production d'une plus grande diversité d'œuvres, certes, mais favoriserait aussi le développement de certains genres cinématographiques, comme le documentaire.

Dans cette perspective, nous recommandons que l'expertise de l'ONF soit mise à contribution pour appuyer le développement de documentaires long métrage et de fictions à petit budget. Dans cette même veine, nous recommandons également que les fonds réservés à la production de fictions à petit budget soient augmentés et que le long métrage documentaire y soit admissible.

La télévision a également un rôle de premier plan à jouer pour aider le long métrage canadien, puisque celui-ci se retrouvera sur ses écrans un jour ou l'autre. Les télédiffuseurs devraient y consacrer une part minimale de leur budget et contribuer davantage à la promotion du cinéma canadien. Le gouvernement du Canada devrait s'inspirer de ce qui se fait en France pour inciter les diffuseurs à faire davantage. Actuellement, seules la SRC et la CBC investissent dans le long métrage et font une promotion soutenue. Nous recommandons donc que le long métrage devienne une priorité d'investissement pour les télédiffuseurs. Cela devrait se refléter dans les attributions du Fonds canadien de la télévision.

Dans le cas de la diffusion des productions de l'ONF à la télévision, nous constatons qu'en dépit d'une nette augmentation de l'auditoire – 9 millions de téléspectateurs en 2004, soit une hausse de 20 % par rapport à l'année précédente – le temps d'antenne accordé à l'ONF reste limité, surtout du côté de la télévision publique. Pourtant, son catalogue de 11 000 titres a servi à lancer les activités d'un bon nombre de chaînes de télévision au Canada, et il demeure un point d'ancrage essentiel pour offrir du contenu canadien sur leurs écrans.

De façon générale, il est permis de se demander si l'ONF ne serait pas mieux servi par sa propre chaîne de télévision afin de s'assurer que les Canadiens et les Canadiennes voient au quotidien les productions dans lesquelles ils ont investi. Nous avons aujourd'hui des chaînes sur tous les sujets : les chiens, le jardinage, la vitesse, le golf... Pourquoi pas une chaîne de télé qui diffuserait les productions de l'une de nos plus grandes institutions culturelles?

5.2 Appui à la distribution et à la diffusion

L'environnement de la distribution et de la diffusion audiovisuelle s'est profondément transformé depuis dix ans. L'apparition et le déploiement de nouvelles technologies de communication ont libéré l'artiste des infrastructures nécessaires à la diffusion de leurs œuvres. La multiplication des canaux de diffusion a aussi fragmenté l'auditoire suivant des intérêts extrêmement variés. Enfin, la mondialisation a eu pour effet de créer des conglomérats internationaux qui imposent leurs vues, c'est le cas de le dire, à la grandeur de la planète. Le rapport Lincoln, issu des travaux du comité permanent du Patrimoine canadien et publié en 2003, fait état de ces transformations et des questions qu'elles suscitent en regard de la Loi sur la radiodiffusion au Canada.

Le village global ne devrait-il pas offrir la chance aux Canadiens et aux Canadiennes d'avoir leur propre fenêtre sur le monde, d'avoir une antenne qui porte son image et sa voix sur tous les continents, sans être obligés de compter sur les autres pour le faire? L'idée d'une chaîne internationale canadienne qui s'insérerait parmi les grands réseaux mondiaux ne viendrait-elle pas solutionner, en grande partie, nos contraintes quant à la distribution et à la diffusion des productions canadiennes? L'ONF de même que l'ensemble des producteurs canadiens ne s'en trouveraient-ils pas mieux servis?

Dans une toute autre perspective, nous devons aussi réaliser que des innovations technologiques donnent aujourd'hui de toutes nouvelles possibilités au développement de l'audiovisuel en général et du cinéma canadien en particulier. Internet et les nouvelles technologies numériques laissent entrevoir en effet des changements majeurs dans nos façons de faire et de voir le cinéma. **L'une d'entre elles attire particulièrement l'attention de l'ONF : le e-cinema.**

Déjà implanté dans plusieurs pays européens, en Chine et au Brésil, le *e-cinema* constitue à bien des égards un investissement public stratégique, au même titre que l'ont été la radio et la télévision au 20^e siècle. Au Royaume-Uni, en Hollande comme au Brésil, les gouvernements ont appuyé l'implantation du *e-cinéma* pour privilégier le cinéma national.

Un tel réseau offre des possibilités de développement très intéressantes pour le cinéma canadien et la diversité culturelle. Ses avantages sont nombreux par rapport au réseau conventionnel. **Les principaux sont de pouvoir mettre en circulation, à un moindre coût, des contenus variés et de les rendre plus facilement accessibles aux collectivités, peu importe leur localisation, et ce grâce à l'implantation d'équipements de projection numérique.**

L'implantation du *e-cinema* permettrait non seulement de moderniser nombre d'infrastructures communautaires afin d'en faire des espaces culturels branchés sur la créativité canadienne, mais aussi d'inciter quelques salles de multiplexes à offrir du contenu plus diversifié, voire même canadien. Nous savons pertinemment que plusieurs exploitants de salles dans des centres communautaires, universités, cinémas parallèles, musées et centres d'art seraient favorables à l'idée de joindre un réseau de *e-cinema* s'ils bénéficiaient de mesures, incitatives pour les achats d'équipements. Il y a ici une occasion réelle de générer une offre accrue de produits culturels numérisés Made in Canada et de renforcer de façon significative la souveraineté culturelle du Canada.

L'ONF est sans aucun doute l'organisme le mieux placé au pays pour agir à titre de partenaire public majeur dans le développement d'un réseau *e-cinema* au Canada. D'abord en raison de son catalogue, de son expertise et de son savoir-faire en matière de R&D et d'innovation dans le domaine de l'audiovisuel. Ensuite, du fait de son engagement à servir des objectifs sociaux et éducatifs nationaux dans la poursuite de ses activités.

Le gouvernement du Canada devrait inscrire la mise en place d'un réseau *e-cinema* pancanadien au sommet de ses priorités en matière de cinématographie et donner à l'ONF la responsabilité d'agir à titre de partenaire public principal dans la réalisation de ce projet. Dans cette perspective, des ressources financières adéquates devront lui être consenties. En outre, des mesures incitatives variées, aux coûts relativement modestes, devraient soutenir la participation des institutions culturelles canadiennes et des secteurs privé et communautaire dans la mise en place du réseau ainsi que dans l'élaboration des activités de diffusion.

L'avenir de l'audiovisuel passe par la distribution numérique et le Canada doit s'engager dans cette voie avec vigueur s'il veut atteindre ses objectifs culturels. Cela ne sera toutefois possible que si une synergie accrue s'installe entre les institutions culturelles canadiennes, dont l'ONF, et le secteur privé, et débouche sur une mise en commun de ressources.

5.3 Appui aux nouveaux médias

Plusieurs experts ont fait état ces dernières années de la place de plus en plus importante que prennent les nouveaux médias dans nos sociétés, principalement auprès des jeunes. On constate aussi l'émergence de nouvelles formes d'art, souvent inspirées du cinéma, qui permettent de lier le son, l'image et le texte dans des formats non conventionnels. Le phénomène aurait même contribué au développement de nouveaux espaces culturels, réels ou virtuels, qui ont modifié les habitudes de consommation du public en matière de culture. De toute évidence, le

développement des nouveaux médias, incluant le jeu, revêt une importance capitale dans la définition du paysage audiovisuel d'aujourd'hui et de demain.

Les nouveaux médias et les ludiciels attirent un nombre grandissant de jeunes cinéastes canadiens. Les jeux numériques sont sans aucun doute aussi présent dans l'univers des jeunes générations que le fut la télévision pour celles qui les ont précédés. Ne pas encourager l'émergence et le développement de talents dans ce domaine reviendrait à notre avis à priver toute les générations montantes de leurs yeux et de leurs oreilles. Aussi nous croyons que les institutions culturelles publiques, dont l'ONF, ont un rôle prépondérant à jouer pour développer ce secteur de l'audiovisuel et y favoriser l'expression de talents canadiens. On devrait y trouver plus de programmes et d'activités qui soutiennent la recherche et la création en nouveaux médias dans la poursuite d'objectifs culturels.

C'est pourquoi nous recommandons que les rôles d'incubateur et de précurseur de l'ONF en audiovisuel soient confirmés dans la politique cinématographique canadienne et renforcés par l'attribution de moyens appropriés à la poursuite de ses activités de recherche, de création et de diffusion dans le secteur des nouveaux médias et des jeux numériques.

5.4 Appui à la relève et à l'éducation populaire

La transmission des savoirs et de l'information joue un rôle fondamental dans la nouvelle économie. Le succès d'un pays se mesure en effet à sa capacité à former sa population aux nouvelles idées et aux façons de faire inédites tout en tenant compte de ses références sociales et historiques. L'industrie du cinéma n'échappe pas à cette nouvelle prérogative des sociétés innovantes. Il est donc clair que la formation de nouveaux talents et l'éducation des masses s'inscrivent dans les priorités de l'industrie de l'audiovisuel au Canada.

Le travail accompli par l'ONF dans ce domaine mérite d'être souligné. La CinéRobothèque à Montréal et la Médiathèque ONF à Toronto, la cinémathèque en ligne, le Cinéclub de l'ONF avec ses 22 000 membres, les projections dans tous les coins du pays, le soutien à des festivals, les ateliers de maître, les ateliers pour enfants, la formation de la relève sont autant d'exemples concrets de notre volonté d'occuper la place publique et d'animer la société canadienne. Ces lieux et ces activités servent aujourd'hui de points de ralliement à des milliers de personnes, professionnels, chercheurs, étudiants, enfants, familles ou simples curieux qui y trouvent de quoi nourrir leur esprit, leurs goûts ou leur simple désir de d'explorer la richesse de leur patrimoine audiovisuel.

Une politique cinématographique ne devrait pas négliger les dimensions sociale et éducative du cinéma, ni le rôle que doit remplir à cet égard une institution publique comme l'ONF. Nous recommandons l'accroissement des ressources financières à l'ONF pour élaborer le volet communautaire de sa mission. L'ONF pourrait faire davantage pour dépister de nouveaux talents et soutenir l'excellence en cinéma au Canada. Pour cela, il doit renforcer son réseau de services dans les régions.

6. CONCLUSION

L'examen de la politique cinématographique entrepris par le Comité permanent du Patrimoine canadien offre une occasion extraordinaire de jeter les bases d'un nouveau contrat entre les divers acteurs de l'industrie de l'audiovisuel et le gouvernement du Canada; un contrat que nous souhaitons voir déborder d'un cadre strictement économique pour inclure des composantes culturelles et sociales essentielles dans l'actuel contexte de mondialisation.

Nous avons proposé l'amélioration de certains mécanismes d'appui à la cinématographie et le déploiement de moyens qui pourraient augmenter la contribution de l'audiovisuel à l'atteinte des objectifs culturels du Canada. Certains de ces moyens permettraient à l'ONF de jouer un rôle

accru dans le développement du cinéma canadien. Nous espérons avoir ouvert des pistes de réflexion qui rejoignent les préoccupations des membres du comité.

Le Canada doit profiter des circonstances actuelles pour donner une impulsion nouvelle à ses industries culturelles. Dans un contexte qui voit l'expression de ses valeurs et de sa diversité culturelle fragilisée par le « *nation building* » américain et les grands conglomérats internationaux, cela constitue à notre avis une priorité politique.

Le cinéma veut être de ces forces qui contribueront à faire du Canada une société innovante et créatrice parmi les plus respectées du monde. Nous pensons que les Canadiens et les Canadiennes, accueilleront avec enthousiasme toute volonté exprimée en ce sens par le gouvernement du Canada.

Nous remercions les membres du comité de l'attention qu'ils porteront à nos préoccupations et à nos suggestions. Nous serions heureux de fournir toute documentation pertinente sur l'ONF, au besoin.

Nous vous prions d'agréer l'expression de nos salutations distinguées.

Jacques Bensimon
Commissaire du gouvernement à la cinématographie
et président de l'Office national du film

c.c. L'honorable Liza Frulla
Ministre du Patrimoine canadien