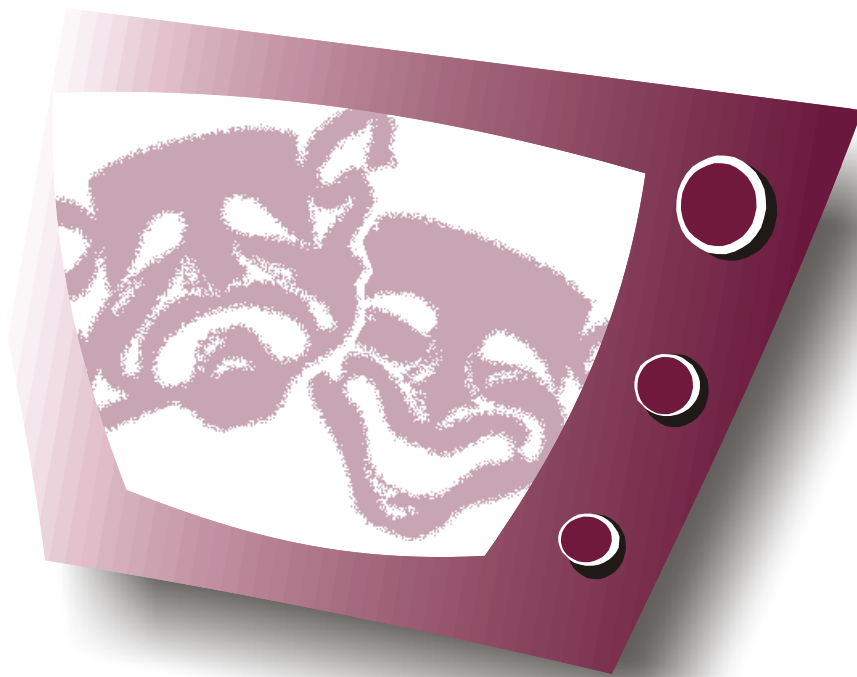


Options dramatiques



*Un rapport sur les dramatiques
canadiennes de langue anglaise*

*préparé par Trina McQueen
pour le CRTC et Téléfilm Canada*

Mai 2003

Ce rapport est disponible en version électronique à www.crtc.gc.ca

Trina McQueen a rédigé la version originale du rapport qui a été traduit par un tiers.

This document is also available in English.

Table des matières

I.	Introduction et évaluation	1
II.	Une simple question d'argent	4
III.	La situation actuelle	7
IV.	Pourquoi défendre la cause des dramatiques ?	11
V.	À ne pas faire	15
VI.	Stratégie pour accroître l'auditoire	19
VII.	Cinq outils essentiels pour bâtir un auditoire	21
VIII.	Recommandations	22
	1. La volonté politique	22
	2. De l'argent neuf pour les dramatiques	23
	3. Plus d'ouvertures	25
	4. Incitatifs aux radiodiffuseurs	26
	5. Création et promotion des vedettes	28
IX.	Conclusions et remerciements	29

I. Introduction et évaluation

Un éminent radiodiffuseur m'a dit récemment qu'il y a longtemps, le SRC lui avait demandé de préparer un document sur l'état de la production dramatique¹. Il s'est amusé à commencer son rapport par les premières phrases de 11 autres études commandées sur le même sujet.

J'ai pensé perpétuer sa tradition, mais je n'ai pas pu. Son rapport et ceux qui l'ont précédé ont disparu...et sont présumés morts. Créer un climat de succès pour les dramatiques continue de poser une énigme entourée de mystère et de secret. Mais, comme Winston Churchill avait l'habitude de le dire, peut-être y a-t-il une clé. Ce rapport affirme que la clé consiste à fixer son objectif sur l'auditoire.

Les dramatiques n'ont jamais eu d'âge d'or, ni de période facile, ni de passages heureux. Depuis le début de la production en 1952, il y a eu un seul bulletin météo pour les dramatiques : constamment nuageux, menaces de tempête, quelques éclaircies.

Ce rapport doit se concentrer sur les nuages et les menaces de tempête, menaces particulièrement de mauvais augure aujourd'hui.

Nous pouvons néanmoins commencer avec quelques considérations sur les éclaircies.

Nos dramatiques ont rempli tous les rôles de narration possibles sur l'histoire de la nation.

Elles ont créé des personnages mémorables : Anne, Relic, le Roi, Joey Jeremiah et un chien appelé Diefenbaker. Elles ont imaginé notre histoire avec soin : Trudeau, Dieppe, les sœurs Dionne. Elles nous ont fait pénétrer dans les zones ténébreuses de notre pays avec des émissions comme *Milgaard*, *Boys of St. Vincent*, *Conspiracy of Silence*. Elles nous ont inspirés, attristés et ravis avec les histoires de héros et de bandits qui nous sont propres : on songe à Terry Fox et Lucille Teasdale, à Evelyn Dick et Betsy Bigley. Elles ont inventé des univers où les passions humaines se conjugaient pour nous chaque semaine, dans *Traders* par exemple ou dans *Street Legal*. Et elles ont fait naître des vedettes – Sonja, Cynthia, Megan, Jackie, Gordon, Paul, Colm, Bruno, Al – dont tout le monde connaît le nom de famille.

L'ironie du sort a voulu que notre production dramatique fasse connaître nos talents dans des pays plus grands et plus riches et nous devons aujourd'hui nous mettre en ligne comme tout le monde pour avoir le privilège de regarder les nôtres faire le récit des histoires des autres.

¹ Note au lecteur : À moins d'indications contraires, les dramatiques dont il est question dans ce rapport sont les dramatiques de la télévision canadienne de langue anglaise. J'ai donné beaucoup d'exemples de dramatiques précises. J'ai pensé qu'il valait mieux ne pas me référer à celles qui sont diffusées actuellement.

Mais ce qui est le plus important, c'est que les Canadiens ont réussi à créer des dramatiques qui ont une voix distincte, à partir de deux traditions très différentes.

La première tradition fait partie intégrante de nos séries les plus populaires. Bien qu'il n'y ait pas de comparaison statistiquement valable au fil des années, la plupart des gens seront d'accord que la liste des succès de tous les temps inclut *Anne of Green Gables*, *King of Kensington*, *Beachcombers*, *Due South*, *Kids of DeGrassi*, parmi une foule d'autres.

Ces émissions ont des caractéristiques communes. En général, les protagonistes ne sont ni puissants, ni riches ni fascinants. Ils sont des héros parce qu'ils ont une force morale, du courage et de l'empathie.

Dans la plupart de ces séries, le site même de l'action est si particulier et si coloré qu'il en est presque devenu un personnage. Les histoires démontrent que la vie est une lutte mais que le bonheur existe. Il y a beaucoup d'humour mais celui-ci est engendré par le caractère du personnage plutôt que par ses répliques laconiques. Les personnages éprouvent de la tristesse et du chagrin, mais leurs ennuis sont rarement causés ou résolus par la violence. La solution réside au contraire dans le débat, la compassion, la tolérance, la détermination et l'habileté. Bien avant *CSI*, nous prisonniers les coroners.

Ces émissions canadiennes très populaires contrastent fortement avec les séries américaines les plus populaires.

Les Canadiens adorent voir des vedettes riches et belles, menant une vie dispendieuse et compliquée autour de piscines fleuries, ou dans les quartiers célèbres de New York. Les Canadiens se passionnent pour les confrontations explosives dans le Bureau Ovale, les urgences hospitalières baptisées E.R., les salles de tribunaux, et les milieux interlopes impitoyables et menaçants. C'est le genre d'émissions dans lesquelles les Américains dépensent le plus et réussissent le mieux au monde, et leurs auditoires, dont nous sommes, se comptent par millions. Mais quand nous choisissons des émissions canadiennes, nous optons pour des séries très différentes.

La deuxième tradition dans nos dramatiques est la fusion du documentaire et de la fiction dans les films et les miniséries. Les séries limitées et les émissions uniques axées sur une problématique constituent la tradition originale de nos dramatiques.

Il est intéressant de noter que la CBC n'a produit pour ainsi dire aucune série dramatique pour adultes dans sa première décennie, se contentant généralement de produire des pièces de théâtre et quelques séries pour enfants. Ceci contraste avec la SRC où les séries télévisées ont démarré en force dès les débuts de la télévision.

Dans les années 60, un film de Ron Kelly, *Open Grave*, tout en choquant le pays avec une histoire de type documentaire qui relatait le retour d'un Christ moderne, a instauré une tradition selon laquelle la programmation dramatique télévisée s'attaquerait aux questions sociales les plus difficiles du pays.

Dans les années 70 et 80, la CBC a continué sur sa lancée dramatique avec, entre autres, la création d'une anthologie des plus populaires ayant pour titre *For the Record*. Cette dramatique axée sur l'actualité traitait de questions à controverse allant de l'euthanasie à la disparition de la ferme familiale. Elle donnait lieu presque invariablement à de furieuses attaques de la part de ceux qu'elle offensait, en l'occurrence banquiers ou premiers ministres provinciaux.

Les films et les miniséries à thème des années 80, comme *You've Come a Long Way*, *Katie* (alcoolisme), *Conspiracy of Silence* (racisme envers les Autochtones) ou *Boys of St. Vincent* (pédophilie chez les religieux) étaient intenses, intransigeants et hautement prisés.

Dans les années 90 et encore aujourd'hui, la tradition s'est poursuivie. CTV, par exemple, attire régulièrement plus d'un million de téléspectateurs avec sa série *Signature* qui traite de sujets tels que les jeunes et le jeu, la taxation dans les cours d'école ou la syndicalisation.

Le professeur Mary Jane Miller, notre auteur et érudit le plus remarquable en matière de dramatiques, a fait valoir que nos auteurs, producteurs et administrateurs ont toujours été plus à l'aise que les Américains face à des personnages ambigus, des dialogues intelligents, des dénouements qui parfois n'en sont pas et des messages souvent complexes entre les lignes.

Nos dramatiques ont une tradition de succès qui leur fait honneur, bien qu'elle repose sur un plus petit nombre d'œuvres que dans la plupart des autres pays. Moins agressif et moins répétitif que dans d'autres pays, leur style s'impose néanmoins et s'avère nettement reconnaissable.

Nos dramatiques n'ont pas subi de fiasco attribuable à leur facture canadienne. Mais nous avons demandé à nos artistes de surmonter, non seulement les immenses difficultés inhérentes à leur profession, mais également les obstacles géographiques, technologiques et économiques qui se dressent entre eux et leurs auditoires.

II. Une simple question d'argent

Contre toute probabilité, les dramatiques ont connu le succès. Ce qui a permis de passer sous silence le problème crucial, à savoir le financement.

Les dramatiques sont le plus cher et le plus risqué des genres télévisuels. Quand elles ont du succès et attirent un large auditoire, elles sont également le genre le plus rentable. En raison de ce profit potentiellement élevé, les Américains ne reculent devant aucune dépense pour produire des séries dramatiques.

En octobre dernier, le *Hollywood Reporter* a publié la liste de droits de licence payés pour les séries dramatiques. Le droit de licence représente environ 70 % du budget de l'émission. Le droit de licence le plus élevé jamais enregistré était pour *E.R.* à 8 350 000 \$US. Pour une heure! Ce qui, à 70 cents le dollar canadien, équivaldrait pour nous à un budget de 17 millions de dollars. Pour une heure!

E.R., avec *Friends* et *Frasier*, bat tous les records de coûts, même pour les émissions américaines. Comme budget plus réaliste, citons *West Wing* avec un budget d'environ 3,5 millions de dollars canadiens pour une heure d'émission.

Inspirés par les ovations de la critique et la forte cote (jusqu'à cette année) de *West Wing*, un radiodiffuseur et une productrice canadiens pourraient décider de produire une série identique qu'ils appelleraient *PMO* (pour « Prime Minister's Office »), avec tous les parallèles qu'on peut s'amuser à imaginer. Imaginons ensuite que la productrice se fasse allouer un budget vraisemblable d'un million de dollars pour produire chaque heure de *PMO*. Voici ce qu'elle n'a pas les moyens de se permettre, par rapport aux Américains :

1. Des vedettes. La productrice pourrait vouloir donner le premier rôle à l'attaché de presse du Premier ministre, avec Kiefer Sutherland interprétant une sorte de Jim Munson. Le coût minimum serait de 500 000 \$ par épisode, advenant que Sutherland se sente très patriotique. (Jennifer Aniston gagne plus d'un million dans *Friends* et Ray Romano vient tout juste de signer un contrat de 1,5 million de dollars pour jouer dans *Everybody Loves Raymond*.)

Notre productrice ne chercherait donc plus une vedette mais plutôt un bon acteur prêt à travailler pour 20 000 \$ par épisode. Et même alors, elle ne serait pas sûre de pouvoir le garder. Un producteur m'a raconté l'histoire d'une actrice qui avait signé un contrat pour un petit rôle récurrent dans une série canadienne de prestige pour 60 000 \$ la saison. Du jour où on lui a offert le même type de rôle dans une série américaine pour 60 000 \$ l'épisode, elle s'est mise à implorer qu'on la dégage de ses obligations. Elle est maintenant à Los Angeles avec des centaines d'autres Canadiens qui ont vécu la même expérience.

2. Des auteurs. Une série comme *West Wing* emploie entre 6 et 12 auteurs chaque saison. *PMO* pourrait espérer en compter quatre tout au plus.
3. Des figurants. Dans *West Wing*, la salle de conférence de presse est remplie par 30 acteurs jouant les journalistes, même si la scène ne dure que quelques minutes. À l'écran, la salle pleine communique une atmosphère d'excitation et de tension. Dans *PMO*, on aurait probablement deux ou trois journalistes engagés dans un mini point de presse.
4. Des décors. Les décors complets de *West Wing* sur le terrain de la Warner couvrent des milliers de pieds carrés. La caméra peut suivre C.J. pendant cinq minutes tandis qu'elle quitte son bureau, parcourt un couloir pour aller parler avec Toby, en parcourt un autre en direction de l'antichambre du Président, entre dans le Bureau Ovale et trouve le Président dans le patio. Pendant son parcours, un réalisateur adjoint aura dirigé 30 autres acteurs poursuivant leurs activités en arrière-plan, donnant au spectateur l'illusion complète d'être dans une Maison Blanche bourdonnante. Dans *PMO*, notre attaché de presse en sortant son bureau enfilera un couloir vide pour aller retrouver le Premier ministre.

Et la liste s'allonge : les jours de tournage, les deuxièmes équipes, les extérieurs supplémentaires, la musique à succès et toutes les valeurs de production que les Canadiens voient tous les soirs. Les productions américaines coûteuses sont devenues le quotidien de nos téléspectateurs canadiens. Les producteurs canadiens doivent rivaliser de talent, d'astuce et d'histoires capables de créer une relation intense avec les téléspectateurs. Et ils réussissent. Pour ce qui est du coût de revient par téléspectateur, les émissions canadiennes réussissent aussi bien sinon mieux que les émissions américaines. Malheureusement, ce n'est un critère de succès pour personne.

De plus, avant que la NBC se décide à diffuser *West Wing*, le réseau avait commandé environ 100 synopsis différents et financé 10 à 20 émissions pilotes pouvant avoir coûté chacune entre 2 et 4 millions de dollars américains. Et des centaines de milliers de dollars ont été consacrés à une étude sur l'auditoire.

Ici au Canada, le réseau aurait choisi de produire *PMO* après avoir commandé peut-être cinq autres synopsis. Il n'y aurait eu ni émission pilote ni étude d'auditoire.

Presque toutes les personnes travaillant dans *West Wing* sont devenues riches (ou même plus que très riches). Le studio et le réseau affichent des bénéfices substantiels. Les producteurs, les vedettes et les auteurs rapportent chez eux des millions, en attendant les ventes et souscriptions à l'étranger. Quand la série *Cheers* a été vendue par souscription, le producteur a appelé son agent pour savoir s'il pouvait espérer acheter la maison de ses rêves. L'agent lui a répondu : « Vous pouvez vous payer la plus grosse maison dans tout votre indicatif régional ».

Personne ne deviendra riche en travaillant sur *PMO*. Les comédiens et l'équipe seront payés au salaire conventionnel. Le producteur percevra des droits, s'ils ne sont pas différés pour assurer le financement. De nos jours, un distributeur canadien ne peut pas s'attendre à récupérer son avance avant fort longtemps. Et il est peu probable que Téléfilm puisse récupérer plus de cinq pour cent de son investissement en capital.

Si le radiodiffuseur est la CBC, il aura utilisé, pour une heure de dramatique, des ressources qui pourraient avoir financé trois heures ou plus d'émissions artistiques, documentaires ou journalistiques, autant de genres désignés comme importants dans son mandat.

Si le radiodiffuseur est un réseau privé, le réseau ne rentrera pas dans ses frais et fera encore moins un profit sur les recettes commerciales de l'émission. Même si le radiodiffuseur a payé seulement 20 pour cent des coûts de l'émission, il peut anticiper une perte d'environ 100 000 \$ par heure.

Jamais un radiodiffuseur n'a fait d'argent avec les dramatiques. Elles existent entièrement et uniquement par une volonté politique et réglementaire.

De nos jours, de sérieuses questions se posent quant à savoir si cette volonté est suffisamment forte pour que les dramatiques survivent.

III. La situation actuelle

Ce rapport a, notamment, le mandat de décrire la situation actuelle des dramatiques.

La situation actuelle n'est pas bonne.

A quel point est-elle mauvaise ? Cela dépend de nos critères de jugement et ils sont multiples.

Un optimiste pourrait entrevoir quelques bonnes nouvelles à long terme dans les chiffres présentés dans le plus récent *Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion* publié en novembre dernier par le CRTC. Les statistiques indiquent des hausses importantes dans les dépenses au cours des cinq dernières années, soit de 1997 à 2001.

Télévision traditionnelle privée

Genre (000 \$)	1997	1998	1999	2000	2001
Nouvelles (cat. 1)	218 621	229 512	237 223	229 931	235 149
Autres informations (cat. 2 à 5)	24 277	26 427	27 080	26 174	35 141
Sports (cat. 6)	36 281	31 426	29 901	26 727	24 952
Dramatiques/Comédies (cat. 7)	47 576	85 211	74 450	80 229	72 270
Musique/Variétés (cat. 8 & 9)	4 561	7 979	5 727	5 520	4 422
Jeux-questionnaires (cat. 10)	217	179	220	41	1 590
Intérêt général (cat. 11)	35 639	36 781	28 777	25 017	20 321
Autres (cat. 12 à 15)	-	-	-	-	965
Total (cat. 1 à 15)	367 172	417 516	403 377	393 638	394 810

Inclut les stations à caractère ethnique et le financement du FCT

Source : Base de données financières du CRTC

Dans la télévision traditionnelle privée, les dépenses pour les dramatiques se sont accrues de 52 pour cent entre 1996-97 et 2000-01.

La télévision de CBC

Genre (000 \$)	1997	1998	1999	2000	2001
Nouvelles (cat. 1)	30 719	53 790	97 606	100 047	59 200
Autres informations (cat. 2 à 5)	28 314	52 605	48 079	40 086	37 143
Sports (cat. 6)	77 935	119 302	128 455	95 031	141 046
Dramatiques/Comédies (cat. 7)	35 945	35 325	62 016	62 407	46 212
Musique/Variétés (cat. 8 & 9)	13 834	19 166	12 218	8 156	5 982
Jeux-questionnaires (cat. 10)	-	-	-	-	-
Intérêt général (cat. 11)	17 008	31 167	4 667	18 568	9 962
Autres (cat. 12 à 15)	-	-	-	-	-
Total (cat. 1 à 15)	203 755	311 355	353 041	324 295	299 545

Exclut le financement du FCT

Source : Rapports annuels de la SRC

On note une augmentation de 29 % dans les dépenses de la CBC.

Bien que les chaînes spécialisées ne fassent pas de rapport portant spécifiquement sur leurs dépenses en dramatiques, il vaut la peine de noter que leurs dépenses pour les émissions canadiennes ont augmenté de 120 % sur cette période de cinq ans.

Mais, d'après les tableaux, ce qui s'est passé tout récemment est plus inquiétant. Au cours de la dernière année de données, les dépenses en dramatiques des stations privées et de la CBC ont nettement chuté : de 26 % pour la CBC et de 10 % pour les stations privées. Et la rumeur veut qu'au cours de l'année de programmation 2002-03, les dépenses diminueront encore. Tendances que confirment les chiffres du FCT pour 2002-03 puisqu'ils indiquent une baisse de 19 % du nombre total d'heures de dramatiques financées et de 41 % dans les heures de séries.

Ces changements réduisent la visibilité des dramatiques, un genre qui est toujours demeuré un élément un peu flou du paysage télévisuel. Pour situer les faits dans leur contexte, rappelons qu'il existe 7 grands réseaux anglophones et 11 services analogiques spécialisés ayant une licence pour diffuser des dramatiques. Chacun dispose de quatre heures de grande écoute par soir, ce qui donne 26 280 heures par an, dont 240 heures d'émissions originales sont consacrées au contenu canadien (d'après la recherche et les données du FCT et du CRTC).

Quelque 240 heures de nouvelles dramatiques constituent une bien petite base, qui s'est déjà réduite et qui risque de rapetisser encore à l'avenir.

En février, le budget du gouvernement a retranché 25 millions du programme de financement du FCT. En plus, les réserves disponibles du FCT ont baissé de 30 à environ 8 millions de dollars. Et une décision permettant aux petits câblodistributeurs de retirer leurs contributions au Fonds au profit de leurs chaînes communautaires a provoqué une autre diminution de 4 millions de dollars.

Environ la moitié des fonds du FCT vont aux dramatiques et deux tiers sont consacrés aux dramatiques de langue anglaise. Le Fonds disposera donc d'environ 17 millions de moins pour les dramatiques des grilles horaires de 2003-04.

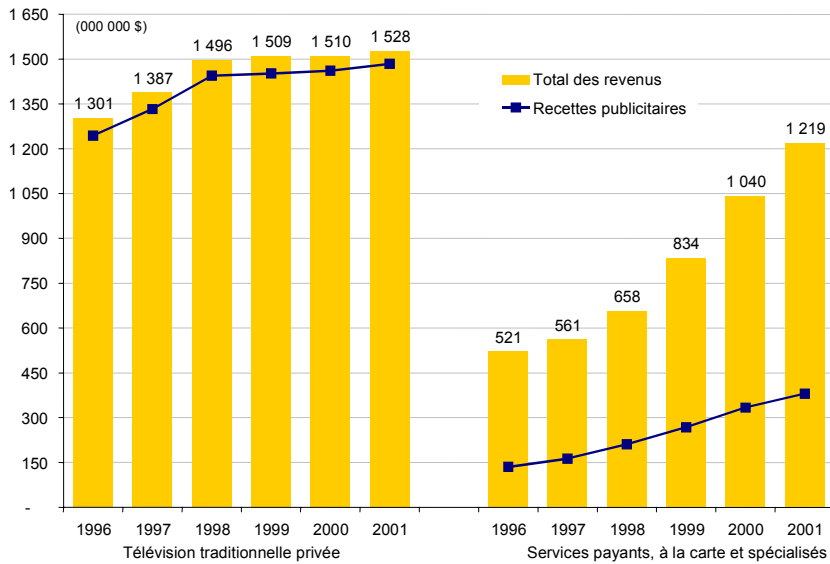
Le gouvernement a refusé de garantir le montant de son financement, même déjà réduit, au-delà de l'année 2004-05.

Durant les prochains cinq à sept ans, on assistera à la disparition de beaucoup de programmes d'avantages mis sur pied dans le cadre de la ruée de 1990 pour acheter et vendre des sociétés de radiodiffusion. On verra tout particulièrement s'éteindre les avantages de BCE qui auront produit 75,5 millions de dollars de financement en sept ans, tout comme le programme CanWest relatif à la production indépendante dans l'Ouest, qui apporte un soutien aux dramatiques et à d'autres genres.

Si le CRTC accepte une demande de réaffectation du financement du FCT à la programmation locale, il disparaîtra 15 millions, ce qui réduira sans doute encore l'enveloppe des dramatiques de 5 millions.

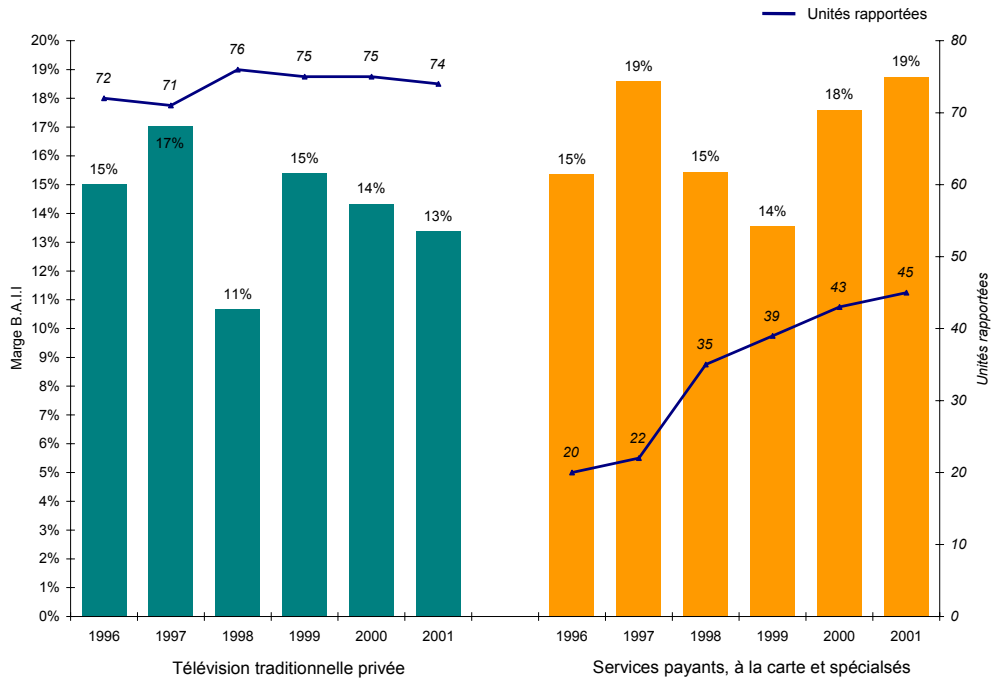
Pendant ce temps, autant la CBC que les radiodiffuseurs privés traditionnels continuent de perdre des téléspectateurs au profit des chaînes spécialisées. Alors que les revenus de la télévision privée traditionnelle n'ont pratiquement pas bougé au cours des trois dernières années, leur marge bénéficiaire a baissé.

Revenus des services de télévision traditionnelle privée, et des services payants, à la carte et spécialisés de langue anglaise



*Inclut les services bilingues et à caractère ethnique
Source : Base de données financières du CRTC*

Marges de BAII totaux : télévision traditionnelle privée, et services payants, à la carte et spécialisés de langue anglaise



Source : Base de données financières du CRTC

Les grands radiodiffuseurs nationaux sont les principaux investisseurs dans les dramatiques ayant le plus de succès; et il est peu probable que les chaînes spécialisées, même si elles sont en croissance, aient les moyens d'investir suffisamment en programmation pour remplacer les radiodiffuseurs traditionnels.

On peut prévoir qu'au cours des cinq prochaines années, les fonds publics et privés consacrés aux dramatiques seront à risque. Mais il y a encore moyen de changer ces sombres prédictions. Les radiodiffuseurs auxquels j'ai parlé croient que les émissions canadiennes à succès, surtout les dramatiques, constitueraient pour eux une percée économique (certains radiodiffuseurs sont plus optimistes que d'autres sur le réalisme d'un tel objectif). Le chaos et le mécontentement suscités par le système actuel peuvent inciter les participants à travailler ensemble et à accepter de profonds changements. Le président du CRTC s'y est personnellement engagé. Les associations professionnelles et les syndicats d'artistes travaillent ensemble.

IV. Pourquoi défendre la cause des dramatiques?

Bien que les dramatiques aient déjà beaucoup fait en ce sens, elles ne sont après tout que l'une des multiples façons de parler des Canadiens. Beaucoup d'autres genres comme le documentaire ont des racines nationales plus solides et ont connu davantage de succès que les dramatiques. Les nouvelles, les sports, les actualités et les émissions pour enfants ont démontré leur valeur culturelle dès le début. Même une bonne émission de cuisine peut avoir un parfum de culture.

Dire que tout Canadien intelligent est assoiffé de dramatiques ne traduit pas la vérité. Un programmeur reconnu du secteur public m'a écrit [traduction] « Et s'il était trop tard? Ne serions-nous pas en train de nous embarquer dans une aventure périlleuse et coûteuse sans grand espoir de réussite? Ne serions-nous pas en train de mettre en jeu nos vrais succès et notre renommée mondiale en matière de documentaires, d'actualités et d'émissions pour enfants en échange d'une aventure à la Don Quichotte vouée à l'échec? ».

Matthew Fraser du *National Post*, commentateur spécialisé en politiques sur les médias, croit que la production de dramatiques est déjà une industrie d'envergure continentale et condamne toute initiative en dramatiques comme [traduction] « un exercice d'autoprotection de la bureaucratie et de politiques des groupes de pression. »

Un récent sondage de Canadian Media Research révèle qu'une majorité de Canadiens croient que les émissions dramatiques canadiennes sont importantes. Cependant, la moitié du plus jeune groupe étudié, celui des 18 à 24 ans, n'est pas de cet avis et un tiers s'y oppose.

Il est clair que le gouvernement n'a pas perçu de raison politique pour renforcer la position des dramatiques, ni même pour la maintenir. Si des voix se sont élevées contre les coupures dans le budget du FCT au printemps, elles n'ont pas eu gain de cause.

Peut-être que le plus grand échec des dramatiques a été l'incapacité de ses adeptes à convaincre le public de leur raison d'être et de leur potentiel.

Je pense que cela tient au fait que beaucoup de nos stratèges et de nos élites regardent peu la télévision et ne comprennent pas l'incroyable relation des Canadiens avec la télévision. C'est tout simplement la plus grande force de communication jamais mise au point; la télévision nous attire et nous donne tant de satisfaction que nous délaissions toute autre forme d'activités pour passer en moyenne 24 heures par semaine devant le petit écran. La plupart des lecteurs de ce rapport lui consacrent moins de temps, ce qui veut dire que beaucoup de leurs concitoyens en consacrent d'autant plus.

Le temps que nous passons devant la télévision n'a pas beaucoup varié au cours des 50 dernières années, même si nous sommes plus riches et plus éduqués et malgré l'attraction irrésistible exercée par l'Internet.

Au cours de sa vie, un Canadien consacre davantage d'heures à la télévision qu'à sa carrière et à son éducation, et plus d'heures à la télévision qu'à la lecture, à la religion, à ses enfants, aux voyages, aux musées, aux sports, à l'art, aux amis... bref plus d'heures qu'à toute autre activité permettant à l'homme de mieux comprendre son pays, le monde et la place qu'il y occupe.

Et lorsque nous regardons la télévision, la plupart du temps nous regardons des dramatiques, le genre le plus populaire. Si, comme l'a dit Moses Znaimer, la télévision est toujours éducative et si, comme l'a dit Northrop Frye, le genre dramatique est toujours plus satisfaisant pour l'imagination que le documentaire, le genre dramatique est notre éducateur en chef et le maître de notre imagination.

Le pouvoir de la télévision sur notre raison comme sur nos sentiments est reconnu par les dirigeants les plus pragmatiques de n'importe quelle entreprise de biens de consommation. Au Canada, ils dépensent chaque année 2,5 milliards de dollars pour des messages télévisés destinés à changer nos habitudes, et la plupart de ces messages sont conçus comme de courtes dramatiques.

Voici une anecdote qui en dit long sur la perception des dramatiques. Alliance Atlantis a produit ce printemps une minisérie sur l'enfance et la jeunesse d'Hitler pour le compte de CBS. La série a provoqué une véritable avalanche de critiques de la part de groupes qui croient qu'une telle dramatique risque de rendre Hitler sympathique à des millions de gens; comme si quatre heures de télévision pouvaient balayer 60 ans d'histoire et d'éducation. La série s'inspire d'un livre facilement disponible dont la publication n'a pas soulevé de critiques. La BBC prévoit en tirer un documentaire, ce qui n'a provoqué aucun commentaire. Ce que l'on redoute, c'est avant tout le pouvoir de la dramatisation.

Et jusqu'à maintenant, malgré les preuves du pouvoir des dramatiques, les stratèges canadiens se sont plus ou moins contentés de le laisser aux mains des Américains. En fait les dramatiques que nous regardons sont à 91 % américaines et à 9 % canadiennes.

À ce sujet, le producteur de dramatiques David Barlow a écrit [traduction] : « Il se passe un phénomène intéressant quand un pays décide de confier pendant longtemps son divertissement populaire à une autre culture. Si une société choisit toujours l'imaginaire dramatique d'une autre culture, c'est parce qu'elle ne croit pas que sa propre réalité mérite ses rêves. Sa réalité n'est pas assez bonne pour faire rêver. »

Il est difficile de concilier nos habitudes d'écoute avec les objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion* qui, dans ses multiples versions, a toujours insisté sur le fait que la programmation devait correspondre aux goûts et aux intérêts des

Canadiens. Les dramatiques constituent le genre télévisuel le plus attrayant pour la plupart des Canadiens. Si ces derniers ne regardent pas de dramatiques canadiennes, on voit mal comment la Loi s'applique.

Ainsi que l'a dit Charles Dalfen lors du récent congrès de l'ACR, « Sondage après sondage, les Canadiens affirment qu'ils veulent demeurer un peuple indépendant et distinct. Mais sur les ondes télévisuelles, nous sommes absents aux heures de grande écoute. J'avoue qu'en tant que Canadien, je me pose la question suivante : est-ce là une caractéristique d'une colonie culturelle ? »

On a beaucoup écrit sur l'impact économique de la production télévisuelle : les emplois qu'elle crée, les diverses entreprises et les commerces qui en vivent. Dans l'économie d'aujourd'hui, beaucoup pensent que les emplois qu'elle crée sont essentiels à notre avenir.

Le Conference Board du Canada reprend d'une certaine façon les mots de David Barlow sur l'importance de pouvoir rêver : [traduction] « Les Canadiens doivent commencer à être plus innovateurs. Améliorer notre capacité d'innover est indispensable à la croissance de notre productivité et à la création de richesse. »

La Stratégie d'innovation adoptée par le gouvernement du Canada vise essentiellement à « augmenter le bassin de travailleurs hautement qualifiés, pour favoriser la création et l'utilisation des connaissances ».

Les dramatiques télévisuelles ont besoin d'une fusion de ce type entre les artistes et la technologie tout autant qu'elles la favorisent et qu'elles évoluent en constante innovation.

Si l'on songe à l'avenir du Canada, il faut admettre que nous aurons bientôt intérêt à céder une part de notre souveraineté traditionnelle à des organisations internationales et, bon gré mal gré, à harmoniser certaines de nos politiques nationales avec celles des États-Unis. Dans ces circonstances, que signifiera être Canadien dans un monde plus continental, plus international? Une culture solide peut nous aider à imaginer notre avenir et à respecter notre passé et il n'y a pas de moyen plus puissant que les dramatiques télévisuelles pour y parvenir.

Dans tous les autres genres télévisuels et dans presque tous les autres arts, la question de survie ne se pose pas : nos réussites sont reconnues sur le plan international et respectées par les Canadiens. Les autres artistes et les autres créateurs qui travaillent pour la télévision n'ont pas besoin de s'expatrier pour poursuivre leur carrière ou simplement pour travailler. Dans tous les autres genres télévisuels, nous réussissons fort bien. Les dramatiques télévisuelles sont notre dernière frontière culturelle.

Nous pouvons nous battre pour que les dramatiques nous servent à bâtir l'avenir, à comprendre le présent et à nous souvenir de notre passé. Nous pouvons nous battre pour les dramatiques sur le plan politique, économique et culturel et même en termes de spiritualité pour nourrir notre humanité personnelle. Mais nous devons nous battre ensemble, avec conviction et rapidement.

V. À ne pas faire

La Coalition canadienne des syndicats de l'audiovisuel (CCSA) a présenté le mémoire le plus complet et le mieux documenté que j'aie reçu. J'ai été impressionnée par son document, par ma rencontre avec les membres de ce groupe et par leur détermination à travailler avec acharnement pour changer la situation des dramatiques. Leurs idées se retrouvent dans mes recommandations, à l'exception de l'un de leurs principaux arguments.

Bien qu'ils l'aient exprimé de façon plus polie, cet argument revenait à dire que le CRTC et les radiodiffuseurs privés étaient en quelque sorte « une bande de magouilleurs » qui aurait conçu un régime politique confortable favorisant le gain des entreprises plutôt que l'intérêt public, et que cette politique serait à elle seule presque responsable de la situation lamentable des dramatiques. Je me dois de mentionner que ce point de vue est partagé par un certain nombre de producteurs qui ont vivement et largement dénoncé ce régime politique et les radiodiffuseurs.

La solution de la CCSA est simple : renverser par réglementation les décisions qui ont récemment attribué des licences aux principaux radiodiffuseurs privés et imposer un régime sévère avec des règles exhaustives sur les heures de dramatiques, les émissions originales, les dépenses, les crédits du FCT et les horaires.

La CCSA étant conseillée par Peter Grant, l'un des avocats les plus compétents en réglementation, j'accepte sans discussion leur affirmation que cette démarche serait du ressort du CRTC.

Je crois fermement qu'une politique publique aussi malencontreuse desservirait la cause des dramatiques.

Les radiodiffuseurs ont participé aux audiences de bonne foi. Au cours des audiences, on a tout examiné. Un grand nombre d'intervenants sont venus appuyer les intéressés et des milliers de mémoires furent déposés. Les décisions ont imposé un large éventail de conditions et une nouvelle politique aux radiodiffuseurs qui ont élaboré des plans d'entreprise et pris des engagements financiers pour leur période de licence de sept ans. Leur dire après deux ans « désolé, messieurs-dames, ce n'était pas sérieux » discréditerait toutes les futures audiences de licences.

Le renversement de politique suggéré par la CCSA mènerait à une levée de boucliers des radiodiffuseurs contre les producteurs et les programmeurs et créerait une atmosphère de discorde et d'amertume au moment où la collégialité est nécessaire. On ferait évidemment appel au cabinet, ce que ne manqueraient pas de couvrir les médias avec le zèle habituel qu'ils accordent à un combat de coqs entre des artistes éminents et des administrateurs reconnus. Si les appels au cabinet étaient infructueux, les radiodiffuseurs se mettraient à respecter les nouvelles règles à contrecœur et à la lettre. Le CRTC aurait besoin d'escouades d'experts comptables et d'agents de police pour surveiller l'application de la politique et chacun dépenserait son argent en consultations juridiques.

Les dramatiques méritent mieux que d'être perçues et imposées comme une obligation. Elles ont besoin de l'engagement et de la volonté des radiodiffuseurs.

La nouvelle politique du CRTC ne favorise sûrement pas les dramatiques. Mais les preuves réclamant sa condamnation ne sont pas convaincantes.

Profil 2002, un rapport produit par la CFTPA, l'APFTQ et le ministère du Patrimoine, énumère un certain nombre de facteurs responsables du déclin dans la production de fiction. Le rapport ne mentionne pas la nouvelle politique. Il note en revanche la baisse des marchés internationaux et la nature changeante de l'environnement canadien de la radiodiffusion. À cette liste, j'ajouterais les questions liées aux revenus de la télévision traditionnelle et un nouvel intérêt marqué chez les auditeurs pour les émissions vérité. À noter aussi que la baisse dans les dramatiques télévisuelles n'inquiète pas que le Canada.

Un examen attentif du tableau des dépenses confirme l'existence de facteurs autres que la politique télévisuelle. Les chiffres suivants traduisent les dépenses en dramatiques effectuées par les titulaires traditionnels de langue anglaise, abstraction faite des suppléments de droits de diffusion du FCT (d'après la base de données financières du CRTC).

1997-98: 48,7 millions
1998-99: 50,1 millions
1999-00: 52,9 millions
2000-01: 58,8 millions
2001-02: 53,9 millions

L'année où la nouvelle politique du CRTC est entrée en vigueur, les dépenses en dramatiques ont augmenté d'environ 11 % pour la télévision privée. L'année suivante, les dépenses en dramatiques ont baissé de 11 %, mais sont demeurées plus élevées qu'au cours de la dernière année de l'ancien régime. On ne peut rien conclure de définitif de ces chiffres.

La CCSA suggère que le sous-financement de l'enveloppe des dramatiques du FCT résulte de la nouvelle politique. L'enveloppe des dramatiques était effectivement sous-financée en 2000-01 et 2001-02. L'examen des dépenses de la CBC en dramatiques et en sports porte à penser qu'une autre raison du sous-financement pourrait bien avoir été l'excellente couverture des Jeux Olympiques de Sydney. Un autre facteur à considérer est lié aux questions de revenus des radiodiffuseurs privés.

La télévision de CBC

Genre (000 \$)	1997	1998	1999	2000	2001
Nouvelles (Cat. 1)	30 719	53 790	97 606	100 047	59 200
Autres info. (Cat. 2 à 5)	28 314	52 605	48 079	40 086	37 143
Sports (Cat. 6)	77 935	119 302	128 455	95 031	141 046
Dramatiques/comédies (Cat. 7)	35 945	35 325	62 016	62 407	46 212
Variétés/Musique(Cat. 8 et 9)	13 834	19 166	12 218	8 156	5 982
Jeux-questionnaires (Cat. 10)	-	-	-	-	-
Intérêt général (Cat. 11)	17 008	31 167	4 667	18 568	9 962
Autres (Cat. 12 à 15)	-	-	-	-	-
Total (Cat. 1 à 15)	203 755	311 355	353 041	324 295	299 545

À l'exclusion du financement du FCT

Source : Rapports annuels de CBC

De toute façon, il y a eu surfinancement pour l'enveloppe des dramatiques l'année passée. Hélas cette année les radiodiffuseurs ont présenté une liste plus longue que jamais de projets canadiens distinctifs à gros budget dont la plupart ont dû être abandonnés, à cause non pas du CRTC mais des coupures dans le Fonds.

Toujours sur le thème « À ne pas faire », j'ai eu des conversations intéressantes sur divers régimes réglementaires européens et leur possible application au Canada. J'ai aussi lu le rapport très minutieux préparé pour le CRTC par Barry Kiefl de Canadian Media Research Inc. intitulé *Tendances de la programmation télévisuelle internationale et de ses auditoires, 1996-2001*.

Le rapport de M. Kiefl ainsi que ma visite en Australie cette année m'ont convaincue que nous avons besoin de trouver notre propre recette du succès, comme les Européens l'ont fait en produisant leurs propres dramatiques pour les heures de grande écoute. Et le résultat a été très impressionnant. En cinq ans, l'Italie a doublé ses dramatiques d'heures de grande écoute et produit 20 succès qui ont accaparé de 20 à 35 % de l'auditoire. L'Allemagne et la France, qui ont déjà été à la merci du matériel américain, ont maintenant 50 % de dramatiques dans leur grille horaire aux heures de grande écoute. Même en Australie, où il traîne toujours quelque part un épisode de *Everybody Loves Raymond*, les dramatiques nationales représentent maintenant 30 % de l'horaire.

Mais monsieur Kiefl conclut que le marché de la télévision des États-Unis est le seul marché du monde qui ressemble à celui du Canada. D'après son rapport, je vois trois différences majeures entre le Canada et les pays européens étudiés :

1. Le radiodiffuseur public est dominant. Au Royaume-Uni, BBC1 est la chaîne la plus cotée. Dans d'autres pays, les radiodiffuseurs publics ont des parts d'auditoire de 30 % ou plus.
2. Les services de câble et de satellite sont arrivés mais ne comptent qu'une minorité d'abonnés. En Australie, beaucoup de maisons sont encore décorées d'antennes de télévision, une vision du passé pour les visiteurs canadiens d'un certain âge.
3. Dans l'Union européenne, les revenus publicitaires des stations privées de télévision ont augmenté de 70 % entre 1996 et 2000.

L'industrie européenne de la radiodiffusion semble se trouver dans une situation que l'on n'a pas connue au Canada depuis plus 10 ans. Il est peu probable que le modèle réglementaire puisse s'appliquer au Canada.

Ce que nous avons de mieux à faire, c'est de trouver notre propre chemin au succès; et ce chemin devrait nous mener directement à la découverte de nouveaux auditoires.

VI. Stratégie pour accroître l'auditoire

Les dramatiques méritent mieux que le petit gain d'auditoire des années 90. Nous avons besoin d'un milieu prospère pour les dramatiques, avec toute une gamme de formules, plus de vedettes, des séries à succès et la reconnaissance internationale. Nous devons jouer pour gagner.

Gagner signifie attirer de plus grands auditoires. Pour y arriver, il nous faut un système qui intègre des mécanismes de financement et de réglementation qui stimuleront et récompenseront tout accroissement de l'auditoire. Et il nous faut trouver le moyen d'aligner les intérêts commerciaux des radiodiffuseurs privés sur le succès des dramatiques.

Tous les intéressés y trouveront leur compte si l'auditoire des dramatiques augmente.

Des auditoires plus forts encourageront la volonté politique de donner plus d'argent à la CBC et à l'Office national du film.

Des auditoires plus forts amélioreront la situation des sociétés de production et créeront des emplois.

Des auditoires plus forts permettront aux artistes de créer des liens avec leur public, ils leurs apporteront l'inspiration et la reconnaissance.

Des auditoires plus forts favoriseront la rentabilité des radiodiffuseurs privés et permettront d'inscrire les dramatiques parmi les bons choix commerciaux aussi bien que culturels. Avec le temps, des auditoires plus forts signifieront une rentabilité qui entraînera à son tour la production d'un plus grand nombre d'heures de dramatiques avec de plus gros budgets.

Et bien sûr, des auditoires plus forts signifieront que nous avons donné satisfaction ou intrigué ou ravi plus de Canadiens.

Une stratégie organisée pour accroître l'auditoire obligerait à mettre en veilleuse l'une de nos habitudes réglementaires et financières les plus profondément ancrées, qui est de penser que l'heure de diffusion et seulement l'heure de diffusion est garante du succès.

Notre devoir dans le système de radiodiffusion, tel que défini par la Loi, est certainement d'offrir et de fournir une programmation canadienne, et cela oblige à réserver du temps pour ces émissions. Mais la Loi nous enjoint également de fournir des émissions qui correspondent aux intérêts et aux goûts des Canadiens et la seule véritable façon de mesurer cette réalité est la taille de l'auditoire.

L'idée que l'on puisse avoir beaucoup de dramatiques populaires à succès peut sembler impensable après 50 ans de lutte et en plein milieu d'une fragmentation. C'est aussi impensable que l'était, il y a cinq ans, le succès des dramatiques en Italie. C'est aussi impensable que l'idée que la Belle Province puisse réunir à elle seule un auditoire supérieur à celui du reste du pays. C'est aussi impensable que la reconnaissance de vins canadiens à des concours internationaux. C'est aussi impensable que des livres canadiens qui deviennent des best-sellers mondiaux.

Une stratégie pour accroître l'auditoire est le moins impensable de tous les moyens impensables d'assurer le succès des dramatiques.

VII. Cinq outils essentiels pour bâtir un auditoire

Le présent rapport propose une stratégie de cinq ans pour accroître l'auditoire des dramatiques. Les recommandations consistent en fait à fournir aux créateurs les cinq outils essentiels au succès des cotes d'écoute :

1. La volonté politique
2. De l'argent neuf pour les dramatiques
3. Plus d'ouvertures
4. Incitatifs aux radiodiffuseurs
5. Création et promotion des vedettes

VIII. Recommandations

1. La volonté politique

La stratégie pour accroître l'auditoire nécessite au départ une injection additionnelle de fonds publics, et une injection de taille. Cela signifie que les dramatiques resteront des créatures de la volonté politique pour les prochaines années. Les recommandations à ce sujet suggèrent des méthodes et des processus pour encourager et soutenir cette volonté politique.

- a) La ministre du Patrimoine pourrait apporter une contribution majeure en faisant de la stratégie pour accroître l'auditoire des dramatiques un objectif ministériel et le Bureau du Premier ministre, en endossant cette décision, poserait un geste important pour la culture canadienne.
- b) Le CRTC devrait tenir une instance publique sur les dramatiques pour susciter des commentaires sur les divers rapports qui seront publiés d'ici un mois ou deux et pour préparer le terrain à la stratégie pour accroître l'auditoire. Il faudrait que tous les intéressés participent à ce processus, incluant le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (le BCPAC), les fonds provinciaux et les fonds privés.

À l'issue de l'audience, le CRTC devrait, par réglementation et dans le cadre des licences actuelles, mettre en place des projets qui lui semblent appropriés. Il devrait établir des objectifs en vue de bâtir des auditoires. Ces objectifs devraient tenir compte des divers auditoires requis pour réduire la dépendance envers les subsides et atteindre en bout de ligne la rentabilité commerciale. Le FCT devrait aussi adopter ces objectifs comme partie intégrante du financement qu'il accorde.

Le CRTC devrait organiser une table ronde annuelle de moindre envergure pour revoir les progrès accomplis face à la réalisation de ces objectifs et les améliorations à apporter.

- c) Les intéressés aux dramatiques devraient former un groupe d'influence qui défendrait au quotidien la cause des dramatiques auprès des politiciens et des stratèges de tous les ministères et à tous les niveaux du gouvernement. Le groupe annuel préparerait une feuille de route annuelle évaluant les réalisations de toutes les personnes impliquées, feuille de route qui pourrait être transmise à la table ronde du CRTC. Le groupe ne manquerait de souligner les succès accomplis.

2. De l'argent neuf pour les dramatiques

Les recommandations proposent d'investir de l'argent neuf pour bâtir des auditoires et de simplifier l'accès aux fonds existants.

Elles reposent sur un nouveau fonds de 30 millions de dollars par an pour cinq ans pour soutenir et stimuler un accroissement de l'auditoire, y compris la production d'émissions pilotes et le développement de scénarios, en accordant la priorité aux auteurs et aux producteurs-auteurs.

Cette section recommande également des changements radicaux pour simplifier l'accès au Fond canadien de télévision actuel.

2.1 Le Fonds d'accroissement de l'auditoire

Le gouvernement devrait mettre sur pied un nouveau fonds de 30 millions de dollars par an pour accroître les auditoires, fonds qui serait géré par le FCT.

Au cours de sa première année, le fonds serait exclusivement consacré au financement de scénarios et d'émissions pilotes. Les auteurs et auteurs-producteurs auraient la priorité. Au cours des années suivantes, un tiers des fonds irait aux scénarios et aux pilotes et deux tiers en aide à la production pour les meilleurs scénarios et pilotes. L'aide à la production viserait à améliorer les moyens d'accroître l'auditoire : plus d'argent pour les vedettes, une plus grande équipe d'auteurs, des droits pour de la musique à succès, du tournage extérieur, plus de jours de tournage et même de l'argent additionnel pour ajouter des épisodes à une série dont les cotes d'écoutes sont prometteuses. Les candidats ayant déjà récolté des succès seraient privilégiés.

Ce nouveau fonds serait alimenté entre autres par les sources suivantes :

- Restitution des 25 millions retirés au FCT, la portion destinée aux dramatiques anglaises étant versée au nouveau fonds.
- Une entente entre le gouvernement et les radiodiffuseurs concernant les sommes payées au CRTC, à la condition qu'une bonne part des surplus de la télévision anglophone soit affectée au fonds d'accroissement de l'auditoire.
- Une décision du CRTC selon laquelle la moitié des 10 % d'avantages payés lors de la vente d'une société de radiodiffusion devrait être versée au fonds d'accroissement de l'auditoire.
- Les économies en coûts d'administration du FCT résultant de la réorganisation (voir ci-dessous).
- Et un supplément provenant des revenus généraux.

Si la stratégie pour accroître l'auditoire réussit, l'investissement du gouvernement sera largement amorti par les bénéfices publics qui en découleront, et qui ne seront pas seulement des bénéfices culturels.

L'augmentation de la production devrait favoriser l'apparition du type de travailleurs qualifiés qui sont, de l'avis des dirigeants, indispensables à l'avenir du Canada. Il ne s'agit pas seulement d'emplois dans le secteur artistique. La production télévisuelle stimule le développement de nouvelles technologies, elle repose sur la technologie de l'électronique et de l'information, elle a recours à des spécialistes de la loi, de la finance et de la mise en marché et elle est intimement liée au développement de la technologie d'Internet.

Le succès des dramatiques enrichit les producteurs, les distributeurs, les diffuseurs ainsi que leurs sociétés et leurs employés. C'est donc une source additionnelle de recettes fiscales et, partant, une réduction dans la demande de subsides.

2.2 Pas d'alternative au financement du FCT

Durant l'élaboration de la stratégie, le CRTC devrait imposer un moratoire sur toute demande visant à détourner les contributions au FCT vers tout autre objectif.

2.3 Changements à apporter au FCT

Bill Mustos, vice-président, Dramatiques à CTV, a décrit le système d'attribution du financement du Fonds canadien de télévision comme [traduction] « complexe et contradictoire, un véritable labyrinthe ». Selon moi – et je parle en qualité de membre du conseil d'administration –, il a été trop poli. Avec les meilleures intentions du monde, nous avons quand même pavé la voie de l'enfer; il faut donc tout recommencer.

Le plus surprenant est que cet horrible système ait malgré tout donné en général d'excellents résultats. Des gens qui réfléchissent et des perdants frustrés contestent certaines décisions mais, somme toute, le FCT a considérablement profité à la télévision canadienne. Le personnel affecté au Programme de participation au capital et au Programme de droits de diffusion est remarquable. Le conseil d'administration a démontré une remarquable aptitude à passer par-dessus les conflits personnels pour le bien de l'industrie.

Néanmoins, la lourdeur du processus provoque un véritable gaspillage d'argent, de temps et d'énergie. Elle mine tout objectif de création. Et il ne suffira pas d'introduire un objectif axé sur l'accroissement de l'auditoire.

Le fonds, qui reçoit à la fois des contributions des sociétés privées de câble et de satellite ainsi que du gouvernement, fonctionne selon une entente de contribution avec le ministère du Patrimoine canadien.

- a) Le ministère du Patrimoine devrait adopter de nouveaux objectifs clairs pour le Fonds. Il devrait proposer les changements de réglementation nécessaires pour atteindre ces objectifs et, en retour, le conseil d'administration du FCT devrait mettre au point un nouveau mode de fonctionnement. Tout cela le plus vite possible.
- b) Le comité des projets à long terme du FCT travaille sur des propositions de réforme. Parmi les possibilités, on trouve des enveloppes de financement pour les radiodiffuseurs, qui pourraient offrir une meilleure stabilité et réduire les directives contraignantes; et la division du fonds en deux guichets uniques, un pour les projets d'envergure à gros budgets et l'autre pour les projets courants, plus petits. Ces deux propositions peuvent aussi bien réussir à simplifier la vie des candidats au financement que créer de nouvelles complications.

Tandis qu'on est à mettre au point ces modèles, le conseil d'administration de Téléfilm et celui du FCT devraient prendre des mesures immédiates. Cela veut dire convoquer une réunion conjointe d'urgence et ordonner à leur personnel d'appliquer pour le financement de la saison d'automne un processus à guichet unique. Le personnel des deux organismes devrait traiter ensemble les demandes communes aux deux organismes et publier les décisions simultanément. Bien que cela ne résolve pas tous les problèmes administratifs, cela soulagerait rapidement quelques producteurs et radiodiffuseurs assiégés.

2.4 S'inspirer des modèles québécois de production dramatique

Dans son rapport au CRTC sur les dramatiques en langue française, l'auteur distingué Guy Fournier note le fossé qui sépare les coûts de productions du secteur anglais de ceux du secteur français. Une production en langue française coûte généralement le tiers d'une production en anglais. « C'est encore plus ironique quand on pense que l'émission de langue française ira chercher cinq fois plus de spectateurs que l'émission de langue anglaise. »

Bien que ces différences de coûts puissent être perçues comme le besoin de concurrencer les valeurs de production américaines, les producteurs anglophones peuvent peut-être en tirer quelques leçons.

Monsieur Fournier recommande qu'un groupe de travail constitué de personnes qualifiées examine ce problème et je suis de son avis. Téléfilm pourrait diriger ce groupe et organiser des échanges entre les producteurs des deux cultures.

3. Plus d'ouvertures

Les recommandations à ce sujet reconnaissent le nombre croissant des téléspectateurs et des ressources dont disposent les chaînes spécialisées et proposent d'en faire le point de départ pour innover et changer les modèles de dramatiques.

L'une des façons de bâtir un auditoire consiste à produire plus de dramatiques et à encourager l'innovation. Les recommandations qui suivent, assorties de quelques incitatifs aux radiodiffuseurs, visent à encourager la production, autrement dit à inscrire plus de chevaux dans la course aux auditoires.

- a) Le CRTC devrait informer les services spécialisés qui ne sont pas autorisés à diffuser des dramatiques qu'ils recevront les formulaires de demande nécessaires pour être autorisés à présenter des émissions dramatiques sur des sujets reliés à la nature de leur service.

L'autorisation d'offrir des dramatiques devrait être liée à la condition de fournir au moins 6,5 heures de programmation originale par an.

Ces nouvelles titulaires dans le genre dramatique ne seraient autorisées à demander du financement ni au FCT ni au fonds d'accroissement de l'auditoire. En revanche, elles n'auraient ni obligation ni contrainte réglementaires et elles n'auraient nul engagement à prendre, sauf en matière d'heures et bien sûr de contenu canadien. Ceci devrait leur permettre de se lancer en toute liberté dans des concepts novateurs de dramatiques pouvant susciter un souffle de fraîcheur dans tout le système.

Au bout de deux ans, si les dramatiques ont atteint l'objectif fixé par le CRTC pour un auditoire de taille, les services pourraient présenter une demande au fonds d'accroissement de l'auditoire.

- b) Le CRTC pourrait favoriser les feuilletons en après-midi et les dramatiques plus pointues à compter de minuit en offrant un crédit de 150 % applicable à l'exigence de contenu canadien de la programmation de jour.
- c) Il pourrait encourager la production de dramatiques d'action réelle pour les enfants en offrant un crédit similaire. Le crédit serait plafonné à une heure par jour pour ne pas désavantager d'autres types d'émissions pour enfants.

4. Incitatifs aux radiodiffuseurs

Les recommandations visent ici à aider ceux qui inscrivent des dramatiques à la programmation des réseaux à réclamer plus de dramatiques, et les gestionnaires qui additionnent les chiffres à leur répondre oui. Les recommandations prévoient aussi récompenser les radiodiffuseurs pour leurs succès. Les incitatifs permettront aux réseaux de justifier tous les moyens qu'ils prennent pour inscrire les dramatiques à leur horaire et en faire la promotion.

Les incitatifs aux radiodiffuseurs risquent de susciter la controverse chez ceux qui croient que l'on devrait tout simplement ordonner aux radiodiffuseurs de fournir des dramatiques en retour du privilège d'avoir une licence. Malheureusement, ce n'est plus vraiment le grand privilège que c'était.

Le CRTC révèle que les revenus de radiodiffusion n'ont pas bougé dans les trois dernières années et que les profits ont baissé régulièrement durant cette même période.

Les émissions dramatiques perdent plus d'argent que tout autre genre. Dans ce contexte, les radiodiffuseurs ont produit moins de dramatiques. Ce qui est intéressant, c'est que pour les dramatiques qu'ils continuent de produire, ils ont présenté au FCT de plus gros projets et des droits de licence plus élevés. Les chiffres du FCT démontrent une augmentation de 17,5 % dans les droits de licence autres que ceux de la CBC au cours des quatre dernières années. Ces faits suggèrent que l'on pourrait accroître l'intérêt envers les dramatiques avec quelques incitatifs et une stratégie basée sur l'accroissement de l'auditoire. Si l'on peut aligner les intérêts financiers des radiodiffuseurs sur la production de dramatiques, on y gagnera.

- a) Le CRTC devrait réactiver le crédit de temps de 150 % pour les dramatiques cotées 10 sur 10 (entièrement canadiennes) de façon à ce qu'il s'applique à l'ensemble du contenu canadien.
- b) Le CRTC devrait accorder l'exemption d'une minute sur la limite de 12 minutes pour la publicité diffusée au cours de l'heure originale et de la première reprise d'une dramatique entièrement canadienne. Le nombre total de minutes gagnées serait comptabilisé à la fin de l'année de radiodiffusion et pourrait être utilisé l'année suivante pour toute émission choisie par le radiodiffuseur. Ce crédit serait accordé seulement aux radiodiffuseurs ayant payé des droits de licence équivalant à 25 % du budget.
- c) Le CRTC devrait accorder un crédit de temps de 200 % applicable au contenu canadien pour chaque heure de dramatique à succès, c'est-à-dire ayant attiré un million de téléspectateurs à la télévision traditionnelle ou 500 000 pour une chaîne spécialisée. Le crédit serait limité à une heure par semaine et ne s'appliquerait qu'aux radiodiffuseurs ayant payé 25 % des droits de licence.
- d) Pour encourager l'investissement de capital par les radiodiffuseurs, le CRTC devrait autoriser la comptabilisation des investissements de capital de risque dans les exigences de dépenses en programmation.
- e) Pour encourager la production d'émissions pilotes pour les dramatiques, les pilotes qui ne sont pas diffusés devraient donner droit à un crédit de 50 % en émissions prioritaires si le radiodiffuseur a payé 25 % des droits de licence.

À titre de radiodiffuseur public, la CBC devrait demeurer le grand fournisseur d'émissions dramatiques. Selon mes conversations, je crois que l'actuelle direction de la CBC travaille dans ce sens et est engagée à produire des dramatiques qui marqueront et attireront de forts auditoires. Cependant il conviendrait de demander à la CBC de prendre un engagement ferme à l'égard des dramatiques.

La CBC devrait s'engager à maintenir son niveau de dépenses en dramatiques au niveau historique de 62 millions de dollars par an. En contrepartie de cet engagement, le CRTC pourrait reconsidérer sa décision d'interdire à la CBC de diffuser des films d'Hollywood en première diffusion. La CBC devrait aussi avoir droit à la minute supplémentaire de publicité.

L'Office national du film devrait participer au développement des dramatiques en soutenant la production d'une grande quantité de dramatiques qui continuent de mettre l'accent sur l'innovation, la diversité et le reflet des communautés.

5. Création et promotion des vedettes

Les recommandations visent à accroître la promotion des vedettes et des productions dramatiques.

- a) Le CRTC devrait permettre de traiter comme dépenses en émissions les dépenses encourues par des tierces parties pour faire la promotion de dramatiques entièrement canadiennes.
- b) Le CRTC devrait exiger que les EDR consacrent 25 % de leurs disponibilités locales à la promotion des dramatiques et ce, gratuitement. À titre incitatif, le CRTC pourrait autoriser les EDR à utiliser 25 % du reste de leurs disponibilités pour les messages d'intérêt public, les services de câble et autres services accessoires comme l'Internet.
- c) Le CRTC devrait autoriser la réclamation de l'un des crédits suivants pour la diffusion de magazines de divertissement liés au vedettariat en dehors des heures de grande écoute :
 - un crédit de 50 % en émissions prioritaires ou
 - un crédit de 125 % en contenu canadien de programmation de jour.

IX. Conclusions et remerciements

Une stratégie pour accroître l'auditoire des dramatiques ne manquera pas de susciter la question typiquement canadienne : « que fait-on si ça ne marche pas? ». La réponse est aussi simple qu'elle est triste. Le CRTC et le gouvernement surveilleront l'évolution de la situation jusqu'au renouvellement de licence suivant. S'il n'y a pas eu de progrès, ces deux groupes pourront décider de mettre fin au fonds d'accroissement des auditoires et revenir à la panoplie habituelle des édits réglementaires. Malgré de longues années d'usage, de tels instruments n'ont pas réussi à assainir la situation des dramatiques, mais ils ont quand même contribué à rendre l'atmosphère respirable. J'ose croire qu'on peut espérer mieux.

Il n'a pas été possible de s'engager à atteindre de plus grandes cotes d'écoute jusqu'à maintenant. Il y a quinze ans disons, la CBC était le seul vrai joueur en matière de dramatiques. Il y avait très peu de sociétés de production indépendantes. Les travailleurs spécialisés et les infrastructures étaient limités. Le système de financement, avec ses fonds privés, ses crédits d'impôts, ses incitatifs provinciaux et ses programmes nationaux, en était à ses premiers balbutiements.

Tous ces éléments sont en place aujourd'hui. Nos films et nos miniséries ont déjà gagné des auditoires de la taille des dramatiques américaines. Il nous faudra un peu plus de temps pour faire la même chose avec les séries, mais c'est possible. Je ne doute pas que la dramatique, grâce à tous ceux qui la créent et l'alimentent, puisse jouer gagnante.

J'aimerais remercier le président du CRTC, M. Charles Dalfen, de m'avoir confié cette tâche. Son mandat m'a donné l'agréable occasion d'échanger avec une centaine de personnes et de lire les mémoires d'une vingtaine d'autres. Tous ont apporté leur contribution grâce à leur vision, leur sagesse, leur passion ou leur bon sens et quelquefois tout cela en même temps, c'est-à-dire quelque chose de très canadien. Si ce rapport est optimiste, c'est grâce à l'énergie de toutes les personnes auxquelles j'ai parlé. Et ceci s'applique tout spécialement à monsieur Dalfen. Il avait déjà largement réussi sa carrière lorsqu'il a accepté la présidence du CRTC. Il n'en avait pas besoin et une fois président, il n'était pas obligé non plus de s'attaquer à la question des dramatiques, la question la plus ardue et la plus complexe de la radiodiffusion canadienne. J'ai été honorée qu'il me demande de l'y aider.

J'ai été ravie que M. Richard Stursberg, directeur général de Téléfilm, devienne cocommanditaire de ce rapport. C'est un penseur original et un analyste incisif et il fut une ressource précieuse. L'excellente présidente du FCT, Mme Janet Yale, m'a aidée à réviser ce rapport en y apportant plusieurs suggestions importantes.

J'aimerais également remercier M. Nick Ketchum du CRTC qui fut pour moi tout au long un guide aussi précieux que brillant.

Comme l'a énoncé le rapport Caplan-Sauvageau, la rédaction de rapports sur la radiodiffusion est en elle-même une petite mais honorable industrie artisanale. J'aimerais qu'elle soit plus petite encore. Mon espoir est que les dramatiques aient tant de succès que personne n'ait plus jamais à écrire à ce sujet. Quelle perspective enthousiasmante.

Trina McQueen