

M. SMITH (*Calgary-Sud*): Si elle n'est pas trop longue.

M. JENNINGS: Elle n'est pas terriblement longue. Émissions dramatiques d'une heure, en direct: nous en avons vendu cinq à l'*ABC Television*, à New York...

Le PRÉSIDENT: Voulez-vous dire dans les douze derniers mois, ou quoi?

M. JENNINGS: Depuis septembre 1956. Nous avons vendu à l'étranger 98 émissions théâtrales d'une heure sur cinégrammes, 15 à la BBC, 2 à l'Australie, 2 à la société Granada du Royaume-Uni,—c'est une des entreprises qui réalisent des émissions pour la télévision,—39 à l'*Associated Television*,—c'est une autre des compagnies indépendantes anglaises,—39 à la GTV, entreprise privée australienne de télévision, et une, d'après ma liste, à l'exposition mondiale de Bruxelles: mais il s'agissait là d'une émission canadienne que nous avons fournie pour des représentations données au pavillon canadien.

M. SMITH (*Calgary-Sud*): C'est tout depuis septembre 1956?

M. JENNINGS: Oui. Il s'agissait là de pièces d'une heure enregistrées sur cinégrammes. Pièces d'une demi-heure sur cinégrammes: nous en avons vendu 65, dont 43 à la BBC à Londres, et 22 à l'*Australian Broadcasting Commission*. Émissions dramatiques d'une heure et demie enregistrées sur cinégrammes,—elles sont assez rares,—nous en avons vendu 2 à la BBC, une à la *National Education Television Centre*, aux États-Unis, et nous avons envoyé une émission d'une heure et demie à Bruxelles, où elle a été représentée au pavillon canadien.

M. SMITH (*Calgary-Sud*): Permettez-moi de vous interrompre. Dois-je comprendre que normalement, ces programmes ou émissions ont été présentés d'abord au Canada?

M. JENNINGS: Mais oui, elles sont diffusées ici par le réseau de télévision, et, en vertu d'une entente avec l'Association des Artistes, entente qui comporte une hausse des cachets, nous sommes autorisés à les exporter; ainsi, nous récupérons... Je ne saurais dire ce que cela nous rapporte, mais la vente de ces émissions est assez profitable.

M. SMITH (*Calgary-Sud*): On fait donc des efforts pour changer le cours des émissions, qui jusqu'ici ne faisaient qu'entrer au pays. En même temps, on cherche à faire voir à l'étranger des exemples de ce que nous fabriquons au Canada. C'est un honnête effort, mais les résultats ne sont guère impressionnants pour une période aussi longue. Y a-t-il des chances ou des espoirs d'améliorer la situation?

M. JENNINGS: Oui, d'excellentes chances. Je mentionnerai ici une autre réalisation canadienne actuellement en cours, la série sur la Gendarmerie Royale du Canada, que réalisent conjointement la Société Crowley-McConnell, Radio-Canada et la B.B.C. Il s'agit de 39 films d'une demi-heure qui, nous l'espérons, feront le tour du monde. Déjà, la série a été vendue en Angleterre, en Australie et au Canada, et nous comptons bien la vendre aux États-Unis avant longtemps.

M. SMITH (*Calgary-Sud*): Puis-je demander si le coût de ces émissions est un élément déterminant quand il s'agit de fixer un prix aux pays qui importent nos films? Comment établissez-vous le prix?

M. JENNINGS: Je ne suis pas très au courant de la formule. Elle consiste à établir ce qu'il nous en coûte pour rendre une émission exportable. Il y a un cachet supplémentaire pour les artistes, un cachet supplémentaire pour les auteurs, les coûts des matériaux utilisés dans la préparation du cinégramme, et les frais encourus par Radio-Canada.