

La SDICC existe depuis presque dix ans maintenant; et malgré la production de 200 films canadiens et une dépense de 20 millions de dollars, il faut se rendre à l'évidence: 96 p. 100 des émissions télévisées sont dominés par des films étrangers. Ce pourcentage est bien entendu beaucoup plus élevé au Canada anglais, où il se rapproche de 98 p. 100, et moins élevé au Canada français. Environ 250 millions de dollars sont dépensés chaque année par les Canadiens pour voir des films et une grande partie de cette somme est, bien entendu, exportée aux États-Unis, soit environ 63 millions de dollars de profits.

Lorsque la SDICC a été établie, le Canada était au sixième rang parmi les marchés de la production américaine; mais depuis nous sommes devenus le marché étranger le plus important de Hollywood. C'est donc à cela qu'en est arrivée l'industrie du cinéma dans notre pays. L'année dernière, les deux principaux réseaux de télévision, Radio-Canada de langue anglaise et CTV ont montré un certain nombre de films canadiens. Sur la chaîne de Radio-Canada (langue anglaise), on en a montré quatre et sur CTV, cinq. Pour ceux qui prétendent que les réseaux privés font meilleure part à la production canadienne que la chaîne d'État, il est temps de hisser pavillon. Ce sont là des chiffres navrants, qui nous obligent à admettre, bien à regret, que Radio-Canada se lave les mains, pratiquement, de ce qui peut arriver au cinéma canadien.

Dans un récent article paru au *Canadian Forum*, Sandra Gathercole du Conseil des producteurs canadiens écrivait:

Ce qui caractérise surtout la production cinématographique au Canada, c'est qu'elle est coupée de son propre marché et ne bénéficie pas des énormes recettes provenant de ce marché.

Quatre-vingt treize pour cent des films loués au Canada sont répartis entre sept distributeurs américains, ce qui représente une fuite annuelle de l'autre côté de la frontière d'environ 63 millions de dollars. Pensez au nombre d'emplois perdus, au manque à gagner que cela représente pour l'économie canadienne, sans compter l'appauvrissement énorme qui s'ensuit dans les communications et la culture.

● (1807)

En fait, les films américains jouissent depuis de nombreuses décennies d'un accès garanti aux cinémas canadiens, grâce aux deux principales chaînes qui existent à l'heure actuelle, Odeon et Famous Players, grâce à un quota beaucoup plus efficace que la faible entente volontaire conclue pour les films canadiens. Dans une production pour la télévision, l'année dernière, je pense, intitulée «The Great Canadian Culture Hunt», George Destounis, président de Famous Players, a fait le commentaire suivant:

Les grands distributeurs font depuis toujours affaire avec l'un ou l'autre circuit. Paramount, Warners et United Artists distribuent tous leurs films dans les cinémas Famous, et Columbia, les deux tiers des productions d'Universal et le tiers de celles de Fox passent dans les cinémas Odeon. Il en a été ainsi convenu, je crois, au début des années 40, à l'époque où est né l'Odeon.

S'il y a un domaine où la culture canadienne semble être presque entièrement contrôlée par les compagnies et producteurs étrangers, c'est bien celui du long métrage. La Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne note, non sans inquiétude, dans son récent rapport annuel, que

### Ajournement

le fameux système de quota volontaire qu'avait loué l'ancien secrétaire d'État a permis de présenter quatre semaines de films canadiens aux cinémas ordinaires et une semaine dans les ciné-parcs. Ni Famous Players ni Odeon ne sont même venus près d'honorer leur engagement. Dans le cas d'Odeon, moins de 30 p. 100 des salles ont dépassé le quota ou l'ont atteint. Dans le cas de Famous Players, c'était un peu mieux, le pourcentage s'étalant à environ 42 p. 100. Quelque 48 p. 100 des cinémas Famous Players ont présenté moins de la moitié du quota et 53 p. 100 des cinémas Odeon ont présenté moins de la moitié du quota.

Voilà qui montre que nous sommes dans une situation, comme l'a dit Sandra Gathercole, où les ententes volontaires ont à peu près autant de succès que l'impôt volontaire sur le revenu. Comme nous l'a rappelé un des ministres responsables de la question, le ministre des Communications (M<sup>me</sup> Sauvé), en s'adressant à l'Association des radiodiffuseurs canadiens l'année dernière, à moins que nous ne prenions des mesures pour accroître la capacité de production des radiodiffuseurs canadiens, la radiodiffusion canadienne prendra le même chemin que le *Saturday Evening Post*.

Je pense que nous sommes ici dans un dilemme très grave, monsieur l'Orateur. Il est inacceptable que le secrétaire d'État se contente de dire qu'il espère avoir une réponse d'ici la fin de l'année. Toute la question de la culture et des communications est assurément une condition essentielle à notre identité et à notre unité nationales. Si le secrétaire d'État est vraiment préoccupé par la question, comme il a semblé le dire l'autre jour en me répondant, nous devrions certes avoir droit à une réponse plus concrète et définie de la part du gouvernement que celle que j'ai reçue jusqu'ici.

**M. Robert Daudlin (secrétaire parlementaire du secrétaire d'État):** Monsieur l'Orateur, encore une fois, j'aimerais, au nom du ministre, remercier le député d'avoir abordé une question qui ne reçoit pas beaucoup d'attention à la Chambre. Comme l'a déclaré le député, le ministre a convenu avec lui que la solution des problèmes de l'industrie réside sans doute dans la distribution. Il a dit également que le gouvernement étudie actuellement des propositions au sujet desquelles il espérait pouvoir faire une déclaration avant la fin de l'année.

Quand le député prétend que ce n'est pas une réponse suffisante, je trouve cela plutôt curieux monsieur l'Orateur, à moins qu'il ne veuille dire que la fin de l'année c'est encore trop loin et qu'il veut quelque chose plus tôt, disons aujourd'hui et même hier. Je le répète, en fait, le ministre s'engage à faire une déclaration avant la fin de l'année.

J'insiste sur le fait que le gouvernement s'est engagé à favoriser de son mieux le développement de l'industrie cinématographique canadienne. J'insiste sur le caractère général de cet engagement car en essayant de résoudre les nombreux problèmes complexes que connaît l'industrie cinématographique, on oublie souvent l'objectif général que l'on vise, et qui est de promouvoir la production de films canadiens, car il s'agit d'un moyen important d'expression culturelle qui peut apprendre aux Canadiens à mieux se connaître.