

À : Comité permanent du patrimoine canadien

De : Canadian Media Producers Association; Scott Garvie, président; Marguerite Pigott, vice-présidente,
Relations publiques et initiatives stratégiques

Objet : Étude sur la parité hommes-femmes dans les conseils d'administration et au niveau des postes de
cadres supérieurs des organismes artistiques et culturels canadiens

À propos de la Canadian Media Producers Association

La Canadian Media Producers Association (CMPA) est la principale association commerciale canadienne de producteurs indépendants jouant un rôle actif dans la création, la production et la distribution d'émissions de télévision, de longs métrages et de contenu numérique de langue anglaise. La CMPA représente ses 400 membres de partout au Canada afin de promouvoir et de stimuler l'industrie canadienne de production indépendante. Son conseil d'administration est élu plutôt que nommé et est constitué de manière à représenter les régions et les divers formats de production de contenu que l'on retrouve au Canada.

Introduction

La parité hommes-femmes est une question de justice économique dans toutes les industries. Mais dans l'industrie de la production télévisuelle, cinématographique et numérique, elle concerne aussi la façon dont nous voyons le monde et dont nous nous percevons les uns les autres. L'inégalité créative et économique causée par ce déséquilibre a une incidence sur le choix des histoires qui sont racontées et sur la façon dont les femmes y sont dépeintes. Le contenu présenté sur nos écrans a un effet puissant sur la société. Voilà pourquoi il est impératif que les femmes occupent des postes décisionnels clés dans toute l'industrie de la production et dans les institutions qui l'entourent.

251, avenue Laurier Ouest,
11^e étage
Ottawa (Ontario) K1P 5J6
1-800-656-7440
ottawa@cmpa.ca

702-1, rue Toronto
Toronto (Ontario) M5C 2V6
1-800-267-8208
toronto@cmpa.ca

600-736, rue Granville
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6Z 1G3
1-866-390-7639
vancouver@cmpa.ca

www.cmpa.ca

La ministre Joly a clairement mis l'accent sur cette question dans l'industrie et cette décision a déjà apporté des changements substantiels. La CMPA est fière d'avoir collaboré avec Women in View et soutenu deux initiatives qui ont connu beaucoup de succès : *2X More* et *Five in Focus*. Ces deux initiatives ont augmenté le nombre de femmes au sein de la direction dans le milieu cinématographique et télévisuel. Comprenant l'importance des données et des meilleures pratiques, nous avons aussi commandé l'étude *Femmes et leadership : Étude sur la parité de genre et la diversité dans l'industrie médiatique canadienne*¹. En plus d'être lancée à la conférence *Prime Time* où nous avons dirigé une discussion mettant à profit toute l'industrie, l'étude a été citée par le Comité olympique international dans son projet d'examen de l'égalité hommes-femmes et citée comme meilleure recherche internationale de sa catégorie par les centres de ressources Women in Film and Television UK, Dame Changer, New York Women in Film and Television et la fondation 50|50 by 2030. Cette étude continue d'influencer notre travail et celui de nos partenaires de l'industrie canadienne.

En plus de ces efforts et d'autres initiatives externes, nous reconnaissons l'absence d'égalité hommes-femmes au sein de notre organisation, en particulier dans notre conseil d'administration. Nous prenons donc des mesures pour créer un changement positif afin de stimuler le progrès dans notre organisation et dans l'industrie en général.

Parité hommes-femmes et conseil d'administration de la CMPA

1.0 Règlement relatif à la composition du conseil d'administration

La composition de notre conseil d'administration se distingue par trois éléments clés figurant dans notre règlement :

Élu – Une caractéristique propre à notre conseil est d'être élu par les membres au lieu d'être nommé.

Équilibre entre les régions – Notre règlement prévoit le nombre de directeurs pour chaque province ou région du Canada afin de garantir un équilibre.

Équilibre entre les formats de contenu – Notre règlement prévoit un nombre minimum de réalisateurs travaillant dans les milieux de la télévision, du cinéma, des médias numériques et dans l'offre de services aux producteurs afin d'assurer un équilibre entre les formats de contenu ou les modèles d'affaires.

2.0 Historique de la composition hommes-femmes au conseil d'administration

Le tableau ci-dessous présente la composition hommes-femmes du conseil d'administration de la CMPA au cours de ses cinq derniers mandats.

¹ Canadian Media Producers Association, Catherine Tait, [Femmes et leadership : Étude sur la parité de genre et la diversité dans l'industrie médiatique canadienne](#), janvier 2017.

Mandat	Nombre de sièges	Nombre de dirigeantes	Pourcentage de dirigeantes
2009-2011	25	8	32 %
2011-2013	24	8	33 %
2013-2015	25	9	36 %
2015-2017	23	7	30 %
2017-2019	23	10	43 %

3.0 Reconnaissance et changements

Pour nos élections de 2017-2019, le conseil d'administration a approuvé une motion visant à appliquer plus scrupuleusement les principes établis dans la politique sur la parité hommes-femmes et la diversité de la CMPA. Par ailleurs, cinq membres de longue date qui appuyaient ces objectifs ont choisi de ne pas se représenter pour faire place à de nouvelles voix.

Améliorer les processus électoraux

Les membres du conseil d'administration ont convenu d'appeler les membres votant des plus de 400 entreprises membres de la CMPA pour discuter des enjeux et les encourager, eux ou encore les cadres supérieurs, à se présenter aux élections ou à se joindre aux comités. Nous avons clairement exprimé nos objectifs de parité hommes-femmes et de diversité dans toutes nos communications. En outre, toutes nos communications écrites sur les élections adressées aux membres renfermaient l'engagement déclaré d'atteindre les objectifs de parité hommes-femmes et de diversité au sein du conseil d'administration et encourageaient les membres de groupes sous-représentés à proposer leur candidature. Cette initiative s'est soldée par un nombre sans précédent de candidats et candidates briguant un siège.

Nomination de dirigeants

Le règlement de la CMPA permet au conseil d'administration de nommer jusqu'à un tiers de ses membres. Par le passé, le conseil a rarement recouru à cette disposition. En tant qu'organisation axée sur ses membres, nous croyons en effet qu'il est préférable que ces derniers choisissent la composition du conseil. Toutefois, le conseil d'administration a reconnu l'absence de parité hommes-femmes et le manque de diversité et a demandé aux membres d'approuver le

changement de processus, ce qu'ils ont fait par résolution unanime. Après l'élection de 18 membres, le conseil a réalisé une analyse comparative et a nommé 7 autres membres pour s'assurer de progresser vers la parité et une meilleure diversité.

Statistiques du conseil d'administration pour 2017-2019

Des 18 membres élus, 5 sont des femmes et des 7 membres nommés, 5 sont des femmes. Un total de 43 % des membres du conseil sont des femmes, en augmentation de 9 % par rapport au mandat précédent.

Rehausser l'influence

Un pourcentage plus élevé de dirigeantes permet de développer leur talent, de garantir leur leadership au conseil d'administration et d'accroître leur influence dans l'organisation. Pour y arriver, nous avons recours aux comités.

Le CMPA compte 19 comités. Chacun d'eux est doté d'une présidence et d'une vice-présidence. Les nominations à ces postes sont effectuées en tenant compte des objectifs de parité hommes-femmes, de diversité et de représentation des régions et des formats. Au total, 39 % de ces postes sont occupés par des femmes et nous cherchons à augmenter leur nombre.

En plus de nommer des femmes et des membres de groupes sous-représentés dans des postes de leadership aux comités, nous avons confié à ces derniers la responsabilité de nommer les membres qui les composent. Les nouveaux talents qui s'ajoutent aux comités rehaussent souvent la diversité des points de vue. Qui plus est, ces nouveaux membres développent une expertise et prennent de l'expérience qui améliorent le profil de leur candidature pour siéger au conseil d'administration.

4.0 Officialiser l'égalité

Nous tenons des élections pour former notre conseil d'administration tous les deux ans et nous continuerons d'employer tous les moyens à notre disposition pour atteindre nos objectifs de parité hommes-femmes et de diversité, notamment en réexaminant notre règlement. Par exemple, ce dernier limite le nombre de représentants pour certaines régions, ce qui limite notre accès aux candidates et aux membres issus de groupes sous-représentés.

Alors que nous cherchons à former un conseil d'administration et des comités plus représentatifs, nous allons veiller à favoriser l'équilibre hommes-femmes dans toute l'organisation. Certains conseils d'administration ou certains comités peuvent être composés de plus de femmes que d'hommes et vice-versa, mais au bout du compte, nous réunirons les personnes les plus talentueuses pour diriger la CMPA et le secteur de la production de contenu au Canada.

La CMPA n'a peut-être pas encore atteint ses objectifs de parité hommes-femmes et de diversité, mais nous avons fait des progrès significatifs. Il nous reste beaucoup de travail à faire, mais nous avons tiré des leçons qui nous aideront à accomplir le mandat du conseil d'administration selon lequel ses dirigeants doivent ressembler aux auditoires qui consomment le contenu que nous produisons.

Recommandations et observations

Leçons tirées du processus électoral pour former le conseil d'administration 2017-2019 de la CMPA :

- Il faut déployer tous les membres de la direction. Pour atteindre les objectifs de longue date en matière de parité hommes-femmes et de diversité, les organisations doivent y travailler de manière crédible et déterminée. Cela exige la participation concrète de toute la direction.
- Le recrutement est essentiel. Il faut proposer directement aux membres de poser leur candidature et énoncer clairement les objectifs de parité hommes-femmes et de diversité. Il s'agit d'un effort essentiel qui doit se faire sur une base continue.
- Il importe de développer le talent, car le recrutement ne suffit pas. Il est essentiel de bâtir un bassin de talent d'où les candidats pourront être sélectionnés.

Observations et recommandations pertinentes d'après l'étude de la CMPA sur la parité hommes-femmes :

Le Comité permanent du patrimoine canadien a demandé que les témoins fournissent des observations supplémentaires quant à quelques questions clés :

Quels obstacles empêchent les femmes d'être sélectionnées pour former les conseils d'administration ou pour assumer les principaux rôles créatifs?

- Les obstacles à l'avancement professionnel des femmes identifiés dans l'étude comprennent : manque de reconnaissance des réalisations, inégalité salariale, harcèlement, incapacité d'accéder aux postes de direction supérieurs aux niveaux intermédiaires, manque d'inclusion dans les réunions et les réseaux et la difficulté à accéder au capital.

Quelles mesures pouvons-nous prendre pour y remédier?

- Les facteurs aidant les femmes à surmonter ces obstacles comprennent le soutien du supérieur ou du mentor professionnel, les politiques ou les programmes de diversité et de parité hommes-femmes, les programmes de mentorat de l'industrie et les études supérieures. Bien sûr, le dur labeur et le talent constituent aussi des facteurs dominants.

Comment le gouvernement fédéral peut-il contribuer?

L'étude fournit de nombreuses recommandations valables pour aider les femmes et les gens issus de la diversité à progresser dans les postes de direction dans tout le système de création de contenu, mais les



recommandations suivantes sont sans doute les mieux adaptées au sujet étudié par votre comité :

- Une plus grande communication de l'information sur l'égalité des sexes et la diversité de la part des organismes publics de financement, des entreprises publiques et des diffuseurs réglementés pourrait aider à réduire le déséquilibre. La transparence et l'accès aux données ont en effet favorisé le changement dans d'autres pays.
- Le CRTC exige que les diffuseurs fassent rapport sur la diversité, mais il n'en est rien pour l'égalité hommes-femmes.
- Il serait pertinent d'inciter les entreprises qui reçoivent des fonds à présenter des rapports sur la diversité et l'inclusion et d'accorder des points supplémentaires dans les critères de sélection ou de financement aux organisations qui emploient des femmes ou des gens issus de la diversité dans des postes de direction clés.
- La création d'un site Web destiné aux femmes pourrait les aider trouver des renseignements sur les programmes et le financement, la promotion de manière générale, l'ouverture de postes aux conseils d'administration et la communication des données.
- Il faut soutenir ou favoriser les initiatives qui améliorent la garde des enfants et qui offrent des horaires flexibles et des congés de maternité et de paternité.

Conclusion

La Canadian Media Producers Association remercie la ministre Joly de son leadership sur cette question et le Comité permanent du patrimoine canadien de nous permettre de contribuer à cette conversation essentielle.

Nous voyons un avenir où le contenu canadien est inclusif, novateur et pertinent pour les auditoires de par le monde. Pour que les créateurs canadiens réalisent cette vision, le leadership doit lui aussi être inclusif et innover grâce à des points de vue nouveaux et variés. Nous savons que notre succès collectif dépend du travail que nous accomplissons ensemble pour garantir que nos créateurs et nos auditoires soient représentatifs les uns des autres. Il est prouvé que les entreprises qui comptent beaucoup de femmes dirigeantes sont plus profitables² Il s'agit et s'agira d'une fantastique occasion à saisir. Cette diversité nous permettra de mobiliser la prochaine génération. Grâce à nos efforts en ce sens, les jeunes d'aujourd'hui verront notre industrie comme le moyen indispensable et inclusif de lancer leur carrière et de diriger des entreprises.

Nous serons heureux et enthousiastes de travailler avec tous les partenaires de l'industrie pour concrétiser cette vision.

² Peterson Institute/EY, Marcus Noland, Tyler Moran, Barbara Kotschwar, [*Is Gender Diversity Profitable? Evidence from a Global Survey*](#), février 2016.

