

Notes pour une allocution de
Rémi Racine, président et chef de la direction
Pensée et mouvement artificiels inc. (A2M)

Chambre de commerce du Montréal métropolitain (CCMM)
Le jeudi 4 mai 2006, à 7 h 30
Au Delta centre-ville de Montréal

Mesdames et Messieurs,
Bon matin !

Il me fait extrêmement plaisir d'être parmi vous aujourd'hui. Malgré que mon propos soit sérieux, j'espère qu'il saura tout de même vous divertir...

J'aimerais donc aborder avec vous la question suivante :
Comment Montréal peut-elle consolider sa position de pôle de créativité ?

Les technologies de l'information et de la communication nous ont fait entrer dans une nouvelle ère. L'univers créatif s'est vu propulsé dans une autre dimension. De nouvelles formes d'expressions artistiques se sont développées mariant les médias traditionnels, comme le cinéma et la musique, à ce qu'il est maintenant convenu d'appeler les nouveaux médias.

Montréal s'est taillée une place de choix sur la scène internationale de l'industrie de la nouvelle économie. Pour assurer la croissance des industries présentant un coefficient de créativité élevé, il est souhaitable, voire impératif, que nous abandonnions nos vieux schèmes et nos idées préconçues.

Nous devons favoriser les conditions de succès qui permettront de maintenir et même d'améliorer notre position enviable sur la scène mondiale.

Les nouvelles industries dites culturelles évoluent dans le même univers et font face aux mêmes défis : ceux du financement et de la main-d'oeuvre. Bien que le marché soit mondial, elles doivent composer avec des règles et des conditions « locales » datant de l'ère prénumérique.

Pour mettre en lumière les conditions de succès recherchées et pour illustrer concrètement mon propos, permettez-moi d'aborder la question sous l'angle de mon expertise.

Question de vous garder réveillés,
jouons à « Vrai ou Faux ».

Voici une première question pour mettre tout le monde à niveau :

Vrai ou Faux ?

Le jeu vidéo est une industrie émergente.

S.V.P. Levez la main, ceux qui disent « Vrai » ?

C'est faux !

Bien qu'elle soit l'une des dernières-nées de la nouvelle économie du Québec, l'industrie mondiale du jeu vidéo est solidement ancrée et jouit actuellement d'une croissance soutenue.

En effet, le 1^{er} jeu vidéo est apparu aux États-Unis dans les années '70 (Rappelez-vous *Pong*). L'industrie, quant à elle, a vraiment pris naissance au Japon dans les années '80, puis a connu un essor fulgurant dans les années '90.

Actuellement, les quatre capitales mondiales du jeu vidéo sont Londres, Los Angeles, Tokyo et Montréal qui se situent à peu près au même niveau que Vancouver, San Francisco et Seattle.

Selon *Global Information*, les revenus mondiaux de l'industrie du jeu vidéo s'élevaient, en 2002, à plus de 30 milliards de dollars.

Du côté du Québec, l'industrie présente une croissance très rapide. Les plus récentes données de l'*Observatoire de la culture et des communications du Québec* évaluent les revenus totaux à près de 120 millions de dollars pour l'année 2003-2004.

En terme de création d'emplois, plus de 3 000 Québécois travaillent actuellement dans l'industrie du jeu vidéo.

Par exemple, A2M est passée de 55 employés en janvier 2001 à près de 250 en janvier 2006, ce qui en fait le 2^e employeur au Québec dans le domaine.

Pour vous situer, A2M a été fondée en 1992 et est le plus important développeur indépendant de jeux vidéo au Québec et se classe parmi les trois premiers en Amérique du Nord.

Nous nous spécialisons dans la conception et le développement de jeux destinés aux enfants de tous âges et ce, pour les principales consoles.

Nous nous sommes d'abord illustrés en créant des jeux avec Disney, Warner Brothers et Universal, ce qui nous a permis de nous bâtir une solide réputation auprès des principaux éditeurs. Nous comptons aussi parmi nos clients des noms aussi prestigieux que Vivendi, Midway, THQ et Electronic Arts.

Depuis 2004, nous créons également des jeux originaux, entièrement produits dans nos studios montréalais. Nous avons à notre actif plus de 30 titres à partir desquels nous avons créé plus de 90 jeux distribués sur le marché international.

Donc, l'industrie du jeu vidéo est une industrie bien établie, en forte croissance et structurante pour le Québec.

Passons maintenant à la deuxième question :

Vrai ou Faux ?

La grande majorité des jeux vidéo produits au Québec est destinée au marché mondial.

S.V.P. Levez la main, ceux qui disent « Vrai » ?

Eh bien vous avez raison.

Mettons tout d'abord en perspectives le marché du Québec par rapport aux grands marchés internationaux :

- Le Canada est 4 fois plus grand que le Québec ;
- L'Amérique du Nord est 45 fois plus grand que le Québec ;
- L'Europe est 50 fois plus grand que le Québec ;
- Le Japon est 15 fois plus grand que le Québec ;

Donc, considérant les sommes importantes consenties pour la production de jeux vidéos, le Québec ne peut garantir à lui seul un retour sur investissements...

L'industrie du jeu vidéo est une industrie qui évolue dans un marché mondial.

Ceci nous entraîne naturellement à la question des contenus des jeux vidéo. En effet, comme ils sont destinés à priori à un marché mondial, les contenus doivent nécessairement être de type UNIVERSEL.

Prenons un exemple très concret. Voici trois jeux vidéo en provenance de trois pays différents.

Quelqu'un, idéalement qui n'est pas de l'industrie, veut-il se prêter au jeu de deviner la provenance de ces trois jeux ?

Merci monsieur (madame) !

(La personne tente de deviner la provenance de chacun des jeux)

C'est ce que je veux dire par contenu universel.

Il est donc peu fréquent dans cette industrie de voir dans les contenus des références culturelles au sens classique du terme.

Les jeux japonais ne présentent pas nécessairement des personnages aux yeux bridés, mais sont par contre « reconnaissables » par une signature liée au savoir-faire.

Passons maintenant à la troisième question :

Vrai ou faux ?

L'industrie du jeu vidéo au Québec est hautement « subventionnée ».

S.V.P. Levez la main, ceux qui disent « Vrai » ?

Eh bien, vous n'avez pas tout à fait raison, ni tout à fait tort. La réponse doit ici être nuancée.

Au Canada et au Québec, le financement de l'industrie « numérique » repose principalement sur :

- 1- Les prêts à la production et
- 2- Les crédits d'impôt

Abordons tout d'abord la question des prêts à la production.

Il faut savoir que l'industrie « numérique » fait « officiellement » partie de l'industrie culturelle qui se qualifie pour les prêts à la production.

Or, ceux-ci sont régis par certaines règles. L'une d'entre elles concerne le contenu culturel « canadien ». Il semble que pour se qualifier, le contenu numérique doive refléter la culture canadienne au sens des us et coutumes.

Conséquemment, parce que ce critère ne peut être rencontré (réf. contenu universel), l'industrie « numérique » canadienne ne se qualifie pas pour les prêts à la production.

Qu'on me comprenne bien. Les médias plus traditionnels ont un rôle primordial à jouer au niveau de la promotion et de la survie de la « culture au sens propre d'un pays ».

Mais, à l'heure actuelle, bon nombre de pays ont déjà fait le pas d'accorder des prêts à la production à l'industrie « numérique », à la seule condition que les contenus soient développés au pays.

Le Canada aurait avantage à adapter les règles du jeu par rapport à celui qui se joue actuellement sur la scène mondiale.

L'industrie « numérique » contribue déjà au rayonnement du pays par son talent, son expertise, son savoir-faire et sa créativité au même titre que le Cirque du Soleil. Nous sommes bien au-delà de la promotion de l'image emblématique d'un pays, ce qui, à mon sens, est beaucoup plus porteur.

Donc, pour que l'industrie « numérique » canadienne se qualifie pour les prêts à la production, il faudrait ajuster les critères relatifs au « contenu canadien ».

Abordons maintenant la question des crédits d'impôt.

À cet effet, l'industrie « numérique » a pu bénéficier d'un soutien très satisfaisant du Gouvernement du Québec jusqu'à il y a près de trois ans, moment où il a décidé de réduire de 50 % à 37,5 % son soutien à la production multimédia. Pourquoi ? Ce n'est pas clair !

Ailleurs au Canada, le Manitoba et la Nouvelle-Écosse offrent des crédits de 45 % à 55 %. En Ontario, on parle de 30 % comme au Québec.

Mais, bien qu'ils représentent moins de 20 % des coûts de développement, ces crédits d'impôt revêtent une très grande importance ; c'est la bougie d'allumage qui a permis aux talents d'éclorre et à notre industrie de se développer.

Comment l'industrie « numérique » est-elle soutenue financièrement ailleurs dans le monde ?

De façon générale, elle est soutenue par des mesures fiscales très agressives, plus agressives que chez nous.

Cela étant dit, la concurrence mondiale est plus vive que jamais, si on considère en plus :

- 1- la question de notre avance qui se rétrécit, en terme d'expertise ;
- 2- la question des salaires qui sont en moyenne 5 fois moins élevés ailleurs ;
- 3- et la question de la hausse du dollar canadien qui actuellement nous désavantage à plusieurs points de vue.

Donc, une chose est certaine.

Notre industrie a besoin de façon incontournable de l'aide de l'État. Bien sûr, le soutien peut prendre différentes formes i.e. être ajusté par rapport au marché mondial dans lequel nous évoluons.

Parlons maintenant d'un autre enjeu important :
la main-d'oeuvre.

Quatrième question :

Vrai ou Faux ?

Le développement de jeux vidéo est seulement pour les *geeks*.

Avant de répondre, laissez-moi vous apporter un petit éclaircissement sur le concept de *geek*.

Pour votre information, un *geek* est une personne passionnée par un domaine. Le *computer geek* est un passionné d'informatique. L'ordinateur occupe une place centrale dans sa vie.

Donc, je répète :

Vrai ou Faux ?

Le développement de jeux vidéo est seulement pour les *geeks*.

Qui dit vrai ?

Bien sûr, il y a des *geeks* dans les jeux vidéo mais nous y retrouvons également des gens de beaucoup d'autres disciplines. Par exemple, chez A2M, les employés se répartissent comme suit :

Création : 19 %

Production artistique : 31 %

Production technique : 27 %

Production, corpo : 13 %

Technologie : 10 %

Et maintenant la question qui tue :

Vrai ou Faux ?

La main-d'oeuvre qualifiée au Québec est facilement accessible.

S.V.P. Levez la main, ceux qui disent « Vrai » ?

Vous auriez eu raison il y a quelques années...

Malheureusement, aujourd'hui la réalité n'est plus la même.

En effet, comme les autres capitales du jeu vidéo, Montréal subit une pénurie de main-d'oeuvre. Nous manquons aussi bien de programmeurs que de créatifs.

Traitons d'abord du cas de la main-d'oeuvre « technique ».

Pour expliquer la pénurie de programmeurs, il faut se rappeler le « crash » technologique de l'an 2000 et savoir que depuis, les cours d'informatique ont été désertés.

À cette pénurie de main-d'oeuvre technique, s'ajoute une utilisation non optimale des ressources du marché.

En plus de se faire rare, l'expertise technique se retrouve dispersée aux quatre coins de la province même si le pôle technologique se concentre essentiellement à Montréal et à Québec.

Les besoins en formation sont criants, notamment pour former de façon continue la main-d'oeuvre existante.

À cet effet, A2M vient d'annoncer un investissement de 3,2 M\$ en formation sur deux ans dont 807 000 \$ proviennent du Gouvernement du Québec.

Bien qu'elles soient financées à 100 % par l'état, les institutions d'enseignement jouissent d'une autonomie complète. Voilà pourquoi au cours des dernières années, de nouveaux programmes de formation sont apparus un peu partout sans qu'il y ait vraiment eu de concertation.

On ne peut douter de la bonne foi des institutions d'enseignement, mais l'effet global en est un de dilution de l'expertise déjà rare.

J'aimerais amener un dernier point concernant la formation universitaire. Au Québec, il n'existe actuellement aucun programme de formation de 2^e et 3^e cycle en « arts numériques ». À cet effet, nous accusons un retard par rapport aux États-Unis et à l'Europe. Un autre défi qu'il nous faudra relever !

Donc, il faut arrimer les programmes de formation avec les besoins de l'industrie de façon à ne pas diluer nos ressources rares.

Passons maintenant au cas des créatifs.

Cinquième question pour vous :

Vrai ou faux ?

Les « créatifs » de jeux vidéo ne se nourrissent que de jeux vidéo.

Faux !

Tout d'abord, les créatifs de jeux vidéo ne sont pas nécessairement des joueurs. En fait, au départ, très peu connaissent les jeux vidéos. Ils proviennent de différentes disciplines artistiques et de milieux très diversifiés tels que : la bédé, les dessins animés, le multimédia, la publicité, la télévision ou le cinéma.

Or, l'industrie du jeu vidéo au Québec manque de créatifs, en partie parce qu'elle est mal connue.

Dans les faits, bien que la création de jeux vidéo requiert les mêmes talents (animateur, illustrateur, musicien...) et exige de respecter le même processus de création (synopsis, scénario, script...) que tout autre démarche artistique, elle n'est pas reconnue comme telle et se prive ainsi d'artistes d'ici.

Donc, il y aurait lieu d'encourager, voire de stimuler, la synergie au sein même de l'industrie culturelle. Tout le monde y gagnerait !

La main-d'oeuvre est une denrée suffisamment rare pour que nous soyons obligés de recruter à l'international.

Malheureusement, là aussi nous nous butons à des difficultés majeures. Il est très difficile de faire entrer un « expert créatif » au pays. Pourtant, plusieurs mesures notamment fiscales favorisent la venue d'experts scientifiques. Je sais de quoi je parle. Chez A2M, 8 de nos 10 créatifs de très haut niveau viennent de l'étranger !

Donc, il serait peut-être temps d'ajuster nos règles là aussi pour faciliter, par des mesures appropriées, la venue d'experts créatifs étrangers.

Récapitulons en revenant à notre question de départ.

Pour assurer la croissance soutenue des industries présentant un coefficient de créativité élevé, il est souhaitable, voire impératif, que nous abandonnions nos vieux schèmes et nos idées préconçues.

Nous devons favoriser les conditions de succès qui permettront de maintenir et même d'améliorer notre position enviable sur la scène mondiale.

Quelles sont donc ces conditions de succès ?

Tout d'abord, il faut être assuré du précieux soutien de l'État, avec un ajustement des règles s'harmonisant avec les conditions prévalant sur le marché mondial.

Deuxièmement, il faut arrimer les programmes de formation avec les besoins de l'industrie de façon à ne pas diluer nos ressources rares.

Troisièmement, il faut stimuler la synergie entre les différents acteurs de l'industrie culturelle.

Quatrièmement, il faut faciliter par des mesures appropriées la venue d'experts créatifs étrangers.

J'aimerais conclure ma présentation par un vote de confiance à Montréal comme pôle de créativité mondial par excellence.

Montréal c'est :

- Une masse critique d'experts pour la formation
- Une masse critique de main-d'oeuvre
- Une masse critique d'entreprises de la nouvelle économie
- Des coûts de production concurrentiels
- Un coût de la vie raisonnable
- Une vie culturelle riche et animée

**MONTRÉAL, C'EST UN PÔLE DE CRÉATIVITÉ RECONNU ET ENVIÉ
MONDIALEMENT. ELLE DOIT LE DEMEURER !**

MERCI ET BONNE JOURNÉE !