

Sommet du jeu de Montréal

Allocution de Charles Bélanger
Président de Téléfilm Canada

Le mercredi 3 novembre 2004

Bonjour, Mesdames et Messieurs

Je tiens tout d'abord à remercier chaleureusement l'Alliance NumériQC de m'avoir invité à ce Sommet du jeu de Montréal, qui illustre à quel point nous vivons dans un monde qui s'invente chaque jour.

Un monde où nous, les Canadiens, les Québécois et les Montréalais, jouons un rôle non négligeable. J'ai appris récemment avec grand plaisir que le magazine Wired place Montréal parmi les quatre meilleurs endroits où se développent des jeux vidéos sur la planète. Ce Sommet se tient dans la bonne ville, au bon moment !

Vous aborderez toutes sortes de questions essentielles au cours de ces deux journées bien remplies : la théorie du jeu, la pratique, la création, la distribution, la gestion, le développement de produits, les nouveaux langages, les effets cinématiques, etc. Il est rare que l'on voit réunis ensemble des penseurs, des administrateurs, des praticiens et des artisans et je salue cette réalisation exceptionnelle.

Que vient donc faire Téléfilm Canada dans ce bateau qui vogue allègrement sur la mer parfois houleuse de ces nouvelles technologies destinées à enrichir nos vies et notre culture?

Notre engagement

Notre engagement dans le financement des productions numériques interactives coïncide avec l'explosion des choix en matière de médias et avec l'importance grandissante de l'Internet. Téléfilm administre le Fonds des nouveaux médias du Canada, l'un des fonds créés dans le but de permettre la réalisation des objectifs de Culture canadienne en ligne, une initiative du ministère du Patrimoine canadien. Le Fonds est doté d'un comité consultatif formé de praticiens des nouveaux médias. Téléfilm travaille à la fois avec le ministère et l'industrie pour s'assurer que le Fonds réponde vraiment aux besoins de ses clients.

Téléfilm se veut un **partenaire** de votre aventure, au pays comme à l'étranger, du prototype aux marchés internationaux. La Société est un investisseur culturel en cinéma, télévision, nouveaux médias et musique. Notre objectif principal est **d'augmenter les auditoires, les consommateurs, les utilisateurs** des produits culturels canadiens d'aujourd'hui et de demain. Nous pensons que les créations

canadiennes, y compris les produits nouveaux médias, doivent avoir le maximum d'impact possible, ici et sur la scène internationale.

Téléfilm s'est vu confier son premier fonds pour le multimédia – c'était le mot à l'époque – en 1997. Le moins qu'on puisse dire c'est que l'organisme, après plus de 30 ans dans les eaux culturelles du film et de la télévision, s'aventurait là en terra incognita. Mais nous avons fait nos classes, nous avons évolué en même temps que l'industrie, en essayant, comme elle, de voir toujours un peu plus loin.

Grâce aux nouveaux médias, nous rejoignons une nouvelle clientèle : celle des jeunes « branchés » qui se tournent de plus en plus vers l'ordinateur pour apprendre, partager et se divertir. Avec eux, nous sommes tombés dans la marmite de l'innovation et de l'expérimentation interactive !

Nous avons compris que les nouvelles technologies interactives vont influencer la culture de l'avenir. Elles vont avoir un impact certain sur la façon dont on pense et dont on livre les produits de divertissement.

C'est pour cette raison que Téléfilm mise beaucoup sur son partenariat avec les entreprises et les créateurs des nouveaux médias. Mais nous savons que vous oeuvrez dans un monde en constante évolution, où la performance se mesure à l'échelle mondiale.

Les défis et les réalisations

Les défis sont d'abord financiers. Parce que les producteurs de votre secteur prennent des risques considérables comparativement aux autres secteurs de production culturelle, et que les modèles concernant les revenus constituent encore un défi, le comité consultatif national sur la culture canadienne en ligne a recommandé que le ministère du Patrimoine canadien considère comme une priorité l'augmentation de la création de contenus originaux et ce, en augmentant le niveau de financement disponible pour l'industrie. Téléfilm appuie cette recommandation et travaille avec le ministère et l'industrie de manière à en faire une réalité.

À l'échelle nationale, le budget actuel du Fonds des nouveaux médias du Canada nous permet d'appuyer une quarantaine d'entreprises chaque année, principalement des PME. Nous voulons plus de ressources financières parce que les projets que nous recevons – et surtout les projets de jeux -- sont de plus en plus ambitieux et exigent des mises de fonds importantes. Nous aimerions hausser notre contribution aux projets, ce qui encouragerait certainement les entreprises.

Téléfilm agit comme un partenaire financier, mais aussi comme un partenaire d'affaires, qui accompagne ses clients tout au long du processus des projets, du prototype aux marchés internationaux. Nous sommes des investisseurs culturels, pas une banque, et nos clients apprécient nos services- conseils qu'ils considèrent comme une plus-value. Nous avons des équipes d'analystes expérimentés, issus du milieu et qui sont à l'écoute du milieu. Nos programmes évoluent et sont adaptés aux besoins de nos clients.

Nous intervenons à plusieurs niveaux : la création de prototypes, la production, la recherche de marché, la distribution et des initiatives comme ce Sommet du jeu de Montréal qui contribuent à l'amélioration des pratiques créatives et professionnelles du secteur du jeu.

Sur le **plan international**, Téléfilm organise le Pavillon du Canada au E3, à Los Angeles. Le Pavillon accueille chaque année plus de 20 entreprises canadiennes qui y vendent leurs produits et s'y font un réseau de contact précieux. Il y a à Téléfilm des experts en marchés internationaux qui font merveille. Les entreprises canadiennes – et pas uniquement celles que Téléfilm appuie --, y trouvent une possibilité unique d'exposer leurs produits à moindre coût pendant le plus grand événement au monde dans le secteur des jeux.

Les jeux canadiens sont de grands vendeurs sur le plan international. Le leadership du Canada, est appelé à jouer un rôle de plus en plus actif dans le positionnement du pays sur l'échiquier mondial.

Si l'augmentation des auditoires est importante, **développer le potentiel** de votre industrie l'est tout autant. Téléfilm vise à réduire le fardeau financier des entreprises, notamment en simplifiant ses processus, en encourageant la diversité des sources de financement et en faisant la promotion de stratégies internationales de développement. Nous croyons aussi à la nécessité d'une formation de pointe dans cette nouvelle société du savoir. Nous cherchons à identifier les points forts et les lacunes de la formation au pays, afin d'élaborer un plan de formation sur plusieurs années. Les professionnels et les entreprises des nouveaux médias ne sont pas oubliés.

Je vous souhaite deux journées fructueuses durant ce Sommet du jeu de Montréal. Je formule aussi le souhait que cet événement s'installe de façon durable; qu'il grandisse et qu'il soit le reflet du dynamisme de l'industrie du jeu canadienne