
Forum 3.0 de l'industrie des médias interactifs

Rapport des groupes de discussion: Compte rendu par région

Préparé par

Harold Gendron, Consultant – Recherche et veille en médias interactifs

et

Jean-Pierre Faucher, Consultant – jeux vidéo et médias interactifs

Juillet 2008



TABLE DES MATIÈRES

1. SESSION À TORONTO (26 MARS 2008)	3
1.1 ACCÈS AU FINANCEMENT	3
1.2 ACCÈS À DES RESSOURCES QUALIFIÉES	4
1.3 INNOVATION, R&D ET PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE	5
2. SESSION À MONTREAL (9 AVRIL 2008)	7
2.1 ACCÈS AU FINANCEMENT	7
2.2 ACCÈS À DES RESSOURCES QUALIFIÉES	8
2.3 INNOVATION, R&D ET PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE	9
3. SESSION À VANCOUVER (22 AVRIL 2008)	11
3.1 ACCÈS AU FINANCEMENT	11
3.2 ACCÈS À DES RESSOURCES QUALIFIÉES	12
3.3 INNOVATION, R&D ET PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE	13
4. SESSION À SASKATOON (13 MAI 2008)	14
4.1 ACCÈS AU FINANCEMENT	14
4.2 ACCÈS À DES RESSOURCES QUALIFIÉES	15
4.3 INNOVATION, R&D ET PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE	16
5. SESSION À CHARLOTTETOWN (22 MAI 2008)	17
5.1 ACCÈS AU FINANCEMENT	17
5.2 ACCÈS À DES RESSOURCES QUALIFIÉES	18
5.3 INNOVATION, R&D ET PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE	19

1. SESSION À TORONTO (26 MARS 2008)

1.1 Accès au financement

Perception de la situation actuelle

- Financement insuffisant et essentiellement au niveau fédéral. Pas de crédits d'impôts fédéraux comme dans les secteurs du cinéma et de la télévision.
- Les aides sont plus qualitatives et subjectives en médias interactifs et plus neutres pour les autres secteurs.
- Les autres secteurs ont plus de fonds et les structures de financement sont plus faciles à monter. Besoin de ressources pour faire des produits qui ont un impact. Les projets sont modestes car les budgets sont modestes. Pourquoi l'argent mis dans une émission de télévision ne serait pas aussi donné pour un jeu ? Le seul moyen de faire face à la concurrence étrangère, c'est d'avoir accès à des fonds.
- Avec la migration des audiences, on doit également rééquilibrer le financement dans le même sens.
- Veut-on que l'industrie des médias interactifs en devienne une de services au même titre que dans l'industrie de l'automobile?
- Le temps d'accès au financement est capital. Plus rapidement on l'obtient, plus vite on est sur le marché. S'il faut attendre une approbation pour avancer, on va manquer des opportunités.
- Le financement vise-t-il des objectifs culturels (propriété intellectuelle - PI ou contenu canadien) ou industriels (créer des entreprises plus d'emplois et de revenus)? Il faut revoir le Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC) en conséquence.
- Comment mesurer le succès? Par le nombre d'emplois, les revenus ou par la taille des audiences? On peut connaître un succès d'audience sans en avoir un au niveau des revenus.
- Le défi de la propriété canadienne : il n'y a pas de raisons pour amener l'industrie médias interactifs à adopté le même modèle que les autres industries.
- Un seul modèle de financement dans l'industrie du jeu. Les éditeurs ont la mainmise sur tout. On ne favorise pas ce modèle car les éditeurs font leur argent en proposant des ententes peu favorables aux développeurs.
- Les éditeurs investissent dans des projets ; les capital-risqueurs (« venture capitalists » - VC) dans des entreprises.
- Les exigences sont plus fortes du côté des médias interactifs. On scrute plus les projets nouveaux médias (NM) que les autres projets. On travaille plus fort pour moins d'argent en médias interactifs qu'en télévision.
- Le fonctionnement par projet représente un défi pour embaucher des talents et les retenir.
- Au Canada, il y a une aversion au risque. Besoin d'investisseurs qui vont investir dans des projets et qui sont prêts à attendre 3 à 5 ans avant de faire des profits.
- Lever du financement du secteur privé est très difficile. Plus facile d'avoir des fonds aux É-U qu'au Canada. Les VC préfèrent investir dans les technologies ou des compagnies.
- Certains préférèrent obtenir des prêts auprès des banques car il y a moins de paperasse que pour les fonds publics.
- Les investisseurs sont très exigeants pour l'argent qu'ils mettent dans les projets. Ils veulent prendre le contrôle. Ils veulent un retour sur leurs investissements et contrôler la compagnie.
- Les fournisseurs d'Accès Internet (FAI) et les opérateurs de mobile devraient contribuer à un fonds par voie de réglementation au même titre que les diffuseurs en télé. Les opérateurs discutent avec des fournisseurs de contenus

	<p>américains. Quel est notre retour sur nos investissements en culture?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Appui à la commercialisation des projets est très important.
Opportunités, défis et souhaits	<p>Opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> • La distribution en ligne va permettre de contourner les éditeurs. <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avoir des audiences pour le contenu canadien dans un contexte de prolifération des contenus surtout si on veut que le contenu canadien trouve sa place au niveau international. • Obtenir le financement nécessaire; les projets sont de plus en plus importants et chers. • Comment trouver le bon mixe en multiplateforme? <p>Souhaits</p> <ul style="list-style-type: none"> • Davantage de fonds et d'abris fiscaux pour attirer les investissements. • Des fonds pour les salaires pour être en mesure de garder nos employés. • Accroître le % de frais généraux dans le calcul des dépenses. • Accroître la part de financement de Téléfilm Canada de 50% à 75% dans les projets. • De l'argent pour des projets communautaires et les soutenir. • Que les radiodiffuseurs mettent davantage d'argent dans des projets. • Que le Fonds canadien de télévision reconnaisse l'importance des contenus interactifs. • Moins de restrictions pour permettre aux compagnies d'être plus créatives. • Un fonds des médias où l'attribution se ferait non pas par secteurs, mais selon la qualité des projets. • Coordonner les deux fonds : celui de la Société de développement des médias de l'Ontario et le FNMC. • Un meilleur équilibre entre les fonds médias et nouveaux médias.

1.2 Accès à des ressources qualifiées

Perception de la situation actuelle	<ul style="list-style-type: none"> • Les collègues et les universités font bien leur travail. Les attentes des entreprises envers les jeunes diplômés universitaires sont cependant trop élevées. Il faut s'attendre à les former, ce qui exige beaucoup de temps des employés seniors. • Le jeu vidéo n'est pas encore reconnu au niveau universitaire. Il n'y a pas encore de programmes de formation spécifiques. On commence à peine à développer des choses à ce niveau. • Problème au niveau de l'embauche des employés intermédiaires ou plus expérimentés. Les jeunes sont relativement mobiles et l'industrie du jeu est mondiale. • Manque de compétences en marketing et en gestion dans l'industrie. • Les petites et moyennes entreprises (PME) subissent d'importantes pressions salariales de la part des multinationales (ex. : Ubisoft compte sur des crédits d'impôts pour offrir des conditions salariales plus avantageuses). Elles viennent même recruter la plupart des diplômés à la porte des écoles. • Les lois du travail et de l'immigration sont dépassées; très difficile de recruter des talents étrangers car ils ne correspondent pas aux catégories utilisées. • L'externalisation est une option, mais pas pour toutes les PME. Il y en a qui préfère faire appel à d'autres entreprises canadiennes en raison de leur haut niveau de compétences. Des incitatifs devraient être mis de l'avant par le gouvernement pour les PME qui externalisent au Canada.
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Il manque un outil essentiel pour favoriser l'externalisation au Canada : une base de données nationale sur les entreprises canadiennes. • Des PME tirent des bénéfices d'un bon équilibre hommes/femmes et multiculturel. Elles développent une plus grande diversité de produits. • L'industrie canadienne ne dispose pas encore d'une classification et d'une description adéquate des différents emplois. La classification actuelle (Système de classification des industries de l'Amérique du Nord sous l'ALÉNA) n'est pas faite pour les industries en émergence et elle ne sera revue qu'en 2012. Cela a des impacts économiques et administratifs. • On utilise de plus en plus Internet (blogs, etc.) pour recruter du personnel qualifié. Les annonces dans les journaux sont délaissées car ces moyens coûtent cher pour ce qu'elles donnent. • Il y a des disparités entre les régions canadiennes; certaines d'entre elles peuvent recevoir des subventions de ministères fédéraux voués au développement économique (Diversification de l'économie de l'ouest Canada - DEOC, Développement économique du Canada pour les régions du Québec - DEC, Agence de promotion économique du Canada Atlantique - APECA). Les PME ontariennes sont donc en concurrence avec des entreprises qui reçoivent de l'aide.
Opportunités, défis et souhaits	<p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avoir plus de femmes dans le secteur du jeu, notamment en création. • Rétention du personnel d'un projet à l'autre. • Soutenir les entreprises qui externalisent une partie de leurs activités au Canada car elles aident à créer des entreprises canadiennes et à conserver l'expertise ici. <p>Souhaits</p> <ul style="list-style-type: none"> • Base de données sur les PME canadiennes. • Reconnaissance universitaire du secteur du jeu; programmes de formation. • Reconnaître les efforts que les entreprises font pour former à l'interne leur personnel et les amener à un niveau supérieur d'expertises.

1.3 Innovation, R&D et propriété intellectuelle

Perception de la situation actuelle	<ul style="list-style-type: none"> • Beaucoup d'efforts pour garder la PI. Contrôler et exploiter une PI demande des investissements importants. • Appropriation de la PI par les éditeurs dans le secteur du jeu console. Éditeurs dans le secteur du jeu au Canada font partie de multinationales. • Une PI ne vaut rien si on ne peut pas l'exploiter. • Les crédits d'impôts (R&D) au niveau provincial sont très utilisés. • Posséder une PI pour des engins de jeu ou du middleware n'a pas d'effet sur les capacités de création. • Développement technologique : pour usage interne et se donner un avantage compétitif. • Créer des marques fortes=innovation. L'Office National du Film (ONF) et la Société Radio-Canada ont grandement aidé en cinéma et télévision. • Choix : être une succursale de multinationales ou une industrie à part entière avec des PI. • Bonne collaboration entre les entreprises et les universités, même si récente. • Une situation unique où les dimensions technologique (Recherche scientifique et développement expérimental – Programme d'encouragement fiscaux - RS&DE) et le contenu (PI) cohabitent. • Le crédit d'impôt RS&DE est un des meilleurs moyens pour aller chercher de
--	---

	<p>l'argent.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les crédits RS&DE mieux que ceux pour les médias. • Pour développer de la technologie, cela prend du capital. • Concertation gouvernementale améliorée (culture, développement économique et finance). • Éducation à faire au niveau gouvernemental et financier. • Posséder la PI n'est pas une nécessité pour tous.
<p>Opportunités, défis et souhaits</p>	<p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Faire travailler universités et industries bien que cela semble bien fonctionner à Toronto. • Créer de la propriété intellectuelle rend nos entreprises intéressantes pour les acquisitions. • Identifier les points communs et de travailler pour trouver des solutions. • Créer un éditeur artificiel pour les entreprises canadiennes et pour conserver la PI; investissement important. • Éducation à faire du secteur financier. <p>Souhaits</p> <ul style="list-style-type: none"> • Étendre le crédit à la création. • Un projet de développement multiplateforme pour diverses compagnies pour faire des économies d'échelle.

2. SESSION À MONTREAL (9 AVRIL 2008)

2.1 Accès au financement

Perception de la situation actuelle

- Disproportion entre les fonds pour les médias interactifs et ceux pour la télévision et le cinéma.
- Pas de programmes pour soutenir le démarrage d'entreprises en contenu. Le FNMC, les fonds de Bell et Quebecor ont joué un rôle important à cet égard.
- Le financement du contenu francophone est problématique; pas assez d'économie d'échelle.
- Dans l'industrie du jeu pour console, l'éditeur exerce un grand contrôle; il a l'argent et le réseau de distribution.
- La plupart des PME tirent des revenus des activités de service. Ils servent à financer le développement et la production de contenu original.
- L'accès au capital de risque est très difficile. Les banques n'investissent pas dans les médias interactifs.
- L'industrie des médias interactifs repose sur l'emploi de salariés et non de pigistes. Fonds de roulement nécessaire pour assurer le fonctionnement de l'entreprise dans l'attente de revenus de la vente de leur produit qui arrivent 18 mois après son lancement.
- Le fonctionnement par projet handicape les entreprises de production de contenus Web. C'est un carcan dont elles aimeraient se défaire. La plupart du temps, les projets sont en mode continu. Difficile de retenir les talents dans un modèle de fonctionnement par projet.
- Les programmes de soutien sont calqués sur ceux du cinéma et de la télévision. Ils ne reflètent pas les caractéristiques et les réalités des nouveaux médias.
- Monter une structure financière pour une production de convergence est trop long. Le projet finit par perdre son intérêt.
- Les structures de financement ne favorisent pas le réinvestissement. Le système de financement est encore beaucoup pensé en termes de production alors que la réalité des nouveaux médias est basée sur un mode d'exploitation.
- Le manque de financement oblige les entreprises à ne pas prendre de risques et à miser sur des projets qui ont le plus de chances de réussir.
- Plusieurs projets Web (*Têtes à claques*, *33mag*, etc.), qui ont démarré sans aides institutionnelles, ne cadrent pas dans les programmes actuels de financement. Ils ont besoin d'aide pour solidifier leur structure, garder la propriété intellectuelle à l'intérieur du pays et l'exploiter à l'échelle internationale.
- Revoir les définitions de « nouveau média » et « d'interactivité » en tenant compte des nouveaux modes de production et d'exploitation multiplateforme. De nouveaux produits ont les caractéristiques d'un produit nouveau média sans être entièrement définis par l'interactivité.
- Les FAI perçoivent des revenus d'abonnement sans en remettre une partie pour soutenir la production de contenu.
- Mettre plus d'emphasis sur la performance économique des projets. Les programmes sont encore trop centrés sur la production et pas encore assez sur l'exploitation. Il faut penser « exportation » dès le départ car le Web est foncièrement international. Ils doivent aussi faire une place aux préoccupations des régions et des communautés francophones hors Québec.
- L'écosystème des médias interactifs (politique, financement, lobby, etc.) est moins bien développé que celui de la télévision ou du cinéma. Il y a un manque de concertation nationale.
- Les radiodiffuseurs exercent une influence démesurée sur le déclenchement et

	<p>sur le financement de projets nouveaux médias. Ils investissent peu, mais veulent la moitié des revenus.</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'absence de la Société de Développement des Entreprises Culturelles (SODEC) dans l'industrie des médias interactifs rend le Québec moins stratégique. Il y a un vacuum. Réflexion importante à faire.
Opportunités, défis et souhaits	<p>Opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> • La distribution en ligne. <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'industrie doit porter attention aux revenus potentiels de la publicité. • Parité du dollar Canadien et du dollar Américain. <p>Souhaits</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fonds pour le démarrage. • Meilleur équilibre entre les fonds médias et nouveaux médias. • Téléfilm Canada devrait envisager les projets comme un processus s'étalant sur une période allant de 18 mois à 3 ans. • Il faudrait créer soit différents fonds pour l'industrie des médias interactifs soit regrouper tous les fonds médias et financer les meilleurs projets. • Revoir les définitions utilisées et les paramètres des programmes. • Processus de demande simplifié.

2.2 Accès à des ressources qualifiées

Perception de la situation actuelle	<ul style="list-style-type: none"> • Problème le plus urgent et le plus difficile à résoudre. • La pénurie de main-d'œuvre qualifiée freine la croissance des entreprises. Celles-ci doivent refuser des contrats. • Cette pénurie incite les PME à garder leurs employés, mais le fonctionnement par projet les amène à faire preuve de prudence sur ce plan. • Des PME prennent le risque d'embaucher des personnes à l'avance afin de s'assurer d'avoir le personnel nécessaire pour réaliser des projets lorsque ceux-ci seront acceptés ou signés. • Les PME ne peuvent se permettre de perdre des ressources. Leur départ se traduit par une fuite de connaissances industrielles et par une perte des investissements dans la formation des employés. • Plusieurs PME externalisent la phase de production et concentrent leurs énergies sur le développement de produits et leur commercialisation. • L'externalisation (« outsourcing ») nécessite souvent des ajustements surtout lorsqu'on va à l'étranger où les méthodes et la qualité du travail ne correspondent pas aux standards d'ici. • Pénurie également de gestionnaires intermédiaires. • Les formations offertes actuellement dans les collèges et les universités sont trop générales et ne répondent pas aux besoins. Les collèges et les universités ne semblent pas comprendre les besoins des PME. • Les employés expérimentés consacrent beaucoup de leur temps à faire du mentorat et du « coaching » des employés. • La formation offerte dans les écoles et les universités s'adresse surtout à l'industrie du jeu. • Les PME ne peuvent rivaliser avec les conditions offertes dans le secteur du jeu. Celui-ci draine les talents. • Les PME recherchent des individus polyvalents et capables de travailler dans une équipe multidisciplinaire. • Pour favoriser l'emploi, le secteur du jeu s'est pris en main et s'est doté
--	--

	<p>d'outils d'information et de promotion (macarriereenje.com). Des entreprises ont contacté les institutions d'enseignement pour les aider à développer des programmes adéquats.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Peu de PME utilisent le programme d'Emploi-Québec pour embaucher du personnel; lourdeur et lenteur. Programme fait pour les grandes entreprises. • La pratique des stages n'est pas très répandue en raison de la durée trop courte des stages et du manque de qualification des candidats. À souligner, l'initiative du Fonds Bell qui a développé un programme pour financer une dizaine de stages. • Le démarchage conventionnel d'employés ne donne pas les résultats escomptés; il faut développer de nouvelles approches, notamment avec la génération Y.
Opportunités, défis et souhaits	<p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rétention du personnel. • Recrutement. • L'industrie veut se mobiliser et faire valoir ses besoins auprès du gouvernement et des institutions d'enseignement et de formation. <p>Souhaits</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programmes de formation adaptés.

2.3 Innovation, R&D et propriété intellectuelle

Perception de la situation actuelle	<ul style="list-style-type: none"> • Les crédits R&D; utiles, généreux et simples à obtenir; ont favorisé le développement de PME. Des PME n'ont pas accès aux crédits R&D pour la création du contenu; pas de volet technologique. • La R&D; un processus long, risqué (18 à 36 mois) et coûteux où le droit à l'erreur n'est pas encore accepté. Développer une PI, c'est important. Un succès peut être très profitable. • Le financement de l'innovation ne doit pas être assumé seulement par les entreprises. • Plus difficile de détenir une PI dans le secteur du jeu pour console que dans celui du Web. • Peu de contrôle de la PI par les producteurs indépendants de jeu pour console; mainmise de l'éditeur. • Situation variable au sein d'un même secteur (ex. : « casual gaming » vs jeux multijoueurs en ligne vs jeu pour console). • La PI, une notion difficile à définir dans un contexte de Web 2.0 et « open source ». • Les PME n'ont pas le financement nécessaire pour prendre de risques. Personne n'a les moyens de développer 5 ou 10 PI de front pour obtenir au moins un succès. • Pas de soutien pour passer à l'étape suivante (déploiement et exploitation du projet). • Pas de VC (venture capitalist) significatifs dans l'industrie. • Les revenus tirés du service financent la création d'une PI. • Compléter des demandes de financement sans savoir si elles vont être acceptées = perte d'argent et de temps. • Plus facile de conserver la PI sur la technologie que sur le contenu; peu de valeur à tirer de la technologie. • Téléfilm Canada est limitée dans le nombre d'idées et de projets qu'elle peut soutenir. • Tenir compte des intérêts culturels et communautaires des régions.
--	--

Opportunités, défis et souhaits	<p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> • La mise en marché : un incontournable. • Devenir éditeur exige des investissements importants. • Place et rôle de l'éditeur en jeu pour console. <p>Souhaits</p> <ul style="list-style-type: none"> • Créer des fonds sectoriels. • Avoir un seul fond pour tous les genres de contenus (cinéma, télé, médias interactifs). • Soutenir l'expérimentation et le montage de plans d'affaires. • Avoir un équivalent R&D pour le développement de contenu ou d'idées. • Des critères et des outils adaptés à chacun des secteurs. • Assouplir les règles de dépôt, notamment pour les PME qui ont fait leur preuve. • Accroître la taille de l'enveloppe par projet. • Soutenir les projets émergents nés sans l'aide publique. • Reconnaître la durée d'un projet (2 à 3 ans). • Un Grand concours du jeu vidéo Canadian pour le secteur du web. • Appuyer davantage les productions pour enfants (interdiction de publicité).
--	--

3. SESSION À VANCOUVER (22 AVRIL 2008)

3.1 Accès au financement

Perception de la situation actuelle

- Manque de financement pour permettre le démarrage d'entreprises. Moins de fonds privés disponibles qu'au sud de la frontière (Valley); Téléfilm Canada pourrait jouer un rôle aux premières étapes.
- VC n'existe pas pour le Web 2.0. Pour les « start up » en web, pas de fonds. Un nouveau regroupement a été créé en vue d'aider les entreprises du web 2.0 à accéder à la première ronde de financement.
- Vancouver est principalement une place pour du service (« work for hire »).
- Défi : Pas facile d'avoir des investisseurs privés. Peu d'histoires à succès à leur montrer et quand il y en a, les entreprises ont été achetées par des Américains (*Flickr* et *Club Penguin*). Ces derniers devraient plutôt venir s'installer au Canada.
- Le besoin de se doter d'une image de marque et de promouvoir l'industrie et ses succès devraient aider les PME à éduquer les investisseurs potentiels.
- Il faut trouver les moyens de garder nos histoires à succès au Canada, d'en garder la propriété si nous voulons bâtir une industrie durable.
- L'argent c'est une chose ; il faut aussi des objectifs (ex : construire une économie durable). Est-ce que la Exportation et développement Canada ou la Banque de développement du Canada peuvent jouer un rôle à ce sujet? Peut-on créer un réseau d'anges investisseurs?
- Il faudrait encourager les PME des différents secteurs à collaborer ex. : une entreprise d'animation accepte qu'une entreprise de jeu développe un jeu à partir d'une partie de ses propriétés.
- La plupart des investisseurs veulent avoir un prototype avant de décider.
- Harmonisation des crédits d'impôt et les autres sources de financement disponibles. Mettre ensemble les fonds avec des « boot camp » ou laboratoire.
- Créer un groupe gouvernemental pour garantir les prêts.
- Aux premières étapes : fonds gouvernementaux (voir «BC Innovation Council»).
- L'accès aux crédits R&D est facile et le FNMC aide à amener le produit sur le marché. Il serait utile que les PME aient un répertoire des fonds et des crédits existants. Il faudrait également qu'elles travaillent davantage avec les associations d'affaires pour obtenir les bons contacts et tisser des liens.
- Il devrait y avoir moins de compétition entre les entreprises canadiennes; plus de partenariats entre elles serait souhaitable.
- Peu d'éditeurs canadiens. Les profits sur les PI développées s'en vont vers les Etats-Unis dans 9 cas sur 10.
- Les secteurs de l'animation et de la mobilité cherchent encore des façons de monétiser leurs modèles d'affaires. Actuellement en mobilité, les droits de licence sont trop faibles pour développer quelque chose de rentable. (litige avec les fournisseurs qui chargent trop cher pour le transport de données). Pourtant, le potentiel est là.
- Pas d'entreprises de distribution au Canada, ce qui limite la croissance des PME.
- Difficile de garder les profits au Canada. Il y a une mentalité d'entreprises de service.
- Patrimoine canadien n'est pas aussi présent et proactif que Téléfilm Canada.
- Les fonds ne savent pas quoi faire avec les éditeurs.
- Problématique : Amener la PI et la transférer aux diverses plateformes.
- Le financement par projet dans le secteur de l'animation est difficile en vue de garder la PI.

Opportunités, défis et souhaits	<p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing. • Fuite des cerveaux. • Fonds de roulement. • Pas de distribution au Canada. • Industrie durable. <p>Souhaits</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les chèques doivent être traités plus rapidement par les bailleurs de fonds. • Que chaque dollar dépensé reste au Canada. • « Think big » : investir dans des projets ayant un fort potentiel. • Harmoniser les programmes et les rendre plus efficaces. • Plus d'argent pour le démarrage. • Informer les VC sur les modèles les plus performants.
--	--

3.2 Accès à des ressources qualifiées

Perception de la situation actuelle	<ul style="list-style-type: none"> • Il y a beaucoup de diplômés qui sortent des collèges et des universités. • Il y a un manque de plusieurs types d'expertises et de compétences notamment dans le secteur du jeu vidéo et du Web: gestionnaires intermédiaires et seniors, producteurs expérimentés, designers, programmeur haut niveau. • L'industrie a besoin également d'individus ayant une formation légale et financière de même que des talents ayant un sens aigu des affaires. • L'industrie doit travailler en étroite collaboration avec le milieu de l'enseignement pour accroître les standards d'inscription et attirer des talents de premier ordre. • Il est relativement facile d'embaucher des gens en provenance des États-Unis. • Pour garder les talents, il faut des ressources financières. • Les congés de taxes offerts par la province favorisent la venue de personnes et de compagnies. • Les talents veulent être actionnaire de la compagnie ou avoir un autre incitatif. • Une tendance : constituer un bassin de talents de haut niveau qui travaillent d'un projet à l'autre. Les emplois moins spécialisés sont externalisés, ce qui permet de réduire les coûts puisque les entreprises n'ont pas à les payer quand le projet est terminé.
Opportunités, défis et souhaits	<p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Transfert de connaissance.

3.3 Innovation, R&D et propriété intellectuelle

Perception de la situation actuelle	<ul style="list-style-type: none">• Pas de problème d'accessibilité au financement pour la R&D.• Collaboration avec les universités pourrait fonctionner mieux.• Un défi de travailler avec les universités : elles ont un agenda différent des PME face à la commercialisation et la monétisation des projets.• Faiblesses des PME quant à la protection de leurs brevets ou de leur PI; les coûts d'un brevet sont de 100K\$ pour le marché canadien seulement. Pour les États-Unis, il faut ajouter 25K\$.• Manque de connaissance des marchés étrangers et de leurs particularités. Besoin d'une entité pour aider les PME à négocier de meilleures ententes.• Les PME canadiennes doivent revoir leurs modèles d'affaires et trouver de meilleures façons de partager la PI avec d'autres PME entre les diverses plateformes.• Comment conserver la PI au Canada quand l'industrie canadienne fait principalement du service ?• Tendances : jeu occasionnel peut être une tendance.• Créer une PI c'est bien, mais il faut des mécanismes pour être en mesure de la protéger.• Des poursuites en matière de PI pourraient être plus fréquentes.• Pas d'entreprises qui commercialisent le contenu créé dans Mobile MUSE.
Opportunités, défis et souhaits	<p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none">• Les grosses entreprises peuvent en imposer aux PME dans des litiges sur les brevets.• Développer une PI à l'étranger et être en mesure de desservir les marchés en termes de service. <p>Souhaits</p> <ul style="list-style-type: none">• Développer des incitatifs pour garder la PI au Canada.• Rendre la PI disponible.

4. SESSION À SASKATOON (13 MAI 2008)

4.1 Accès au financement

<p>Perception de la situation actuelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Manque de connaissance générale des fonds et de programmes d'aide spécifiques à l'industrie en Saskatchewan (SK) et en Alberta (AB). Situation différente au Manitoba (MB) où il y a plus de programmes disponibles et un futur crédit d'impôt de 40%. • Les fonds utilisés (ex : Programme d'aide à la recherche industrielle –PARI- du Conseil national de Recherche Canada - CNRC)) ne sont pas bien adaptés au secteur et à leur besoin. • Développement d'une forte mentalité d'entrepreneuriat : recours à d'autres sources de financement : revenus de services, fonds privés, « seed money », etc. L'industrie développe des niches d'affaires plus corporatives que culturelles (ex : « serious gaming »). • Le financement public ne devrait pas être guidé uniquement par des objectifs culturels mais aussi par des objectifs de réussite commerciale. Cela devrait être intégré dans les politiques. • Peu d'investisseurs privés en SK. AB en compte davantage. On y organise un concours annuel de plans d'affaires. • Les financiers ne comprennent pas bien le secteur et ne prennent pas de risques. Il faudrait leur présenter des cas de réussite et leur montrer la viabilité des projets. Il faudrait faire la promotion de l'industrie, renseigner les financiers sur le fonctionnement de l'industrie, mais on manque d'information et d'outils pour le faire. • Les PME sont prises dans la logique de l'œuf et la poule. Pour avoir de l'argent, il faut montrer aux investisseurs qu'on a un fonds de roulement, mais on n'en pas un. • Les PME n'utilisent pas beaucoup les fonds car ils trouvent les processus de décision trop long. On leur reproche de ne pas toujours avoir les connaissances nécessaires pour évaluer un projet interactif (CNRC et le « serious gaming »). • Des fonds ne permettent même pas de faire des profits; on ne peut pas faire rouler une entreprise si on ne couvre que les salaires. • Il faudrait que la gestion des aides soit plus efficace et qu'elles soient mieux coordonnées. • Le « serious gaming » est un nouveau créneau. Téléfilm Canada ne le supporte pas encore. • Les PME apprécient les aides pour participer à des missions ou activités commerciales; une occasion de faire du réseautage (MB). • Les gouvernements devraient investir pour créer un écosystème favorable au développement de l'industrie : infrastructure, incubateurs, support pour des conférences, lieux d'échange entre l'industrie et le milieu universitaire, etc.
<p>Opportunités, défis et souhaits</p>	<p>Souhaits</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incubateurs pour stimuler la création de contenu original (ex.: <i>Fortune Cat Games</i>). • Des liens plus étroits entre l'industrie et le milieu universitaire. • Aide pour participer à des missions. • Des outils appropriés pour mieux renseigner les investisseurs potentiels • Un bureau central d'information sur les différents outils de financement disponibles, leurs caractéristiques et leur mode de fonctionnement. • Plus grande collaboration entre les PME au niveau local et entre les provinces. • Processus de demande simplifié.

4.2 Accès à des ressources qualifiées

<p>Perception de la situation actuelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La SK fait face à une pénurie de talents qualifiés et spécialisés. Les diplômés de qualité sont peu nombreux et sont souvent embauchés par le gouvernement provincial ou quittent la province pour aller travailler en Colombie-Britannique (CB) ou en AB. Plusieurs projets ne peuvent démarrer en raison de cette rareté. Un programme (Job Start) aide un peu les entreprises à embaucher des jeunes diplômés et à les former. • Il est également difficile d'attirer des talents de l'extérieur car les gens ne seront pas portés à aller dans une entreprise hors des grands centres. Il n'y a pas vraiment d'infrastructure pour les recevoir. • Les gens ont la perception qu'on ne peut pas réussir en SK, et qu'il faut aller dans les grands centres canadiens pour aller chercher une bonne formation ou travailler. Bioware a montré que cela est possible de rester dans les Prairies. • Les programmes au niveau artistique et technique ne sont pas aussi appropriés que ceux qui sont offerts à Vancouver, Toronto ou Montréal. Les professeurs proviennent du milieu de l'éducation et non de l'industrie. • Les relations entre les entreprises et le milieu de l'enseignement sont limitées; les partenariats sont difficiles à établir. • On recherche des séniors qui ont fait des projets complexes et qui connaissent les meilleures pratiques de l'industrie. • AB dispose d'assez de talents, mais on s'attend à une pénurie au cours des prochaines années. Besoin de personnel spécialisé ex. : « action-script » et « high-end designers ». • Il y a un manque de compétences de base chez plusieurs diplômés et il n'y a pas d'incitatifs à faire du mentorat en raison des impératifs de production. On travaille donc avec la « Northern Alberta Institute of Technology » pour améliorer la situation. • Il n'y a pas de stages ou de périodes de formation interne. La durée des stages est trop courte et les budgets sont trop serrés pour qu'on puisse en faire. C'est une place où les gouvernements peuvent intervenir. • Au MB. Il y a un manque de talents spécialisés, ce qui amène les entreprises à externaliser une partie de leurs activités. Les entreprises sentent le besoin de collaborer. • Les créateurs de contenu sont bons, mais manquent de compétences et d'expertise en affaires. • Il y a un manque de gestionnaires intermédiaires. Il y a un besoin également de développer d'autres expertises, notamment en mobilité.
<p>Opportunités, défis et souhaits</p>	<p>Opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> • « Serious gaming ». <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing de l'industrie. • Comment rester informé sur l'industrie et les niches, sur ce qui se fait ailleurs? • Des entreprises envisagent d'externaliser une partie de leurs activités, ici ou à l'étranger. Manque d'information sur les entreprises à qui elles pourraient le faire. <p>Souhaits</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avoir une meilleure collaboration au sein des provinces et entre les provinces. Très peu de partenariats entre les PME de l'Ouest. • Ressources humaines et Développement social Canada (RHDC) devrait aider dans le choix de carrières.

4.3 Innovation, R&D et propriété intellectuelle

<p>Perception de la situation actuelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Les activités de R&D; une nécessité; elles permettent de rester à la fine pointe. • Plusieurs travaillent avec des universités. • Les crédits R&D sont la seule source; pas de commandites, de subvention ou de bourses comme aux États-Unis. • Protéger la PI, c'est difficile et coûteux. • Besoin de rapprocher les industries et les institutions académiques : partenariats avec les universités (AB) ou d'autres secteurs. • Le CNRC favorise les partenariats. • Les PME de SK sont moins obsédées par le contrôle d'une PI (surtout dans le Web). • Difficulté de détenir une PI dans le secteur du Web 2.0 ou des outils « open source ». • La détention d'une PI accroît la valeur de l'entreprise; facteur d'attraction pour les investisseurs. • Revenus tirés du service atténuent les risques de développement d'une PI. • Des PME (MB) financent la R&D à partir d'une partie du budget (15%) proposé aux clients gouvernementaux ou privés. • Innovation par les universités fonctionne bien parce qu'elles ne sont obsédées par le modèle d'affaires. Dans le privé, l'innovation doit donner des résultats. • Les PME sont moins familières avec les opportunités, les défis et les risques associés au fait de ne pas avoir de licences ou de protéger les droits de leurs produits. • Le gouvernement doit s'assurer que la R&D et l'innovation sont en santé afin que le Canada puisse maintenir un avantage compétitif sur la scène internationale.
<p>Opportunités, défis et souhaits</p>	<p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comblent l'écart entre le milieu universitaire et l'industrie. Le CNRC le fait, Alberta Innovation Council le fait également. • Amener les universités à travailler avec l'industrie. Les PME pourraient payer 2000\$ par année pour avoir le privilège de suggérer des idées, mais elles n'auraient pas besoin de les financer. <p>Souhaits</p> <ul style="list-style-type: none"> • Favoriser le développement d'un écosystème d'affaires : outils financiers, incubateurs, relations industrie/université/gouvernements, mentorat, etc. • Financer les infrastructures. • Une base de données sur le financement. • Présenter des études de cas de succès financés par Téléfilm Canada. • Se voir plus souvent sur une base annuelle. • Des ateliers d'affaires donnés par des gens de « New Media BC » ou l'Alliance Numérique. • Faire venir des gens de l'extérieur pour sensibiliser le gouvernement de la Saskatchewan. • Mentorat pour des compétences d'affaires. • Financement de stages.

5. SESSION À CHARLOTTETOWN (22 MAI 2008)

5.1 Accès au financement

<p>Perception de la situation actuelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Le gouvernement de l'Île-du-Prince-Édouard (IPE) est très impliqué, La Nouvelle-Écosse (NÉ) a un crédit d'impôt comparable à celui du cinéma et de la télé (40%). Le Nouveau-Brunswick (NB) n'a pas de crédits d'impôts (aide à l'innovation seulement). Les autres sources de financement utilisées : RS&DE, PARI (convient dans un contexte de R&D). L'aide de l'APECA n'est pas très utile et/ou accessible. • Besoin de financement déclencheur et patient (cycle de développement à long terme). • Plus simple de tirer des revenus des services et de les réinvestir dans des projets. Soutien financier de la part des amis ou de la famille. • Financer les opérations aiderait à mieux faire la transition entre les projets. • Les projets convergents n'ont pas de soutien financier. • Besoin du financement pour développer des idées, pour l'exportation. • Le capital-risqueur (VC's) commence à rechercher de l'innovation et du contenu. Mais les provinces Atlantiques sont un petit marché. Les financiers privés ont une aversion du risque. Si vous travaillez avec des VC, le contenu va devoir être « market-driven ». • Les financiers ne comprennent pas bien encore l'industrie. Il y a un héritage des secteurs du cinéma et de la télévision pour du contenu linéaire et non pas pour du contenu interactif. • Les autres sources de financement attendent que tu aies une entente avant de bouger. • Dans le domaine de la convergence, il est difficile d'être reconnu car l'assistance financière va essentiellement pour la technologie et la programmation, mais peu pour le contenu. • L'ONF est un bon modèle de coproducteur ; bien impliqué et prend 25% de l'équité. • Simplifier le processus de demandes au FNMC et mettre à jour la terminologie utilisée. S'assurer que les questions sont nécessaires. Rendre le processus plus efficace. • Le timing pour du soutien financier et les délais sont des aspects critiques. Ça prend bien du temps pour régler tout cela. • Le financement par projet est difficile à gérer car on le reçoit quand 75% du projet est réalisé. Énervant. On n'a pas de fond roulement. C'est comme cela dans l'industrie du jeu. • L'industrie du cinéma fonctionne par projet et n'a pas besoin de conserver des employés. En nouveau média, il faut garder des employés sinon on ne les retrouvera pas. On perd aussi tout le capital de formation et d'expérience. • Nécessité de mettre l'accent sur l'équipe et les personnes; mettre l'accent le fonctionnement projet par projet n'est pas viable pour l'entreprise et l'industrie.
<p>Opportunités, défis et souhaits</p>	<p>Opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> • Quand le secteur de la mobilité sera considéré comme un secteur d'affaires sérieux, il sera plus facile d'avoir du financement. • On n'a pas de véritable de modèle de convergence en financement, mais cela va changer. • Niveau de maturité des VC va augmenter de même que chez les institutions. <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Être reconnu à titre de développeur. Pour le moment c'est l'éditeur qui reçoit

	<p>le mérite.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Devenir indépendant financièrement d'ici 3-5 ans. • Plus de marketing de produits et de l'entreprise. • Conserver la propriété intellectuelle. • Développer une présence Web. • Dans 5 ans, on va diffuser sur la large bande. On va être des diffuseurs et non des producteurs de contenus. Deux modèles : commercial et par abonnement. Notre modèle d'affaires va migrer vers Internet.
--	--

5.2 Accès à des ressources qualifiées

Perception de la situation actuelle	<ul style="list-style-type: none"> • La pénurie de main-d'œuvre freine le développement et la croissance de l'industrie. Les PME n'ont pas tendance à recruter des employés chez les entreprises concurrentes. • Le système d'éducation dans les provinces de l'Atlantique ne répond pas aux besoins et aux attentes de l'industrie. • L'IPE s'en tire mieux que NÉ et NB. Elle n'a pas de difficulté à recruter des talents, même à l'international. Toutefois, le modèle de financement par projet n'aide pas les PME à conserver leurs talents. Des entreprises de l'IPE travaillent avec le gouvernement provincial pour améliorer la situation et obtenir des diplômés de meilleure qualité. • NÉ a de la difficulté à recruter localement et les diplômés ne sont pas suffisamment formés. Un nouveau programme est en marche à Dalhousie. • Au NB, le collège McKenzie a un programme d'art et de conception graphique auquel on vient d'ajouter un volet jeu. Il accueille 50 étudiants. Un partenariat avec Gagetown permet aux étudiants d'avoir une expérience pratique et des diplômés de meilleure qualité. • Il est plus facile de trouver des talents pour le secteur de la convergence. • Il y a un besoin au niveau des compétences en affaires et de l'animation. • Les entreprises déploient beaucoup d'efforts pour trouver des talents. Elles doivent se rapprocher des écoles pour se faire connaître. • Le mentorat par des employés de l'interne gagnerait à être développé. • L'externalisation (outsourcing) ne suscite pas un grand enthousiasme. On préfère garder les projets et avoir les gens à l'interne. On préfère aussi travailler avec des entreprises d'ici plutôt que de l'étranger. • Certaines PME externalisent une partie de leurs activités afin d'être en mesure de respecter les délais de livraison et ne pas perdre de temps à dénicher les gens appropriés. • Des PME n'ont pas les ressources financières nécessaires pour attirer de grands talents ou pour les garder. Elles vont travailler ailleurs au Canada ou aux États-Unis. • Le recrutement est une activité et une fonction qui coûte cher. De nouvelles approches sont expérimentées; embauche de grands talents de l'extérieur pour une période de temps déterminé (3 mois) afin de bien lancer un projet, promotion de l'entreprise afin de susciter l'envoi de cv, etc.) • Pour recruter des talents, on regarde du côté de Gamasutra et du Game Developers Conference (GDC). On va également sur le marché international (Angleterre). • Il y a de plus en plus de contractuels expérimentés et plus matures qui aiment travailler pour différentes entreprises. Cela leur donne une certaine flexibilité et ils peuvent travailler sur des projets qu'ils désirent.
Opportunités, défis et souhaits	Souhaits

	<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les PME devraient avoir un spécialiste des ressources humaines. • Créer une place centrale pour le jeu à l'IPE.
--	---

5.3 Innovation, R&D et propriété intellectuelle

Perception de la situation actuelle	<ul style="list-style-type: none"> • Activités de R&D perçues comme très risquées. • L'accès aux crédits R&D est plus facile qu'à d'autres sources; tous ne sont pas éligibles (les diffuseurs). • L'obtention de fonds gouvernementaux ; plus facile de conserver la PI. • Créativité des PME qui n'ont pas les moyens d'investir en R&D; développement d'engins de jeu, partenariats avec des propriétaires de hardware pour tester leurs produits. • Cycle de développement en R&D de 3 ans (prototype). • R&D essentielle pour rester à la fine pointe tant du point de vue contenu que technologique. • Secteurs de la mobilité et du jeu; les PME devraient investir 35% (5-7% actuellement) de leurs revenus en R&D pour rester compétitive. • Question de « timing »; des idées originales sont souvent trop précoces et ne peuvent être exploitées par la technologie existante. • Besoin de partenariats du genre Mobile MUSE (CB) qui offre aux chercheurs universitaires et aux PME un environnement propice aux activités d'innovation. • Coûts important dans le développement d'une PI; l'expertise nécessaire au développement d'une marque (« branding »). • Disproportion entre ce que les PME cèdent au niveau du contrôle de la PI et les investissements qu'elles obtiennent pour financer le développement. • Le PARI et autres programmes du genre sont clairement faits pour de la recherche scientifique. Mais pas de programmes pour le contenu.
Opportunités, défis et souhaits	<p>Opportunités</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les producteurs indépendants comptent sur la distribution en ligne pour s'affranchir de la relation avec l'éditeur. <p>Défis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jeu : le rôle de l'éditeur • Le développement d'une nouvelle PI dépend de la capacité des PME à identifier les tendances du marché au cours des 3-5 prochaines années. • « Branding » <p>Souhaits</p> <ul style="list-style-type: none"> • « Timing » faire attention pour ne pas être déphasé (en retard ou en avance) par rapport à une tendance. L'environnement technologique change rapidement • Tenir compte des frais d'opération dans le financement d'un projet. • Insistance par les gouvernements auprès des PME pour qu'elles se dotent d'un spécialiste en ressources humaines. • Favoriser le développement de l'entrepreneuriat. • Création d'un site (portail) qui permettrait aux entreprises d'afficher leur contenu.