

SOCIÉTÉ DE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE DES MÉDIAS DE L'ONTARIO

PROFIL DE L'INDUSTRIE DES

PRODUITS MULTIMÉDIAS INTERACTIFS NUMÉRIQUES



Ontario

Ontario Media Development
Corporation

Société de développement
de l'industrie des médias
de l'Ontario

www.omdc.on.ca

Introduction

Le terme produits multimédias interactifs numériques regroupe plusieurs types de contenus disponibles sur diverses plates-formes numériques. Les produits multimédias interactifs numériques incluent des contenus comme les jeux vidéo, les logiciels informatiques, les CD-ROM interactifs et les sites Internet. Ces contenus peuvent être livrés par divers appareils dont les ordinateurs, les consoles de jeu vidéo et les téléphones mobiles.

Les sociétés de produits multimédias interactifs numériques peuvent être réparties en deux sous-secteurs : d'une part, les entités qui créent un contenu média (les créateurs), et d'autre part les entités qui permettent de manipuler les médias pour faciliter la distribution aux utilisateurs (les activateurs). Les créateurs de contenu produisent un contenu interactif. Les activateurs de contenu sont impliqués dans les activités de conception de logiciels, les technologies de compression numérique, les applications Internet et la télévision interactive, entre autres.

L'Ontario abrite un secteur des produits multimédias interactifs numériques dynamique qui comprend de nombreux leaders de l'industrie canadienne. Ainsi, la société Xenophile Media, établie en Ontario, a remporté de nombreuses récompenses prestigieuses pour son travail dans le secteur, dont deux prix Emmy, deux prix Gemini, deux prix Banff World Television et plusieurs Prix des nouveaux médias canadiens. Les personnes physiques et morales ontariennes ont été bien représentées aux Prix des nouveaux médias canadiens 2008. Ainsi, la société ontarienne marblemedia a décroché la distinction suprême d'Entreprise de l'année et son partenaire/producteur Mark Bishop s'est vu décerner le titre de Producteur de l'année. Parmi les autres lauréats ontariens, il y avait également www.OddJobJack.com de Smiley Guy Studios, qui a reçu le Prix d'excellence – Domaine multiplateforme; *Diamond Road Online* de Kensington Communications Inc., qui a été récompensé par le Prix d'excellence – Domaine de l'information; et Evert Pot, programmeur en chef de la société ontarienne Filemobile, qui a reçu le titre de Programmeur de l'année. Les sociétés ontariennes sont également acclamées au niveau international. Ainsi, MyThum Interactive Inc., un fournisseur de technologie médiatique mobile et interactive établi en Ontario, a été classé 44^e du palmarès Deloitte 2008 des entreprises nord-américaines de technologie, de médias et de télécommunications enregistrant la croissance la plus rapide, avec une croissance de 6,820 %¹.

TAILLE DE L'INDUSTRIE ET IMPACT ÉCONOMIQUE

Chiffres de l'emploi et taille de l'industrie

Taille de l'industrie des produits multimédias interactifs numériques en Ontario et au Canada, en 2008

	Canada	Ontario
Nombre de sociétés	2 960	Entre 950 et 1 050
Emplois (équivalents temps plein)	Entre 51 000 et 52 500	16 000
Revenus bruts	4,7 milliards de dollars	Entre 1,3 et 1,5 milliard de dollars
Revenus dans le secteur des produits multimédias interactifs numériques	3,8 milliards de dollars	Entre 1,1 et 1,2 milliard de dollars

Source : Nordicité, 2008 Canadian Interactive Industry Profile, pp. 9 et 97

- En 2008, le Canada comptait environ 2 960 sociétés de produits multimédias interactifs employant l'équivalent de 51 000 à 52 000 personnes en tant qu'employés à temps plein ou à temps partiel, ou sous-traitants. Ces entreprises ont généré environ 4,7 milliards de dollars de recettes brutes, dont 3,8 millions de dollars sont attribuables aux activités des produits multimédias interactifs numériques².

les 72 grosses entreprises sondées. Les revenus moyens générés exclusivement par les activités des produits multimédias interactifs sont compris entre 86 300 dollars et 2,4 millions de dollars⁴.

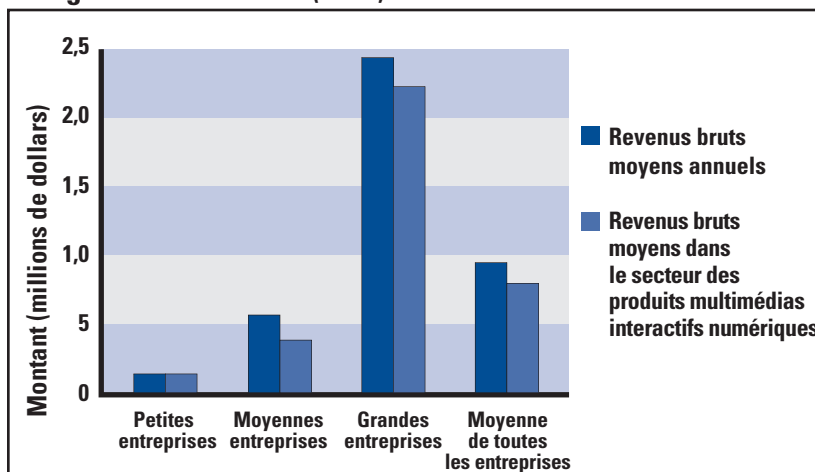
- Le même sondage a révélé qu'au cours de l'exercice précédent, ces entreprises ont réalisé en moyenne 15 projets à partir de leur propriété intellectuelle (PI), 3 projets à partir de PI acquise et 6,6 projets à partir

- En 2008, l'Ontario comptait entre 950 et 1 050 sociétés de produits multimédias interactifs numériques employant plus de 16 000 personnes. Ces sociétés génèrent entre 1,3 et 1,5 milliard de dollars en recettes brutes annuelles et entre 1,4 et 1,2 milliard de dollars en recettes provenant des produits multimédias interactifs numériques³.

Sources de revenu

- Un sondage réalisé en 2008 portant sur les sociétés canadiennes de produits multimédias interactifs numériques a révélé qu'à l'échelle nationale, les revenus bruts moyens s'échelonnaient entre 116 000 dollars pour les 99 petites entreprises ayant répondu au sondage et près de 3 millions de dollars pour

Revenus bruts moyens annuels et dans le secteur des produits multimédias interactifs numériques, par catégories de sociétés (2008)



Source : Nordicité, 2008 Canadian Interactive Industry Profile, p. 100

de PI détenue par une autre entité. En comparaison, les sociétés ontariennes ont produit en moyenne 29 projets par an. Soixante-cinq pour cent de leurs projets ont été réalisés à partir de PI développée en interne, ce qui est légèrement supérieur à la moyenne nationale⁵.

Industrie du jeu numérique

- L'industrie du jeu numérique constitue une part importante du secteur des produits multimédias interactifs numériques. D'après les prévisions, le marché mondial du jeu numérique devrait se chiffrer à 48,3 milliards de dollars américains en 2008, avec une progression de 15,2 % par rapport à l'exercice précédent. Bien que la croissance de ce marché ait en quelque sorte ralenti en Amérique du Nord par rapport au reste du monde, les estimations continuent d'évaluer le marché canadien du jeu numérique à 1,53 milliard de dollars américains en 2008, avec une progression de 14,2 % par rapport à l'exercice précédent. Seuls les États-Unis afficheront une croissance plus lente pour 2008, de l'ordre de 13,7 %⁶.
- L'Ontario compte approximativement 80 sociétés de jeu numérique employant environ 850 concepteurs de jeu numérique. Ces sociétés sont impliquées dans diverses activités, y compris la conception de jeux de console et de jeux en ligne. Ces sociétés ont généré environ 70 millions de dollars de recettes en 2006⁷.

Publicité sur Internet et téléphone mobile

- Les opportunités commerciales en ligne augmentent également. D'après les estimations, le marché mondial de la publicité sur Internet et téléphone mobile est évalué à 63,2 milliards de dollars américains en 2008, ce qui représente une augmentation de 27,7 % par rapport à 2007. Au Canada, le marché de la publicité sur Internet devrait atteindre 1,69 milliard de dollars américains en 2008, soit une progression de 27,9 % par rapport à l'exercice précédent⁸.

Tendances de consommation

- Les Canadiens sont bien placés en tant que consommateurs de contenus de produits multimédias interactifs numériques. En 2007, plus des trois quarts de l'ensemble des Canadiens âgés de 12 ans, ou plus, ont indiqué qu'ils utilisaient actuellement Internet. Plus de 82 % de tous les Canadiens ont signalé avoir été en ligne au cours de l'année précédente. Ce remarquable niveau de pénétration place le Canada au sommet de la participation sur Internet, un statut qu'il ne partage qu'avec un nombre restreint de pays dans le monde⁹.
- L'Ontario possède les niveaux de pénétration d'Internet les plus élevés du pays. Quatre-vingt-deux pour cent des Ontariens ont accès à Internet et 80 % sont équipés du haut débit. La Colombie-Britannique, l'Alberta et les provinces des Prairies possèdent des niveaux de pénétration d'Internet tout aussi vigoureux, alors que le Québec et les provinces atlantiques possèdent des taux inférieurs, 67 % et 72 % respectivement¹⁰.

TENDANCES ET ENJEUX

Taux de croissance

- Au niveau mondial, les industries du jeu numérique et de la publicité sur téléphone mobile devraient connaître des taux de croissance élevés au cours des cinq prochaines années. Le secteur mondial du jeu vidéo devrait croître à un taux cumulé annuel de 10,3 %, atteignant 68,35 milliards de dollars américains en 2012, et le marché de la publicité sur Internet et sur téléphone mobile devrait s'accroître à un taux cumulé annuel de 19,5 %, atteignant 120,4 milliards de dollars américains en 2012. Bien que demeurant inférieures aux dépenses pour la publicité sur Internet, les dépenses pour la publicité sur téléphone mobile affichent le rythme de croissance le plus rapide avec un taux de croissance annuel cumulé de 44,0 %¹¹.

- Entre 2006 et 2008, les sociétés de produits multimédias interactifs numériques canadiennes ont connu une augmentation de 17,4 % de leurs revenus bruts moyens et une augmentation de 50,9 % de leurs revenus associés aux activités des produits multimédias interactifs numériques. Les revenus bruts annuels sont en hausse pour toutes les sociétés, de toute taille, à l'exception des grandes entreprises. Les sociétés ont également enregistré une augmentation du personnel en 2008, par rapport à 2006¹².
- D'après les prévisions, les taux de croissance au Canada devraient refléter les tendances mondiales avec des taux de croissance plus élevés sur les marchés de la publicité sur Internet et sur téléphone mobile. Le secteur du jeu numérique interactif canadien devrait s'accroître à un taux de croissance cumulé annuel de 9,2 %, atteignant 2,08 milliards de dollars américains en 2012. Le marché de l'Internet et de la téléphonie portable au Canada devrait augmenter jusqu'à atteindre 3,45 milliards de dollars américains en 2012, avec un taux de croissance cumulé annuel de 21,1 % supérieur à la moyenne¹³.

Accès aux informations de l'industrie

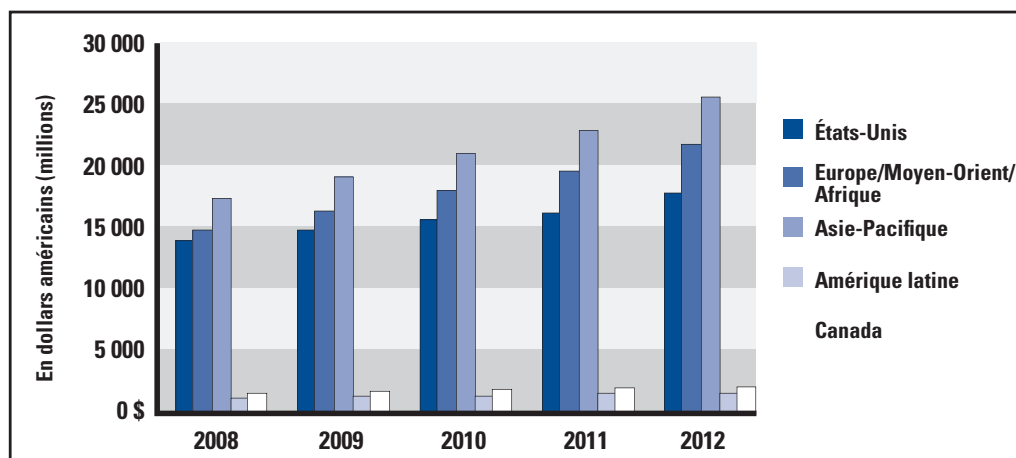
- Malgré leur importance économique, les produits multimédias interactifs numériques ont été reconnus

tardivement en tant que secteur distinct par rapport à d'autres industries de la création. Les produits multimédias interactifs numériques ne font pas encore partie des séries standard de codes et de classifications de l'industrie nord-américaine (NAICS, NAPCS). Par conséquent, ils ne font pas régulièrement l'objet d'un suivi par Statistique Canada. Les chiffres de l'industrie sont généralement obtenus en combinant des catégories existantes comme l'édition de logiciels, l'édition Internet et la radiodiffusion, ainsi que la conception et les systèmes informatiques¹⁴. L'industrie s'efforce de répondre à cette lacune en publiant un *Profil de l'industrie interactive canadienne*. Une étude sur l'industrie a ainsi été menée en 2006 et en 2008 afin de tenter d'acquérir des données de référence pour l'avenir.

Économies d'échelle

- Comme pour la plupart des secteurs de l'industrie de la création, les sociétés de produits multimédias interactifs numériques ontariennes ne peuvent pas dépendre d'un marché canadien restreint pour assurer leur durabilité. Les créateurs de contenu dans ce secteur doivent donc se tourner vers les marchés étrangers afin de trouver des opportunités de revenus. De nombreuses sociétés de l'Ontario ont été couronnées de succès à l'échelle mondiale, mais en général, à cause de leur petite taille,

Progression du marché mondial du jeu vidéo, 2008-2012



Source : PwC, *Global Entertainment and Media Outlook: 2008-2012*, p. 44.

elles se heurtent souvent à des obstacles, notamment au niveau de l'accès au marché et de l'établissement de relations avec l'étranger¹⁵.

Accès aux capitaux

- Le financement et l'accès aux capitaux constituent également des enjeux importants dans ce secteur. En Ontario, les créateurs dans le domaine des produits multimédias interactifs numériques ne disposent d'aucune source prévisible de capitaux provisoires pour financer leurs initiatives, et les calendriers de développement peuvent parfois être très longs et entraîner des coûts élevés. Par exemple, la conception d'un jeu pour console nécessite en moyenne deux ans et de 4 à 5 millions de dollars. Les sociétés vivent souvent d'un projet à l'autre, par conséquent elles ne sont pas en mesure de procéder à des réinvestissements en capitaux, pourtant essentiels, dans leurs infrastructures. À cause de ces difficultés en termes de capitaux, les sociétés ont très peu de poids dans les négociations, notamment avec les acteurs internationaux, au moment de la vente de leurs produits. Bien souvent, elles doivent sacrifier leurs droits de propriété intellectuelle, et donc potentiellement leurs futurs flux de revenus, pour s'assurer de l'aboutissement de leurs projets¹⁶.

Crise financière mondiale

- Comme pour d'autres secteurs culturels, le secteur des produits multimédias interactifs numériques a été frappé par la récession économique mondiale. En décembre, le géant international du jeu vidéo, Electronic Arts, a annoncé la suppression de 1 000 emplois, soit 10 % de son personnel, et la fermeture de neuf de ses cinquante studios et succursales d'édition¹⁷. L'instabilité économique continue des marchés mondiaux menace de prolonger cette tendance en Ontario et ailleurs dans le monde.

Aides de l'État¹⁸

- Les programmes d'aide du gouvernement fédéral connaissent actuellement plusieurs changements.

Pour 2009-2010, le Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC), administré par Téléfilm Canada, maintiendra ses niveaux actuels de financement¹⁹. Cependant, des changements sont prévus pour l'exercice 2010-2011. De plus, le programme des médias numériques du Fonds canadien de télévision (FTC) sera renouvelé pour 2009-2010 avec une enveloppe de 10 millions de dollars²⁰.

- En mars 2009, le gouvernement fédéral a annoncé des changements importants au FNMC et au FTC. À partir de l'exercice 2010-2011, ces deux fonds seront regroupés pour créer un nouveau fonds : le Fonds des médias du Canada (FMC). Bien que les directives n'aient pas encore été établies, certains détails sont déjà connus. Les principaux changements aux structures existantes incluent un nouveau conseil, plus restreint, nommé par les bailleurs de fonds – les principales sociétés du câble et le ministère du Patrimoine canadien (MPC). Le nouveau Fonds exigera également que les projets couvrent au moins deux plates-formes de distribution²¹. Bien que les détails exacts du Fonds n'aient pas encore été mis au point, les associations de l'industrie espèrent qu'un flux purement interactif du Fonds sera exclusivement consacré au financement de nouvelles plates-formes dans le domaine du divertissement interactif, des médias et des applications participatifs, pouvant accueillir des contenus²².
- Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a récemment terminé les audiences consacrées à l'examen de l'environnement de la radiodiffusion dans les nouveaux médias au Canada. L'impact sur le financement et la réglementation dans l'industrie a été significatif. Bien que ce passage en revue soit susceptible de fournir de nouveaux mécanismes de financement pour le contenu des produits multimédias interactifs numériques, il pourrait également introduire une réglementation supplémentaire dans l'industrie qui pourrait être restrictive.
- En 2008-2009, les producteurs de produits multimédias interactifs numériques ontariens ont eu accès au financement public par l'intermédiaire du crédit d'impôt de l'Ontario pour les produits multimédias

interactifs numériques, du Fonds de la SODIMO pour les produits multimédias interactifs numériques, du Fonds de la SODIMO pour l'exportation, de l'ancienne Initiative de la SODIMO d'aide à la production de contenu pour écran et du Fonds de partenariats pour le secteur du divertissement et de la création.

- Les récipiendaires du Fonds de la SODIMO pour les produits multimédias interactifs numériques sont reconnus pour leur créativité et leur innovation sur diverses plates-formes. Les sociétés ontariennes QuickPlay Media et Galafilm Inc. ont reçu en 2008 un prix Gemini pour le Meilleur projet multiplateforme pour leur produit en ligne innovant, *Race to Mars Interactive*. Cappybara Games, une autre société ontarienne bénéficiaire du fonds, a été largement reconnue pour son jeu sur téléphone portable, *Critter Crunch*, puisqu'elle a remporté les prix du Jeu de l'année et de la Réussite audio aux IGF Mobile Awards et les titres de Meilleur casse-tête et de Plus grande surprise aux récompenses Best of 2007 d'IGN.

- Le Fonds de partenariats pour le secteur du divertissement et de la création, co-administré par la SODIMO et le ministère de la Culture, soutient des partenariats stratégiques qui conçoivent des approches et des solutions novatrices pour les priorités et les besoins du groupe, notamment l'industrie des produits multimédias interactifs numériques. nGen (le Niagara Interactive Media Generator), qui a récemment bénéficié du fonds, est un centre pour les projets dans le domaine des produits multimédias interactifs et du développement commercial qui vise à développer un pôle économique consacré aux produits multimédias interactifs à Niagara. Les programmes de nGen sont conçus de sorte à conserver les talents à Niagara et à attirer et aider les nouvelles entreprises à Niagara, dans un environnement où créateurs et entrepreneurs peuvent prospérer.

État au 31 mars 2009.

(Endnotes)

¹ « Fewer Canadian tech companies growing quickly: Deloitte », *cbc.ca*, 12 novembre 2008.

² Nordicité, *2008 Canadian Interactive Industry Profile*, p. 9.

³ *ibid.*, p. 97.

⁴ *ibid.*, pp. 34.

⁵ *ibid.*, pp. 38 et 102.

⁶ PricewaterhouseCoopers (PwC), *Global Entertainment and Media Outlook: 2008-2012*, p. 44.

⁷ SECOR Consulting, *Ontario 2012: Stimulating Growth in Ontario's Digital Game Industry*, août 2008, p. 21.

⁸ PwC, p. 37.

⁹ Charles Zamaria et Fred Fletcher, Canadian Internet Project (CIP), *Canada Online! The Internet, Media and Emerging Technologies: Uses, Attitudes, Trends and International Comparisons*, rapport de deuxième année 2007, p. 38.

¹⁰ *ibid.*, pp. 38-41.

¹¹ PwC, pp. 37 et 44.

¹² Nordicité, p. 52.

¹³ PwC, pp. 37 et 44.

¹⁴ Nordicité, pp. 10-11.

¹⁵ SECOR Consulting, *Ontario Media Development Corporation: Towards a Strategic Plan*, septembre 2008, pp. 9-10.

¹⁶ *ibid.*, p. 11.

¹⁷ Dawn Chmielewski et Alex Pham, « Electronic Arts to cut 1,000 jobs, close facilities », *LA Times*, 20 décembre 2008.

¹⁸ Les renseignements figurant dans cette partie représentent un aperçu d'une partie de l'aide gouvernementale accordée à l'industrie des produits multimédias interactifs numérique. Il ne s'agit pas d'une liste exhaustive de l'aide gouvernementale disponible.

¹⁹ Ministère des Finances du Canada, Le budget de 2009 : *Le Plan d'action économique du Canada*, 27 janvier 2009, p. 176.

²⁰ Communiqué de presse, « Le Fonds canadien de télévision accroît le financement de ses programmes pour 2009-2010 », FCT, 2 mars 2009.

²¹ Communiqué de presse, « Le ministre Moore annonce le Fonds des médias du Canada pour donner aux téléspectateurs ce qu'ils veulent quand ils le veulent », ministère du Patrimoine canadien, 9 mars 2009.

²² Communiqué de presse, « A Letter from Ian Kelso, President IO, CIAC », Interactive Ontario, 10 mars 2009.