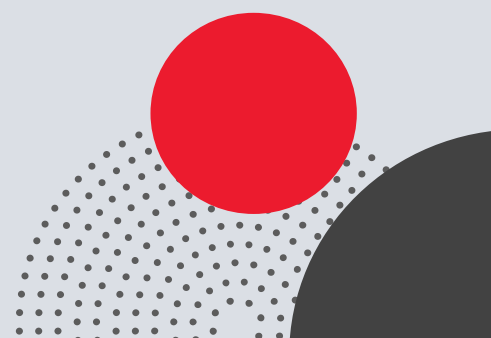


**>>> FORUM  
NUMIX**

**FORUM NUMIX**

SYNTHÈSE &  
RECOMMANDATIONS

**2021**



# Sommaire

|  |    |
|--|----|
| I. FORUM NUMIX                                       | 05 |
| II. Thèmes et déroulement                            | 10 |
| III. Synthèse des ateliers                           | 13 |
| IV. Des idées et des solutions : les recommandations | 18 |
| V. Plénière du 20 mai : réactions du panel d'experts | 23 |
| VI. Annexe 1 : recommandations par thème             | 25 |
| Annexe 2 : guides des participants                   | 26 |



Recommandations

Page 18

Réactions du panel d'experts

Page 23

Recommandations par thème

Page 25

Xn Québec rassemble les producteurs d'expériences numériques du Québec.

Avec plus de [155 studios membres](#), Xn Québec représente les intérêts de l'industrie auprès des institutions publiques et gouvernementales, provoque des rencontres entre créateurs et fait rayonner l'excellence de la créativité numérique, au Québec et à l'international.

Xn Québec est le point de rencontre d'une diversité de secteurs souhaitant rejoindre la créativité numérique au Québec.

# Équipe du FORUM NUMIX

Jenny Thibault : Directrice générale de Xn Québec

Geneviève Roy : Directrice de production

Juliette Pierre : Coordinatrice de production

Isha Bottin : Chargée de programmation

Armelle Sigrand : Chargée de communication & marketing

Julie Aubé : Administratrice financière et service aux membres

Danielle Desjardins : Rédactrice (recherche et contenu)

Philippe Bédard : Chargé de projet Québec/Canada XR

Stéphanie Morin : Chargée de projet JAM 360

## Comité consultatif

Christophe Salomon : Images du réel

Charlotte Belleau : Float4

Marine Heverland : screen.brussels

Steve Blanchette : Studio Wireframe inc.

Thomas Payette : HUB Studio

Claudine Drolet : DigiHub Shawinigan

Jozef Fleury-Berthiaume : Partenariat du Quartier des spectacles

Antoine Clayette : Wireframe

Nicolas S. Roy : Dpt.

## Animateurs

Pierre-Luc Gladu : Habo

Violaine Bigaouette-St-Onge : Habo

Véronique Ouellette : Habo

Florent Bayle-Labouré : Habo

Catherine Fournier : Habo

## Événement Le FORUM NUMIX



Un laboratoire de réflexion et de collaboration afin d'imaginer l'avenir du divertissement numérique.

La 3e édition du Forum de consultations des industries créatives organisé par Xn Québec s'est déroulée de façon virtuelle du 22 mars au 20 mai 2021.

Depuis 2017, le Forum rassemble les principaux acteurs des industries de la créativité numérique francophone dans un grand laboratoire de réflexion et de collaboration afin d'imaginer l'avenir du divertissement numérique.

Rebaptisé Forum NUMIX, l'événement se tenait en marge des [12e PRIX NUMIX](#) sur une plateforme spécialisée

en événements virtuels, ce qui a permis de fédérer un grand nombre de créateurs, producteurs et diffuseurs issus de la francophonie pour des discussions et événements centrés sur leur industrie. Ceux-ci ont ainsi pu réseauter, organiser des rencontres d'affaires, accéder à du contenu exclusif et découvrir les productions finalistes aux Prix NUMIX, en plus d'assister à l'une ou l'autre des dix conférences présentées.

Le format virtuel a permis un déroulement sur le long terme qui a facilité la mobilisation et l'animation d'une communauté agile, forte de la somme des connaissances et expériences diversifiées des participants, soit environ 140 créateurs, producteurs, diffuseurs et distributeurs de l'industrie de la créativité numérique issus de la Francophonie qui se sont engagés dans une démarche collaborative pour discuter d'enjeux prioritaires et formuler des recommandations concrètes.

60

jours  
d'événement

8

thèmes

10

conférences

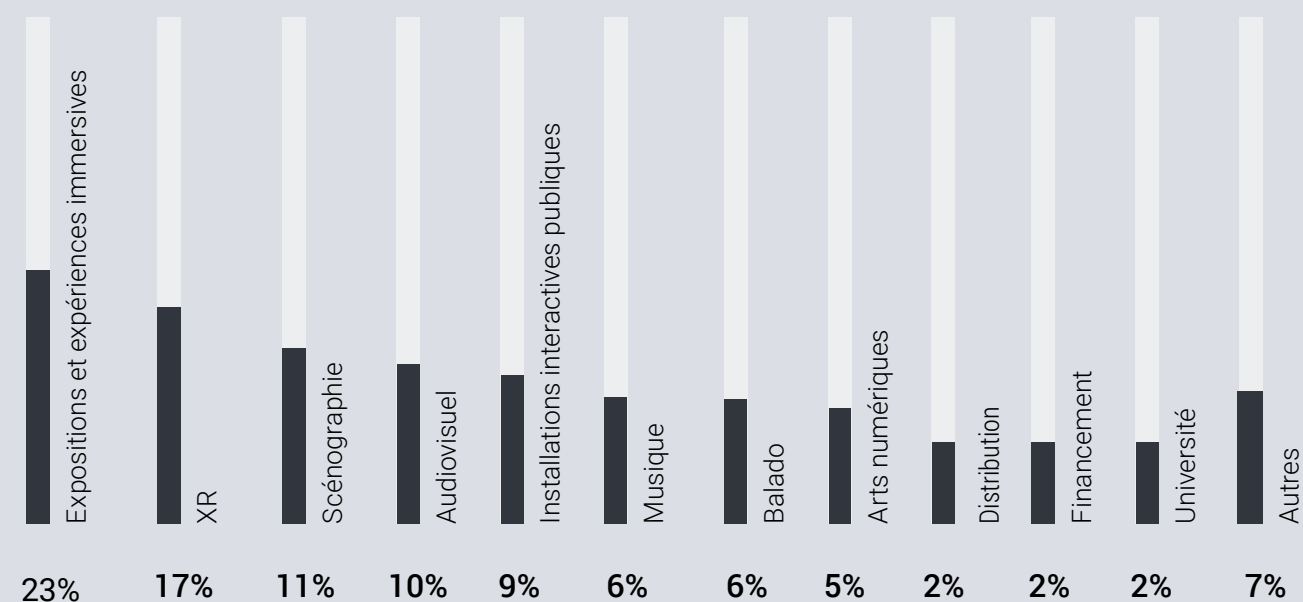
32

sessions d'ateliers

Québec, France,  
Belgique, Suisse,  
Luxembourg, Royaume-Unis,  
États-Unis.

Provenance des participants

Champs d'expertises des entreprises



## Liste des entreprises québécoises participantes

- |  |   |                             |                                 |
|--|---|-----------------------------|---------------------------------|
| » (co)motion, agitateur de culture / LVL UP, lab numérique et musique urbaine QC | » Float 4, QC                                   | » Marine Fleury, Qc         | » Québec numérique, QC          |
| » Atelier Folklore, QC   | » FME, QC                                       | » Marzia Pellissier, Qc     | » star kim project, QC          |
| » Boume, QC  | » Halo Création, QC                             | » Minwashin, QC             | » Thinkwell Studio Montréal, QC |
| » Bouquet média, QC  | » HUB Montréal, QC                              | » Miroar, QC                | » Toast Studio, QC              |
| » CEIM, QC   | » Hugo Ralet, QC                                | » MUTEK, QC                 | » Tobo Studio, QC               |
| » Côté Multimédia, QC  | » InTempo Musique, QC                           | » Normal Studio, QC         | » UNLTD, QC                     |
| » Couzin Films, QC   | » La bande à Paul inc., QC                      | » OhDio, QC                 | » UQAM, QC                      |
| » CUBE Culture Inc., QC  | » La Swell Musique / Distribution Amplitude, QC | » ONF, QC                   | » Wapikoni, QC                  |
| » Daily tous les jours, QC   | » Les 7 doigts, QC                              | » Pixsenses, QC             | » Wireframe, QC                 |
| » Disques 7ième Ciel, QC   | » Local9, QC                                    | » PQDS, QC                  | » ZONE 3, QC                    |
| » Echappe-Toi, QC  | » Lucion, QC                                    | » PRISME-MBAM, QC           | » Zù, QC                        |
|  | » MAPP_MTL, QC                                  | » Productions figure 55, QC |                                 |

## Liste des entreprises internationales participantes

- |  |   |                                       |                                     |
|--|---|---------------------------------------|-------------------------------------|
| » ARTE Radio, FR                       | » DanceTrail, SUISSE                            | » Institut Français, FR               | » The Skin Deep, E-U                |
| » Artnova, FR                          | » Escalenta, FR                                 | » KIF - Knowledge IMMERSIVE Forum, FR | » Université Grenoble Alpes, FR     |
| » ArtofCorner, FR                      | » Réunion des Musées Nationaux Grand Palais, FR | » Little Big Story, FR                | » UPIAN, FR                         |
| » ATLAS V, FR                          | » Festival de Cannes, FR                        | » Lucid Realities, FR                 | » VRrOOm, FR                        |
| » AV Extended / Constellations, FR     | » France Télévision, FR                         | » Meow Wolf, E-U                      | » XR MUST, FR                       |
| » Bibliothèque nationale de France, FR | » GÉDÉON MÉDIA GROUP, FR                        | » OHRIZON, FR, QC                     | » XR4heriage - STEREOPSIA, BE       |
| » Centre des monuments nationaux, FR   | » HTC Vive, ANG                                 | » Paul Bouchard, FR                   | » Zorn production international, FR |
| » CinéForum, CH                        | » Hub Brussels, BE                              | » Royal Shakespeare Company, ANG      |                                     |
| » CNC, FR                              | » Iconem, FR                                    | » Sensory Odyssey, FR                 |                                     |
| » Correspondances Digitales, FR        | » IMAGE&3D Europe / Stereopsia, FR              | » Small / Mac Guff Ligne, FR          |                                     |
|  | » Images du Réel, FR                            | » Tempora, BE                         |                                     |

## Liste des conférenciers

- |   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| » Monique Simard<br><i>PQDS, QC</i>   | » Gilles Jobin<br><i>DanceTrail, SUISSE</i>                         | » Denys Lavigne<br><i>OASIS immersion, QC</i>   | » Sarah Ellis<br><i>Royal Shakespeare Company, ANG</i>  |
| » Laurent Simon<br><i>HEC Montréal, QC</i>                                  | » Matthieu Larivée<br><i>Lüz Studio, QC</i>                         | » Catherine Mathys<br><i>Fonds des médias du Canada, QC</i>                               | » Alfonso Hernandez<br><i>Atypic Labs, QC</i>           |
| » Guillaume Thérien<br><i>Zù, QC</i>  | » Alexandre Teodoresco<br><i>Les 7 doigts, QC</i>                   | » Guillaume Aniorté<br><i>PQDS, QC</i>  | » Topaz Adizes<br><i>The Skin Deep, E-U</i>             |
| » Alexandre Michelin<br><i>KIF, FR</i>                                      | » Alexandre Simionescu<br><i>FLOAT4, QC</i>                         | » Antoine Clayette<br><i>Wireframe, QC</i>  | » Margaux Missika<br><i>UPIAN, FR</i>                   |
| » Raphaëlle Huysmans<br><i>Urbania, QC</i>                                  | » Prune Lieutier<br><i>La Puce à l'oreille, QC</i>                  | » Valérie St-Jean<br><i>4elements, QC</i>   | » Philippe Bédard<br><i>Québec/Canada XR</i>            |
| » Valérie Senghor<br><i>Centre des monuments nationaux, FR</i>              | » Catherine Vidal<br><i>Radio-Canada, QC</i>                        | » Mouna Andraos<br><i>Daily tous les jours, QC</i>  | » Sandra Rodriguez, QC                                  |
| » Sophie Parrault<br><i>Little Big Story, FR</i>                            | » Jérôme Leclerc<br><i>Radio-Canada, QC</i>                         | » Jérémie Bellot<br><i>AV Extended / Constellations, FR</i>                               | » Antoine Cayrol<br><i>ATLAS V, FR</i>                  |
| » Jeanne Marchalot<br><i>France Télévision, FR</i>                          | » Chloé Assous-Plunian<br><i>ARTE Radio, FR</i>                     | » Marie-Christine Cojocar<br><i>Caisse Desjardins de la culture, QC</i>                   | » Paul Bouchard<br><i>Paul Bouchard, FR</i>             |
| » Déborah Papiernik<br><i>Ubisoft, FR</i>                                   | » Xavier Kronström Richard<br><i>Grand Public, QC</i>               | » Élodie Gagnon<br><i>RECréation, QC</i>  | » Elaine Wong<br><i>HTC Vive, ANG</i>                   |
| » Myriam Achard<br><i>PHI, QC</i>   | » Hugues Sweeney<br><i>Thinkwell Studio Montréal, QC</i>            | » Louis Cacciuttolo<br><i>VRrOOm, FR</i>  | » Pierre-Luc Gladu<br><i>HABO, QC</i>                   |
| » Antoine Rolland<br><i>Correspondances Digitales et Images du Réel, FR</i> | » Vince Kadlubek<br><i>Meow Wolf, E-U</i>                           | » Karl-Emmanuel Picard<br><i>District 7 Production et L'Anti-Bar &amp; Spectacles, QC</i> | » Sébastien Grenier-Cartier<br><i>Normal Studio, QC</i> |
| » Raphaël Remiche<br><i>Tempora, BE</i>                                     | » Roei Amit<br><i>Réunion des Musées Nationaux Grand Palais, FR</i> | » Olivier Biron<br><i>Felix &amp; Paul, QC</i>  | » Thomas Payette<br><i>HUB Studio, QC</i>               |
| » Solenne Blanc<br><i>Artnova, FR</i>                                       | » Jonathan St-Onge<br><i>Moment Factory, QC</i>                     | » Lorraine Pintal<br><i>TNM, QC</i>   | » Nathalie Clermont<br><i>FMC, QC</i>                   |
| » Jenny Thibault<br><i>Xn Québec, QC</i>                                    | » Christophe Salomon<br><i>Images du Réel, FR</i>                   | » Louis-David Loyer<br><i>Multicolore, QC</i>   | » Brigitte Monneau<br><i>Pôle Synthèse, QC</i>          |
| » Marine Fleury, QC   | » Anne-Sophie Braud<br><i>Institut Français, FR</i>                 | » Louis-Richard<br><i>Tremblay ONF, QC</i>  | » Laurent Kempf<br><i>CinéForum, SUISSE</i>             |
| » Amélie Richard, QC  |   | » Marine Haverland<br><i>Hub Brussels, BE</i>   |   |
| » Olivier Fontenay<br><i>CNC, FR</i>  |   | » Louis-Frédéric Gaudet<br><i>SODEC, QC</i>   |   |



# Thèmes & déroulement

Quatre ateliers de deux heures pour chacun des huit thèmes abordés, soit un total de 64 heures de discussions.

Au contraire des deux précédents Forums, structurés autour d'enjeux précis, le FORUM NUMIX 2021 a été articulé autour de huit secteurs d'activités de la créativité numérique. Pour chacun d'entre eux, un groupe de participants avait pour mission d'identifier les tendances et facteurs de succès-clés ainsi que des pistes de développement de marché.

**Les recommandations** qui ont émané de ces discussions, et les enjeux qu'elles sous-tendent, ont été présentées à l'occasion d'une plénière à laquelle participaient des représentants d'organismes de soutien du Québec et de l'Europe.

## Huit secteurs d'activités :

### 1. Installations expérientielles temporaires dans l'espace public

Champ de pratique relativement nouveau, ces installations allient technologie, narration et création artistique. Outil privilégié du placemaking, l'art de faire revivre des lieux et espaces urbains sous-utilisés, elles créent des lieux animés que les résidents peuvent facilement s'approprier.

### 2. Expositions immersives itinérantes

Expositions à mi-chemin entre le divertissement culturel et l'attraction artistique et qui utilisent notamment le mapping vidéo, la conception numérique et la réalité virtuelle. Les expositions immersives itinérantes sont basées sur le modèle des tournées muséales.

### 3. Expérience multimédia permanente

Une forme de divertissement expérientiel qui fait appel, notamment, à des technologies lumineuses, multimédias et sonores. Les expériences multimédia racontent des histoires sur des surfaces variées, souvent inusitées et situées dans

des sites intérieurs comme extérieurs.

### 4. Distribution XR : trouver un nouvel équilibre

XR est un terme générique pour désigner les diverses formes de réalités immersives, comme la réalité augmentée (AR), la réalité mixte (MR) ou la réalité virtuelle (VR). Avant la pandémie, les contenus XR étaient surtout distribués dans des LBE (location-based entertainment – divertissement basé sur la localisation). Ces canaux de distributions naissants ont été délaissés pendant la pandémie, au profit de l'acquisition de casques. Ce marché naissant se cherche toujours un mode de distribution qui assurera sa rentabilité.

### 5. Scénographie augmentée pour les arts vivants

Projet immersif ou interactif de type scénographique destiné à enrichir un lieu, une performance, une expérience ou un spectacle. Constituée, par exemple de projections immersives et interactives qui prennent ainsi de plus en plus de place dans la présentation

des arts vivants, aux côtés de la sonorisation et de l'éclairage.

**6. Balado** : Fichier au contenu audio qui, par l'entremise d'un abonnement, est téléchargé et transféré sur un appareil numérique pour une écoute ultérieure. Plus de 8M de Canadiens (27% de la population âgée de 18 et +) écoutent des balados sur une base mensuelle.

**7. Expériences originales en ligne** : Expériences pour mobile, tablette et ordinateur rendues possibles grâce aux récentes avancées technologiques liées au machine learning, à l'analyse vidéo et à la 5G.

**8. Hybridation des événements culturels** : Arts de la scène transposés dans l'espace virtuel. Dans le contexte de distanciation sociale imposé par la pandémie, ce mode de présentation de spectacles a permis d'assurer la continuité et la pérennité d'une diffusion culturelle, en plus de générer certains revenus.

# 64 heures de discussions en quelques paragraphes...

Les enjeux ont des couleurs différentes selon le contexte particulier de chaque thème et les recommandations divergent quant à leur application, mais on peut tout de même les regrouper sous quatre grandes têtes de chapitre, soit :

## Partager



Données économiques, données de consommation, dernières technologies, modèles d'affaires innovateurs, les acteurs de l'industrie de la créativité numérique comprennent bien les valeurs du partage et de la mutualisation, dans un esprit de coopération qui ne peut que contribuer à structurer le secteur. Plusieurs recommandations proposent des solutions qui peuvent être appliquées de manière transversale.

## Financer



Pour cette jeune industrie, la notion d'hybridation – des secteurs industriel et artistique, des technologies, des expériences virtuelles et réelles, des secteurs publics et privés, des modes de financements, des modèles d'affaires – est la nouvelle normalité. Dans ce contexte, les outils de financement et les modèles d'affaires peinent à suivre le rythme. Il y a urgence à adapter les mécanismes de soutien à cette réalité.

## Promouvoir



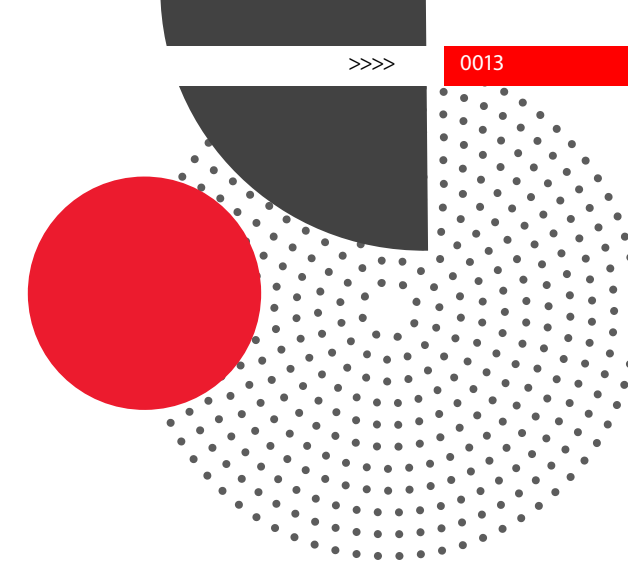
En raison de cette jeunesse et de la mixité des acteurs, des moyens et des applications, les œuvres et expériences numériques sont méconnues, particulièrement quant à leur nature, leur dimension culturelle, les technologies nécessaires à leur production, diffusion et distribution et les coûts afférents. Des outils de communication et de promotion efficaces doivent être développés pour rejoindre tant les clients potentiels (villes et promoteurs immobiliers par exemple), que les institutions de financement publiques et privées et le grand public.

## Former



Les programmes qui permettent de former les créateurs et artisans des œuvres et expériences numériques doivent pouvoir suivre le rythme accéléré des transformations technologiques dans un environnement où de nouveaux métiers sont créés régulièrement tandis que certaines compétences deviennent inutiles hors d'un certain contexte. Là aussi, il faut aménager des mécanismes qui permettront aux programmes de formation de s'adapter rapidement aux besoins.

# Synthèse des ateliers



Un mot-clé a dominé les discussions : hybridation. Hybridation comme dans « fusion entre plusieurs disciplines et techniques en vue de générer de nouvelles formes d'art <sup>1</sup>», selon l'acceptation qui s'est imposée avec l'avènement des technologies numériques.

<sup>1</sup> Source : Office québécois de la langue française. En ligne: [http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id\\_Fiche=26541026](http://gdt.oqlf.gouv.qc.ca/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=26541026)

Pendant deux heures toutes les deux semaines, les participants ont échangé leurs expériences et leurs opinions par écrans interposés. Chaque groupe a participé à quatre ateliers qui se déroulaient sous les thèmes suivants :

- **Atelier 1 : survol du marché et de l'environnement**
- **Atelier 2 : identification des opportunités**
- **Atelier 3 : implications sur le modèle d'affaires**
- **Atelier 4 : recommandations**

De ces discussions croisées, plusieurs mots et termes clés ont émergé. Parmi ceux-ci : mutualisation, lieux, espaces, partenariats, réseaux de distribution, réseaux d'échange, retombées, indicateurs de rendement, standardisation, éducation, recherche et développement, prototypage.

Voici l'essentiel de ces discussions, regroupées sous trois grandes catégories déterminées selon les points communs entre les huit secteurs d'activité de la créativité numérique qui ont fait l'objet du Forum.

## Expériences grand public

Ils ont souffert de la pandémie – notamment, les entreprises exportatrices d'œuvres interactives ont subi une baisse de 50% à 75% de leur chiffre d'affaires – mais sont en très bonne position pour profiter de la relance, leurs installations et expériences immersives représentant autant de réponses aux besoins des centres-villes et espaces publics d'y ramener les touristes, travailleurs et citoyens.

**Leur environnement d'affaires** s'inscrit dans l'accélération constante des changements technologiques, dans un domaine où il n'y a pas encore de standard universel pour la présentation et la diffusion des œuvres, ce qui complexifie leur exploitation dans divers espaces et lieux.

Les **expériences numériques sont difficiles** à vendre aux éventuels clients qui ont du mal à se représenter leur effet auprès du public tant qu'elles ne sont pas complètement installées. Elles génèrent de fortes retombées économiques et sociales sur l'environnement du site, mais l'industrie manque d'outils normés et de ressources pour les mesurer.

**Difficiles à financer**, ces projets nécessitent une bonne dose d'innovation et de prise de risques ; ils sont le résultat d'une équation complexe qui englobe les attentes des clients et les garanties demandées, les aptitudes des studios de création à concevoir des projets qui prennent en compte les contraintes de mise en marché et d'installations sur des sites très différents, disposant de la main d'œuvre multidisciplinaire qualifiée et des spécificités technologiques nécessaires – ce qui n'est pas toujours possible selon le contexte local.

Il n'existe pas de programmes de financement public vraiment destinés à soutenir le développement de ces secteurs coincés entre la créativité artistique et les technologies numériques de pointe : les programmes qui se moulent facilement à cette dualité n'ont pas encore été inventés.

Thème 1 : Installations interactives temporaires dans l'espace public

Thème 2 : Expositions immersives itinérantes

Thème 3 : Expérience multimédia permanente

## Environnement

Ces trois secteurs ont en commun d'avoir une **production destinée à être partagée par plusieurs dans l'espace public** et de s'adresser en premier lieu à une clientèle composée surtout de propriétaires et de responsables d'espaces à animer et à revitaliser.

## Modèles d'affaires

- » **Œuvres de commande**
- » **Œuvres sous licence**
- » **Location d'œuvres**
- » **Services clés-en-main**
- » **Tournées**
- » **Exportation**

## Expériences en quête d'un écosystème de distribution

### Distribution XR : beaucoup d'inconnu

Au cours de la dernière année, la tendance du marché dans le secteur de la distribution XR s'est inversée : la croissance de lieux où on peut se familiariser avec la technologie, comme les musées et les sites de divertissement (LBE – location based entertainment) a été ralentie par les fermetures liées aux confinements, tandis que les ventes de casques RV ont augmenté.<sup>1</sup>

Cette situation n'a pas aidé le secteur de la production de contenus en RV à atteindre ce point d'équilibre qui lui permettrait de **rejoindre un public de masse**. Son utilisation augmente dans certains domaines - on pense surtout à l'éducation et à la santé - mais ses applications narratives et créatives, en dehors du jeu vidéo, sont méconnues et il reste encore à trouver **un modèle d'affaires viable** pour rentabiliser leur production.

Ce qui n'a pas ralenti, ce sont les **investissements de Facebook**<sup>2</sup> dans la quincaillerie et les studios de production. Son casque Oculus Quest 2, plus léger et moins coûteux que les versions précédentes, serait le casque le plus vendu dans le monde actuellement. Dans ce contexte, la plateforme Oculus Store, surtout consacrée aux jeux vidéo et aux contenus de studios reconnus, est en bonne voie de dominer la vente directe aux consommateurs.

<sup>1</sup> <https://www.statista.com/topics/2532/virtual-reality-vr/>

<sup>2</sup> À ce sujet, voir cet article : The Verge. 16 juin 2021. Is Facebook cornering the VR market? A recent shopping spree is giving some folks Instagram-in-2012 vibes. [Source](#)

Thème 4 : Distribution XR : trouver un nouvel équilibre

Thème 6 : Baladodiffusion

## Environnement

Ces deux secteurs en apparence très différents ont en commun d'évoluer dans des écosystèmes en devenir, où les **plateformes des géants internet** dépensent des milliards pour dominer un marché encore très embryonnaire.

## Modèles d'affaires

- » **Œuvres sous licence**
- » **Achats sur plateformes en ligne**
- » **Partage des revenus de billetterie**
- » **Financement public**



## Expériences en quête d'un écosystème de distribution

### La baladodiffusion

La baladodiffusion, un autre écosystème de contenus qui se consomment avec un appareil personnel, est également en quête d'équilibre : sa popularité a explosé au cours des dernières années<sup>4</sup>, la pandémie lui a permis d'attirer de nouveaux publics et des géants comme Apple, Facebook et Spotify y investissent des milliards, mais la rentabilité n'est pas encore au rendez-vous pour la plupart des producteurs.

Il n'y a pratiquement pas de barrière à l'entrée de ce marché - tout le monde ou presque peut produire et écouter un balado, l'appareil nécessaire se trouvant dans les poches d'une grande majorité de la population. Ça explique sans doute en bonne partie la profusion de contenus disponibles, mais également leurs problèmes de découvrabilité.

La baladodiffusion n'est pas une nouvelle technologie, elle a connu plusieurs vagues de popularité dans le passé. La présente est peut-être la bonne, ne serait-ce que parce que plusieurs entreprises vouées à la production de balados sont entrées sur le marché au cours des dernières années. L'environnement de production est en voie de se professionnaliser, mais les métiers et expertises nécessaires ne sont pas encore reconnus à leur juste valeur.

<sup>4</sup> La taille du marché mondial devrait atteindre 41,8 milliards de dollars US d'ici 2026, avec un taux de croissance annuel moyen de 24,6 % pendant cette période. [Source](#)

## Modèles d'affaires

- » Œuvres de commande
- » Marketing de contenu
- » Contenu corporatif (B2B)
- » Abonnements directs (modèle Patreon)
- » Licences de diffuseurs

## Nouvelles expériences : la technologie au service des arts et de la culture

Hybridation, une hybridation sur tous les plans est ici le mot-clé : qu'il s'agisse des modes de financement, des secteurs technologiques et artistiques, des espaces virtuels et réels pour la diffusion, des modes d'interaction avec le public, des expertises nécessaires pour générer l'œuvre finale.

Les programmes de financement sont peu adaptés à la mixité des genres entre culture et technologie. Le financement public, encore trop décliné en silos, contribue à conditionner le développement de productions innovatrices, notamment parce que les programmes ne favorisent pas l'interdisciplinarité.

On trouve peu de lieux physiques outillés pour accueillir ces expériences hybrides, souvent possibles uniquement avec des équipements de pointe coûteux. Les expertises également doivent être de pointe, et les programmes qui forment des artistes qui maîtrisent les technologies numériques sont inadéquats, trop souvent développés en fonction des besoins du secteur du jeu vidéo.

Thème 5 : Scénographie augmentée pour les arts vivants

Thème 7 : Expériences originales en ligne

Thème 8 : Hybridation des événements culturels

## Environnement

Derrière ces trois thèmes : le mariage des arts et des technologies numériques pour créer de nouvelles expériences, en ligne ou dans un espace physique. On parle ici du concert virtuel de Jean-Michel Jarre le soir du 31 décembre 2020 dans une cathédrale Notre-Dame reconstituée, du projet Streamer de l'ONF qui examine le phénomène du streaming de jeux vidéo de l'intérieur, à partir du point de vue des streamers ou encore la production et la conception d'images et de graphiques animés pour la scène en direct comme le fait la compagnie montréalaise de réputation internationale Silent Partners Studio.

## Modèles d'affaires

- » Financement public
- » Revenus de billetterie
- » Commandite
- » Vente d'actifs numériques (produits logiciels)
- » Coproduction avec institutions publiques

# Des idées et des solutions : les recommandations

En Europe et au Québec, de plus en plus d'entreprises innovatrices du secteur de la créativité numérique déploient leurs œuvres dans le monde. Pour le Québec, c'est particulièrement vrai en ce qui concerne les installations expérientielles et la scénographie augmentée, tandis que la plupart des expositions immersives itinérantes, dont le concept serait né en France, ont souvent été conçues en Europe.

Une tendance forte avant la pandémie, l'imbrication des technologies numériques dans le quotidien des gens et dans la création culturelle et artistique, a bénéficié d'une nouvelle impulsion avec les règles de distanciation sociale. Certains secteurs - l'hybridation des arts de la scène et des technologies numériques par exemple - ont vu leur développement s'accélérer et leur réalité s'imposer, tandis que d'autres secteurs, après avoir subi un ralentissement de leurs activités, se retrouvent bien positionnés pour participer à la relance.

## L'imbrication des technologies numériques dans le quotidien des gens et dans la création culturelle et artistique, a bénéficié d'une nouvelle impulsion

## Partager Structurer le secteur

Dans ce contexte, il devient particulièrement important que les créateurs, producteurs, distributeurs et diffuseurs travaillent ensemble à structurer leur secteur afin d'assurer son développement et sa pérennité.

C'est une condition préalable pour permettre à la production locale d'émerger au sein de l'offre mondiale de plus en plus abondante.

### Recommandations

#### Développer un socle commun

- » Normaliser les modèles d'affaires, les procédures de base pour les tournées, les cahiers de charge, les lieux et espaces de diffusion.
- » Développer un réseau de lieux de diffusion à la fine pointe des technologies numériques, peut-être en revitalisant des espaces patrimoniaux et industriels inutilisés.

#### Regrouper et mutualiser les ressources

- » Mettre sur pied des comités sectoriels qui discutent des enjeux et des besoins prioritaires et veillent à les communiquer aux instances publiques.
- » Mettre sur pied des comités sectoriels qui permettent d'assurer une forme de coordination à l'échelle internationale.
- » Mutualiser les ressources techniques et technologiques (par exemple, constituer un parc d'équipements de pointe à partager ou encore mettre en place un système d'ubérisation pour partager les équipements quand ils ne servent pas).
- » Partager les données d'usage, les connaissances, les veilles technologiques afin de nourrir l'intelligence d'affaires de tous.

## Financer

# Adapter les outils et les programmes

Les programmes de financement public ont été développés pour répondre au contexte et aux besoins des secteurs dominants comme la production télévisuelle et les jeux vidéo. Ils s'adaptent lentement aux réalités de la créativité numérique, mais pas encore assez rapidement pour cette industrie en pleine effervescence, engagée dans un cycle de changements continus. Notamment, l'insuffisance de données probantes qui permettent de détailler les retombées socio-économiques positives du secteur nuit à cette adaptation.

## Recommandations

- » Pour justifier le recours à des aides publiques, il faut pouvoir en démontrer les retombées, notamment grâce à la réalisation d'études de cas, d'études de marché et d'analyses des retombées socio-économiques des œuvres et productions. Le financement de tels exercices permettrait d'obtenir ces données utiles tant pour les bailleurs de fonds que pour les clients éventuels.
- » L'accès aux programmes doit être démocratisé, notamment en procédant à la révision des critères d'admissibilité mal adaptés à l'imbrication toujours plus étroite entre les secteurs culturels et technologiques.
- » Les productions et œuvres de la créativité numérique ont des besoins et des modes de fonctionnement différents et souvent inédits qui devraient être pris en compte. On propose, par exemple, un financement bonifié pour les projets de jumelage entre studios technologiques et compagnies artistiques.
- » Il faudrait une forme de financement qui reconnaisse que l'innovation doit passer par des phases d'exploration, de recherche et de prototypage et qu'elle charrie une bonne part de risques que les petites entreprises en démarrage ne peuvent soutenir seules.
- » Il faut augmenter les fonds publics dédiés à la distribution, la promotion et le marketing - des postes de dépenses essentiels au rayonnement et au succès.

## Promouvoir

# Faire mieux connaître l'industrie

Un autre enjeu sur lequel les participants ont fait l'unanimité : les œuvres et expériences numériques sont méconnues, tant du grand public que des institutions publiques et privées.

Le caractère inédit de certaines expériences numériques, leur appartenance à une niche parfois très particulière, font en sorte qu'elles sont très peu connues du grand public. Même chose du côté des institutions qui ont besoin de mieux comprendre leur nature, la dimension culturelle de leur offre, les technologies nécessaires à leur production, diffusion et distribution ainsi que les coûts afférents.

## Recommandations

- » Il faut mieux faire connaître la nature culturelle des œuvres et expériences numériques, pour notamment leur permettre de bénéficier du principe de l'exception culturelle.
- » Un catalogue qui valorise l'expertise et la diversité des œuvres et expériences numériques contribuerait au développement de marchés locaux et étrangers. Au plan local, par exemple, il pourrait servir à faire connaître les installations immersives et interactives auprès des promoteurs immobiliers, des gestionnaires d'espaces communs et des responsables du développement du tourisme.
- » Il faut explorer comment faire rayonner les œuvres auprès du grand public. Les festivals, par exemple, peuvent contribuer à ce rayonnement, même si, à la base, ils représentent une dépense plutôt qu'un revenu.
- » Il faut également explorer les différents éléments de la découvrabilité de ce type d'œuvres et trouver comment la favoriser. Les balados, par exemple, sont rarement accompagnés de métadonnées riches et normalisées.

## Former

# Assurer la compétitivité

La qualité et, par conséquent, la compétitivité des secteurs de la créativité numérique, sont étroitement liées aux compétences de haut niveau de leurs équipes. Certains nouveaux métiers ont découlé naturellement de l'adaptation des anciens aux nouvelles technologies, tandis que d'autres sont entièrement originaux. Le caractère professionnel de certains métiers, de même qu'une formule de rémunération équitable pour les métiers inédits, tardent à s'implanter dans le secteur.

Nombre des programmes de formation mis en place pour le secteur des technologies numériques ont été développés pour répondre aux besoins, parfois très spécialisés, des secteurs dominants comme les jeux vidéo. La spécialisation des compétences est un gage de qualité, mais la diversité et le croisement des disciplines peuvent contribuer à l'éclosion de produits complètement nouveaux et originaux.

## Recommandations

- » S'assurer que les programmes de formation soient suffisamment souples pour s'adapter rapidement aux nouvelles expertises requises et aux innovations.
- » S'assurer qu'ils tiennent vraiment compte des nouvelles réalités de la créativité numérique.
- » Explorer la possibilité de mutualiser certains emplois afin d'augmenter la capacité d'adaptation de l'industrie.
- » Développer des programmes de formation continue pour maintenir les compétences à un niveau élevé (classes de maîtres, programmes de stages en milieu de travail).

## Entendu au cours

# du panel d'experts de la plénière

### La diffusion des contenus, leur découverte par le public

Certains champs de la créativité numérique sont bien connus, particulièrement les jeux vidéo, mais d'autres secteurs pourtant dynamiques et féconds artistiquement, bénéficient d'une reconnaissance publique encore trop faible et de circuits de diffusion encore trop limités.

Les secteurs en France et au Canada se sont organisés pour arriver à produire des œuvres intéressantes, mais elles ne sont pas assez vues.

Une chose qu'on n'a pas assez entendue dans les présentations : le besoin d'aller à la rencontre des publics. Ce devrait être au cœur des préoccupations.

Les initiatives qui font connaître les expériences numériques sont importantes. Par exemple le Musée des autres réalités (qui sera à Montréal du 10 juin au 21 juillet 2021), VR to Go du Centre Phi.

### L'importance de la mutualisation et de la coopération au sein de l'industrie

Sur le plan national comme sur le plan international, les partenariats et coproductions deviennent de plus en plus stratégiques afin d'être en mesure de saisir toutes les opportunités offertes par l'effervescence du secteur. Ils agissent notamment comme un moyen de rejoindre de nouveaux publics et d'enrichir les contenus.

À cet égard, l'Institut français a lancé une passerelle en ligne, les Rencontres internationales de la création numérique – les Digital Crossroads – qui se déroulent de mai à octobre 2021 et serviront de lieu d'échange, de partage et de rencontres entre professionnels français et étrangers du secteur.

## Au sujet du financement

« Il est rare, original et intéressant d'entendre qu'on peut à la fois rechercher la réussite artistique et la réussite commerciale et que rentabilité n'est pas un gros mot ! »

Les programmes de financement des institutions publiques sont complexes à refondre : constitués à la base d'argent public, ils ont une obligation de résultats qu'il faut pouvoir mesurer de façon précise.

On constate une inflation des budgets des demandeurs depuis quelque temps, sans doute en raison de la pénurie d'investisseurs privés. Les coproductions internationales, et un soutien à la préproduction, sont des options intéressantes dans ce contexte.

## Importance du Forum Numix

Malgré la grande diversité des sujets et des participants, un consensus se dégage des constats et des recommandations. Ce genre d'événement, et le Forum en particulier, permet aux représentants des institutions de mieux comprendre les besoins et les enjeux des industries qu'ils desservent.

Il débouche toujours sur des constats et des recommandations concrètes et structurées, très utiles. C'est un point de contact et de maillage déterminant.

## Au sujet de la formation

Sans standardisation des formats, des méthodes et des modes de distribution des œuvres, la formation sera toujours en retard sur les besoins. Le secteur du jeu vidéo a commencé son essor à partir du moment où l'industrie s'est ralliée autour de normes précises.

### Institutions qui ont participé à la plénière :

- » Cinéforum, SUISSE
- » Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), FR
- » Fonds des médias du Canada, CA
- » Institut français, FR
- » Partenariat du Quartier des spectacles , QC
- » SYNTHÈSE - Pôle Image Québec, CA

# Annexe 1 : recommandations par thème

## Thème 1 :

### Installation expérientielle temporaire dans l'espace public

- ✓ **1.1** Modèle standardisé de cahier des charges / processus / normes
- ✓ **1.2** Poursuivre la définition du modèle d'affaires pour la tournée
- ✓ **1.3** Adapter les financements aux besoins spécifiques de notre industrie
- ✓ **1.4** Mettre sur pied les outils nécessaires au partage des connaissances
- ✓ **1.5** Maintenir un dialogue et éduquer les institutions publiques pour la compréhension et reconnaissance de nos produits culturels
- ✓ **1.6** Maintien et consolidation des activités de développement

## Thème 2 :

### Exposition immersive itinérante

- ✓ **2.1** Création d'un "task force" porteur d'une vision commune afin d'arrimer les priorités de l'industrie
- ✓ **2.2** Crédit d'impôt pour l'industrie
- ✓ **2.3** Démocratisation du modèle d'accès au financement
- ✓ **2.4** Réalisation d'études de cas afin d'avoir des données au niveau des impacts socio-économiques des expériences
- ✓ **2.5** Investissement public pour réduire le risque lors du développement de projets
- ✓ **2.6** Évaluer et définir les réseaux de distribution et de lieux qui offrent un canevas technique de base



## Thème 3 :

### Expérience multimédia permanente

- ✓ **3.1** Mise à niveau du financement (FNC, SODEC, Patrimoine Canada, etc.) où la reconnaissance de l'industrie est prise en compte
- ✓ **3.2** Les bailleurs de fonds mettent en place des outils/ des fonds pour recueillir des données qui répondent à un certain cadre
- ✓ **3.3** Éduquer/impliquer en amont les développeurs immobiliers, les bailleurs de fond pour la construction des nouveaux lieux (bâti et pensés pour recevoir des installations)
- ✓ **3.4** Standardisation et reproductibilité (modèle d'affaires/ lieux, etc.) afin d'avoir une base commune pour créer
- ✓ **3.5** Soutenir les efforts du milieu pour la mutualisation des ressources (locales) technologiques et humaines pour l'augmentation des capacités de l'industrie

## Thème 4 :

### Distribution XR : trouver un nouvel équilibre

- ✓ 4.1 Étude de marché (canaux, publics, etc. / Étude de cas)
- ✓ 4.2 Produire un catalogue d'œuvres disponibles (version B2B)
- ✓ 4.3 Mode d'emploi à l'usage des nouveaux diffuseurs
- ✓ 4.4 Développement de fonds dédiés (par les institutions) pour la distribution et la promotion
- 4.5 Créer un réseau international de lieux de diffusion
- ✓ 4.6 Mutualisation, coopération et coordination internationale (avec comité aviseur)

## Thème 5 :

### Scénographie augmentée pour les arts vivants

- ✓ **5.1** Financement accru et décloisonné pour les périodes de recherche, d'exploration et de prototypage
- ✓ **5.2** Mise en place d'un comité consultatif pour évaluer les possibilités d'un projet de mutualisation et de réutilisation des équipements
- ✓ **5.3** Financement bonifié pour projets issus de jumelage entre les studios technologiques et compagnies artistiques
- ✓ **5.4** Développement d'un programme gouvernemental de revitalisation des lieux patrimoniaux ou industriels, en lieux de création et diffusions augmentés
- ✓ **5.5** Création d'un réseau des maisons de la culture 2.0 à travers le Québec
- ✓ **5.6** Création d'un comité (task force) pour analyser l'offre et les besoins de formation du secteur dans le but de développer de nouveaux programmes de formation et bonifier les existants

## Thème 6 :

### Balado/Podcast

- ✓ 6.1 Arrimage avec le secteur audiovisuel (définition des rôles et de l'expertise)
- ✓ 6.2 Travail de référencement global
- ✓ 6.3 Rencontre avec la SODEC et autres fonds pour la consolidation du financement dédié aux balados
- ✓ 6.4 Création d'un regroupement des gens du milieu dans un objectif de représentativité du secteur
- ✓ 6.5 Faire partie de regroupements internationaux pour la standardisation des métadonnées sur les plateformes (DDEX)

## Thème 7 :

## Les expériences originales en ligne

- ✓ 7.1 Nourrir une culture d'agilité et de "start-up" au sein de l'industrie pour s'adapter au changement constant (mentalité *maker*)
- ✓ 7.2 Repenser les structures de financement (approche itérative, rapide et flexible, possibilité d'avoir des fonds de fonctionnement, critères favorisant la diversité des équipes, etc.)
- ✓ 7.3 Favoriser la diversité des équipes comme un facteur de succès
- ✓ 7.4 Former les talents en fonction de la nouvelle réalité et des besoins actuels (encourager la curiosité intellectuelle, la versatilité et le croisement des disciplines, etc.)
- ✓ 7.5 Approcher la représentation de l'industrie, la communication et la veille de façon coopérative (lobbying, partage d'intelligence, presse spécialisée, etc.)
- ✓ 7.6 Amener les œuvres vers le grand public (festival ? marchés ? remise de prix ?)

## Thème 8 :

## Hybridation des événements culturels

- ✓ 8.1 Développer l'accessibilité aux formations continue (une fois sur le marché du travail) pour se tenir à jour (technologie, contenu, etc.). Veille technologique
- ✓ 8.2 Ne pas perdre de vue que l'élément central reste l'humain. La technologie est au service du contenu et non l'inverse
- ✓ 8.3 Création d'un fonds culturel financé par les plateformes de diffusion web
- ✓ 8.4 Création de subventions/financements adaptés au marketing numérique (décloisonnement), commission "des inclassables" et de l'expérimental
- ✓ 8.5 Création d'un espace/endroit pour discuter des enjeux, problématiques culturelles de façon globale
- ✓ 8.6 Représentation/ explication/sensibilisation du prix/ de la valeur de la culture (aussi celle hybride) auprès des institutions mais aussi auprès des auditoires

## Annexe 2 : guides des participants

**Thématique 1 :**

[Installation expérientielle temporaire dans l'espace public](#)

**Thématique 2 :**

[Exposition immersive itinérante](#)

**Thématique 3 :**

[Expérience multimédia permanente](#)

**Thématique 4 :**

[Distribution XR : trouver un nouvel équilibre](#)

**Thématique 5 :**

[Scénographie augmentée pour les arts vivants](#)

**Thématique 6 :**

[Balados / podcast](#)

**Thématique 7 :**

[Les expériences originales en ligne](#)

**Thématique 8 :**

[Hybridation d'événements](#)

Partenaire présentateur



Partenaires financiers

