



DÉMARRAGE D'UNE ENTREPRISE EN NOUVEAUX MÉDIAS AU CANADA



Conseil des
ressources humaines
du secteur culturel

Cultural
Human Resources
Council



Ce projet est financé par le
Gouvernement du Canada par l'entremise
du Programme des conseils sectoriels.

DÉMARRAGE D'UNE ENTREPRISE EN NOUVEAUX MÉDIAS AU CANADA

CHAPITRES	PAGE
1 – “DÉMARRAGE” : INTRODUCTION ET GÉNÉRALITÉS	2
2 – L’INDUSTRIE : SURVOL DE L’INDUSTRIE CANADIENNE DES NOUVEAUX MÉDIAS	14
3 - LES MARCHES : MARKETING ET GESTION DES ENTREPRISES EN NOUVEAUX MÉDIAS	47
4 - LE BUREAU : ADMINISTRATION D’UNE ENTREPRISE EN NOUVEAUX MÉDIAS	66
5 - LE CRÉNEAU : OPPORTUNITÉS DE DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL	73
6 - LES MEILLEURES PRATIQUES : EXPÉRIENCE ET CONSEIL D’ENTREPRISES EN NOUVEAUX MÉDIAS	76

DÉMARRAGE D'UNE ENTREPRISE EN NOUVEAUX MÉDIAS AU CANADA

1.0 – “DÉMARRAGE” : INTRODUCTION ET GÉNÉRALITÉS

1.1 - INTRODUCTION PAR SUSAN ANNIS, DIRECTRICE GÉNÉRALE, CONSEIL DES RESSOURCES HUMAINES DU SECTEUR CULTUREL

L'industrie des nouveaux médias est une formidable machine en pleine croissance et de plusieurs milliards de dollars. De grandes entreprises, comme Bioware, Ubisoft et Electronic Arts, sont des chefs de file en terme de production de contenu en nouveaux médias et emploient des centaines de concepteurs et de travailleurs dans ce domaine.

À l'autre bout de la chaîne de production, on retrouve des milliers de petites et moyennes entreprises en nouveaux médias, des artistes et producteurs indépendants, qui alimentent toute l'industrie. L'un des plus grands défis auquel ils doivent faire face, est de monter une affaire fiable qui leur permettra de tirer profit de leur talent et compétences. Ils ont besoin d'être bien informés sur cet aspect entrepreneurial des nouveaux médias, ce qui est enseigné ni dans les établissements secondaires ni au post-secondaire.

L'une des composantes à ce problème est le manque de précision des modèles d'entreprises en nouveaux médias. En tant qu'industrie axée sur le savoir et fonctionnant surtout sur Internet, nous n'avons plus affaire à des sources de revenus traditionnelles et les dépenses restent imprécises. Accordant une importance capitale à alimenter l'industrie des nouveaux médias à la racine, grâce aux petites et moyennes entreprises, le comité directeur des nouveaux médias du conseil des ressources humaines du secteur culturel a identifié le besoin de former les artistes et producteurs en nouveaux médias dans la création de leur nouvelle entreprise.

Cette formation peut être intégrée à un cursus collégial ou universitaire ou bien accordée à titre de cours de perfectionnement professionnel. Le CRHSC remercie vivement Garth A. Buchholz et sa compagnie, DigitalPractices.com, pour leur contribution à la création de ce programme, sollicité par le CHRSC.

À propos du CRHSC :

La mission du conseil en ressources humaines du secteur culturel (CRHSC) est d'initier, coordonner et promouvoir l'organisation, la gestion, la formation et le perfectionnement des ressources humaines du secteur culturel. Cela a été décrété en 1995, à la suite d'une étude exhaustive portant sur la main d'oeuvre culturelle, étude entreprise conjointement avec les RHDSC et le secteur culturel canadien. En tant qu'organisation à but non lucratif, le CRHSC représente les employeurs, salariés, et travailleurs autonomes du secteur culturel, regroupant les disciplines suivantes :

- (1) Nouveaux Médias;
- (2) Musique et enregistrement sonore;
- (3) Cinéma et radiotélé-diffusion;
- (4) Arts de la scène;
- (5) Création littéraire et édition;
- (6) Arts Visuels et métiers d'art;
- (7) Patrimoine.

Le CRHSC rassemble un certain nombre de représentants de ces différentes disciplines et industries culturelles afin de déterminer avec eux les besoins en formation, perfectionnement de carrière et autre besoins potentiels en ressources humaines pour les employeurs et employés du milieu culturel, incluant artistes, concepteurs, techniciens et dirigeants de ce secteur.

Durant plusieurs années après qu'il soit entré en vigueur comme l'un des premiers conseils sectoriels du gouvernement fédéral, le CRHSC a mis en place un important canal d'échange entre les HRSDC et le secteur culturel. Il a également été à l'origine d'un grand nombre de projets traitant les problématiques des ressources humaines du secteur culturel.

Le CRHSC est constitué d'adhérents et dirigé par un conseil d'administration volontaire élu par l'ensemble des membres à travers le pays. Le conseil regroupe des représentants de la musique et de l'enregistrement sonore, du patrimoine, de la création littéraire et de l'édition, des arts visuels et des métiers d'arts, du cinéma, de la télévision, radio, des arts de la scène ainsi que des nouveaux médias. Il mène à bien des projets avec certains partenaires du secteur culturel, en se basant à la fois sur la discipline et l'industrie et également sur le multi-sectoriel. Exemple, le conseil a entrepris le développement d'une charte de profil et compétences, et l'analyse des lacunes existantes concernant la formation des concepteurs de contenu en nouveaux médias. Il a aussi organisé une table ronde à

l'attention des concepteurs et enseignants pour recueillir les besoins en formation.

A travers ces trois dernières années, le CRHSC a développé des stratégies de formation pour le cinéma et la télévision, la musique et l'enregistrement sonore, la distribution d'ouvrages littéraires, et les nouveaux médias. Ceci, en travaillant étroitement avec les employeurs, artistes et employés du milieu culturel, les associations professionnelles, les établissements d'enseignement, afin d'identifier les lacunes en formation et d'y apporter des solutions.

Le CRHSC continue de soutenir les travailleurs autonomes et les artistes du secteur culturel en s'efforçant de compléter *l'Art de gérer sa carrière* (un manuel de compétences entrepreneuriales pour les indépendants) par des fiches propres à chacune des disciplines – Exemple : la nouvelle fiche concernant les concepteurs de contenu en nouveaux médias.

Le cours est divisé en six sections distinctes, tel que présenté ci-dessous :

SECTION 1. « DÉMARRAGE » : Introduction & Généralités

- Introduction
- Généralités
- Remerciements aux entreprises participantes
- Terminologie

SECTION 2. L'INDUSTRIE : Survol de l'industrie canadienne des nouveaux médias

- Analyse de l'environnement
- L'industrie des nouveaux médias au Québec
- Études de cas d'entreprises canadiennes en nouveaux médias
- Réseau et prospection industrielle

SECTION 3. LES MARCHÉS : Marketing et gestion des entreprises en nouveaux médias

- Les nouveaux médias et le Marketing
- Développement d'affaire et plans marketing
- Autres opportunités marketing
- Marketing et partenariat sur les marchés mondiaux
- Subventionnement pour projets et entreprises en nouveaux médias
- Gestion de la production en nouveaux médias

SECTION 4. LE BUREAU : Administration d'une entreprise en nouveaux médias

- Direction des ressources humaines
- Gestion des finances
- Conseils sur les frais juridiques et droits d'auteur

SECTION 5. LE CRÉNEAU : Possibilités de développement professionnel

- Enseignement en nouveaux médias et possibilités de perfectionnement
- Conseil d'entreprises en nouveaux médias

SECTION 6. LES MEILLEURES PRATIQUES : Expérience et conseils de professionnels des nouveaux médias

- Collideascope Digital Productions
- Canoe.ca
- Turbulent
- Xenophile Media
- cafesonique.com
- notsoimpleton.com
- Intoria, Inc.