

une sorte de flair pour comprendre et évaluer les différentes occasions qui s'offrent, en tout cas probablement plus que les dirigeants d'entreprises où l'on ne fait que des émissions de télévision, que des films ou que des messages publicitaires. SDS prend actuellement part à des projets dans chacun de ces secteurs d'activités.

Les projets qu'on étudie sont évalués selon la longueur du déroulement des opérations, par rapport à l'intérêt qu'ils offrent du point de vue créateur et technique et en fonction de leur intérêt stratégique pour l'entreprise. SDS élabore aussi ses propres projets maison.

Comme dans d'autres entreprises, la direction cherche toujours des occasions d'enrichir son équipe de base, mais pas à n'importe quel prix. SDS voit si l'animateur sera capable de rester bien intégré dans l'équipe à long terme, évalue son

Dans un petit groupe, les prouesses au plan des capacités créatrices et techniques ressortent davantage. Par contre, c'est aussi plus difficile de camoufler un travail médiocre ou une attitude nuisible.

éthique professionnelle et juge de ses capacités créatrices et techniques en fonction de l'échantillon présenté. Comme il s'agit d'un petit groupe, les prouesses sur ce plan ressortent davantage. Par contre, c'est aussi plus difficile de camoufler un travail médiocre ou une attitude nuisible.

Même si la plupart des commandes vont continuer de provenir des milieux du divertissement de Los Angeles, l'avenir promet une augmentation du pourcentage des affaires traitées sur le marché international. Déjà, SDS estime que le financement, pour environ 30 % de ses activités, provient de l'extérieur de Los Angeles. L'entreprise prévoit une augmentation de la concurrence sur le front international et une croissance marquée du côté des entreprises de l'Orient.

Investissement

Comme les projets auxquels participe SDS sont extrêmement divers et intéressent une multitude de secteurs d'activités, il est difficile de parler d'un budget type. Les contrats les plus petits, qui ont pour objet la réalisation de composantes de messages publicitaires télévisés, coûtent environ 25 000 \$, tandis que les gros projets, comme les films d'attraction virtuelle produits pour des parcs thématiques, dépassent les quatre millions de dollars.