

Au mois d'avril 1997, la société française Ubi Soft Entertainment S.A., le deuxième fabricant européen de jeux vidéo informatiques sur CD-Rom, a annoncé qu'elle avait choisi Montréal (Québec) pour implanter un important studio multimédia qui desservira les marchés américain et canadien. Ubi Soft entend investir 400 millions de dollars au cours des 10 prochaines années.

Interviewée par *Canada-Info-Investissement* six mois plus tard, la vice-présidente de la filiale canadienne Ubi Soft Divertissements Inc., M^{me} Sabine Hamelin, a souligné que Montréal était le choix idéal. Selon elle, le premier avantage est d'ordre culturel : « Son environnement bilingue fait de Montréal le pont parfait par lequel une société européenne peut entrer sur le marché nord-américain ».

Un autre avantage, d'après M^{me} Hamelin, réside dans la qualité de la main-d'œuvre, une exigence fondamentale pour Ubi Soft. « Nos produits sont destinés à des clients très exigeants et avertis. Pour les satisfaire, il faut faire preuve d'une très grande créativité dans une foule de domaines, dont l'infographie, l'illustration, l'animation et la programmation. En nous implantant au Canada, nous profitons d'un accès à un impressionnant bassin de compétences, des personnes qui sont en plus particulièrement bien au fait des goûts et des tendances nord-américaines. »



de France
implante

à

Montréal

un studio multimédia de plusieurs millions de \$

M^{me} Hamelin ajoute que « sur le plan géographique, Montréal occupe un emplacement idéal, du fait de sa proximité avec les États-Unis et des bons rapports qu'elle entretient avec ce marché, et de sa position favorable vis-à-vis de l'Europe. »

Par ailleurs, Ubi Soft a apprécié l'accueil chaleureux que lui ont réservé les autorités fédérales et provinciales, en la faisant bénéficier d'une vaste gamme de programmes d'encouragement à l'investissement et de création d'emplois.

Travail d'équipe

La toile sur laquelle s'active Ubi Soft Entertainment est d'envergure internationale. La société produit ses propres jeux vidéo dans 41 pays, en plus de distribuer les produits d'autres entreprises. Outre celui du Canada, elle exploite des studios en France, en Chine et en Roumanie, où toutes les équipes de production mettent en commun leurs compétences



spécialisées pour réaliser des produits finals : les jeux vidéo éducatifs et récréatifs.

L'équipe du nouveau centre de Montréal qui s'intégrera à l'équipe internationale possède ce qu'il faut pour exécuter toutes les étapes : de la conception à la production, en passant par l'illustration, l'animation et l'intégration.

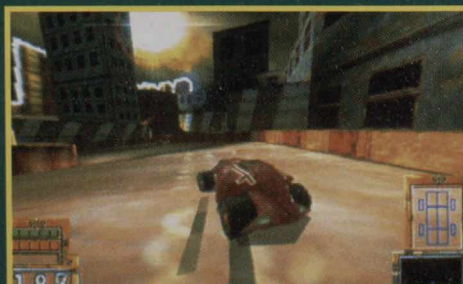
Au mois d'octobre 1997, plus d'une centaine d'employés s'activaient déjà dans le studio montréalais de 22 000 pieds carrés. Ubi Soft a l'intention, d'ici avril 1998, d'accroître son effectif de 200 membres pour le porter à 550 avant l'an 2000. La société a également signé un contrat avec le fabricant allemand de jouets Playmobil en vue de la production de trois gammes de jeux vidéo : une pour les garçons, une pour les filles et une autre pour les enfants d'âge préscolaire. C'est le studio de Montréal qui se chargera de fabriquer ces produits, du début à la fin.

Après six mois d'exploitation, M^{me} Hamelin dresse le bilan : « Ubi Soft a l'intention de devenir un intervenant majeur sur le marché nord américain du jeu vidéo. C'est bien parti! » ♦



La vice-présidente d'Ubi Soft Divertissements Inc., M^{me} Sabine Hamelin, dirige les activités canadiennes et est aussi membre de la haute direction de l'organisation mondiale. M^{me} Hamelin s'est jointe à Ubi Soft Entertainment S.A. en France en 1989 et, à 26 ans, a été promue directrice des affaires financières et administratives d'Ubi Soft International. En 1996, elle a organisé avec succès l'inscription de la société à la Bourse de Paris.

Ubi Soft Entertainment S.A. a enregistré des ventes de 80 millions de dollars en 1996. La société compte 531 employés à l'échelle mondiale.



Ubi Soft produit, publie et distribue plus de 1 000 produits destinés aux adeptes de jeux vidéo. Au nombre de ses créations les plus populaires figurent *POD* (un jeu de course faisant appel à la technologie avancée des microplaquettes Intel), *Rayman*, *Tim 7* (une trousse éducative sur CD-Rom), et un jeu de simulation de course F1. Une

des premières sociétés de son domaine à se consacrer au développement de jeux réseautés, Ubi Soft se laisse maintenant porter par l'immense vague de succès de ses produits. Bon nombre de ses jeux vidéo sont maintenant dotés d'une connectivité internet intégrée.