

Ubisoft joue gagnant dans le secteur montréalais des jeux

Près de 12 ans après son ouverture, le studio montréalais d'Ubisoft est l'un des plus grands studios de développement vidéo au monde. Depuis 1997, le plus grand studio canadien du géant français a créé plus de 55 titres qui se sont vendus par dizaines de millions partout dans le monde, générant des centaines de millions de dollars en chiffre d'affaires.



« **Ubisoft continue d'accroître sa présence au Canada grâce à un climat d'affaires très favorable et à la disponibilité d'une main-d'œuvre qualifiée.** »

Yanniss Mallat,
président-directeur
général,
Ubisoft Montréal

Ayant d'abord mis au point des jeux pour enfants tels *Donald Couac Attack!* et des titres fondés sur les jouets Playmobil, le studio a aidé Montréal à se positionner comme une capitale des jeux vidéo en lançant la série *Tom Clancy's Splinter Cell* en 2002. Depuis, bon nombre de ses titres ont connu du succès, notamment *Assassin's Creed*, *Tom Clancy's Rainbow Six : Vegas* et *Prince of Persia*.

Le studio montréalais, dont l'effectif était inférieur à 100 personnes lors de sa création, emploie aujourd'hui plus de 2 000 travailleurs créatifs. Ubisoft poursuit sa stratégie de développement avec pour objectif de créer 1 000 emplois d'ici 2013.

« Ubisoft continue d'accroître sa présence au Canada grâce à un climat d'affaires très favorable et à la disponibilité d'une main-d'œuvre qualifiée », explique Yanniss Mallat, président-directeur général d'Ubisoft Montréal. « Jusqu'ici, cette expansion s'est matérialisée grâce à l'établissement d'un studio à Québec en 2005, à la création d'Ubisoft Digital Arts (UDA) en 2007 et à l'acquisition d'Hybride Technologies, spécialiste de la création d'effets visuels pour le cinéma, la télévision et la publicité, en 2008. Aussi, nous avons récemment établi des opérations sur la côte ouest du Canada en nous portant acquéreurs du développeur Action Pants Inc. de Vancouver. Ce studio, dont l'effectif est actuellement de 110 employés, se spécialise dans les jeux sportifs adaptés à la console Wii. »

Une armée de travailleurs très bien formés

Ubisoft participe activement au développement d'un authentique savoir-faire créatif et technologique qui a permis au Canada d'établir sa présence dans un marché en ébullition. Le studio peut puiser dans le bassin des quelque 7 000 diplômés en TI et en multimédia des grandes universités québécoises.

Ubisoft fait également du recrutement dans les collèges d'enseignement spécialisé tels le National Animation and Design Centre et le Collège de Bois-de-Boulogne pour la formation en imagerie 3D, le Collège Inter-Dec pour l'imagerie 2D/3D et l'Institut national de l'image et du son pour la formation en musique.

En outre, depuis 2005, le Campus Ubisoft – créé en collaboration avec le Cégep du Vieux-Montréal, le Cégep de Matane, le Collège Dawson, l'Université de Sherbrooke et l'Université de Montréal – offre des programmes de formation de niveau collégial et universitaire en programmation, en animation 3D, en modélisation et en conception de jeux. Le Campus Ubisoft est la première initiative québécoise à combiner des programmes collégiaux et universitaires menant à l'obtention de diplômes reconnus par le ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport (MELS). Les étudiants doivent collaborer à des projets d'études communs qui simulent la création d'une production pour jeu vidéo, ce qui les prépare à entrer de plain-pied dans l'industrie du divertissement interactif.

Un avenir prometteur pour une industrie dynamique en pleine expansion

Même compte tenu du ralentissement économique actuel, les ventes mondiales de l'industrie des jeux vidéo devraient s'élever à 68,3 milliards de dollars américains par an d'ici 2012, d'après PricewaterhouseCoopers. Ubisoft a l'intention de demeurer à l'avant-garde des éditeurs indépendants en embauchant les candidats les plus qualifiés afin de mettre au point des jeux vraiment innovateurs qui redéfiniront les normes de l'industrie. Sa présence canadienne l'aidera à atteindre cet objectif.

