



Montréal fait son cinéma

Avec les mêmes recettes que dans le jeu vidéo, la métropole québécoise est en train de s'imposer comme une place forte pour l'animation, les tournages et la postproduction. On s'arrache la main-d'œuvre spécialisée.

De notre envoyée spéciale, Valérie Lion

C'est le film événement de cet été dans le cinéma d'animation. Projeté en avant-première mondiale le 10 juin au festival d'Annecy, avant une sortie en France le 7 août, en Allemagne le 8 août et en Grande-Bretagne le 9 août. *Playmobil, le film* débarque sur nos écrans. Une production française réalisée à 100 %... au Québec ! A Montréal exactement, dans les bureaux d'On Animation Studios, qui occupent d'immenses plateaux au cœur du Mille Carré Doré, à deux pas de l'université Guy-Concordia. Jusqu'à 250 personnes ont travaillé ici dans la plus grande confidentialité à la fabrication de ce long-métrage mêlant animation 3D et prises de vue réelles. Une grande partie d'entre eux étaient des artistes étrangers. Même le réalisateur américain Lino Di Salvo, qui fut le responsable de

l'animation pour *La Reine des neiges*, a quitté Disney et Los Angeles pour venir vivre à Montréal, voilà deux ans.

« C'est simple, explique le français Alexis Vornard, patron d'On Animation Studios, installé à Montréal depuis 2012 : la première personne embauchée ici, en 2015, a été notre responsable de la relocation. Elles sont désormais deux à se consacrer entièrement à ce service. Leur mission : trouver des solutions très vite. » Comprenez, résoudre les questions de visa de travail, de logement, d'assurance santé, etc... afin d'attirer les talents du monde entier. Avec un petit faible pour nos compatriotes au savoir-faire recherché dans le secteur. « Un Français en PVT spécialisé dans l'animation ou les effets spéciaux qui vient ici est le roi du monde », renchérit Nicolas Delval, arrivé de Paris en 2013 pour ouvrir la filiale canadienne

de BUF et aujourd'hui directeur des opérations de Mikros (groupe Technicolor). Sa société, qui prépare *Bob l'Eponge 3*, recrute aujourd'hui une centaine de personnes.

On connaissait Montréal capitale mondiale des jeux vidéo. On sait moins que la métropole québécoise est en train de réitérer l'exploit – s'imposer comme un « hub » incontournable – cette fois-ci dans le cinéma, et plus particulièrement, dans les effets spéciaux et l'animation. Avec à peu près les mêmes recettes : des crédits d'impôt avantageux, un coût de la vie raisonnable, une main-d'œuvre qualifiée et bilingue, et une capacité à travailler aussi bien avec les Américains que les Européens. Sauf que le film se rejoue en accéléré : « Nous avons vécu en cinq ans dans l'industrie des effets visuels ce que nous avons vécu en vingt ans dans le jeu vidéo, explique Eric Kucharsky, directeur à Montréal International. En 2012, il y avait en ville 500 salariés du secteur. L'an dernier, ils étaient 4000 et ils seront plus de 5000 en 2020. » « En 2012, quand nous sommes venus faire l'animation du *Petit Prince*, il n'y avait pas de main-d'œuvre spécialisée, raconte Alexis Vornard : nous sommes allés chercher les gens à Vancouver et à Toronto. »

À VANCOUVER, UN MARCHÉ SATURÉ

Le Québec moderne a toujours connu un certain dynamisme du cinéma et de l'audiovisuel, pour des raisons culturelles avant tout : il fallait offrir aux francophones une alternative aux films

SDP

et aux séries anglophones (américains pour la plupart). Pendant longtemps, la production a surtout été locale, avec des moyens locaux. Résultat, « les techniciens du cru sont habitués à travailler avec des budgets modestes, dans des délais restreints », explique Thomas Ramoisy, directeur du cinéma à la ville de Montréal, qui a fait des industries culturelles l'un de ses cinq secteurs stratégiques de développement.

Mais il ne suffit pas toujours d'une stratégie politique, même partagée par le gouvernement provincial (aux manettes pour les crédits d'impôt) et la ville (la mairesse, Valérie Plante, s'est fendue d'une mission de quatre jours à Los Angeles, en novembre dernier, accompagnée d'une imposante délégation qui a fait la tournée des studios d'Hollywood). Montréal a aussi profité d'un « momentum » favorable. Sur la côte ouest, Vancouver, base arrière naturelle des Américains, arrivait à saturation : manque d'espace, compétition acharnée sur la main-d'œuvre, envolée des salaires et donc des coûts. Dans le même temps, la part des effets visuels dans les films a explosé conduisant à une croissance organique du marché. L'affaiblissement du dollar canadien face au dollar américain a renforcé l'attractivité du Canada comme lieu de tournage et de postproduction. Quant à la ville de Montréal, avec son architecture mélangée, des bâtisses

vieille Europe aux buildings futuristes, et sa nature toute proche (le Mont-Royal), elle réunit une diversité incroyable de décors grandeur réelle.

Aujourd'hui, la cité compte une quarantaine d'entreprises d'effets visuels. Aux acteurs locaux sont venus s'ajouter tous les groupes internationaux du secteur, enclenchant un cercle vertueux : dans cette industrie où les projets ne durent pas plus de douze mois en moyenne, il faut atteindre une masse critique d'employeurs pour stabiliser la main-d'œuvre. C'est fait : « Quand un projet arrive à son terme, notre communauté de techniciens et d'artistes trouve un autre job en deux heures », assure Alexis Vornard, qui après *Playmobil*, le film prépare le premier long-métrage tiré du dessin animé *Miraculous, les aventures de Ladybug et Chat Noir*.

Même phénomène dans les tournages, avec la naissance, en 2016, des studios MTL Grandé, créés à la Pointe Saint-Charles, dans les anciens ateliers de maintenance ferroviaire du groupe Alstom, par un duo d'entrepreneurs audacieux. Andrew Lapierre et Johann Martin, déjà à la tête d'une société de services audiovisuels, sont venus ajouter une nouvelle offre de plateaux à côté des infrastructures existantes de Mels (groupe Quebecor). De quoi attirer à Montréal encore plus de blockbusters

américains : les séries *X-Men* ont été en grande partie tournées dans les studios de Mels, et MTL Grandé a démarré ses activités en 2017 avec Jack Ryan, une franchise de Tom Clancy produite par Paramount, destinée au géant Amazon. L'ambition de Lapierre et Martin ? Faire que les tournages s'enchaînent à Montréal six ou sept mois dans l'année, et non pas seulement quatre mois, entre juin et septembre. Là aussi, le momentum est favorable : avec l'arrivée du streaming et des plateformes comme Netflix, Amazon et Hulu, les besoins en production n'ont jamais été aussi élevés : « Depuis cinq ans, le volume mondial a plus que triplé », explique Andrew Lapierre.

OPPORTUNITÉS MULTIPLES, SALAIRES GÉNÉREUX

Entre les tournages étrangers et les effets visuels, ce sont plus de 870 millions de dollars canadiens de chiffre d'affaires qui ont été générés l'an dernier dans la métropole québécoise, un niveau qui pourrait dépasser le milliard d'ici deux ans. Montréal, nouvelle capitale de l'image ? « La ville prend chaque année des parts de marché à Vancouver et Toronto », assure Brice Garnier, président de Kaïbou Production, l'un des pionniers français de l'animation au Québec (il a démarré en 2001). « La forte présence de l'industrie des jeux vidéo, connexe au cinéma, crée un environnement favorable, qui nous rend désormais incontournable », estime ce professionnel. Les talents étrangers – ils représentent selon Montréal International 30 à 50 % de la main-d'œuvre du secteur – en profitent. Non seulement les opportunités sont multiples, mais les salaires sont généreux (environ 70 000 dollars canadiens par an pour un animateur, de 90 000 à 150 000 pour un chef animateur ou superviseur), et les employés choyés. Prochain défi : fournir suffisamment de main-d'œuvre à cette industrie en pleine expansion. Pour y répondre, les formations se multiplient et les écoles françaises débarquent en masse. La saison 2 ne fait que commencer.

Événement *Playmobil*, le film est une production française réalisée au Québec (à g.). Spot L'affaiblissement du dollar canadien a renforcé l'attractivité du Canada comme haut lieu de tournage. Ici, les studios Mels (Quebecor).

