

FX Cartel Champion du numérique

Mathieu Perreault

Numéro 252, janvier–février 2008

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/47374ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

La revue Séquences Inc.

ISSN

0037-2412 (imprimé)

1923-5100 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Perreault, M. (2008). FX Cartel : champion du numérique. *Séquences*, (252), 17–17.

FX CARTEL

CHAMPION DU NUMÉRIQUE

On sait depuis le succès phénoménal de Softimage que le Québec est une force dans le cinéma numérique. Mais récemment, une nouvelle approche a encore davantage renforcé la tendance.

MATHIEU PERREAULT

L'innovation n'est pas ici technologique. Il s'agit simplement d'un modèle d'affaires, inventé par la compagnie Fx Cartel. À la mi-novembre, Fx Cartel et quelques autres compagnies d'effets spéciaux numériques ont fait une conférence de presse dans le Vieux-Montréal, pour rendre compte des progrès récents dans le domaine.

« En seulement quelques années, Fx Cartel a drainé 20 millions \$ de contrats vers le Québec », explique Danny Bergeron, de Mokko Studio. « C'est énorme, ça prend normalement 20 ans pour qu'une compagnie atteigne ce niveau. » Mokko a travaillé au récent **Mr. Magorium's Wonder Emporium**, notamment à la scène de la fin, au moment où Dustin Hoffman monte au ciel.

Le secret de Fx Cartel, c'est de se limiter à jouer les intermédiaires : préparer le devis, le budget, puis identifier les compagnies québécoises les mieux placées pour les effets spéciaux en question, et enfin récupérer les crédits d'impôt pour chaque client. « C'est un concept unique au Canada », affirme M. Bergeron.

L'influence québécoise en effets spéciaux numériques s'est d'abord bâtie autour des logiciels, dans les années 80. « C'est un marché assez petit, en dehors des logiciels canadiens, il n'y en a pas vraiment d'autres », estime M. Bergeron. Ensuite sont venus les jeux vidéo, notamment avec Ubisoft. Le cinéma est arrivé en dernier, en grande partie avec la construction des grands studios près de l'autoroute Bonaventure. « Une fois qu'on a attiré les gros films, comme **Spy Kids**, les producteurs ont découvert nos forces au niveau numérique », souligne M. Bergeron. Les affaires vont tellement bien que Mokko double la taille de ses studios du canal Lachine.

Et l'avenir ? Il faut maintenant développer les coproductions européennes, selon M. Bergeron. « Le tiers de nos projets sont européens ou canado-européens, et dix, quinze pour cent uniquement canadiens. Le reste, c'est de l'américain. Nous sommes à Cannes chaque année pour diversifier nos sources de contrats. »

Par contre, l'autre grande force du milieu de la production, la télévision avec les séries de plus en plus sophistiquées de chaînes comme HBO, ne peut pas être exploitée pour le moment. « La cadence est trop élevée pour qu'on puisse travailler à distance », explique M. Bergeron.

EN JAPONAIS SAMOURAI VEUT DIRE « CELUI QUI SERT »



UN GRAPHISTE À VOTRE SERVICE

samurai

Simon Fortin, concepteur graphiste
(514) 526-5155
info.samurai@videotron.ca
www.samurai.ca