

COMPUTER 99

► Comment soutenir et promouvoir le multimédia, industrie du XXI^e siècle porteuse de nouveaux emplois

Non seulement le Québec exonère d'impôt les jeunes entreprises mais il va jusqu'à rembourser les salaires

La Belle Province du Canada était l'invitée de l'association «SwissMedia» à Computer 99. Démonstration d'une démarche volontariste.

Pierre Veya

Hier, à Beaulieu, deux approches différentes de la promotion de l'industrie du multimédia ont confronté leurs expériences, dans le cadre du forum organisé par l'association «SwissMedia» fondée il y a trois ans sous l'égide de la ville de Vevey. D'un côté les Québécois. La démarche est volontariste. La Belle Province a créé des outils de promotion spécifiques à cette industrie, dans le but de devenir en dix ans la «capitale mondiale du multimédia». De l'autre, la Suisse, ou plutôt la ville de Vevey, qui tente avec de petits moyens de mobiliser les forces jeunes du pays vers une industrie nouvelle et porteuse de nouveaux emplois. Le projet

québécois, lancé à la fin des années 90, vise à assurer un investissement annuel de 2 milliards de dollars canadiens dans les technologies de l'information et cela pendant dix ans. L'objectif: créer au moins 10.000 nouveaux emplois à forte valeur ajoutée.

Les jeunes entreprises bénéficient d'une exonération fiscale jusqu'en 2010

Le gouvernement provincial soutient la «Cité du multimédia» de Montréal et des centres décentralisés qui, outre des objectifs de formation et de sensibilisation, accordent aux entreprises en création une aide mais également une exonération fiscale totale jusqu'en 2010, doublée d'un remboursement de

40% des salaires. En dix-huit mois, 5000 emplois ont été créés. Et selon Luc Meunier, ministre-adjoint du Gouvernement québécois, l'objectif des 10.000 emplois sera atteint dans les cinq ans. Cet effort particulier pour le multimédia est parallèle aux efforts que conduit le gouvernement pour promouvoir l'industrie high-tech qui emploie d'ores et déjà plus de 400.000 personnes, soit environ 15% de la population active. Pour Louise Perras, directrice générale du Centre d'expertise et de services en applications multimédias de Montréal «Le Québec veut tirer profit de sa double appartenance culturelle - américaine et européenne - pour investir dans ce qui va devenir l'une des plus importantes in-

dustries du prochain siècle». Du côté des producteurs, le président de l'association québécoise relève que «la technique n'est plus l'élément déterminant pour le développement du multimédia. La commercialisation et bien entendu le contenu sont décisifs».

Vevey a décidé de reconstruire son tissu économique

La Suisse ne dispose évidemment pas d'outils comparables à ceux mis en place par le Québec. Comme l'a relevé Yves Christen, le président de «SwissMedia» et syndic de Vevey, la politique suisse refuse par tradition un tel interventionnisme. «On peut le comprendre mais nous pouvons aussi admettre qu'un soutien aux nouveaux secteurs économi-

ques peut se justifier. Ainsi à Vevey, après une crise sans précédent, la ville a décidé de reconstruire son tissu économique en s'appuyant sur sa tradition dans les arts graphiques. C'est un projet culturel avant tout et nous espérons pouvoir progressivement fédérer les créateurs de tout le pays». A titre d'exemple, Yves Christen devait citer le cas de Manchester ville sidérurgique sinistrée et qui investit aujourd'hui massivement dans les technologies de l'information.

En Suisse, on discute mais on agit peu

Pour le professeur Murat Kunt, l'un des meilleurs experts du monde en matière d'images électroniques, la Suisse «est un

peu la Belle au bois dormant». On discute, on délibère mais on agit peu. On développe des réseaux mais on ne sait pas quoi en faire. Pour lui, ce pays manque de vision, d'ambition. A ses yeux, il est essentiel d'investir dans cette industrie, au même titre que les Etats ont, à l'époque, contribué au développement des réseaux d'eau et d'électricité. Pour l'industriel André Kudelski, la frilosité helvétique face aux nouvelles technologies s'explique en partie par le confort de richesse qu'ont procuré dans ce pays les industries traditionnelles. Enfin, l'histoire montre que ce sont rarement les anciennes sociétés, quelle que soit leur taille, qui développent les produits nouveaux •