

L'état de la réalité virtuelle au Canada

Pouls de la RV : analyse de la situation au 1er trimestre de 2017

Principales conclusions :

Au premier trimestre de 2017, l'industrie de la réalité virtuelle (RV) au Canada et partout ailleurs sur la planète demeure une occasion incertaine. Le battage a commencé à ralentir et les véritables données commencent à faire surface. Nous sommes en mesure de faire un certain nombre d'observations clés :

- Les plateformes plus économiques se vendent mieux, mais le moment où elles seront adoptées à grande échelle est encore loin de poindre à l'horizon;
- Les montants investis en RV sont demeurés élevés tout le long de 2016, bien qu'on constate le début d'un essoufflement;
- Une bonne partie des investissements en RV sont faits par des plateformes et des fabricants à la recherche de la prochaine appli qui aura un succès bœuf. La plupart des entreprises canadiennes de RV proposent une certaine forme de contenu ou une application;
- Une industrie de la RV enracinée dans la réalité plutôt que dans le possible être présente une occasion aux entreprises qui forment l'industrie canadienne de la RV;
- Une bonne partie de cette occasion dépend de l'accessibilité de renseignements opportuns sur cette industrie qui évolue rapidement, par exemple, par le biais de Pouls de la RV;
- Les entreprises doivent aussi pouvoir accéder à des bassins de talents et de fonds suffisants pour être en mesure de saisir ces occasions.

La réalité augmentée (RA) et la RV ont le potentiel de devenir la prochaine évolution de nos interactions avec la technologie. À l'instar de l'évolution des ordinateurs personnels, des consoles de jeux et des téléphones intelligents dans le secteur de l'informatique, la RA/RV a le potentiel de créer de nouveaux marchés et de perturber des industries existantes.

Ventes de RV : de véritables résultats mitigés

Mais jusqu'à quel point ce potentiel est-il réel? Que nous disent les données sur les ventes initiales à la propos de la réalité de la RV?

Comme l'illustre le tableau qui suit, les chiffres de vente commencent à en dire davantage sur la rapidité à laquelle la RV fait son entrée dans le « courant majoritaire ».

| Casque | Coût | Autre coût | Ventes (en date du 26 fév. 2017) | Communauté potentielle |
|----------------------|-------------------------|------------------|-------------------------------------|--|
| Samsung Gear | 99 \$ | 600 \$+ | 5 000 000 | > 26 millions (Galaxy S5-S7) |
| HTC Vive | 799 \$ | 1000 \$+ pour PC | 420 000 | 125 millions d'utilisateurs actifs de STEAM |
| Oculus Rift w/ Touch | 598 \$ (en date d'hier) | 1000 \$+ pour PC | 243 000 | |
| Sony VR | 500 \$ | 260 \$ pour PS4 | 915 000 | 50 millions d'utilisateurs de PS4 |
| Google Daydream | 79 \$ | 649 \$ | 216 000 (2016) | 4 millions d'utilisateurs de PIXEL (en date de jan. 2017)) |

Par ailleurs, certains chiffres sont prometteurs. Par exemple, Sony en a surpris plusieurs en présentant des chiffres de vente solides pour son casque PSVR : 915 000 unités vendues en quatre mois. De plus, Samsung a affirmé que 5 millions d'unités de son casque ont été expédiées au début de 2017. Cependant, les chiffres concernant les casques haut de gamme sont moins prometteurs. HTC a vendu moins de 500 000 unités de son Vive, tandis qu'Oculus a vendu quelque 243 000 casques Rift.

En bref, bien que les réductions de coûts et les forfaits contribuent à accroître les ventes, aucune plateforme de RV n'a encore fait l'objet d'une adoption généralisée à grande échelle.

La « pile » de la RV

Cependant, les principales données sur les ventes ne disent pas tout sur la RV. Il faut plutôt creuser davantage pour comprendre comment les produits de RV sont développés et ainsi comprendre comment l'industrie se développe. À cette fin, l'écosystème de la RV peut être largement structuré autour de la « pile » d'éléments interconnectés illustrés ci-contre. □

Le matériel, au bas de la pile de la RV, est dominé par de grands joueurs (par ex., Samsung et HTC) et façonné par des investissements considérables dans les casques de RV et des solutions pratiques (par ex., saisie, repérage). L'année 2016 a été une année décisive pour l'industrie, car les principaux fabricants de matériel ont franchi un certain nombre de jalons. Mentionnons le lancement de PlayStation VR (Sony), de la plateforme Daydream de Google et du contrôleur de mouvement Touch d'Oculus ainsi que l'annonce par Microsoft de l'arrivée prochaine de casques de RV à technologie holographique pour la plateforme Windows.

Alors que l'innovation s'accélère dans l'ensemble de la pile, les occasions de fonder de nouvelles entreprises de RV à croissance rapide sont concentrées dans le haut de celle-ci, soit dans les contenus et les applications. Les plateformes de RV et les fabricants de matériel de RV financent le développement de contenus qu'ils espèrent meneront à une adoption élargie de la RV – l'élusif « appli qui aura un succès bœuf ». De plus, un nombre croissant de jeunes pousses explorent de possibles débouchés en matière de logiciels et de contenus, là où les plateformes (par ex., Oculus) et les fabricants (par ex., Samsung) n'ont pas l'expertise nécessaire pour proposer des produits/services concurrentiels

Investissements en RV : le contenu de RV est-il roi?

Les principales plateformes de RV (par ex., Oculus, HTC, Samsung, etc.) continuent d'investir dans le contenu pour élargir leurs catalogues de lancement. De plus, en 2016, des investisseurs corporatifs stratégiques comme Twentieth Century Fox ont investi dans des studios de développement de contenu dont la technologie est assortie d'une solide propriété intellectuelle.

Contenus et applications
livrés aux clients finaux

Instruments logiciels (par
ex., outils analytiques)

Matériel (par ex., casques,
accessoires)

Certains de ces investissements sont présentés dans le tableau qui suit.

| Société | Produit/Service | Investisseurs | Investissement (en \$) |
|----------------|--|--|------------------------|
| NextVR | Diffusion en continu | Time Warner, Comcast Ventures, RSE ventures, Madison Square Gardens, et d'autres | Série A 30,5 M\$ |
| Baobab Studios | Studio de contenu (animation) | Horizons Ventures, Twentieth Century Fox, Evolution Media Partners (avec le soutien de TPG et de CAA), et d'autres | Série B 25 M\$ |
| Felix & Paul | Studio de contenu + infrastructure technologique | Comcast Ventures, LDV Partners, Phi Group, Caisse de dépôt et placement du Québec | Série A 6,8 M\$ |
| Vertebrae | Technologie publicitaire | S/O | 10 M\$ |
| Big Screen | Appli de productivité sociale | Andreessen Horowitz, True Ventures, Presence Capital, Ludlow Ventures, David Bettner et SV Angel | 3 M\$ |

Vers la fin de 2016, les investissements dans les studios de contenu ont cédé la place à des investissements considérables dans des sociétés interentreprises (B2B) œuvrant dans des secteurs autres que le divertissement. À cet égard, soulignons l'investissement par Andreessen Horowitz dans l'appli de productivité sociale Big Screen. Cependant, au premier trimestre de 2017, selon les données de Crunchbase, il y a eu ralentissement des financements et des investissements totaux de capital en RA/RV¹. En effet, l'opinion globale des investisseurs à l'égard de la RV a récemment changé, et ce, malgré des témoignages de confiance simultanés comme les investissements considérables faits par Google pour acquérir Owlchemy Labs.

¹ Joanna Glasner. 2017. Despite Hype, VR Investment Fades In Q1 2017. Crunchbase. Récupéré de : <http://about.crunchbase.com/news/despite-hype-vr-investment-fades-q1-2017/>

La réalité, une occasion à saisir

Même si l'industrie de la RV se trouve dans la « vallée de la désillusion » pour citer Gartner, une baisse des attentes du public et de la confiance des investisseurs ne devrait pas pour autant être une cause de consternation.² Au contraire, le ralentissement du cycle du battage crée un espace permettant de concevoir intentionnellement les fondements d'une croissance mesurée et réfléchie de cette industrie émergente. Ce développement est une bonne nouvelle pour le Canada, car c'est une source considérable d'appuis publics et de talents qui positionne le pays avantageusement au sein de cette industrie croissante.

Afin de tirer profit de cette occasion, les entreprises devront avoir un portrait fidèle de l'actuel paysage canadien. Nous devons aussi suivre l'évolution et la croissance de la RV tout en offrant les bons incitatifs au marché de la RV lorsque celui-ci aura atteint un stade de maturité d'ici deux à cinq ans.

C'est de la raison d'être de *Pouls de la RV*. Son but est de présenter des instantanés de l'écosystème canadien de la RV au fur et à mesure qu'il évolue. Trimestriellement, à compter du premier trimestre de 2017, *Pouls de la RV* présentera des données recueillies dans le cadre de notre enquête sur l'écosystème de la RV ainsi que les processus, les outils, les occasions et les difficultés des créateurs et des technologues de RV. Ce projet en continu est motivé par le désir de mieux comprendre comment des expériences de RV sont créées et distribuées (le processus) ainsi que les technologies dominantes parmi les entreprises.

Pouls de la RV jette aussi de la lumière sur le potentiel du marché de la RV, incluant les difficultés et les occasions que les entreprises établissent au moment où elles tentent de saisir le potentiel de ce médias qui risque de tout transformer et de façonner l'avenir de l'écosystème de la RV.

Pouls de la RV présente des données sur certaines provinces canadiennes – soit l'Ontario, le Québec, le Manitoba, l'Alberta et la Colombie-Britannique – ainsi que sur la Californie. Ce travail devrait bénéficier aux entreprises, bailleurs de fonds, investisseurs et créateurs de contenu qui travaillent en RV et qui cherchent à comprendre où ils s'insèrent dans l'écosystème et comment les processus de la RV s'appliquent à leurs projets.

² Gartner. 2017. *Gartner Hype Cycle: Interpreting Technology Hype*. Récupéré de : <http://www.gartner.com/technology/research/methodologies/hype-cycle.jsp>

État de l'écosystème canadien

Une forte majorité (84 %) des sociétés canadiennes de RV se vouent au développement de contenus ou d'applications de RV. Les forces du Canada dans les secteurs du cinéma, des jeux et des effets visuels ont fait du pays une des principales plaques tournantes pour la création de contenu et le développement d'applications en RV. Des sociétés canadiennes de contenus et d'applications en RV comme Félix & Paul Studios, Secret Location (acquise par eOne), Liquid Cinema, Mettle et Cloudhead Games figurent parmi les sociétés les mieux connues dans le monde. Il y a peut-être actuellement une fenêtre d'opportunité en ce qui a trait à investir dans une thèse de contenu/technologie de RV étant donné que la qualité des contenus et des applications gagnera considérablement en valeur à moyen terme. De plus, à mesure que la base d'installation du matériel s'étend, le marché des contenus et des applications croîtra rapidement à moyen-long terme.

Que ce soit au Canada ou en Californie, la technologie et le contenu sont très intégrés dans la RV. Ces deux éléments clés doivent progresser simultanément pour assurer le succès du secteur de la RV à long terme. Aujourd'hui, un des principaux obstacles à l'adoption par les consommateurs est le manque de contenu de RV de qualité. Du contenu de RV de qualité est difficile à produire parce que sa production requiert des processus créatifs et une infrastructure technologique tout à fait nouveaux. Contrairement aux médias traditionnels, le support technologique requis pour créer, produire et livrer du contenu de RV de première qualité doit être bâti de rien. Ces exigences donnent lieu à une nouvelle forme de chefs de file du contenu, des créateurs dont la technologie fait partie de leur ADN. Pour cette raison, la disponibilité des talents confère au Canada un avantage dans l'écosystème mondial de la RV.

Principales difficultés au Canada

Le Canada a la possibilité de devenir un chef de file de la RV. Cependant, les entrepreneurs doivent se préparer à surmonter trois principales difficultés présentées dans l'étude *Pouls de la RV*.

- **Maturité du marché :** Le développement du marché de la RV n'en est qu'à ses balbutiements et il demeure incertain à quel rythme les consommateurs adopteront les casques de RV ou seront prêts à payer pour des expériences de RV. Les résultats de l'étude sur la RV indiquent que les sociétés canadiennes de RV s'attendent à ce que la RV fasse l'objet d'une adoption généralisée d'ici deux à cinq ans.

- *Ressources humaines* : À l'instar d'autres technologies émergentes, la RV fera probablement face à une pénurie de talents. En effet, il reste à savoir si les ressources compétentes seront suffisantes pour répondre à la demande future des petits et grands joueurs. Il est possible que les entrepreneurs doivent avoir recours à des techniques de recrutement de base (par ex., travailler de concert avec les universités) et fournir de la formation pour recruter et retenir le talent. De plus, une possible pénurie de travailleurs en RV au Canada pourrait favoriser le regroupement de sociétés canadiennes de RV.
- *Financement* : Les investisseurs sont prudemment optimistes quant aux perspectives de la RV. Des plateformes comme Oculus alimentent le développement de contenus et d'applications. Cependant, le financement de telles plateformes n'est pas viable. Aussi, il y a des incertitudes concernant le financement public de projets de RV et l'enthousiasme d'investisseurs privés. Les entrepreneurs sont encouragés à poursuivre des cas d'utilisation uniques (par ex., interentreprises) en ayant recours à des modèles d'entreprise viables. Il sera donc important pour les jeunes pousses en RV de demeurer agiles et de se préparer à une période de rodage d'au moins 24 mois.

Références

Tableau des ventes :

<http://fortune.com/2017/02/19/virtual-reality-vr-sales/>

<https://www.technologyreview.com/s/603208/behind-the-numbers-of-virtual-realitys-sluggish-debut/>

<https://www.theverge.com/2017/2/26/14745602/sony-playstation-vr-sales-better-than-expected>

<https://flipboard.com/@theverge/-a-year-after-the-htc-vives-launch-vrs-h/f-3d5947c852%2Ftheverge.com>

Tableau des investissements :

<https://www.cnet.com/news/vr-ad-tech-company-vertebrae-raises-10-million/>

<http://fortune.com/2016/10/18/20th-century-fox-baobab-studios-funding/>

<https://techcrunch.com/2017/02/24/vr-social-productivity-app-bigscreen-raises-3m-in-round-led-by-andreessen-horowitz/>

<http://variety.com/2016/digital/news/nextvr-80-million-funding-1201833578/>

<http://variety.com/2016/digital/news/comcast-felix-paul-virtual-reality-vr-funding-1201796003/>

Réalisé par le CFC Media Lab et le partenaire fondateur OMERS Ventures, en collaboration avec Nordicity, *Pulse on VR : A Living Ecosystem* présente un aperçu de l'écosystème canadien de la Réalité Virtuelle (RV) et de ses évolutions. *Pulse on VR : A Living Ecosystem* est généreusement soutenu par la Société de Développement de l'Industrie des Médias de l'Ontario (SODIMO), l'Agence fédérale de développement pour le Sud de l'Ontario, On-Screen Manitoba (OSM), New Media Manitoba (NMM), Creative BC, le Fonds des Médias du Canada (CMF-FMC), Telefilm Canada, la SODEC et Super Ventures

CFC Media Lab
OMERS Ventures
Nordicity

Pour plus d'informations,
rendez-vous sur **PulseOnVR.ca**