

Club Galilée

LA RÉALITÉ VIRTUELLE

Compte rendu

Lundi 03 décembre à 18h

Intervenants

Pauline Augrain, Chef de service à la création numérique au CNC

Diplômée de Sciences Po Paris, et après des premières expériences dans la production audiovisuelle de documentaires ainsi que dans la vidéo à la demande, Pauline Augrain rejoint le CNC en 2008 au poste de chargée de mission pour accompagner la mise en place du fonds d'aide aux projets pour les nouveaux médias. Depuis sa création, ce fonds a permis de soutenir plus de 500 projets transmédia ou web native, intégrant les spécificités des nouveaux écrans connectés dans leur démarche artistique. Depuis 2011, cette aide sélective s'articule avec un mécanisme de soutien automatique aux projets web, dit « web COSIP », qui permet d'étendre l'action du CNC en faveur de la création pour les nouveaux médias.

Marie Blondiaux, Productrice chez Red Corner

Marie Blondiaux est productrice au sein de Red Corner depuis 4 ans. Diplômée de Sciences Po Paris et de la Sorbonne en littérature comparée et droit de l'audiovisuel, elle a travaillé pour le Centre National du livre, la mission dédiée à la réutilisation des données numériques du Ministère de la Culture et les services de développement TV de BBC Worldwide. Elle a ensuite intégré la filiale corporate de l'agence Capa en tant que chef de projets film et Web. Elle a produit ou coproduit les expériences interactives Phi, Wanted 18, Le dernier Gaulois, Radioactivity, Les animaux et nous, et le jeu en réalité virtuelle SENS VR.

Vincent Deforges, Responsable des coproductions et des ventes internationales à La Vingt-Cinquième heure

En tant que président et actionnaire fondateur de la société de distribution de droits audiovisuels Double V (1992 à 2014), il signe un premier contrat de distribution avec Westinghouse (*Tortues Ninja*) et Trimark qui deviendra la société Lionsgate. En 1997, il vend le catalogue Orion (plus de 200 films dont *Le silence des agneaux* et les films de Woody Allen) à la CLT-UFA puis fonde l'année suivante la société de distribution cinéma SND. Trois ans plus tard, et après l'acquisition de *Gangs of New York* de Martin Scorsese, la société est vendue à M6. De 2004 à 2013, Double V est la société indépendante française leader sur la vente de séries étrangères aux chaînes françaises avec notamment la vente des séries *Un, Dos, Tres* (130x52') à M6 et RTL en Allemagne, *Dexter* (8 saisons) à Canal + et TF1 mais aussi *Rookie Blue* (52x52') (Canada-Eone / ABC Network), *Sanctuary* (59x52') (Canada Tricon / Syfy USA), *Sea Patrol* (68x52') (Australia - Mc Elroy All Media), *Heartland* (105x52') (Canada / CBC) et enfin la comédie *Les Parents* (8 saisons) vendue à Canal+ Famille et Gulli et à la chaîne ARD en Allemagne. Au sein de La Vingt-Cinquième Heure, Vincent est en charge des coproductions et ventes internationales.

Roman Rappak, Mirocolabs

Après avoir été diplômé de l'Académie des Beaux Arts de Londres, il fonde et dirige le collectif de production audio-visuel BretonLABS, produisant deux albums, et se produit en tournée dans plusieurs continents avec le groupe Breton. Roman Rappak se lance en 2017 dans un nouveau défi, en créant la société VR/AR : Mirocolabs. Celle-ci produit des événements immersifs à travers le monde. Après des happenings à guichet fermé à Paris, Londres et Amsterdam, la société devient leader dans AR/VR & LBE (Location Based Entertainment). Mirocolabs commencera une tournée mondiale débutant en janvier 2019 et se clôturant par une résidence à la Cinémathèque Française, pour un événement tourné vers l'avenir du contenu, de la narration et le rôle évolutif entre le public et le créateur.

Compte rendu

Philippe Chazal introduit la séance en rappelant que la séance précédente était dédiée aux podcasts et que le Club Galilée est très attaché à explorer, défricher les terrains nouveaux de la création et c'est la raison pour laquelle cette séance est consacrée à la réalité virtuelle, véritable alliance entre innovation technologique et innovation éditoriale.

Le panel incarne toutes les parties prenantes à cette problématique. Une prochaine séance en janvier réunira autour de la table les principales grandes plateformes.

Philippe Chazal présente Pauline Augrain, Chef de service à la création numérique au CNC, qui nous parle de la politique et l'action du CNC en matière de VR, mais aussi plus largement de l'hybridation complexe entre innovation technologique et innovation éditoriale.

Pauline Augrain commence par rappeler les actions du CNC en matière de soutien à la création audiovisuelle au sens large, avant de parler plus précisément de la VR. Son service a trois grands champs d'intervention qui couvre la création interactive : un soutien aux jeux video, aux projets d'art numérique, et un fonds d'aide aux projets pour les nouveaux médias. Ce dernier est très éclairant et a permis de tirer trois conclusions :

- la création numérique est une extension aux plateformes du marché audiovisuel classique. Depuis le 1er janvier 2018, tous les formats dits linéaires, principalement courts, quelque soit le genre, sont intégrés au fonds de soutien audiovisuel, et le web et les programmes pour l'antenne sont considérés de la même façon. Pour le moment ce ne sont que les plateformes françaises qui peuvent profiter de ce système.
- il existe une création extrêmement dynamique sur les médias sociaux et gratuits. Il y a donc une volonté de mise en place de soutien auprès des jeunes créateurs (qui auparavant ne sollicitaient pas beaucoup le fonds de soutien au numérique). Le fonds CNC Talent (doté de 2 millions d'euros), est spécifiquement dédiés aux créateurs sur les médias numériques (ayant au moins 10 000 abonnés). Les modalités de candidatures ne comportent plus de dossier papier mais demandent un pitch video. Ils pourront peut-être bénéficier d'une aide pouvant aller jusqu'à 30 000 euros. L'objectif est d'accompagner leurs créations et de les aider à aller vers d'autres types d'écritures (plus sophistiqués), et d'accompagner un nouveau champ de création documentaire (ex : la vulgarisation scientifique ou culturelle).
- la création d'un nouveau fonds qui concerne les technologies immersives, la VR et AR, et les créations audiovisuelles mettant en avant l'interactivité. Le fonds s'appelle le fonds d'aide aux expériences numériques et s'inscrit dans la volonté de ne pas s'enfermer dans la VR (même si elle efface un peu les autres types de créations, 80% étant des projets de VR). Pauline Augrain précise que la VR est principalement un usage, qui ne renseigne pas systématiquement sur la démarche artistique

La raison pour laquelle cela intéresse le CNC est artistique : c'est le lieu idéal pour l'hybridation, où se mélangent des champs disciplinaires très différents, comme le jeu video, l'hybridation avec le spectacle vivant et surtout le théâtre avec des œuvres de théâtre immersif (DV Groupe est une entreprise française spécialiste de ce genre de format, et a présenté à Venise une oeuvre inédite *The Horrifically Real Virtuality*, une pièce de 50 minutes conçue pour 6 personnes simultanément et qui mêle monde virtuel et monde réel). Ce type de programmes ouvre de nouvelles possibilités d'exploitation, proches des escape games : c'est la possibilité pour un petit nombre de personnes, en payant assez cher, d'assister à une expérience unique. Le public anglo-saxon y est habitué, en France cela vient petit à petit.

La deuxième raison d'investir dans la VR c'est de reconnaître que la VR est un véritable moteur technologique. Elle mélange les outils du jeu video et les outils du film (tout

comme le monde l'animation qui s'approprie de plus en plus de nouveaux outils). La VR incarne beaucoup de choses et est une porte ouverte à tant d'autres.

La troisième raison est en lien avec l'internationalisation des productions qui ne peuvent plus être destinées uniquement à un marché national. Les financements sont d'ailleurs le plus souvent étrangers (même s'il y a toujours Arte France), et l'on constate beaucoup de co-productions internationales (notamment avec les Etats-Unis, le Canada, Taiwan...).

La taille du fonds d'aide aux expériences numériques est de 3 millions d'euros. Il existe 3 types d'aides :

- aide à l'écriture, pour les auteurs
- aide au développement (prototypage)
- aide à la production

Il faut savoir que les montants les plus importants sont investis dans les phases d'écriture et de développement. L'aide à l'écriture est d'environ 8000 euros en moyenne, et oscille entre 10 000 et 60 000 euros en développement. Pauline Augrain souligne que l'investissement maximal est de 50% du budget de production. Pour les candidatures, le mode de fonctionnement est très souple, sans minimum d'apport d'un diffuseur, très différent du fonds de soutien audiovisuel. L'idée de cette aide, en plus d'être un laboratoire expérimental, est d'aider une industrie naissante à se structurer et d'ouvrir de nouveaux marchés que l'on ne connaît pas encore.

Fiona Bélier présente Marie Blondiaux, productrice chez Red Corner, afin de parler de son expérience en tant que productrice de contenus VR, et de ce que celle-ci permet en termes de narration.

Marie Blondiaux présente son parcours. Elle est diplômée d'un master de littérature comparée, de sciences politiques et droit de l'audiovisuel. Après plusieurs expériences à la télévision, à la radio et en agences web, elle décide avec ses associés de créer Red Corner avec la volonté de créer des contenus web et des projets ambitieux qui permettraient aux chaînes du service public de renouveler leurs audiences. Réaliser des webdocumentaires coûte très cher, est très chronophage et il semble difficile de pérenniser cette activité sans mutualiser les savoirs d'où la création de Red Corner : répondre à une demande continue de production de webdocumentaires ambitieux. Ils ont d'abord travaillé sur des formats très semblables aux webdocumentaires dans lesquels ils ont inséré des logiques de jeu vidéo, avant de passer progressivement du documentaire à la fiction. Au moment où la réalité virtuelle a commencé à émerger, vers 2015, Red Corner a été prête à assumer le développement de projets avec des moteurs de jeu permettant d'intégrer la VR dans leurs contenus. Red Corner connaissait donc bien les problématiques d'intégration de séquences interactives dans les contenus audiovisuels, tout en assumant l'hybridation éditoriale en travaillant avec des artistes, des créateurs issus du monde linéaire (issus de la bande dessinée, de la radio, de la littérature) en les faisant travailler sur des logiques nouvelles et différentes. Depuis 6 ans, et avec Arte, France Télévisions, et le soutien du CNC, plusieurs projets ambitieux ont pu voir le jour. Leur premier projet, *Sens*, une adaptation en jeu vidéo d'un roman graphique de Marc-Antoine Mathieu, leur a permis d'accéder au Tribeca Festival à un moment où les américains proposaient des contenus nouveaux en masse. Quand bien même il existe une complexité technique, le savoir faire narratif prime pour se différencier des pays précurseurs de ces techniques.

Marie Blondiaux nous présente en exclusivité un extrait d'un projet hybride, *Seven Lives*. C'est un film en VR, qui mêle le live action (tournage en prise de vue réelle avec du CGI, contenu généré par ordinateur), et la technique de stéréoscopie, tout en étant interactif. Le réalisateur Yann Kounen ainsi que des créateurs issus du jeu vidéo se sont associés pour créer cette œuvre de 30 minutes, prévue pour le premier semestre 2019. Ce film, d'un budget d'un million d'euros, raconte le voyage d'une âme errante sur un quai de métro japonais et qui va aller visiter la mémoire des passagers restés sur le quai. Le

positionnement choisi est très fin et subtil, et rend le projet difficile à vendre à des plateformes américaines de VR, mais a été vendu. Plusieurs problématiques se sont posées, la première étant de recréer le Japon au Luxembourg, dans des lieux de tournages très spécifiques en raison de la prise de vue en 360. La camera utilisée est une idéal, composée de 17 cameras qui filment en même temps, permettant d'obtenir une image en stéréoscopie d'extrêmement bonne qualité, et permet de travailler avec le pipe de Google (c'est-à-dire l'accès aux serveurs et workflow de Google). Ainsi, c'est une intelligence artificielle qui effectue le travail de stitching (assemblage de toutes les images pour créer une image cohérente) en 12h à 24h, au lieu de 4 jours de travail.

La VR consiste à travailler sur des points de vue avec différents angles de camera afin de créer au moment du visionnage, un léger malaise en lien avec la vision subjective instaurée par l'histoire. Cependant, filmer à 360 ne signifie pas forcément que tout sera vu à 360. L'important est d'offrir une liberté de navigation. La VR a fait retourner l'équipe de tournage à des procédés artisanaux où le réalisateur, filmant à 360, était dissimulé dans le champ afin de pouvoir effectuer ses prises de vue. En ce qui concerne les lieux de tournage, des lieux très particuliers (tournage dans une grotte par exemple) ont été choisis permettant au réalisateur de gérer les prises de vue à distance des lieux de tournage, où les contraintes d'éclairage ont été nombreuses.

Aujourd'hui, le défi de Red Corner est de pérenniser leur savoir faire créatif, c'est-à-dire pérenniser le dialogue avec les créateurs et la technologique. La VR pose d'énormes questions de méthodologie. Comment produire des projets dans un temps relativement courts avec des innovations technologiques qui vont très vite, tout en respectant les envies des créateurs et tout en sachant les faire travailler ensemble ? Red Corner travaille sur la VR mais aussi l'AR.

Fiona demande si aujourd'hui, l'incarnation de la VR passe par des lieux qui permettent une expérience collective et qui s'adresse à un plus large public. Marie Blondiaux précise alors que l'important est de distinguer trois types de publics :

- les gamers, habitués à investir dans l'équipement, à y dédier de l'espace chez eux
- les gamers généralistes ou les gens intéressés, ne sautent pas le pas de l'équipement personnel à domicile
- le public novice et extérieur à ces technologiques

Ces deux derniers types font l'expérience de ce que l'on appelle les side-specific experiences, et les location-based experiences pour qui les salles de VR sont cruciales, de la même manière que les festivals sont très importants pour aller chercher la presse et le public.

Il faut savoir que les projets VR souffrent d'une obsolescence programmée très rapide, car ils peuvent être dépassés 6 mois plus tard.

Raphaël Tiliette se demande où se trouvent les créateurs. Marie précise que le recrutement est une problématique dans le sens où la veille créative, mariage des choix narratifs avec les possibilités technologiques, doit nécessairement faire évoluer les moteurs de rendus avec l'écriture de l'histoire. Les créateurs sont généralement formés en école de jeu video et doivent faire preuve d'une grande flexibilité artistique afin de collaborer entre eux sur des projets complexes. Ce ne sont pas des scénaristes qui écrivent les projets mais l'expertise d'un scénariste est fondamentale pour ne pas se laisser absorber par la technologie.

Frédéric Chevance s'intéresse aux modèles économiques, et se demande ce qui se passe sur le plan économique après la production d'un film d'un budget d'un million d'euros.

Red Corner s'appuie sur un modèle de préfinancement et fait vivre la société pendant la fabrication d'un projet, et en distribution par la suite. Mais le modèle économique est loin d'être stabilisé.

Fiona introduit ensuite Roman Rappak, fondateur de Mirocolabs et spécialisé dans la création d'événements, musicaux en particulier, très immersifs, pour prolonger la réflexion autour des contenus AR et VR.

Roman Rappak distingue dans un premier temps, plusieurs termes :

- Augmented Reality (AR)
- Virtual Reality (VR)
- Mixed Reality (MR)
- Extended Reality (XR)

La VR est un monde totalement recréé, tandis que l'AR est un monde réel auquel on ajoute du virtuel.

La consommation de la VR reste plus accessible qu'un ordinateur : des téléphones et des casques peuvent être achetés pour un total de 300 euros. Cependant, il nous décrit les deux problèmes qu'il a rencontrés en débutant son activité de création d'événements immersifs : créer une application coûte très cher, et diffuser les contenus sur une plateforme dédiée. Comme pour toute innovation technologique, les contenus s'adressent d'abord à une niche qui est difficilement accessible.

La réalité virtuelle correspond à une nouvelle façon de consommer et doit construire son propre modèle économique. On ne sait pas encore bien s'exprimer avec les nouvelles technologies. Il insiste sur le fait que lorsque l'on parle de tech immersive, il est nécessaire d'oublier l'idée de casque qui est temporaire, car il pèse lourd, coûte cher et n'est pas confortable. La tech immersive est en réalité une fenêtre pour une nouvelle manière de consommer des contenus. Il précise que lorsqu'il utilise le terme "jeu vidéo", il parle d'interactivité : l'application Uber, ou même LinkedIn est un jeu vidéo en soi, où l'on crée un avatar qui évolue selon les situations, dans un réseau ou monde virtuel.

Les nouvelles caméras sont très difficiles à utiliser, il faut repenser le langage cinématographique, et repenser les contenus pour les cinémas de VR, ou les salles de concert ou même les ordinateurs adaptés pour utiliser la VR.

Pour Roman Rappak, la VR ne va remplacer ni le cinéma ni le téléphone, mais va absorber des attributs du jeu vidéo et du cinéma pour recréer de nouveaux mondes.

Mirocolabs crée des concerts avec la réalité virtuelle et la réalité augmentée. Le principe est de rendre collective une expérience à l'origine individuelle. Leur volonté est également de contrebalancer l'aspect élitiste de la VR, c'est la raison pour laquelle ils mettent à contribution leur matériel (téléphones, casques...) au profit de ces concerts vécus comme une expérience immersive totale. Les concerts ont lieu dans plusieurs villes du monde et l'inscription en ligne permet également de télécharger ou suivre des concerts en live.

Pour terminer, Fiona introduit Vincent Deforges, responsable des coproductions et des ventes internationales à La Vingt-Cinquième heure, afin de découvrir un exemple concret d'utilisation de la VR, hors champ de strictement audiovisuel.

Vincent Deforges nous présente une vidéo de présentation du projet Wakeup Smile, qui met à disposition des dispositifs de VR pour des personnes en maison de retraite, ainsi que pour des patients souffrant de maladies graves et leurs aide-soignants à l'hôpital.

Lien vers la vidéo de présentation : <http://2018awards.netineo.com/portfolio/page/?c=ahs-d3#commentaires>

Pour Vincent Deforges, la VR est le lieu où l'on ne peut pas aller, et permet véritablement de s'évader (par rapport à un écran de télévision).

Les effets de la VR ont été prouvés et contribuent à diminuer le stress des patients, permet une meilleure efficacité du traitement et la récréation d'un lien social entre les patients entre eux, avec leur famille et le personnel médical.

Les choix des contenus par les patients sont analysés afin de construire une offre qui corresponde à leurs attentes.

La VR est également utilisée aujourd'hui pour soigner les phobies, voire hypnotiser des patients en vue d'une opération. Vincent Deforges insiste sur le fait que ne nous sommes qu'au début de l'utilisation de la VR, et qu'elle ira bien au-delà de l'audiovisuel.

Philippe Chazal conclut cette séance en remerciant les intervenants et invite les participants à se retrouver en janvier pour la session avec les grandes plateformes, en souhaitant à tous de bonnes fêtes de fin d'année.