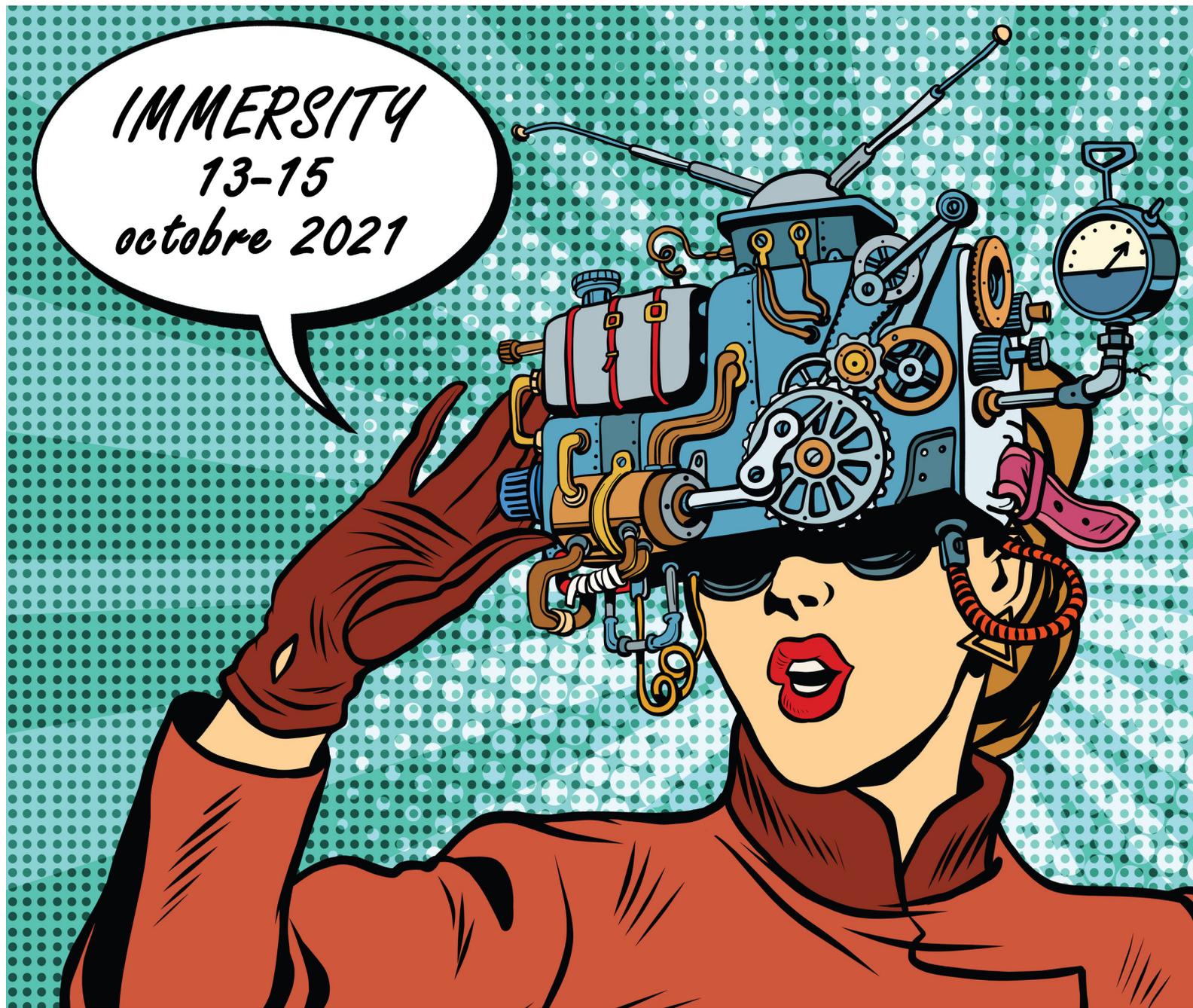


# IMMERSITY

*Les Assises de la XR*

IMMERSITY  
13-15  
octobre 2021

**SYNTHESE**





La 4<sup>ème</sup> édition d'IMMERSITY réunira de nouveau à Angoulême, à l'invitation de Magelis, les professionnels qui explorent les nouvelles formes de narrations immersives. Auteurs, réalisateurs, techniciens et producteurs se retrouveront lors des ateliers et conférences qui rythmeront ces journées devenues incontournables pour les protagonistes de la filière XR.

Evènement gratuit sur invitation. Programme complet et demande d'inscription sur [www.immersity.fr](http://www.immersity.fr).

Avec le fonds d'aide à la production de la Charente parmi les mieux dotés en France, une centaine d'entreprises spécialisées dans l'audiovisuel, un vivier d'une trentaine de studios d'animation et de jeux vidéo, plus de 250 auteurs de bande dessinée et un campus unique en Europe de bientôt 15 écoles supérieures, le Pôle Image Magelis est le partenaire incontournable des acteurs de l'image.



*Là où se dessine le futur*



p.4

**Editos**

p. 6

**Immersivity 2021 en chiffres**

p. 7

**Le programme 2021**

p. 9

**Les Conférences**

p. 12

**Les Ateliers**

p. 19

**Les Entretiens**

p. 43

**Participants 2021**

p. 44

**Retour en images**



**Mathieu GAYET**

## **- Mondes virtuels -**

**A** l'heure où les médias grand public s'emparent du mot-clé "métavers", la création immersive est déjà bien avancée sur le sujet. Et en premier lieu pour confirmer que tout est à inventer, et qu'une définition précise de ces mondes virtuels n'existe pas encore, ou si peu.

Des performances live, musicales ou théâtrales, à la question de la diffusion même d'œuvres à part entière (film, expérience, jeu...), les mondes virtuels englobent déjà tout ce qui existe pour l'industrie XR. Il faut encore poser les jalons d'univers plus connectés, plus sociaux, plus interactifs - et surtout plus faciles à appréhender pour un public en devenir. C'est tout l'enjeu de notre rencontre annuelle à Angoulême : définir les contours d'un secteur créatif qui a certes bien grandi depuis 8 ans (environ), mais qui a tout à prouver dans les prochaines années et cherche continuellement la bonne direction. Notre conférence d'ouverture aura bien cerné cette idée d'une exploration parfois hésitante mais toujours éprise de curiosité et de défis.

On aura discuté d'outils musicaux pour les mondes virtuels (très à propos !), de gameplay et d'interactivité, de varier les genres de la VR à la MR en passant par l'AR, de narration documentaire, beaucoup de son (spatialisation, environnement, immersion), d'idées de diffusion loin des grandes plateformes, d'écriture, d'univers sociaux et collaboratifs (LBE et en ligne) et finalement d'incarnation. C'est sans doute ce dernier mot qui pourrait guider la construction d'univers virtuels les plus cohérents - et humains - possibles.

Objectif 2030 ? L'information tombait juste avant Immersity - un hasard - et confirme l'optimisme que nous avons pour l'industrie culturelle et créative XR. Du mot de la Ministre même, qui visitait la veille LE BAL DE PARIS de Blanca Li, la création en réalité virtuelle se voit doter d'un fond de 200 millions pour dynamiser une industrie française déjà en pointe sur le sujet. Cela aura été l'une des discussions de notre nouvelle rencontre avec l'équipe du CNC. Une table ronde très ouverte qui renforce l'idée qu'Immersity est avant tout un vrai moment d'échanges entre les professionnels et les institutions. Nous veillerons à conserver, voire renforcer, cet axe l'an prochain.

Nous vous donnons rendez-vous en 2022 avec une édition renforcée. Mais la région bouge à l'initiative du pôle Magelis puisque la résidence d'auteurs XR accueillera d'ici quelques mois ses premiers lauréats à la fondation Martell (Cognac). Autant d'actualités, et d'autres encore inconnues, dont nous discuterons l'an prochain !

# IMMERSITY



## PÔLE IMAGE MAGELIS

**P**récurseur dans les métiers de l'image, Magelis investit le champ de l'innovation pour proposer aux auteurs et producteurs de nouveaux médias un dispositif complet qui englobe création, financement, formation, ressources humaines et techniques : réalité virtuelle, réalité augmentée, réalité mixte, œuvres hybrides, jeu vidéo, vr-animation, webfiction, webdoc... toutes les créations innovantes trouveront à Angoulême les ressources nécessaires à leur réalisation.

Avec un fonds d'aide à la production parmi les mieux dotés en France et ouvert aux auteurs, une centaine d'entreprises spécialisées dans l'audiovisuel, un vivier d'une quarantaine de studios d'animation, de jeux vidéo et de réalité virtuelle, plus de 250 auteurs de bande dessinée et un campus unique en Europe de 15 écoles supérieures, Magelis est le partenaire incontournable des acteurs de l'image.

Terre de tournage prisée des producteurs de films de cinéma et de fictions pour la télévision, la Charente héberge de grands plateaux équipés de toute la machinerie nécessaire, un fond vert, un studio pour la capture de mouvement et des professionnels qui développent leurs compétences dans le domaine de la réalité virtuelle et des effets visuels. Le son n'est pas en reste avec des studios de postproduction également aptes à réaliser des montages spatialisés « VR ready ».

Pour contribuer à la diffusion d'œuvres innovantes, Magelis soutient Courant3D, le festival de l'immersion et de l'interactivité à Angoulême qui se déroule pendant Immersivity.

C'est ainsi qu'en accueillant les précurseurs des narrations immersives, créateurs et producteurs, Magelis compte dessiner avec eux l'avenir de cette filière prometteuse. La mise en place de la résidence d'auteurs avec la Fondation Martell et le Cnam-Enjmin, inaugurée lors de cette édition d'Immersivity à Cognac, en est la preuve ...

Rendez-vous en 2022 pour une nouvelle édition d'IMMERSITY !

- **3 jours de conférences et rencontres**
- **+110 inscrits**
- **+25 intervenants**
- **12 ateliers pratiques**
- **3 conférences thématiques**
- **2 présentations de projets PXN**
- **1 présentation du nouveau portail de l'Institut Français**
- **1 table ronde CNC**
- **1 soirée à la fondation Martell**
- **1 projection ICE IMMERSIVE®**

**... et une parité 50/50 respectée parmi les intervenant(e)s !**

# PROGRAMME 2021

## MERCREDI 13 OCTOBRE

---

**Conférence** **What the f\*\*\* i'm doing? Retour d'expérience(s) sur la création et la production XR 2014-2021**

Arnaud Colinart, Co-Fondateur – Atlas V

**Atelier 1** **Du son, de l'espace et des corps**

Mélodie Mousset, Co-founder, Artistic Director - Patch.XR

Jonathan Bell, Compositeur - PRISM

**Atelier 2** **Gameplay : aux frontières du narratif**

Balthazar Auxietre, Innerspace VR

Sybil Collas, Narrative designer

**Atelier 3** **Réalité mixte : développer les prochains environnements narratifs**

Benjamin Hoguet, Auteur

Maëlys Jusseaux, Research, Development and Technical Coordinator Artistic Projects  
Researcher - Minsar

Rendu des ateliers

Soirée à la Fondation Martell, Cognac

## JEUDI 14 OCTOBRE

---

**Conférence** **Reviving a cultural heritage : VR as an interactive storytelling tool for documentaries**

Gayatri Parameswaran, NowHere Media, Allemagne

**Atelier 4** **Spatialisation sonore : l'audio dans toutes ses dimensions**

Pierre "Pyaré" Friquet, Artiste numérique, créateur de mondes immersifs

Eric Münch, Virtuel Audio

**Atelier 5** **Diffusion : la création XR à la rencontre des publics de proximité**

Nataliya Velykanova, Fondatrice & Directrice artistique de Gate22

Frédéric Purgal, Auteur et designer

**Atelier 6** **Histoires de scénario : envisager tous les supports interactifs**

Nicolas Pelloille-Oudart, Game director - Hiver Prod

Léa Ducre, Scénariste et conceptrice d'œuvres interactives

Rendu des ateliers

# PROGRAMME 2021

**Conférence Franchir les frontières des coproductions internationales**

Katayoun Dibamehr, Floréal Films

**Atelier 7 XR collaborative, XR sociale : un storytelling à explorer**

Maud Clavier, VRrOOm

Frédéric Lecompte, Co-Founder, Backlight

**Atelier 8 Production audio : l'immersion par le son**

Laurence Bagot, CEO – Narrative

Lidwine Hô, R&D en son 3D et binaural – Audible

**Atelier 9 Incarnation & émotion » dans la fiction interactive**

Nicolas Peuffaillit, Scénariste

Voyelle Acker, Productrice et co-fondatrice – Small Creative

Rendu des ateliers

**Conférence Institut Français**

**Présentation de IF Digital, nouveau site dédié à la création numérique FR**

## VENDREDI 15 OCTOBRE

---

**Conférence Présentation PXN**

Jailbirds - François Klein, Digital Rise

Dreamin'Zone - Fabienne Giezendanner, Zéro de Conduite Productions

**Conférence CNC : la commission Fonds d'aide aux Expériences Numériques**

animée par Vincent Le Leurch, Le Film Français,

avec Olivier Fontenay, CNC et Alexandre Michelin, KIF Forum et Deborah Papiernik,

Ubisoft

Conclusion

# **Les Conférences**

## **Conférence #1 - What the f\*\*\* i'm doing? Retour d'expérience(s) sur la création et la production XR 2014-2021**

ARNAUD COLINART

Co-Fondateur – Atlas V

En revenant sur les premières années de la réalité virtuelle, et son propre parcours, Arnaud Colinart a cherché à interroger certains facteurs clés de l'industrie XR du point de vue du producteur. Relation entre producteurs et studios, dialogues avec les auteurs ou financement, tout est ausculté pour mieux regarder vers l'avenir de la création immersive.



## **Conférence #2 - Reviving a cultural heritage : VR as an interactive storytelling tool for documentaries**

GAYATRI PARAMESWARAN

NowHere Media, Allemagne

L'ère du documentaire VR ne fait que commencer : en revenant sur son projet KUSUNDA (2021) Gayatri Parameswaran nous raconte un tournage épique mais surtout une production aux multiples intentions. Avec de nombreuses technologies utilisées à travers le film (audio, photogrammétrie, motion capture, animation...), c'est un condensé des possibilités immersives qui est ici présenté.



## **Conférence #3 - Franchir les frontières des coproductions internationales**

KATAYOUN DIBAMEHR

Floréal Films

Qu'est-ce qui fait la réussite d'un projet ? Peut-être la bonne coproduction, dans un secteur mondialisé. Avec comme exemple les derniers Lion d'Or VR de Floréal (THE HANGMAN AT HOME et GOLIATH), la productrice Katayoun Dibamehr nous parle de sa relation avec les auteurs, des montages de coproduction et comment valoriser les équipes partagées entre plusieurs pays.



## Conférence CNC - La commission **Fonds d'aide aux Expériences Numériques**

AVEC

Olivier Fontenay, CNC  
Alexandre Michelin, KIF Forum  
Deborah Papiernik, Ubisoft

animée par Vincent Le Leurch, le Film Français

Retour d'expériences sur la dernière année de la commission Fonds d'aide aux Expériences Numériques : les participants auront eu la primeur de chiffres livrés par le CNC. Parité, origines géographiques, typologie de projets... Et il n'aura pas été inutile de rappeler l'exigence d'un dossier bien rempli ! Début 2022 le CNC ne permettra plus la modification d'un dossier passé la date de soumission.



# **Les Ateliers**

## Atelier 1 : Du son, de l'espace et des corps



### MÉLODIE MOUSSET

Co-founder, Artistic Director, Patch.XR

L'arrivée d'un métavers virtuel peut être l'occasion d'imaginer des outils de création collectifs, des mondes et des communautés créatives toujours plus dynamiques. En l'occurrence sur le son et la musique un espace existe pour créer des outils de production musicale en ligne.

Les concerts en réseau (notamment sur Zoom), le multiplayer est un axe de développement qui peut s'inspirer des réussites en la matière dans le jeu vidéo. Que peut-on y gagner ? Le théâtre s'est déjà engouffré dans cette brèche dans la production de pièces connectées (en VR notamment). Pour la musique, l'interaction entre les instruments, un concert en direct (live) qui peut associer la réalité virtuelle avec des éléments de réalité mixte qui ouvre des portes pour le futur de l'art vivant.

Le moding, les plateformes User Generated Content (UGC), sont autant de nouvelles possibilités de création qui se déploient organiquement dans les univers virtuels. La musique est cependant bloquée par les questions de droit, dans des environnements numériques où la liberté de création se confronte à l'autorisation d'utiliser certains titres.



### JONATHAN BELL

Compositeur, PRISM (chercheur associé)

## Atelier 2 : **Gameplay** : aux frontières du narratif

### BALTHAZAR AUXIETRE



#### Innerspace VR

La problématique initiale aurait pu être de se demander quel était l'équilibre entre narratif et interactif au sein des expériences XR. Mais cette question est sans doute accessoire quand on regarde la nature d'œuvres issues du jeu vidéo qui allient les deux (notamment avec des outils de game design), là où le vocabulaire du cinéma exclut toute interactivité.

La nature en soi de l'auteur se confronte à cette dualité. Y a-t-il un modèle où narration et interaction peuvent s'entremêler et cohabiter ? Cela passe par d'autres moyens, d'autres procédés que ceux traditionnellement utilisés dans le cinéma et l'audiovisuel. Le storytelling environnemental est une façon de se mettre à la place de l'utilisateur, de voir l'histoire de son point de vue avant toute chose.

La dichotomie se renforce si on oppose le point de vue créatif orienté "auteur" et le point de vue design orienté "production". C'est une question qui a son importance lorsqu'il s'agit de présenter le projet à des distributeurs (publishers) ou pour le financement. En réalité, sur un format XR, la question est de savoir quels outils utilisés pour raconter l'histoire. Le design interactif est l'un d'eux, qui permet de poser la mécanique de narration, des éléments de gameplay cohérents avec les intentions de narration.

La XR peut s'inspirer du jeu vidéo en la matière où la grammaire narrative et interactive est fortement liée à une vision du marché, des financements et un ciblage du public. C'est à l'industrie immersive de mieux appréhender tous ces outils (et métiers) déjà existants pour ne pas se "faire manger" par un écosystème déjà existant et très installé.



### SYBIL COLLAS

Narrative designer

## Atelier 3 : **Réalité mixte** : développer les prochains environnements narratifs



### BENJAMIN HOGUET

#### Auteur

Quelle est la spécificité des environnements narratifs en réalité mixte ? Qu'est-ce que ce support implique en termes de ressenti, de vécu ? Il ne s'agit pas ici de se focaliser sur le matériel utilisé, car il évolue très (trop ?) vite. Les expériences MR s'orientent plus sur la contemplation et la découverte de mondes virtuels calqués sur le réel, avec des usages en plein développement.

Le contexte physique est un critère fondamental en MR. La narration est moins centrée sur les utilisateurs (à l'inverse de la VR), plus sur l'environnement et les objets. Ceci offre moins de liberté sans doute, mais permet plus d'interactions avec le réel. Et les cas d'usage (lieux, environnements) peuvent être le point de départ des narrations à imaginer : musées, etc.

Quelle est la promesse en réalité mixte ? C'est surtout celle qui s'incarne dans le dispositif imaginé. Par exemple, avec un livre. Si on travaille l'expérience autour d'environnements ou d'objets spécifiques, la promesse ou l'envie donnée à l'utilisateur fonctionne mieux.

Pour autant la MR manque d'un écosystème clair, de contours définis. Pour le public c'est encore flou, dans la détermination des projets ou l'utilisation : il faut donner du sens aux histoires imaginées, ne pas en faire un médium artificiel face à la "hype" dans les médias. La question de l'éthique ou du développement social de ces expériences, souvent vécues individuellement, reste aussi à poser.



### MAËLYS JUSSEUX

Research, Minsar

## Atelier 4 : **Spatialisation sonore** : l'audio dans toutes ses dimensions



PIERRE "PYARÉ" FRIQUET

Artiste numérique, créateur de mondes immersifs

L'atelier s'est focalisé sur les supports de diffusion du son, qu'il s'agisse des casques, des environnements physiques voire ... des piscines. Il faut envisager la construction des interactions sonores avec les technologies existantes, et toutes leurs possibilités.

Le développement hardware est également un facteur-clé, à l'heure où de nombreuses choses sont possibles, pour rappeler que la spatialisation et l'immersion est clé pour accompagner des narrations 100% audio ou à l'image.



ERIC MÜNCH

Virtuel Audio

## Atelier 5 : **Diffusion** : la création XR à la rencontre des publics de proximité



NATALIYA VELYKANOVA

Fondatrice & Directrice artistique de Gate22

A côté des grandes plateformes de diffusion internationales, et des événements culturels, un public de proximité peut être intéressé par une proposition XR. Peu de modèles existent, mais à travers Gate22 ou ArtOfCorner ce sont deux exemples d'approche vers les entreprises et les associations, musées ou bibliothèques qui sont présentés.

C'est évidemment au prix d'un effort fourni sur la prospection pour trouver des clients, mais le potentiel est là. Il faut évidemment envisager des contenus au format simple (films 360, expériences interactives avec casques standalone...) dans un premier temps, pour ne pas multiplier les problématiques matérielles et logistiques. C'est aussi le retour des concepts de mallettes transportables avec leur lot de casques (Quest 1 ou 2) paramétrés pour des diffusions simplifiées.



FRÉDÉRIC PURGAL

Auteur et designer

## Atelier 6 : **Histoires de scénario** : envisager tous les supports interactifs



NICOLAS PELLOILLE-LOUDART

Game director – Hiver Prod

Il n'y a pas que la VR dans la vie.. De nombreux supports existent dans le champ des nouvelles écritures, et qu'il s'agisse de dispositifs technologiques ou narratifs il faut envisager la bonne relation entre support et histoire. Applications sur smartphone, projections, intelligence artificielle, AR, réseaux sociaux...

C'est également une question qui peut se poser concernant la distribution des œuvres. Le champ des possibles lorsqu'on sort de l'écosystème VR concerne des supports avec un public beaucoup plus important.



LÉA DUCRÉ

Scénariste et conceptrice d'œuvres interactives

## Atelier 7 : **XR collaborative, XR sociale** : un storytelling à explorer



MAUD CLAVIER

VRrOom

Qu'on parle de mondes virtuels ou d'exploitation LBE, la réalité virtuelle collaborative et/ou sociale est au cœur des discussions cette année. La question de la monétisation reste importante pour les développer réellement. Quel modèle économique peut être mis en place autour de spectacles comme LE BAL DE PARIS DE BLANCA LI ou les concerts virtuels de Jean-Michel Jarre ?

La part de création dans les univers virtuels, essentiellement hébergés sur des plateformes américaines (VRChat, Altspace...), est également une question à se poser. Quand les producteurs doivent aussi devenir distributeurs de leur propre contenu (voir exploitants de lieux), ce sont de nouveaux paradigmes à prendre en compte.



FRÉDÉRIC LECOMPTE

Co-Founder, Backlight

## Atelier 8 : Production audio : l'immersion par le son



LAURENCE BAGOT

CEO – Narrative

La réalité virtuelle sous-utilise l'immersion sonore, alors que c'est un levier immense pour les créateurs. Certaines conditions sont néanmoins requises pour produire ses "images sonores". Il faut scénariser et chorégraphier la narration audio autour de l'utilisateur, à 360 degrés et avec plusieurs niveaux de proposition autour de lui.

L'auditeur acquiert des réflexes grâce aux images et au son. Lui proposer un environnement purement sonore l'incite à créer ses propres images, et développer son environnement. Il y a une projection visuelle dans le son, qui peut enrichir les expériences VR selon le contexte, l'époque, l'environnement physique. C'est une perception intime, une émotion directe.



LIDWINE HÔ

R&D en son 3D et binaural – Audible

## Atelier 9 : Incarnation & émotion » dans la fiction interactive



NICOLAS PEUFFAILLY

Scénariste

Dans les films interactifs, écrit-on pour les personnages ou le spectateur ? En se rapprochant du jeu vidéo, on voit l'effort fourni par les plateformes comme Netflix à souhaiter produire plus de fictions interactives (comme BANDERSNATCH), même si cela reste attaché à des franchises de séries ou films existants.

Sur des productions plus indépendantes, les fictions interactives peuvent proposer de nouvelles narrations. L'écueil récurrent de ces nouveaux supports est souvent le manque de profondeur des personnages. En travaillant autour du genre, de nombreuses possibilités se font jour pour proposer de nouvelles histoires interactives.

Il n'y a pas encore de recette magique les concernant, ce qui revient à expérimenter là-aussi dans des formats très différents (web-fiction, app, VR...). Finalement, ce qui est important reste l'histoire, et le dosage entre l'approche du sujet tout en conservant l'émotion, la psychologie des arcs humains. La narration traditionnelle et les nouveaux formats immersifs ont beaucoup à se partager autour de la création d'histoires plus modernes, hybrides qui pourraient bénéficier de tous.



VOYELLE ACKER

Productrice et co-fondatrice – Small Creative

# **Les Entretiens**

## Entretien avec...

GAYATRI PARAMESWARAN



&  
FELIX GAEDTKE

### La réalité virtuelle comme outil interactif de la mémoire documentaire

Le documentaire immersif a par essence vocation à interroger son public sur le monde d'hier et d'aujourd'hui. Après HOME AFTER WAR (2018), qui nous plongeait au cœur d'un Irak en guerre, le duo de réalisateurs Gayatri Parameswaran et Felix Gaedtke revient en 2021 avec son projet KUSUNDA, deuxième partie de leur série SPEAK TO AWAKEN, ou la recherche des langues perdues au sein d'une communauté népalaise - et en pleine pandémie mondiale !

Après sa première mondiale au printemps 2021 à Tribeca Immersive, KUSUNDA a été sélectionné dans les festivals de Venice VR (Best of), Kaohsiung, IDFA (Spotlight), Sandbox, BIFAN ou Stereopsia entre autres. Discussion avec Gayatri Parameswaran et Felix Gaedtke, les deux co-réalisateurs de KUSUNDA.

#### Une production Nowhere Media (Allemagne)

**Felix Gaedtke** - Nous venons tous les deux du journalisme et des documentaires traditionnels («flat»). La façon dont nous nous sommes lancés dans la création immersive a été plus ou moins une coïncidence. Aucun d'entre nous n'avait d'expérience dans le domaine des jeux ou de l'interactivité, et nous n'avions jamais essayé la VR auparavant. Nous travaillions alors sur un projet dans un laboratoire de création où un mentor a parlé de la vidéo à 360° et nous avons été immédiatement intrigués parce que l'un des objectifs et l'ensemble de la narration du projet était d'avoir un échange de perspectives. La VR semblait parfaite pour cela ! C'est quelque chose qui nous intéressait fondamentalement, en complément de la télévision et des web-documentaires. Cela semblait aussi être un nouveau monde créatif où aucune règle n'existait. Tout devait être exploré - vous deviez faire toutes les erreurs possibles, se tromper pour mieux recommencer.



**Gayatri Parameswaran** - Notre parcours professionnel relativement traditionnel a influencé notre pratique et le type de projet que nous menons. Presque tous nos projets cherchent à avoir un certain impact dans le monde réel - que nous travaillions sur des thèmes liés à l'environnement, à la justice sociale ou aux droits de l'homme. Ce sont nos thèmes principaux, les questions essentielles que nous abordons. Et évidemment, nous travaillons aussi avec de nombreux partenaires. Pour chaque projet, nous déterminons qui est la meilleure personne avec laquelle collaborer et établir un partenariat, ainsi que pour obtenir le meilleur impact. Nous avons un esprit très ouvert et collaboratif, nous essayons de faire participer tout le monde à chaque étape du processus. "Interdisciplinaire" est un mot-clé important.

**F. G.** - Aujourd'hui, nous travaillons presque exclusivement sur des productions immersives avec notre propre studio en Allemagne, NowHere Media. Nous avons la chance de vivre dans l'un des pays où il existe de possibles guichets de financement pour la réalité virtuelle. Cela permet à notre petit écosystème de prospérer et de développer de nouvelles choses. En fait, Gayatri et moi avons fondé la société avant d'être impliqués dans le monde de l'immersif, avec l'idée de construire un groupe de personnes et de talents. Cela nous donne beaucoup de liberté, mais aussi une légitimité lorsque vous lancez un nouveau projet.



**G. P.** - Nous avons aussi la chance d'être dans un pays avec des lieux d'exposition, des musées qui peuvent présenter ce type de projet au public - sans compter les festivals, les ou les galeries d'art. C'est un tout, du début à la fin - du financement qui permet aux artistes et aux créateurs de travailler, jusqu'à la diffusion.

## Une nouvelle ère (immersive) pour le documentaire

**G. P.** - L'une des premières choses étonnantes avec la réalité virtuelle est le sentiment de présence que vous pouvez donner à votre public. Ce qui n'est possible dans aucun autre média. Il y a 10 ans, journalistes, nous nous sommes concentrés sur les reportages de guerre et de conflit. Nous avons toujours eu un choc lorsque nous sommes revenus et que nous avons traduit nos images en rapports, en documentaires traditionnels, en support audiovisuel, parce qu'il était vraiment difficile de traduire le sentiment que nous avons ressenti sur place. Mais nous avons trouvé un moyen de le transmettre avec la réalité virtuelle ! C'est inviter le spectateur dans le même espace. C'est pourquoi, pour nous, adopter un point de vue réaliste est un très gros avantage lorsqu'il s'agit de réalité virtuelle. La photogrammétrie ou les images réelles, la capture volumétrique, sont autant de moyens pour y arriver. Ces innovations repoussent les limites de la narration et de l'expérience pour le spectateur.



**F. G.** - La réalité virtuelle, c'est aussi créer sa propre histoire dans le cadre d'une expérience sans pouvoir tout planifier à l'avance. En sortant de l'expérience, les gens ont l'impression d'avoir des souvenirs bien réels - comme une connexion aléatoire avec leur passé. C'est arrivé souvent avec HOME AFTER WAR. Les gens créent leur propre récit. C'est quelque chose d'unique de permettre au public de voir les choses par lui-même et de s'y promener.

**F. G.** - La vidéo 360 est toujours d'actualité pour nous, et c'est un non-sens de dire le contraire. Si l'on pense aux productions récentes, comme TRAVELING WHILE BLACK (de Felix & Paul), cela montre que l'on peut faire en 360 des choses magnifiques qui ne doivent pas nécessairement être interactives ou même volumétriques. Mais elles peuvent rester complexes et intrigantes !



### A la recherche du langage perdu de KUSUNDA

**F. G.** - Le projet documentaire KUSUNDA a débuté en 2012 alors que nous travaillions sur les langues en danger au Népal - nous avons rencontré Gyani Maiya Kusunda, qui est devenu notre personnage central. Nous sommes restés en contact, et l'idée a germé que nous voulions faire quelque chose de plus sur ce sujet. Pour de nombreuses raisons, un film documentaire n'a pas pu être produit, et la VR nous a semblé évident pour relancer cela. Malheureusement, elle est décédée quelques jours avant le début de la production. Ce fut un coup dur et nous ne savions pas vraiment quoi faire : sa famille nous a cependant poussé à continuer - alors que la crise de la Covid-19 arrivait.



**G. P.** - Ce projet s'est déroulé de façon assez organique. Au départ, nous avons un scénario bien établi, issu de nos discussions avec Gyani pour déterminer quelle partie de sa vie devait être filmée, etc. Toutes les interactions sont nées autour de l'apprentissage de la langue kusunda : dire les mots, les répéter... Quand elle est décédée, tout s'est arrêté. Nous avons alors rencontré d'autres membres de la communauté, et notamment Hema, une adolescente de 15 ans - qui apprenait la langue - et son grand-père, le chaman Kusunda Lil Bahadur. Lil parlait couramment kusunda il y a 40 ans mais l'a oublié progressivement pour éviter la discrimination ou essayer de se fondre dans la société locale... Nous avons désormais une histoire intergénérationnelle, puissante et très complexe liée à la réalité sur place.

**G. P.** - Lorsque nous avons décidé de tourner le film, nous étions en février 2020. Nous avons pris l'un des derniers vols du Népal pour rentrer en Allemagne avec nos images, et commencer la post-production en plein confinement en Europe. Nous avons eu beaucoup, beaucoup de chance ! Une difficulté a été la communication avec eux, leur parler du montage car il n'y a pas de connexion Internet stable dans leur village. Mais petit à petit, ils ont pu suivre l'évolution du film.



### **KUSUNDA, une oeuvre son et images**

**G. P.** - Sur KUSUNDA nous avons utilisé une combinaison de différentes techniques. La photogrammétrie a permis de capter la base de notre environnement au Népal et le lieu où l'histoire évolue. Ensuite, nous avons réalisé une vidéo volumétrique où nous avons utilisé les solutions Dephkit et Kinect pour capturer des comédiens (moi inclus !). Nous avons renforcé cela avec des parties en animation, basées sur la capture de mouvement, en collaboration - et en coproduction - avec l'Université des arts de Zurich qui nous a fourni un incroyable studio pour cela. C'est quelque chose que nous n'aurions jamais pu nous offrir, surtout pour une production documentaire !



## Entretien avec...

### NICOLAS PELLOILLE-LOUDART



« Les nouvelles expériences numériques doivent s'inspirer du modèle du jeu vidéo » - Nicolas Pelloille-Oudart (ØRÐESA, UNMAZE).



Malgré une pandémie mondiale, le studio créatif français Hiver Prod n'a pas chômé et s'est adapté aux circonstances pour proposer en moins d'un an deux expériences interactives distribuées par Arte : le film interactif ØRÐESA à l'automne 2020 avec Cinétévé Expérience, et récemment le jeu UNMAZE avec Upian. Retour sur une vision très indépendante des nouvelles écritures avec le créateur et cofondateur du studio Nicolas Pelloille-Oudart.

#### Hiver Prod, un studio à l'assaut de l'interactif

**Nicolas Pelloille-Oudart** - A l'origine je travaillais dans la production pour le cinéma. Mais j'ai rapidement voulu sortir des cases, me mettre en danger sur de nouveaux formats. Je lorgnais déjà sur des productions de web-documentaires tels qu'Upian en produisait, et en associant ça à ma passion de gamer, l'interactif faisait sens. J'ai donc créé Hiver Prod en 2010 avec Frédéric Jamain pour produire des contenus hybrides au milieu de ces industries - entre le cinéma et le jeu vidéo. J'étais évidemment loin d'être le seul à avoir cette idée ! Mais contrairement à d'autres sociétés de production je me suis entouré de développeurs, de compétences qui n'étaient pas les miennes, pour proposer des histoires différentes. Parmi mes premiers prototypes, c'est ØRÐESA qui a retenu l'attention d'Arte en 2016. D'autres n'ont jamais vu le jour.

**N. P.-O.** - Chaque projet est un marathon. Il faut avoir le temps de déplier chaque temporalité, du développement à la sortie. Nous avons plusieurs projets en gestation, et je vais passer l'été à préparer chaque dossier pour les envoyer à la rentrée à des éditeurs et des diffuseurs - sans compter les tests en cours sur différents prototypes pour des cibles grand public ou des entreprises

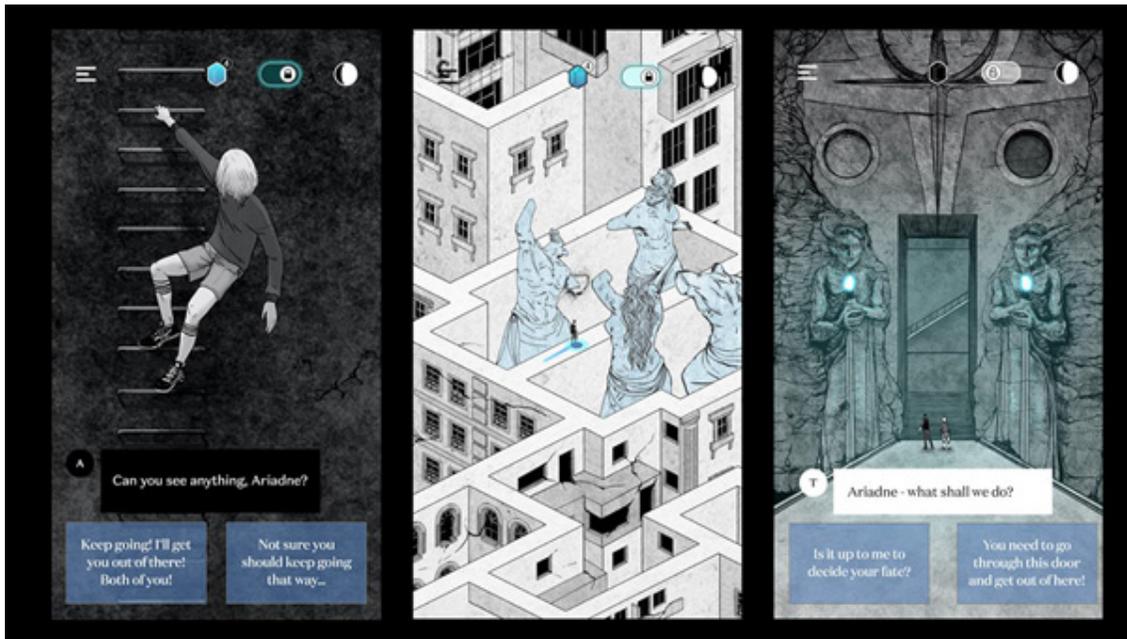
**N. P.-O.** - Aujourd'hui c'est clairement le jeu vidéo qui m'attire, car il y a déjà un vrai public. Je veux offrir à mes projets une vraie visibilité, et sortir de cette "croisée des chemins" des nouvelles écritures. Je veux conserver l'aspect hybride de mes productions, ma liberté créative, tout en allant sur un terrain où elles seront accueillies par une audience. C'est un équilibre à trouver !



### **Auteur interactif, un statut pas si évident**

**N. P.-O.** - Les nouvelles écritures impliquent une position particulière de l'auteur ; il faut à la fois écrire, concevoir le volet artistique mais aussi technique. Il faut maîtriser les deux pour mener à bien une production. J'ai la chance d'avoir avant tout une casquette de producteur qui me permet de bien m'entourer, que ce soit avec d'autres sociétés pour assurer le financement, mais aussi de talents et de techniciens pour travailler très tôt sur le projet. C'est sans doute pour cela qu'un frein existe déjà au démarrage, notamment pour les nouveaux talents qui souhaitent arriver dans notre industrie.

**N. P.-O.** - Il faut rappeler l'importance des résidences ! Je sors d'une nouvelle participation aux Storygraphes (Toulouse), et c'est un élément vital du parcours d'auteur. Les plus confirmés ont souvent l'impression de pouvoir s'en passer, les débutants ne savent pas comment y accéder. Et pourtant on y apprend énormément. Pour avancer dans les nouveaux médias, j'ai accompagné d'autres projets comme consultants, j'ai fait de la prestation sur des tournages, j'ai réalisé des clips... J'ai dû démontrer mon savoir-faire avant tout, car nous restons dans une industrie où l'absence de projets sur un CV est un handicap. On donne rarement sa chance à un débutant. J'ai par exemple réalisé EMMA en 2018 (avec Cinétuvé Expérience), un graphic novel interactif, pour pouvoir présenter ensuite des projets plus ambitieux.



**N. P.-O.** - Je pars toujours de l'histoire, en envisageant un traitement différent par l'usage des nouvelles technologies. Dès que j'ai les bases, j'appelle un game designer et des postes plutôt techniques pour construire le dispositif, le gameplay. Je m'entoure de scénaristes très vite pour travailler le cœur de l'histoire, et se poser les bonnes questions - tout en allant chercher des aides à l'écriture. Quand c'est "verrouillé", le côté Direction Artistique est celui traité en dernier, lorsqu'on a posé le concept de A à Z. Je travaille avec mon associé Frédéric Jamain sur la DA, qui gère l'intégralité de nos projets. On fait une validation technique, avec une étude de marché, pour avancer sur la vraie phase de production.

**N. P.-O.** - Comme pour le jeu vidéo, je m'intéresse de plus en plus à l'étude de marché pour comprendre les usages du secteur. C'est une leçon que je retiens de nos dernières sorties, où ça n'avait pas vraiment été fait. Utiliser un concept lié à la technologie comme dans UNMAZE, c'est rester dans un environnement de recherche et développement assez limité. On a eu la chance d'être soutenu par Arte sur la plupart de nos projets, mais l'industrie des nouvelles écritures évolue. Il nous faut aussi apprendre des dernières productions sorties pour envisager les suivantes avec un vrai retour sur investissement.



## UNMAZE, au coeur du labyrinthe

**N. P.-O.** - L'idée d'UNMAZE vient d'une nouvelle de Jorge Luis Borges, "La demeure d'Astérion", qui raconte l'histoire du Minotaure - toute l'histoire se déroule de son point de vue, sans évoquer le monstre derrière le narrateur. En réalité, il est très humain dans ce récit, perdu dans un labyrinthe, et en proie à l'ennui. Je voulais reprendre ce point de vue un peu différent, traiter de la nature du Minotaure seul et perdu dans son labyrinthe. Dans cette histoire, c'est le joueur qui va créer le monstre, en fonction du temps passé avec chacun des deux personnages.

**N. P.-O.** - Une fois le concept trouvé, j'ai réfléchi à une technologie cohérente pour créer le jeu, et c'est le capteur de lumière des téléphones qui a retenu mon attention. C'était une fonctionnalité pertinente pour alterner le point de vue des personnages, avec le regard d'Ariane. C'était un vrai challenge technique, car cela n'a jamais été fait avant, mais on a fait de nombreux tests et on a fini par trouver une solution technique. Puis j'ai eu la chance d'intégrer une résidence d'écriture : L'Écriture à l'Image (lien) en région Grand-Est. Ceci m'a donné l'occasion de présenter le projet aux diffuseurs lors d'un événement, où j'ai rencontré Marianne Levy-Leblond d'Arte. En ayant déjà la confirmation qu'Upian était également intéressé.

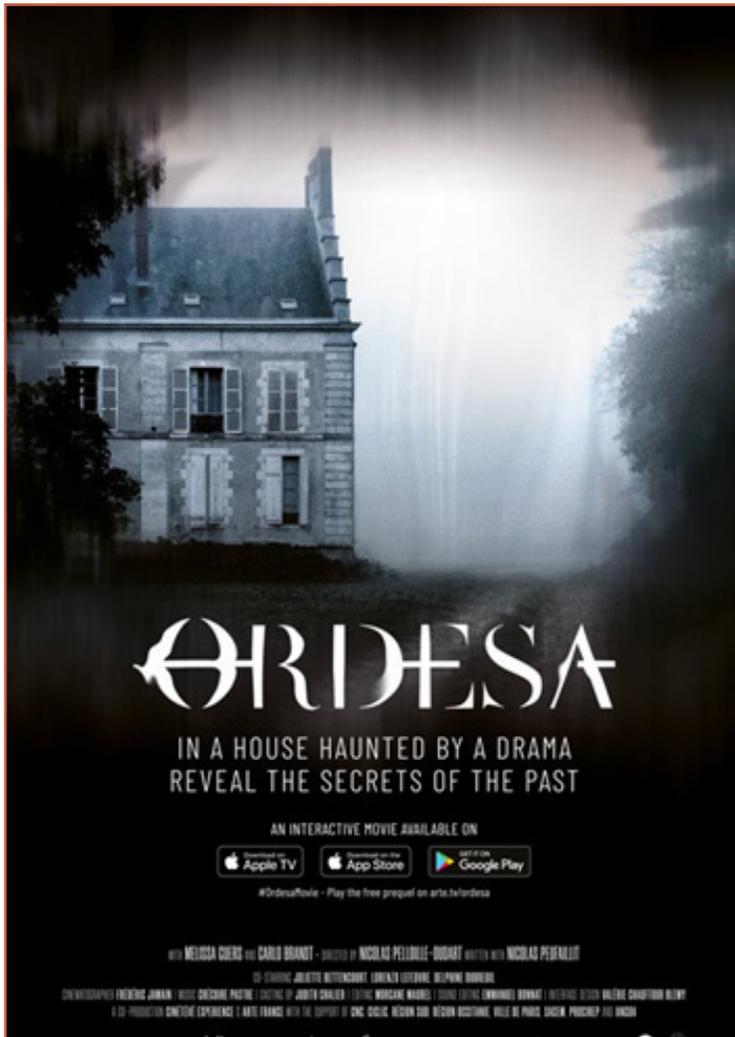


**N. P.-O.** - Upian a donc géré la production en soi, et j'étais vraiment plus sur l'écriture avec Thomas Cadène et sur la partie gamedesign. On a eu une vraie phase de test autour du gameplay et de la narration. Il a fallu nous entourer de game designers, de développeurs. Frédéric Jamain pour Hiver a assuré la direction artistique avec un des responsables d'Upian, et c'est Florent Fortin, qui était présent dès les prémices du projet, qui a créé l'intégralité des illustrations pour le jeu. Un travail titanesque ! Puis des animateurs et des Tech artists sont venus animer tout cela. On a avancé ensemble, Hiver et Upian, pour proposer les premiers niveaux. Et très honnêtement, ce premier niveau gratuit (le reste est payant) est bien moins intéressant que la suite ! Ce qui reste une vraie frustration pour toute l'équipe.

### ØRÐESA, UNMAZE.. La niche du genre ?

**N. P.-O.** - On a beaucoup appris sur la nature de nos précédentes productions, notamment le genre. Sur UNMAZE on a réuni des premiers testeurs (focus group) pour leur présenter les visuels du projet, les pages des stores. Là aussi, on doit s'entourer d'experts en la matière. On réfléchit à la nature du public, savoir si on se réfère à une audience presque cinématographique ou non, par ex. Les réussites récentes nous démontrent là-aussi qu'il y a bien plus de succès dans le jeu vidéo.

**N. P.-O.** - ØRDESA a été compliqué, par nature, à tourner. Il fallait tout maîtriser avant de filmer la moindre image : il n’y avait aucune marge de manœuvre - en ayant fait le choix de ne pas “casser” l’immersion cinématographique (contrairement à un BANDERSNATCH) en ne mettant pas d’interface utilisateur. Mais est-ce un choix d’auteur ou de spectateur ? La prise de vue réelle nous plaisait, mais ça n’était pas un critère essentiel a priori. Les spectateurs veulent de l’interactif, du gaming. Le film interactif reste intéressant s’il conserve une diffusion web (WEI OR DIE...), ou la présence d’un diffuseur fort comme Netflix, et d’un casting très identifié.



**N. P.-O.** - Sur UNMAZE, on a eu des retours excellents sur la direction artistique, l’univers. Mais côté narration, quelques écueils ont fait surface, en rapport à sa nature de jeu vidéo indépendant un peu en marge du secteur. Mais j’assume ! Notamment sur l’aspect pas toujours plaisant des personnages, qu’il fallait suivre jusqu’au bout de l’histoire pour pleinement les comprendre. Dans le jeu vidéo, on est fusionnel avec les héros - il a fallu travailler autour de ça pour que ça ne bloque pas le joueur. Le gameplay était simple, et ça a été un vrai atout : la notion de choix permettait une avancée rapide, sans surcharger le récit.

### **VR or not : éviter l’effet Whaou**

**N. P.-O.** - Il faut faire attention aux premières années de la réalité virtuelle, qui se cherche toujours côté modèle de financement. Le jeu vidéo doit être une vraie inspiration pour nos projets innovants. En discutant avec les producteurs interactifs français (lien), tout le monde est intéressé. Les budgets, le public, tout y est. Regardons les succès de titres comme LABYRINTHE CITY de Darjeeling prod, qui est disponible sur Steam et Switch.

**N. P.-O.** - On manque encore, la plupart du temps, de reconnaissance publique. Mais le fait d’avoir produit plusieurs titres pour Arte notamment, c’est avoir eu des retombées presse, critique et ainsi pouvoir financer les prochains projets. D’autres plateformes, internationales, sont désormais accessibles. UNMAZE, c’est déjà une sortie mondiale, en 5 langues. Le seul marché franco-français est trop restreint, pour la VR et les autres - même les diffuseurs français se dirigent vers des productions internationales. Ce qui est fascinant, c’est de pouvoir proposer des projets universels, susceptibles de plaire à tous les publics.



**N. P.-O.** - Les aides du CNC côté jeu vidéo sont très intéressantes, notamment pour aider les phases de développement, de prototypage. A voir comment la commission dédiée aux expériences numériques va intégrer cela aussi - tout en envisageant les fameuses études de marché, bien plus prises en compte côté jeu vidéo. Pour de futurs jeux mobiles, je cherche encore le bon modèle économique - ou des projets plus axés sur Switch, Steam et Twitch.. Des données existent, plus ou moins précisément selon la nature du projet et le support. On cherche également à se positionner sur des expériences en ligne, avec des systèmes de "ticket" ou les utilisateurs payent à la séance...

**N. P.-O.** - Pour la suite, je crois beaucoup en la place des réseaux sociaux - même si personnellement je n'y suis pas à l'aise. Les expériences en ligne, les jeux mobiles, Steam... Je reviens toujours à ces formats pas si nouveaux, où je vois un potentiel intéressant pour Hiver et dans lesquels on a déjà œuvré.

**A Immersivity, Nicolas et plusieurs auteurs ont annoncé le lancement d'EliXR, une association qui réunit et représente les indépendant-e-s de la création numérique sous toutes ses formes. Cela inclut, sans toutefois s'y limiter, les auteur-rices, scénaristes, réalisateur-rices, game designers, narrative designers, créateur-rices sonores, artistes de la scène et du spectacle vivant.**

**Contact : [nicolas.pelloille@gmail.com](mailto:nicolas.pelloille@gmail.com)**



## Entretien avec...



### LAETITIA GERMAIN-THOMAS

“Il est essentiel que les pouvoirs publics développent des fonds dédiés au soutien à la distribution et l’exportation des œuvres immersives” -  
Laetitia Germain-Thomas (Déléguée Générale de PXN)

#### Quel est l’état d’esprit et l’état économique des producteurs d’Expériences Numériques en sortie (espérons) de la crise Covid-19, et spécialement des producteurs XR ?

Tant que la situation sanitaire semble s’améliorer, on garde le moral ! C’est sûr que ça a été deux années éprouvantes, non seulement pour notre secteur mais aussi beaucoup plus globalement. Maintenant qu’on en voit presque le bout, on peut dresser un premier bilan de cette période, et tout n’est pas négatif.

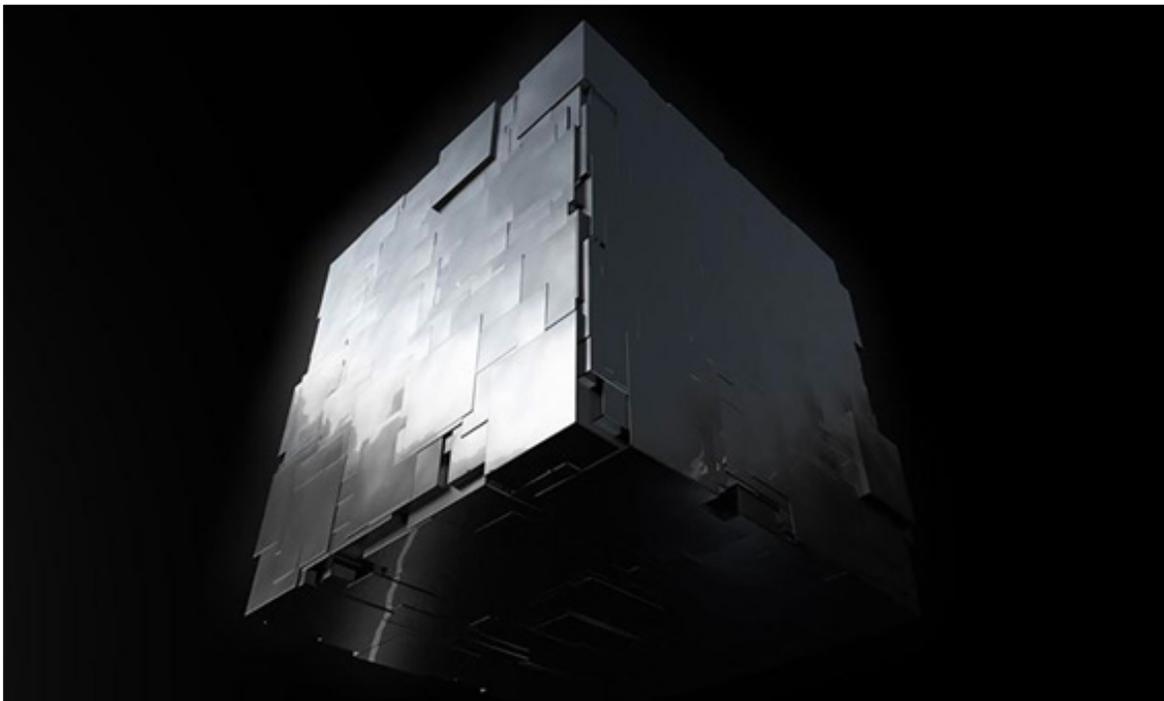
Le secteur des Expériences numériques rassemble une grande diversité de types de projets : les œuvres diffusées sur internet (les web-séries, les fictions sur les réseaux sociaux, les applications narratives, les jeux vidéo), les œuvres diffusées dans un lieu physique (les parcours d’exposition, les bornes interactives dans des lieux culturels, les projets installatifs, les performances numériques), et enfin les projets “mixtes”, qui peuvent soit être vus à domicile pour un public équipé, soit être vus dans un lieu culturel (c’est notamment le cas pour de nombreux projets de réalité virtuelle, accessible via les Stores pour le public possédant un casque, mais aussi visionnable dans des lieux comme le Cube, le CentQuatre, la Gaîté Lyrique, etc).



*L'ECUME DES JOURS XR (Julie Desmet Weaver, Dark Euphoria)*

Il y a tout un pan de nos créations, celles diffusées sur internet ou les plateformes, dont la diffusion n'a pas été affectée par la situation sanitaire, voire a été dynamisée parce que les gens avaient plus de temps libre. Les plateformes de diffusion ont explosé leurs chiffres d'audience, certains foyers se sont équipés de casques de réalité virtuelle, et même si aujourd'hui on est sorti-es des confinements, on voit les conséquences de cette période sur les comportements : le public sort moins facilement dans les lieux de culture, au cinéma etc, donc nous, en tant que créateur-ices, on doit s'adapter à ces évolutions. Par exemple, pour les expériences in situ, il faut qu'il y ait des éléments qui justifient le déplacement : une scénographie exceptionnelle, un contact humain, etc.

En plus de ces changements de mode de vie, la crise du Covid a aussi inspiré la conception de nouveaux projets. Étant donné que nous travaillons dans un secteur très malléable et en partie virtuel, il a été peut-être plus facile pour nous que pour d'autres de se réinventer rapidement, et de proposer des œuvres en adéquation exacte avec ce que nous étions en train de vivre. C'est le cas par exemple de la web-série *La Vingtaine en Quarantaine*, produite par Narrative, dans laquelle des jeunes du monde entier racontent leur confinement et qui a été massivement regardée pendant cette période.



*RECODING ENTROPIA (François Vautier, Da Prod)*

Il y a donc eu des conséquences intéressantes au Covid, mais globalement le secteur culturel a évidemment souffert de cette période. Nos structures ont eu la chance pour la plupart d'être soutenues par les mesures d'urgence du gouvernement, mais certain-es créateur-ices indépendant-es avec qui nous travaillons en ont pâti, et toutes les diffusions in situ ainsi que les remontées de recettes qui y sont corrélées ont été rendues impossibles.

### **Quels sont les chantiers à venir, vos priorités ? Et spécialement le travail entrepris vis-à-vis de la circulation des œuvres en festival ?**

Une des missions de PXN est de contribuer à la structuration économique du secteur des Expériences Numériques. Concrètement, il faut que les producteur-ices et tous les ayants droit d'un projet perçoivent des remontées économiques lorsque celui-ci est diffusé, pour pouvoir ensuite investir dans de nouveaux projets, etc.

C'est en ce sens que nous nous sommes mobilisé-es contre la multiplication de diffusions non rémunérées dans des lieux satellites qui, en s'associant à certains festivals, nuisent à la bonne exploitation de nos œuvres et ne nous semblent pas contribuer à la structuration globale du secteur. Pour résumer, pendant la crise sanitaire les festivals ont dû s'adapter - et on ne peut que le comprendre. Puisqu'il était compliqué de voyager, ceux-ci ont fait voyager les œuvres sélectionnées afin que les professionnel·les et le grand public du monde entier puissent les découvrir. Des festivals comme La Biennale de Venise, NewImages, Tribeca, Cannes XR, ont établi des partenariats avec des lieux à l'international qui sont devenus des "satellites" du festival en accueillant les œuvres de la sélection officielle. Ce dispositif avait un sens au moment de la crise sanitaire, mais nous avons observé qu'au sortir de celle-ci ce dispositif s'est pérennisé, alors qu'il ne nous semble plus avoir de raison d'être aujourd'hui.

Grâce à leur rôle de satellite, les lieux culturels ont expérimenté le fait que le grand public était prêt à se déplacer et à payer pour voir des projets immersifs. Nous considérons aujourd'hui que c'est le rôle des lieux de diffusion d'établir une programmation et d'acquérir les projets via le distributeur de l'œuvre, et non pas en étant le satellite d'un festival.

Ce travail structurant est donc un des enjeux du collège XR de PXN pour les mois à venir. Nous sommes en cours de rédaction d'une Charte de bonne exploitation des œuvres en festival. Cette Charte est volontairement non-contraignante pour permettre de réunir autour de ces principes élémentaires le maximum de professionnel·les. Elle sera publiée prochainement sur notre site et réseaux sociaux, et relayée par nos partenaires. Nous inviterons alors tou·tes les professionnel·les à la consulter, et à s'y associer.



*A CITY OF FOXES (Nihaarika Negi, Tamanoir Immersive Studio)*



Nous sommes très content·es de ces annonces évidemment, ça nous semble essentiel que l'État investisse pour que les créations françaises conservent et développent leurs qualités qui nous valent d'être réputé·es. Les créateur·ices français·es d'expériences immersives sont reconnu·es, on le constate dès que l'on travaille ou coproduit avec des partenaires internationaux.

Pour nous, il est essentiel que les pouvoirs publics développent des fonds dédiés au soutien à la distribution et l'exportation des œuvres immersives, qui est l'axe à consolider.

Nous espérons aussi beaucoup de ces fonds pour la structuration du secteur, donc la pérennisation d'organisations professionnelles comme PXN, mais aussi l'AFXR, French Immersive Studio, EliXR, etc. Nous avons par exemple le projet de réitérer notre Forum de la Création numérique (la première édition avait eu lieu en 2018) qui permettra de réunir de nombreux·ses professionnel·les prêt·es à mettre en commun leur connaissance du secteur pour imaginer son futur ensemble, et nous plaçons beaucoup d'espoir dans ce type d'événements.

Nous espérons aussi que ces financements permettront le développement de nouvelles formations sur les spécificités de nos métiers, afin que notre savoir-faire se pérennise. C'est un des axes que nous développons chez PXN, avec la création de plusieurs formations natives dont vous pourrez retrouver la liste prochainement sur notre site internet.

Il est aussi évidemment primordial que les guichets de la création soient approvisionnés, car c'est le pilier de tout le secteur des expériences numériques : augmentation de l'enveloppe du CNC, ouverture du crédit d'impôts, etc.

**A Immersivity 2021 étaient présentés deux retours d'expériences PXN : JAILBIRDS par le producteur François Klein et DREAMIN' ZONE par la productrice et auteure Fabienne Giezendanner.**

**<https://www.pxn.fr/>**

## Entretien avec...



### SYBIL COLLAS

“Tout médium, avec ou sans storytelling, est déterminé par son consommateur.”- Sybil Collas (narrative designer)



**Sybil Collas est narrative designer indépendant. En accompagnant les producteurs, studios et autres créateurs, ie les aide à mieux cerner les paramètres de production et les enjeux narratifs de leurs projets. Un rôle encore peu connu, et souvent à mi-chemin entre plusieurs autres métiers.**

#### Développer sa passion du jeu vidéo

**Sybil Collas** - La logique voudrait que je parle de mes études dans le jeu vidéo, à Supinfogame (Master in Game design and Management). En réalité, j'étais surtout passionné de jeu de plateau et j'ai compris lors du concours d'entrée à l'école qu'il fallait me "muscler" côté culture vidéoludique. J'ai donc découvert le monde du gaming par la petite porte, en débutant comme testeur chez Activision/Blizzard sur des titres comme Crash Bandicoot. J'ai passé pas mal d'heures à chercher les failles des titres en production, à en assurer la qualité avant leur mise sur le marché. C'était une première façon de suivre (de loin) les processus de fabrication. Malgré tout, cela m'a permis d'avoir un regard plus concret sur cet univers, sur le travail au sein d'une grande entreprise mondiale.

**S. C.** - A la fin de mes études, j'ai été pris en stage en assistant de production dans un studio français où rapidement je suis devenu ... producer du projet, en l'absence d'une réelle personne à ce poste. J'ai donc dû gérer l'intégralité du projet sur 4 ans, avec au final une équipe de 60 personnes, des problématiques RH, gestion des risques, les liaisons avec les prestataires internationaux, les traductions, le crowdfunding etc. Finalement, c'est comme cela que je me suis intéressé à l'écriture d'un jeu, au game design, à l'interactif car il fallait que je sois impliqué à chaque étape. Et ça a été le meilleur moyen de me créer un réseau professionnel !



*INUA, Iko prod.*

**S. C.** - Après un burnout début en 2016, j'étais décidé à devenir freelance. J'ai eu la chance d'entrer en contact avec le studio américain Counterplay Games, que j'ai accompagné sur la production narrative de DUELYST. J'ai aussi travaillé à Singapour, avec l'Allemagne et bien sûr de plus en plus en France, avec Ubisoft, Dontnod, des boîtes de production de séries, et mal d'indépendants. Je me suis concentré à 100% sur les problématiques de design narratif et d'écriture. J'ai aussi développé un rôle de consultant sur les questions de diversité et d'inclusion (accessibilité, représentation des minorités...) dans le monde du jeu vidéo, ce qui est malheureusement une thématique très actuelle dont j'ai souffert précédemment. Je fais du coaching, du mentoring pour que ces questions soient mieux traitées par les studios.

### **Interactive ou narrative designer : une définition**

**S. C.** - Il est difficile de réellement définir le métier de narrative designer. Nous restons des artistes-créateurs qui peuvent intervenir dans le secteur du jeu vidéo, de la télévision, des séries, de la publicité, des réseaux sociaux... Et pas toujours pour des formats interactifs ! Pour cela je me base sur la théorie de la player story : tout récit issu d'un médium, avec ou sans storytelling, est déterminé par son consommateur. C'est une définition personnelle du narrative design, qui consiste à anticiper la présentation de l'œuvre au public.

Être narrative designer c'est exercer un métier technique, avec ses outils propres, mais aussi avec des composants créatifs où on peut être amené à endosser le rôle d'auteur ou de script doctor.

**S. C.** - La première étape en mission chez un client est généralement de mettre à plat le vocabulaire et les intentions du ou des créateurs. Toujours par rapport au vécu de l'utilisateur, et c'est d'autant plus vrai pour la réalité virtuelle, support sur lequel je me penche de plus en plus. Et ce n'est pas forcément difficile ! Je vois qu'avec le jeu vidéo sur support plus classique des notions sont identiques, comme l'horizon d'anticipation : pouvoir se projeter sur les schémas potentiels de l'espace interactif en tant que consommateur. En VR c'est quelque chose de restreint du point de vue du développeur, mais pas du tout du point de vue de l'utilisateur. On parle d'un écosystème de signes, de feedback, de sons ou d'images, qui permettent d'anticiper l'évolution de l'œuvre, du produit. Il faut imaginer que toutes les contraintes d'un jeu vidéo, d'un point de vue développeur, sont difficiles à appréhender au stade de la conception. Travailler le design narratif est donc essentiel dès le départ car il permet d'ancrer l'ensemble dans des intentions solides et maîtrisées.



**S. C.** - J'utilise aussi des outils marketing (profilage...) pour définir le public, l'utilisateur final. C'est essentiel si on veut concevoir le jeu le plus efficace possible. C'est une démarche qui peut être difficile pour certains créateurs indépendants qui ont l'impression de perdre en liberté. Alors qu'on peut cibler précisément quel va être le type de comportement de l'utilisateur, sa faculté à communiquer dans le jeu, grâce aux a priori que peuvent impliquer l'univers, le genre, la publicité vue en amont (tout ce qui va affecter la perception que le joueur aura du jeu). Aujourd'hui il y a aussi beaucoup d'émulations communautaires dans ce secteur (Twitch et autres) ; il ne faut pas ignorer cet aspect-là pendant la production, car il influence également l'expérience utilisateur.

## Des expériences sociales pour toutes plateformes

**S. C.** - Je viens de développer pour une agence à Singapour un influenceur virtuel pour TikTok et Instagram (@cinder4real) - c'est une intelligence artificielle, du moins scénaristiquement. C'est un personnage en 3D, queer, qu'on a écrit et designé avec énormément de data et d'analyse sur les communautés en ligne où le personnage existe (créant une personnalité avec un axe éditorial gamer, un axe LGBTQ+ et un axe Gen-Z). On est sur un paradigme qui change complètement de ce que j'ai pu faire sur d'autres campagnes, en brand content ou non (ARG, enquêtes virtuelles...). J'en suis extrêmement fier. Ici on propose un personnage avec son histoire et ses idées, avec des valeurs où j'ai pu mettre mes propres convictions.



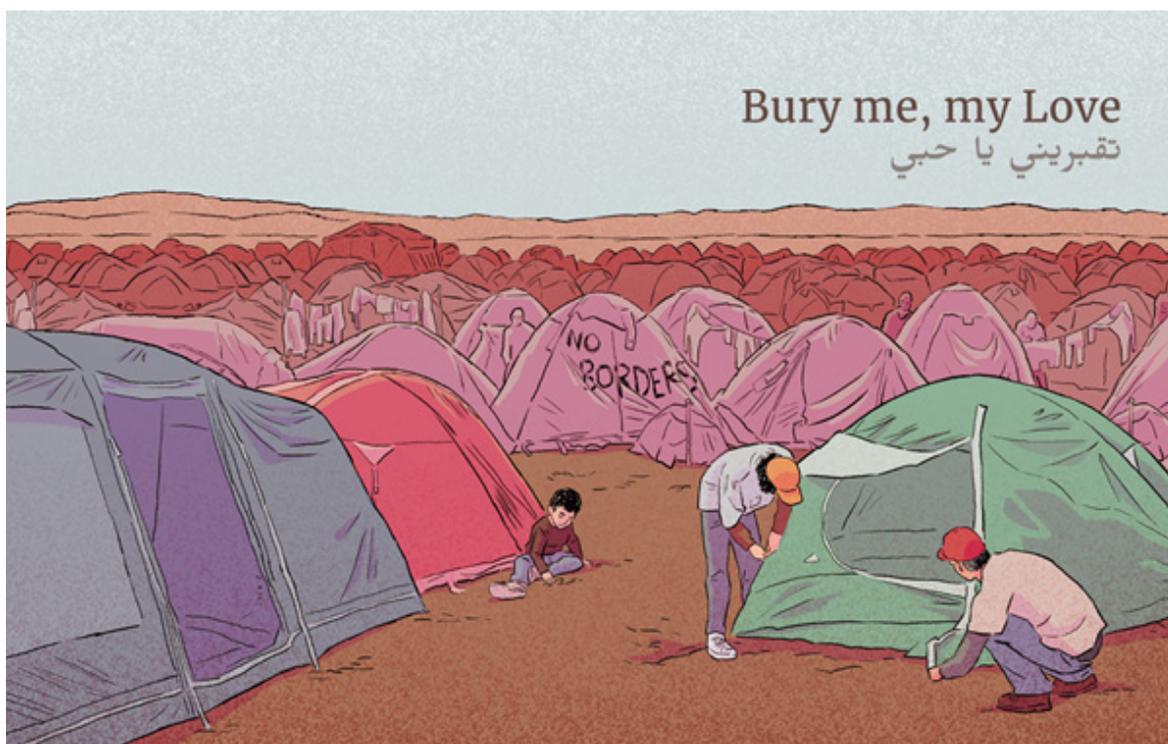
**S. C.** - Il y a une différence entre une fiction qui se consomme à l'instant T, et une fiction qui te fait passer un message, pour répondre à des valeurs, pour créer une émulation de communauté. Sur ce projet j'ai fait toute l'écriture et le design initial, et tiens un rôle d'éditeur pour l'écriture des premiers posts. J'interviens régulièrement pour vérifier les contenus publiés, de la vérification de sensibilité si on veut. On fait aussi des focus groups, pour que ce ne soit pas juste mon point de vue qui transparaît dans le résultat final. Il y a de la sensibilité communautaire, des thématiques à développer subtilement au sein d'un univers social media très cacophonique.

### Le jeu vidéo, un média enfin adulte ?

**S. C.** - La maturité du médium "jeu vidéo" est là depuis un certain temps. L'image du secteur pour le grand public a mis du temps à refléter cette maturité, tout simplement parce que depuis les années 80 le marketing est essentiellement orienté vers les adolescents masculins. Cela a beaucoup exclu les cercles familiaux et les femmes, notamment. On se

retrouve du coup avec cette espèce de cercle vicieux où les joueurs actuels sont les développeurs de demain. On fait face à une forme de répétition d'un public très stéréotypé, occidental, masculin, et avec des références très (trop) similaires. Et pour étudier la maturité du secteur, doit-on regarder les titres sortis, ou bien critiquer l'industrie en interne, ses équipes, ses problèmes indécents de sexisme ou de diversité (48% des joueurs sont des femmes, contre seulement 14% de femmes employées dans les studios...)?

**S. C.** - Mais ça s'améliore. Jusqu'à récemment il y avait surtout des créatrices et des créateurs indépendants qui essayaient de faire des trucs qui étaient différents. Aujourd'hui on peut regarder la série des jeux AAA GOD OF WAR par exemple et voir que de gros studios tentent et réussissent à produire des jeux sortant des normes mainstream. Ubisoft a mis en place des Discovery Tours avec des modes de découverte de certains titres d'ASSASSIN'S CREED pour les enseignants - de purs outils éducatifs à la découverte de l'Histoire, dans les mondes de leurs jeux. Il faut se rappeler que le jeu vidéo se veut avant tout ludique, interactif, à destination des enfants et des adultes. Le langage interactif est universel. On peut produire un jeu magnifique avec peu d'interactions, dans la sobriété ou même avec un fond dramatique et des thèmes parfois très durs - comme BURY ME, MY LOVE ou A NORMAL LOST PHONE.



*BURY ME, MY LOVE, Pierre Corbinais et Florent Maurin (The Pixel Hunt)*

**S. C.** - Tous ces titres indépendants ne sont pas récents, mais c'est dur pour les petits créateurs de proposer des titres innovants à côté des sorties mainstream et leurs campagnes de pub internationales. Il faut convaincre le public, ce qui a paradoxalement été le cas pendant les confinements avec des influenceurs et streamers qui ont fait la promotion intensive de titres indés ou peu connus. C'est du jamais vu niveau quantité ! Dans le même sens, des tous petits créateurs ont pu commencer à se rémunérer a minima sur leurs titres.

**S. C.** - Le dernier jeu qui m'a marqué est IT TAKES TWO (Hazelight). C'est le meilleur jeu de coopération auquel j'ai joué. Et j'en ai fait beaucoup ! Il a très bien compris l'essence même du jeu de coop avec un gameplay asymétrique et du sens découlant des interactions. Le gameplay a un impact sur le storytelling. C'est en mode Disney scénaristiquement, avec une fin peu surprenante mais satisfaisante. L'expérience de design est fabuleuse, c'est un jeu pensé pour tous les archétypes de joueurs : le dialogue, l'aspect compétitif, l'aspect coopératif, l'exploration, l'accumulation de récompenses, tout le monde peut y trouver son compte. Et l'ensemble reste cohérent avec une vraie profondeur de réflexion. C'est une leçon de design et un excellent exemple de ce que permet d'accomplir un design narratif accompli, conscient de ses utilisateurs.



*IT TAKES TWO (Hazelight)*

# PARTICIPANTS 2021

## Les Participants

ACKER Voyelle – Small Creative  
ANDREANI Isabelle  
ARNAUD Sarah – Tchikiboum  
ATONDI Molia – bbqspecial.com  
AUGUSTIN VALIER Marion  
AUXIETRE Balthazar -Innerspace VR  
AYATS Charles – Reality divisée par bleue  
AYMARD Teddy – Le Bureau des Curiosités  
BAGOT Laurence – Narrative  
BALCON FOURMAUX Sophie – Univ. Sorbonne  
BALLARINI Marie – BnF  
BARATIN Tibor – Incarna Studios  
BEAUVALLET David – Pôle Image Magelis  
BELL Jonathan – PRISM  
BELLICHA Hannah – Institut Français  
BERCY Julien – Small by Mac Guff  
BETTEMBOURG Hélène – Ina  
BIOVIR Irina – Insula Orchestra  
BLANQUER Jérôme  
BOGI Alessandra – Lucid Realities  
BORNSTEIN Philippe – XR.+  
BOUTY Philippe – Pôle Image Magelis  
BRAUD Anne-Sophie – Institut Français  
CARLIER Sylvie – AnimaViva Productions  
CAUDERLIER Florian – WebSpider Productions  
CLAVIER Maud – VRrOOM  
COLINART Arnaud – Atlas V  
COLLAS Sybil – I Need A Story  
CROS Frédéric – Pôle Image Magelis  
DARRAS Guillaume – Waide Somme  
DAVID May-Line – CEPE  
DE LA VEGA Xavier – Marelle  
DE PEUTER-RUTTEN Isabel – XR-One  
DELESTAGE Charles-Alexandre – Fabricc Univ.Poitiers  
DELFAUT Bénédicte – Mischia Production  
DELHAYE Sonia – Small Creative  
DEROBE Joséphine – La Fabrique 3D  
DESMORTIERS Patricia  
DIBAMEHR Katayoun – Floréal Films  
DUBERTRAND Kevin – Cumamovi  
DUCRE Léa  
FATHALLAH Nourhane – CEPE  
FAVRE FELIX Jérôme – Hyperfiction  
FONTENAY Olivier – CNC  
FOUGERE Isabelle – Artem & Cetera  
FOURNEAU Antonin – ATI Studio  
FRIQUET Pierre – “Pyaré”  
GABBAY Linda – Inversus  
GARREAU Yann – Onyo  
GAYET Mathieu – Modérateur  
GENDRAULT Nicolas – Centre Pompidou  
GERMAIN-THOMAS Laetitia – PXN  
GIEZENDANNER Fabienne – Zéro de Conduite Prod.  
GLEISNER Urszula – Gleisner Consulting  
GUEZ Judith – Laval Virtual  
GURY Valérie – BE & Learn – Eternity  
GUTTMANN Vincent – Small by Mac Guff Small Creative  
HEIM Olivier- 6Freedom  
HO Lidwine – Audible  
HOEPFFNER Baptiste – 6Freedom  
HOGUET Benjamin – Nouvelles Narrations  
HURARD Oriane – Atlas V  
JACOB Stella  
JACOB-JUIN Elodie – Pôle Image Magelis  
JARACH Andres – Smart Fipadoc  
JUSSEAU Maëlys – Minsar  
KIMMEL-GOMY Pauline – Kyonoma  
KLEIN Morgan – 6Freedom  
KLEIN François – Digital Rise  
KOHEN Igal – IKO  
LAGRANGE Karine – NewImages Festival  
LAJUS Pauline – Sans Bruit  
LAUR Julien – Wise Bird  
LECOMPTE Frédéric – Backlight  
LELEURCH Vincent – Le Film Français  
LERAIE Christophe – Universcience  
LINDER Corinne – Fheels Concepts  
MARCHESSEAU Cyrille  
MARRAUD DES GROTTES Charles-Henri – XR-One  
MARTINOT Marion – Pôle Image Magelis  
MENTREAU Bettina – AnimaViva Productions  
MENZEL Ronald – Dreamscape  
MICHELIN Alexandre – KIF Forum  
MOUSSET Mélodie – PatchXR  
MUNCH Eric – Virtuel Audio  
PAPIERNIK Déborah – Ubisoft  
PAPINI Olivia – La Méduse Violette  
PARAMESWARAN Gayatri – NowHere Media  
PASCO Jean-Christophe – Fabricc – Univ. de Poitiers  
PELLARREY Vincent – Ebim Studio  
PELLOILLE-LOUDART Nicolas – Hiver Prod  
PERCEVAULT Vincent – G4F Prod  
PERONNET Marie – Région Nouvelle-Aquitaine  
PEUFAILLIT Nicolas – POM Iwona Pom Design  
PURGAL Frédéric – ArtOfCorner  
RALISON Jenni – Cepe  
REITER Helmuth -Extended Movement  
ROUILLIER Emmanuel – Mosquito  
SADOCK Olivier – Eternity  
SAHEL Jérémy – Daprod  
SEONNET Elie – Culture 360  
SMOOS Cathline – ImbueVR  
TARRATTE Mike – Waide Somme  
TESSIER Vincent – One Digital Nation  
TITTARELLI Enzo – Prenez du Relief Association  
TOUTET Hadrien – Smart Polygon  
VELYKANOVA Nataliya – Gate 22  
WELKER Cécile – Waide Somme

# Retour en images

## Immersivity 2021



Photos : @Magelis - Grégory Brandel



Photos : ©Magelis - Grégory Brandel

# IMMERSITY

Organisé par



En partenariat avec



En collaboration avec

