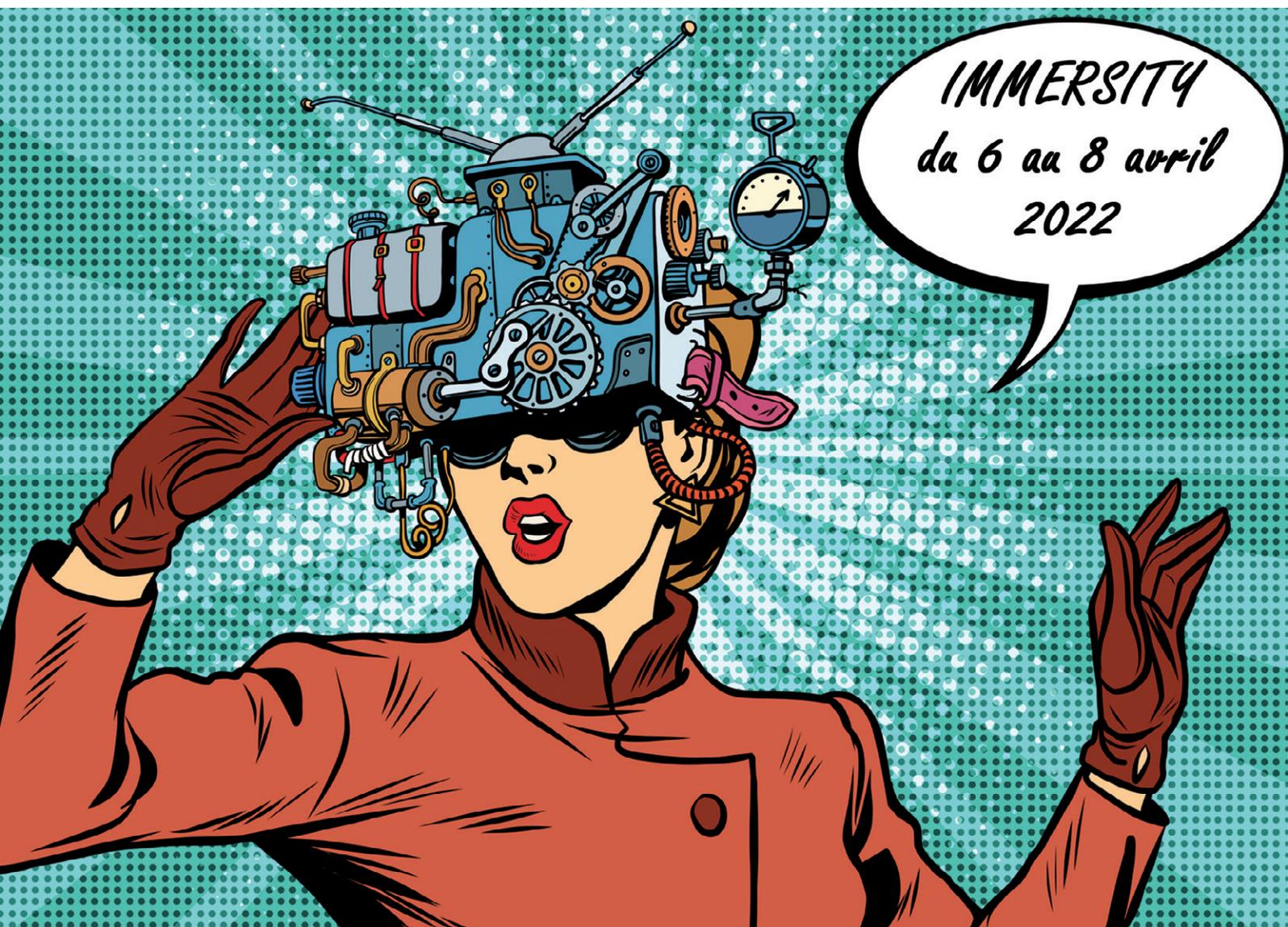


IMMERSITY

Les Assises de la XR



SYNTHESE



La 5^{ème} édition d'IMMERSITY a réuni 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 sont retrouvés lors des études de cas et conférences qui ont rythmé ces journées devenues incontournables pour les protagonistes de la filière XR.

Evènement gratuit sur invitation. Programme complet sur www.immersity.fr.

Avec le fonds d'aide à la production de la Charente parmi les mieux dotés en France, plus de 150 entreprises spécialisées dans l'audiovisuel, un vivier d'une quarantaine de studios d'animation et de jeux vidéo, plus de 250 auteurs de bande dessinée et un campus unique en Europe de 15 écoles supérieures, le Pôle Image Magelis est le partenaire incontournable des acteurs de l'image.

Pôle Image
Magelis
Angoulême



Là où se dessine le futur

p.4

Editos

p. 6

Immersivity 2022 en chiffres

p. 7

Le programme 2022

p. 10

Les Conférences et études de cas

p. 28

Participants 2022

p. 29

Retour en images

IMMERSITY



Mathieu GAYET

La cinquième édition d'Immersity a été celle d'un grand renouveau : fini les ateliers et les discussions par groupe, place à un seul collectif et un accueil au Cnam-Enjmin sur les trois journées de l'événement. Et bien sûr, nous avons quitté l'automne pour un printemps plus accueillant...

Cette nouvelle formule, nous l'avons élaborée avec l'ambition de ne plus être coincée dans l'enchevêtrement des événements de fin d'année, et vous proposer des rencontres également plus transversales avec les industries créatives voisines. Le jeu vidéo, le cinéma, le théâtre, la danse...

La XR se développe au carrefour de nombreuses formes de création, et tisse des ponts qu'il convient de mettre en avant. Combien d'entre vous se dirigent vers la musique, le théâtre immersif, des expériences sonores... ? C'est toute l'ambition d'Immersity de faire écho à cela, et proposer désormais des échanges communs, toujours aussi conviviaux et directs.

C'est aussi une nouvelle formule qui nous a permis d'ouvrir nos 3 jours à plus de monde. Vous avez été près de 170 à répondre présent du mercredi au vendredi, de nous accompagner à travers les études de cas, les conférences et les différents points d'informations des associations XR ou institutionnelles. La proposition pour certains intervenants de nous livrer leur line-up à venir à offert un éclairage inédit sur les prochains mois que nous allons traverser ensemble...

Jusqu'à Immersity 2023 ?

IMMERSITY



PÔLE IMAGE MAGELIS

Précurseur 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 ».

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'Immersity à Cognac, en est la preuve...

Rendez-vous en 2023 pour une nouvelle édition d'IMMERSITY !

- **3 jours de conférences et rencontres**
 - **+170 inscrits**
 - **+30 intervenants**
 - **8 conférences thématiques**
 - **11 études de cas**
 - **1 line-up Arte**
 - **1 annonce PXN**
 - **1 annonce Institut Français**
 - **1 présentation AFXR**
 - **1 line-up France Tv**
 - **1 soirée à la fondation Martell**
- ... et une parité 50/50 respectée parmi les intervenant(e)s !**

PROGRAMME 2022

MERCREDI 6 AVRIL

Etude de cas 1 Eternelle notre dame

Fabien Barati, Directeur Général – Emissive

Mathieu Rolland, Manager Projets Transverses – Orange

Conférence 1 LBE et dispositif événementiel immersif

Fabien Barati, Directeur Général – Emissive

Mathias Chelebourg, Fondateur – Atelier Daruma

Etude de cas 2 INUA - A Story in ice and time

Florent Maurin, Président – The Pixel Hunt

Conférence 2 Les stratégies de diffusion in store (Steam, PSVR, Oculus...)

Romain Garbati, Chef de projet – Astrea

Adrien Larouzée, Responsable des activités de coproduction – ARTE

Elizabeth Maler, CEO – Abiding Bridge

Florent Maurin, Président – The Pixel Hunt

Line-up Line - Up ARTE

Adrien Larouzée, Responsable des activités de coproduction – ARTE

Annonces ANNONCES PXN

Annonces ANNONCES INSTITUT FRANCAIS

JEUDI 7 AVRIL

Etude de cas 3 Wild Cities

Marion Guth, Co Fondatrice – a_BAHN

Etude de cas 4 Seven Grams

Chloé Jarry, CEO – Lucid Realities

Karim Ben Khelifa – Artiste et Réalisateur

Conférence 3 Les sujets à impact dans la narration immersive

Marion Guth, Co- Fondatrice – a_BAHN

Jeanne Marchalot, Responsable du France Tv StoryLab – France TV

Chloé Jarry, CEO – Lucid Realities

Karim Ben Khelifa – Artiste et Réalisateur

PROGRAMME 2022

- Line-up Line - Up FRANCE TV
Jeanne Marchalot, Responsable du France Tv StoryLab – France TV
- Etude de cas 5 UMAMI et l'éco-conception numérique
Landia Egal, Fondatrice – Tiny Planet
- Conférence 4 Les résidences d'écriture / La formation des auteurs
Nathalie Viot, Directrice – Fondation Entreprise Martell
Fanny Viratelle, Chargée de l'aide à la création – SCAM
Jérôme Blanquet, Réalisateur
- Etude de cas 6 MISSING PICTURES
Oriane Hurard, Productrice - ATLAS V
- Etude de cas 7 BIOLUM
Igal Kohen, Producteur – IKO
- Conférence 5 Coproduire avec l'Europe... et après ?
Laetitia Bochud, Directrice et Présidente – Virtual Switzerland et XR4Europe
Guy Daleiden, CEO – Film Fund Luxembourg
Olivier Fontenay, Chef du service de la Création Numérique – CNC
Vincent Le Leurch, Journaliste – Le Film Français
- Etude de cas 8 La petite danseuse
Gordon, Réalisateur
Marie Sellier, Ecrivaine et Scénariste
- Etude de cas 9 BIBLIOQUETE
Andrès Jarach, Auteur, réalisateur de documentaires
- Conférence 6 Social et Gamification
Olivia Papini, Cheffe de projet Immersif – La Méduse Violette
Gordon, Réalisateur
Marie Sellier, Ecrivaine et Scénariste
Andrès Jarach, Auteur, réalisateur de documentaires
- Présentation AFXR
François Klein, Creative Producer – Digital Rise

Etude de cas 10 Concert live SXSW

Roman Rappak, CEO & Co-Founder – Ristband

Etude de cas 11 OXYMORE avec Jean-Michel Jarre

Louis Cacciuttolo, Founder, CEO – VRrOOm

Conférence 7 Les espaces de création dans les mondes virtuels

Louis Cacciuttolo, Founder, CEO – VRrOOm

Roman Rappak, CEO & Co-Founder – Ristband

Alexandre Michelin, Fondateur – KIF (Knowledge IMMERSIVE Forum)

Conférence 8 Présentation des line-ups & tendances 2022

Camille Lopato, Fondatrice – Diversion Cinéma

Danielle Giroux, Responsable de la Diffusion – Astrea

Alexandre Roux, Responsable distribution – Lucid Realities

Les Conférences & Etudes de cas

Conférence #1 - LBE et dispositif événementiel immersif

AVEC

Fabien Barati, Directeur Général
Mathieu Rolland, Manager Projets Transverses – Orange
Mathias Chelebourg - Atelier Daruma

Modérateur : Vincent Le Leurch, le Film Français

20 000 entrées pour ÉTERNELLE NOTRE-DAME en deux mois ; 70 000 entrées pour THE INFINITE en trois mois et demi (pour des entrées entre 30 et 50 dollars). Ces projets porteurs permettent-ils de soutenir l'industrie XR pour produire ou diffuser ensuite des projets moins grand public ?

Le point de départ de ces projets ambitieux : des contenus à exploiter, mettre en avant. De ces premières grandes expositions, il faut dégager un format global pour entrer dans des circuits d'exploitation culturelle traditionnels (licensing, lieux à exploiter...) contrairement à la diffusion VR dans les foyers individuels.

La salle de cinéma VR du futur, c'est sans doute un lieu de diffusion grand public, collectif. Les exemples voisins de l'Atelier des Lumières ou de Teamlab sont intéressants. Le fantasme reste de pouvoir envisager l'exploitation au-delà d'une première présentation ; comment construire sur la durée ?

Il y a un enjeu de calibration des œuvres pour les emmener le plus loin possible, après des périodes de production souvent très onéreuses.

La VR reste aujourd'hui centrée sur des contenus "premium", très coûteux à produire.



Il est vital d'imaginer des lieux d'expériences numériques susceptibles d'accueillir de tels expositions, de faciliter l'accueil et l'exploitation de ces expériences grand format (LBE). Ceci implique d'avoir des réflexes de production sur les ressources humaines et technologiques, réfléchir au billet d'entrée versus la rentabilité du projet (et le flux visiteur). Le déploiement de ces expositions LBE sont possibles, et peuvent être anticipés techniquement : le parcours des utilisateurs, le parc technologique à transporter... Plus c'est grand, mieux c'est ! Et la rentabilité peut être envisagée sous quelques mois si l'exploitation est bien paramétrée (sachant que l'investissement de départ est tout de même important, autour de 4000 euros / visiteur d'équipement pour ÉTERNELLE NOTRE-DAME, sans parler de scénographie et communication - tout cela est amené à diminuer avec les évolutions technologiques).

Sur les exemples fournis, les sujets sont importants : qui de l'expérience ? Sur une circulation au niveau national ou mondial, il faut que l'exploitation suive. Communication, marketing... Comment faire la promotion d'une nouvelle expérience au-delà des sujets ? Il faut aussi réfléchir, selon les lieux, au ticket d'entrée. C'est une question qui surgit dès le financement de l'œuvre ; The Void c'était 60 à 70 dollars, Sleep No More dépasse les 100 dollars, Disney vient d'ouvrir une nouvelle expérience Star Wars en Floride dont le prix d'entrée est à plus de 1000 dollars. Doit-on viser uniquement le Premium pour faire la promotion des expériences immersives ? Là où les circuits classiques de spectacle, cinéma ou théâtre, restent plus abordables (en France) et sont ancrés dans des dispositifs d'aide et de soutien public.

Côté communication, si on peut noter des dispositifs classiques pour faire la promotion d'une exposition, on ne communique pas ou peu sur la technologie : on parle surtout de la promesse faite au visiteur. La réalité virtuelle n'est qu'un composant de l'ensemble. Sur ce principe, ÉTERNELLE NOTRE-DAME fonctionne aussi très bien au bouche-à-oreille. Certains spectateurs reviennent même voir l'expérience !

Émissive a développé depuis plusieurs années le concept des "expéditions immersives", afin de développer un format immersif de longue durée (et de qualité) pour les sujets de patrimoine, scientifiques, qui serait surtout rentable. Le volet social de l'expérience est fondamental : ÉTERNELLE NOTRE-DAME est du free roaming sur 45 minutes, avec un flux de visiteurs importants - jusqu'à 50 personnes par heure.

Projet initié par Orange, ÉTERNELLE NOTRE-DAME est une déambulation dans l'histoire du monument, mais aussi un regard sur sa reconstruction et les métiers impliqués. Réalisée par Émissive en collaboration avec le diocèse et les associations concernées, l'exposition a été mise en place par Amaclio, société de production événementielle. 30% des revenus sont reversés au chantier de Notre-Dame.



ÉTERNELLE NOTRE-DAME vient de dépasser 20 000 billets vendus, depuis l'ouverture mi-janvier. Mais comment parler de rentabilité ? Sur ce projet en particulier, une partie du bénéfice est reversé au monument. C'est un cas particulier qui a été produit par Orange pour valoriser un enjeu de société. Côté exploitation, l'exposition est complète en weekend et la jauge est à 80% en semaine.

La 5G va permettre à terme de proposer un accueil et un déploiement de l'exposition plus facile. Notamment en n'ayant plus de sacs à dos VR, et proposer une version dans le cloud. Il faut toutefois pouvoir gérer un flux de visiteurs important avec cette technologie ; des présentations ont été faites au Mobile World Congress 2022 notamment.

<https://www.eternellenotredame.com/>
<https://immersive-expeditions.io/>

Liens utiles –

Le projet de Mathias Chelebourg (en développement)
<https://www.atelierdaruma.com/entertainment/canterville>

The Infinite, l'exposition du centre Phi et Félix & Paul Studios en Amérique du Nord
<https://theinfiniteexperience.world/>

Le retour de The Void VR
<https://www.thevoid.com/>

Punchdrunk et le théâtre immersif
<https://mckittrickhotel.com/sleep-no-more/>
<https://onecartridgeplace.com/theburntcity/>

Conférence #2 - Les stratégies de diffusion in store (Steam, PSVR, Oculus...)

AVEC

Romain Garbati, Chef de projet – Astrea
Adrien Larouzee, Responsable des activités de coproduction et d'édition de jeux vidéo – ARTE,
Elizabeth Maler, CEO – Abiding Bridge
Florent Maurin, Président – The pixel Hunt



Les plateformes n'ont pas les mêmes actions (ou metrics) selon les formats, jeux vidéo ou XR. Mais les habitudes peuvent être similaires ; par exemple les wish lists. Ce qui compte, c'est surtout de comprendre l'importance des plateformes pour faire la promotion des titres. La XR doit chercher à s'inspirer de ce qui existe ; c'est un format encore en devenir, et les titres en réalité virtuelle qui sortent doivent s'adapter au public existant. Ils ont des arguments pour séduire (immersion, etc.).

Événement et wishlist sur Steam : il y a plusieurs événements en ligne ou physique qui amènent les utilisateurs à inscrire un jeu dans leur wish list, et font connaître les titres. C'est donc vital, voire obligatoire, de participer à ces événements pour émerger des près de 600 titres qui sortent chaque année. Certains événements ont des partenariats officiels avec Steam ; ce sont les plus importants, et ceux qui vont vous donner plus de visibilité. La pandémie de la Covid-19 est passée par là, réduisant l'importance des rendez-vous physiques ; il faut bien choisir. La base de contacts générée par les wish lists doit être qualitative pour être utile. Les abonnés wish list sont listés comme sur une newsletter ; ils reçoivent des e-mails lors de sortie, et promotion. A noter qu'ils sont alertés quand les promotions sont bien paramétrées. Dans le jeu vidéo, ce sont les vagues de promotion qui relancent l'intérêt - et les ventes - autour du titre.

Sortie synchronisée : il n'y a pas (ou peu) de possibilité de gérer sa sortie au niveau internationale sur Steam, c'est obligatoire. Exclure un pays ou une zone géographique, c'est donc inexistant... à moins de jouer sur les prix de façon exagérée, ou mal remplir un formulaire, ou ne pas traduire sa page dans certaines langues pour en limiter la diffusion. Attention aux habitudes culturelles : les chinois, par exemple, font facilement des critiques négatives (sur des points techniques, des mauvaises traductions, voire des éléments LGBT+...), et ceci peut jouer sur l'algorithme au niveau global. Il faut anticiper ce type de détails, ou envisager des distributions associées avec des publishers locaux.



3% des titres sur Steam dépassent 10 000 dollars de recettes : 50% de jeux vendent moins de 300 copies. Il faut garder en tête qu'on ne maîtrise pas les règles de ces plateformes privées ; il faut constamment tester des choses, sans avoir l'intégralité des informations à disposition (notamment sur les chiffres liés à la diffusion). C'est un "jeu de chat et de souris" pour trouver la façon la plus pertinente de sortir son jeu ; en faisant des play tests pour créer des premières reviews, créer sa communauté, sortir de GIFs de son projet, alimenter Reddit ou Tik tok etc. Tout cela peut concourir à créer de l'attente auprès du public, sans savoir ce qui va fonctionner réellement. Être producteur de jeu vidéo, c'est presque envisager la promotion avant le début de la production ! Par ailleurs, la multi-plateforme est aussi primordiale: travailler une sortie unique mais sur toutes les plateformes possibles. Steam a aussi l'avantage d'être la plateforme la plus "facile" à utiliser, avec moins de contraintes que d'autres (il suffit de payer son inscription).

Sortir un titre indépendant, c'est aussi bien envisagé son domaine d'intervention, notamment sur la partie communication et réseaux sociaux - et bien cibler son public. Et conserver une transparence sur la typologie de projet proposé ; l'utilisateur est aussi critique ! Par ailleurs, les plateformes de discussion (Reddit, Discord...) favorisent des discussions de fond et pas que le marketing de façade. Il faut personnaliser vos actions pour chaque titre. L'incarnation donne de l'importance, de l'émotion. Reste qu'à produire, on ne peut pas tout faire non plus ; c'est extrêmement chronophage ! Si ce n'est que le producteur / porteur de projet est le premier communicant (day 1) de son projet, là où le publisher n'interviendra que plus tard. A moins d'envisager un "social media producer" qui crée le contenu de promotion du titre en parallèle de sa fabrication... Attention au piège du gros influenceur/streamer/youtuber qui parle de votre projet (si rémunéré), sans forcément de ventes derrière ! En jeu vidéo, certains titres indépendants consacrent un tiers (voir plus) de leur budget global en communication.

Formats publicitaires : sans reprendre des exemples de ce qui existe dans le jeu pour mobiles, et qui a diminué l'intérêt de certains titres, on retrouve surtout des propositions comme l'abonnement qui révolutionne toute l'industrie (sur des modèles très audiovisuels). Une sortie freemium est peu intéressante, et reste dédiée à des contenus très spécifiques. Dès lors, il faut encourager les sorties de contenus payants, et réfléchir à l'équation d'un contexte de sortie payante ou sur abonnement (ce qui est sans doute un des environnements futurs récurrents). A surveiller : les tentatives de promotion, sponsoring par les NFTs, la blockchain... Ce qui soulève aussi des questions environnementales, de communauté ; certaines plateformes comme Steam ferment leur porte aux projets soutenus par des NFTs.

Liens utiles –

<https://www.arte.tv/digitalproductions/fr/inua-a-story-in-ice-in-time/>

<https://twitter.com/inuagame>

Nos intervenants :

<https://www.arte.tv/digitalproductions/fr/categories/jeux-video/>

<https://www.thepixelhunt.com/fr/>

<https://i-k-o.fr/>

<https://abidingbridge.com/>

<https://astreammersive.io/>

Outils pour organiser sa communication, trouver des influenceurs... :

<https://keymailer.co/>

<https://sullygnome.com/>

ELIXR

ELIXR, fédère tous les indépendants de la création numérique pour accompagner ses membres face aux différentes problématiques qu'ils rencontrent au cours de la réalisation de leur projet.

Représentation et défense des droits de ses membres auprès des autres organismes : syndicats de producteurs, organismes financeurs, sociétés d'auteurs et collectivités...

Un discord pour échanger et temps d'entraide. Organisation régulière de conférences en ligne faisant intervenir différents acteurs du secteur (producteurs, institution, avocat spécialisé...) et des sessions d'ateliers dédiés aux outils et aux méthodes de création numérique.

Rencontre une fois par mois en présentiel autour d'un verre pour échanger, pitcher ses projets...

Se rapprocher des festivals pour assurer la visibilité des auteurs lors des conférences.

Partage de ressources (résidences, aides...) et outils.

Que vous soyez auteur·rices, scénaristes, réalisateur·rices, game designers, narrative designers, créateur·rices sonores, artistes de la scène et du spectacle vivant, que vous soyez aguerris ou curieux, rejoignez-nous et faisons grandir ensemble la création numérique française.

E L I X R

Contact: bonjour@elixr.info

Adhésion: www.helloasso.com/associations/elixr

Site: <https://elixr.info/>

Discord: <https://discord.gg/7EbNyn2Mer>

Facebook: @elixrpro

Conférence #3 - Les sujets à impact dans la narration immersive

AVEC

Marion Guth, Co-Fondatrice – a_BAHN
Jeanne Marchalot, Responsable du france.tv StoryLab – France TV
Chloé Jarry, CEO – Lucid Realities
Karim Ben Khelifa, Artiste et Réalisateur



“Impact producer” : c’est une tendance anglo-saxonne qui s’est installée durablement, et partout. C’est une vraie partie du métier de producteur-riche de réfléchir à la campagne, et de trouver les financements qui vont avec. Produire des projets à impact, c’est aussi relever d’une mission de service public.
“On a envie que l’art change le regard sur le monde” (Chloé Jarry)

Dans la pratique, même sur des sujets sociétaux ou politiques, tout projet n’est pas forcément à impact. Cela doit venir du sujet de fond, de la volonté des réalisateurs ou producteurs, d’accompagner son film par une vraie campagne d’impact. C’est une part de travail non négligeable, qui doit être réfléchi et qui est surtout très chronophage, avec de vraies ambitions marketing, en retombée presse, en recherche active d’une audience...

Il n’y a pas de financement spécifique dans ce domaine ; ceci peut engendrer de la frustration lorsqu’on souhaite maximiser l’impact, et enclencher un débat. Ecologie, société, jeunesse... Il y a autant de sujets à impact que de projets, et des écosystèmes spécifiques à construire à chaque fois. Avec des musées, des écoles, etc. Il faut amener les contenus à ces publics pour provoquer la discussion : il y a un réel enthousiasme quand cela arrive !

Comment mesurer l'impact ? Il est possible de fixer des objectifs, notamment sur les campagnes lancées (pétitions...) et les actions à mener. C'est aussi, pour le producteur, établir une feuille de route avec une fin de campagne à envisager. Les projets à impact sont des expériences accompagnées sur la durée, avec des informations partagées sur les sujets, des contenus pour les réseaux sociaux etc. A côté de l'expérience numérique, les dispositifs d'accompagnement peuvent aussi voyager, servir de support pour le visionnage et/ou le téléchargement. Se servir des lieux culturels déjà établis, c'est utile, bénéficier d'un public acquis, avoir une modération avec des experts et surtout un relais dans les médias.

Le rôle des festivals ? C'est un label intéressant pour la promotion, pas pour le grand public. Pour autant, si c'est un long métrage pour le cinéma, c'est un critère important et une possibilité de créer l'échange, le débat.

Ce qui est moins le cas pour les projets numériques. La campagne d'impact suscite des conversations qui peuvent être amenées sur des événements. Encore faut-il avoir un contexte pour une discussion, comme dans une salle de cinéma.feedly.

La XR n'a pas encore les budgets de communication du cinéma ou du jeu vidéo, même pour des projets à enjeux (ou impact). Avec des actions souvent au coup par coup, et peu de moyens de connaître le type de public concerné. Certains reviennent voir des œuvres XR, sans doute, sans pouvoir le confirmer.

L'innovation doit servir le propos, l'histoire : avant tout, garder l'authenticité du projet en tête !

Liens utiles –

Qu'est-ce qu'un impact producer ? (article du CNC)

<https://zeroimpunity.com/>

<http://sevengrams.org>

Think-Film Impact Production (exemple de producteur UK)

<https://www.francetvlab.fr/>

Conférence #4 - Les résidences d'écriture / La formation des auteurs

NATHALIE VIOT

Directrice – Fondation Entreprise Martell



Les Ateliers du savoir, situés au 2e étage de la Fondation, consisteront en un plateau d'expériences numériques, le Lab, ouvert au grand public afin de présenter la création artistique contemporaine en matière de nouvelles technologies (immersion 360°, réalité virtuelle, réalité augmentée, mapping, jeux vidéo, littérature digitale, son binoral...). À côté, un espace de travail professionnel, le Hub, sera équipé pour recevoir en résidence des auteurs et les accompagner dans les phases d'écriture et de prototypage de leur projet d'expérience numérique. Ce lieu, aux croisements de l'art et de la technologie contribuera à renforcer l'innovation et les conceptions immersives sur le territoire.

La Fondation Martell s'est associée à Magelis et à l'école Cnam-Enjmin pour lancer un appel à projets de création numérique qui s'est clôturé en janvier. Celui-ci s'adressait aux auteurs de tous horizons, en vue d'une résidence d'écriture et de prototypage au sein des Ateliers du savoir.

Le jury, composé de cinq professionnels de l'image s'est réuni début février : Frédéric Cros (directeur de Magelis), Axel Buendia (professeur du Cnam, titulaire de la chaire Médias in-teractifs numériques et directeur du Cnam-Enjmin implanté à Angoulême), Nathalie Viot (directrice de la Fondation d'entreprise Martell), Voyelle Acker (productrice et co-fondatrice de Small Creative) et Gilles Alvarez (directeur artistique de NémO, biennale des arts numériques de la Région Île-de-France). Ce jury a déterminé les lauréats, dont la liste est présentée ci-dessous.

Promotion Printemps 2022

Jérôme Blanquet et Bertrand Jeandel pour Confident
Pauline Kimmel-Gomy et Urszula Gleisner pour Let the butterfly go
Arnaud Desjardins pour Little Nemo
Claire Allante et Joséphine Derobe pour Moi Fauve

Promotion Automne 2022

Julie Desmet-Weaver et Claire Allante pour Entrez dans la danse
Maxence Voiseux pour Gabin & Fanny
Etienne Baron pour Nam Shub
Laura Colmenares-Guerra pour Selva

Les projets seront travaillés en simultané, sur deux périodes de 15 jours, et deux fois par an. Le logement est pris en charge ainsi que le transport, peu importe d'où viennent les résidents dans le monde qui sont également nourris et défrayés à hauteur de 4000€ par projet pour quatre semaines. Les résidents bénéficieront de coachs personnels pour l'écriture et la technique.

SCAM – Bourses Brouillon d'un rêve

FANNY VIRATELLE

Chargée de l'aide à la création – SCAM

Reflet de l'engagement inflexible de la Scam pour la création, les Bourses « Brouillon d'un rêve » accompagnent et soutiennent les auteurs et autrices qui portent des rêves de films. Dotées de 2500 € à 6000 €, ces bourses sont attribuées directement par vos pairs, à des membres ou non de la Scam, qui explorent les écritures du réel, sans condition d'âge, de résidence ou de nationalité. Une « chaîne de solidarité professionnelle » pour continuer à rêver !



- Aide au développement de projets documentaires (tout type)
- Uniquement sur des questions artistiques, des regards singuliers
- Pour les auteurs directement
- 1 session par an

brouillon
d'un rêve

Créée par et pour les autrices et les auteurs, la bourse Brouillon d'un rêve écritures et formes émergentes est une aide financière destinée à soutenir des projets d'art numérique, à caractère expérimental, interactifs ou linéaires, relevant du genre documentaire.

Ces projets peuvent prendre la forme de films et vidéos expérimentales, d'installations audio et/ou visuelles performatives, d'applications, d'œuvres génératives en réseau ou nomades, de web-documentaires, de séries-documentaires, d'œuvres transmedia, de dispositifs immersifs (réalité virtuelle ou augmentée), de jeux documentaires (serious game).

La Bourse Brouillon d'un rêve Pierre Schaeffer s'associe au festival d'art sonore, visuel et digital, Eufonic qui a lieu chaque année à Barcelone. Les candidates et candidats doivent postuler à Brouillon d'un rêve Pierre Schaeffer en anglais. ([en savoir plus](#))

Attribuée directement aux créatrices et créateurs de vidéos sur Internet, la bourse Brouillon d'un rêve impact est une aide financière destinée à soutenir des projets de vidéos, chaînes ou web-séries documentaires sur internet : chroniques, enquêtes, vulgarisation, entretiens, vlogs, témoignages, etc.

Ces projets doivent être portés par une volonté de comprendre, questionner, décrypter des enjeux sociétaux, culturels, économiques, environnementaux, historiques, de droits humains, etc. La créativité et la qualité de réalisation des propositions feront l'objet d'une attention particulière. ([en savoir plus](#))

Conférence #5 - Coproduire avec l'Europe... et après ?

AVEC

Laetitia Bochud, Directrice et Présidente – Virtual Switzerland et XR4Europe
Guy Daleiden, CEO – Film Fund Luxembourg
Olivier Fontenay, Chef du service de la Création Numérique – CNC



Modérateur : Vincent Le Leurch, Le Film Français

Au CNC, la coproduction est une tendance de fond, dans le Fonds d'aide aux Expériences Numériques : en 2021, sur 45 projets aidés en développement, 12 étaient des coproductions internationales (chiffre passé à 15 lors de la mise en production). 50% des projets aidés en production avaient ce statut. Au Luxembourg, les projets immersifs sont directement intégrés dans le Fond d'aide (pas de "tiroir" spécifique mais une aide sélective globale). En Suisse, l'intérêt est de privilégier la coproduction pour obtenir des financements. Une réforme des subventions culturelles à venir en 2025 appellent des discussions pour obtenir plus de fonds. Avec trois zones linguistiques, la Suisse a plusieurs possibilités de financement par des chaînes ou opérateurs privés (plus ou moins importants selon les thématiques de projet).



Coproduire avec l'Europe ou plus loin ? Selon les accords en place sont privilégiés l'Europe, le Canada voir certains pays (Chine, Taïwan, Corée du Sud...), mais le focus reste européen. Il ne faut pas ignorer la complexité des démarches de coproduction, la mise en place de tels projets - que ce soit dans le cinéma ou la XR. Pas de blocage géographique, plutôt des regards attentifs sur des pays partenaires. Un autre critère peut être celui de la prestation, si des producteurs étrangers souhaitent travailler avec des acteurs locaux.



Soumettre un dossier solide, c'est avoir une part de financement déjà acquise lors du dépôt d'une demande d'aide publique : la coproduction peut être une première étape. Au Luxembourg notamment, le comité de sélection est très attentif au part de coproduction minoritaire/majoritaire, à côté de la qualité artistique du projet.



La question de l'archivage des projets co-produites doit être approfondie. Par ailleurs, les auteurs ou producteurs oublient parfois de déposer les œuvres dans tous les pays. La BNF en France le fait ; l'obsolescence des contenus numériques rend complexe cette opération. Cela reste pour les français une obligation de déposer leurs projets, dans le sens d'une conservation du patrimoine national.

La rentabilité doit-elle être essentielle lorsqu'on constitue un dossier d'aide XR ? Pas forcément. Les aides existantes soutiennent la production, la création - et non la diffusion. On peut imaginer d'autres façons de rentabiliser ces œuvres ; les emplois créés, les technologies développées... Il faut investir dans les domaines créatifs en développement, innovant, sans chercher à créer de discussion autour de la rentabilité des projets (qui revient au producteur si le projet dégage des revenus). Pour autant, c'est un critère qui reste un objectif à long terme : les projets soutenus doivent rencontrer un public, quelque soit leur diffusion elle doit exister et être cohérente au type d'œuvre développée.

L'aide à la diffusion n'existe pas ; cela peut poser des difficultés à faire circuler des expériences, notamment dans des pays co-producteurs comme le Luxembourg. Il faut désormais que le producteur national s'engage à présenter l'œuvre au public quand elle est finalisée. Cet enjeu de distribution doit incorporer le respect de l'œuvre, dans des lieux dédiés, avec de la médiation et des partenaires spécialisés. On voit des salles spécialisées se créer (ou des dispositifs locaux comme VR TO GO), à voir comment elles vont grandir dans l'écosystème actuel.

Au Luxembourg existe des soutiens au déplacement des auteurs/artistes lors de la promotion de leur projet - mais hormis les auteurs nationaux, pas d'aide aux auteurs. Par contre, les projets sont aidés dès l'écriture.

Liens utiles –

<https://virtualswitzerland.org/>

<https://www.cineforum.ch/>

<http://www.filmfund.lu/>

[https://www.cnc.fr/\(...\)nouveaux-medias-et-creation-numerique](https://www.cnc.fr/(...)nouveaux-medias-et-creation-numerique)

Conférence #6 - Réalité augmentée : Social et Gamification

AVEC

Olivia Papini, Cheffe de projet Immersif – La Méduse Violette

Marie Sellier, Ecrivaine et Scénariste

Andrés Jarach, Auteur, réalisateur de documentaires

Gordon, Réalisateur



Usage individuel ou usage collectif ? L'AR peut être une expérience collective. Pour des découvertes artistiques ou culturelles, par exemple, cela peut être aussi un préambule à une découverte d'un lieu, d'un musée, d'une exposition.

Des prolongements thématiques et narratifs existent avec le monde réel ; l'AR permet aussi de sortir du cyle presque privé des festivals pour aller chercher le grand public auprès d'institutions (culturelles ou autres) en s'intégrant dans quelque chose de plus global.

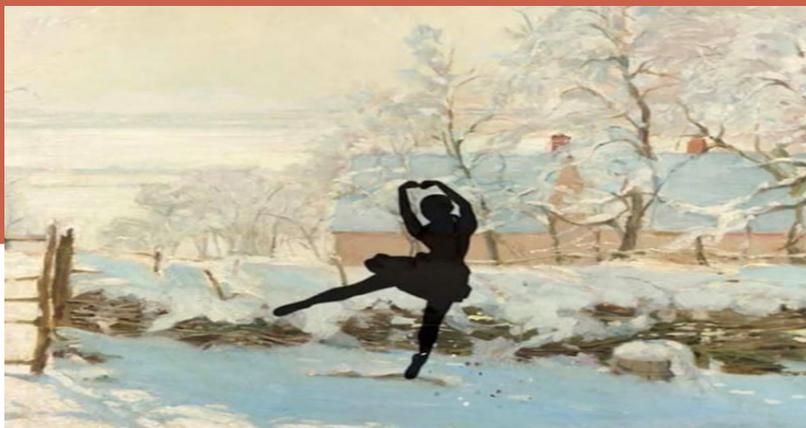
C'est aussi un public plus conséquent que la VR, avec moins de limite d'âge, des équipements déjà existants.

Parler aux enfants (de 5 à 10 ans), c'est un challenge. Un enfant est encore plus perméable à l'histoire, aux interactions, à l'univers. Plus que l'adulte, il va foncer vers l'histoire. Il y a un vrai potentiel pour proposer des narrations innovantes, mais il faut construire une expérience très solide. Pour cela, différents leviers existent ; aller chercher des auteurs déjà habitués à ce public, travailler le contenu pour la cible, que cela soit intuitif... Et toujours faire primer le contenu avant tout !

L'AR est désormais un format à part entière, qui interpelle désormais tout un ensemble de professionnels ; des psychologues, des spécialistes en design thinking, neuroscientifiques, concept artistes...

On travaille avant tout l'environnement, le récit dans un cadre donné par la réalité augmentée.

Il faut réfléchir à la place de l'utilisateur, de son émotion, avant de matérialiser l'expérience. Le jeune public, s'il n'est pas convaincu, arrête très rapidement.



L'AR est un monde qui se crée autour de

nous, en conservant un cadre (l'écran) moins immersif sans doute que la VR.

Il peut y avoir une intention de maîtriser l'outil, le support (téléphones, tablettes..) dans un environnement connu. Il y a des options qui peuvent permettre d'augmenter la narration ; chatbots, IA etc. Les techniques supportent avant tout la narration ; l'AR commence tout juste à explorer de vraies histoires - au-delà de tout usage commercial ou promotionnel. Notamment sur le son, il y a la possibilité de créer des environnements sonores spécifiques, spatialisés, selon les instants.

Liens utiles –

<http://lucidrealities.studio/index.php/portfolio/quand-elle-sort-de-sa-boite/>

<http://www.biblioquete.com/>

<https://www.francetvlab.fr/>

<https://www.augmented-reality.fr/>

Conférence #7 - Les espaces de création dans les mondes virtuels

AVEC

Louis Cacciuttolo, Fondateur, CEO – VRrOOm
Roman Rappak, CEO & Co-Founder – Ristband



Modérateur : Alexandre Michelin, Fondateur – KIF (Knowledge IMMERSIVE Forum)

Pour les gens venant du spectacle vivant, de la musique, les possibilités des mondes virtuels sont totales : c'est encore la promesse de rencontrer un public, mondial et connecté. Par ailleurs, travailler le son en réalité virtuelle fait sens ; nos oreilles écoutent à 360 degrés ! Aujourd'hui, la possibilité de diffuser en direct des spectacles favorise la convergence des arts sur les plateformes numériques. On peut vivre des expériences, concerts, etc. en ligne - que ce soit sur Twitch ou en VR.



L'émergence d'une nouvelle scène artistique doit inciter à réinventer certaines des règles du secteur culturel. Le public pourra accéder à des expériences renouvelées, innovantes. Dans le cas de Miro Shot, le concert a lieu en physique avec des casques VR, mais avec un accès à distance via Ristband. Pour Jean-Michel Jarre, son nouvel opus Oxymore était en accès sur VRChat (Oxyville) en parallèle de ses concerts à la Maison de la Radio. Il ne s'agit pas de remplacer l'existant, mais de faire de nouvelles propositions.



La décentralisation de la musique (et le web3) va aider à faire évoluer l'industrie, et doit inciter les labels et les groupes à se réinventer dans un contexte où il reste difficile d'émerger. Les possibilités du monde virtuel doivent pouvoir accélérer l'arrivée de nouveaux talents. Avoir des artistes comme Jean-Michel Jarre, qui prennent le risque de pousser les nouveaux usages, doivent éveiller l'intérêt des jeunes artistes.



Liens utiles –

<https://www.ristband.co/>
<https://www.miroshot.com/>

<https://jeanmicheljarre.com/>
<https://vrrroom.studio/>

L'Institut français accompagne les acteurs de la XR dans leur développement à l'international

L'Institut français est l'établissement public chargé des relations culturelles extérieures de la France, sous l'égide du ministère de l'Europe et des Affaires étrangères et du ministère de la Culture. Son action s'inscrit au croisement des secteurs artistiques, des échanges intellectuels, de l'innovation culturelle et sociale, et de la coopération linguistique. Il soutient à travers le monde la promotion de la langue française, la circulation des œuvres, des artistes et des idées et favorise ainsi une meilleure compréhension des enjeux culturels.

En étroite articulation avec le réseau culturel français à l'étranger (Instituts français, Alliances françaises, services culturels d'Ambassade et de Consulat), l'Institut français accompagne les professionnels de la création numérique (XR, jeu vidéo, arts numériques, webcréation, etc.) dans leur développement à l'international.



Promouvoir

L'Institut français a lancé en novembre dernier IFdigital, le site de la création numérique française, afin d'appuyer la diffusion des œuvres et productions françaises à l'international, encourager l'export des savoir-faire et favoriser les coopérations internationales. Ce site permet de valoriser l'excellence de la réalité virtuelle française, auprès du réseau culturel français à l'étranger et de l'ensemble de ses partenaires. Vous êtes un professionnel français de la création numérique et vous souhaitez vous faire connaître ou faire connaître vos créations à l'international ? Référez-vous dès maintenant !

Diffuser

La Sélection VR : Afin de permettre au réseau culturel à l'étranger de faire connaître la richesse et la diversité de la création française en réalité virtuelle, l'Institut français a initié en 2018 la Sélection VR, un catalogue d'une trentaine d'œuvres VR mis à disposition des établissements du réseau culturel pour des présentations non commerciales. La Sélection VR a permis l'organisation de près de 50 événements VR aux quatre coins du monde en 2021.

Novembre Numérique : Devenu un rendez-vous régulier du réseau culturel (plus de 80 pays participants en 2021 !), Novembre Numérique, la fête internationale des cultures numériques, permet aussi chaque année la présentation d'œuvres immersives, l'invitation de professionnels et le développement de partenariats internationaux.

La Sélection VR : Afin de permettre au réseau culturel à l'étranger de faire connaître la richesse et la diversité de la création française en réalité virtuelle , l'Institut français a initié en 2018 la Sélection VR, un catalogue d'une trentaine d'œuvres VR mis à disposition des établissements du réseau culturel pour des présentations non commerciales. La Sélection VR a permis l'organisation de près de 50 événements VR aux quatre coins du monde en 2021.

Novembre Numérique : Devenu un rendez-vous régulier du réseau culturel (plus de 80 pays participants en 2021 !), Novembre Numérique, la fête internationale des cultures numériques, permet aussi chaque année la présentation d'œuvres immersives, l'invitation de professionnels et le développement de partenariats internationaux.



Accompagner

L'Institut français développe aussi des programmes d'accompagnement et de soutien aux professionnels de la XR afin d'appuyer leur développement à l'international.

Les programmes « Focus » pour soutenir la diffusion des œuvres et encourager les coopérations internationales : En 2022, l'Institut français organise, du 7 au 12 juin, un Focus dédié aux expériences immersives, en partenariat notamment avec le festival Newimages. A cette occasion, 26 professionnels étrangers prescripteurs sont conviés à rencontrer les acteurs français du domaine dans le cadre d'un parcours de repérage d'expériences immersives. Les professionnels français qui souhaitent rencontrer les membres de la délégation internationale afin de leur présenter leurs projets, dans le cadre de rendez-vous professionnels de 30 minutes, sont invités à remplir ce formulaire avant le 11 mai.

Programme French Immersion : Initié en 2018 par les services culturels aux États-Unis, l'Institut français, le CNC et Unifrance, French Immersion est un programme qui soutient l'exportation d'œuvres immersives françaises aux États-Unis. Le programme accompagne les créations françaises sélectionnées par les grands festivals et institutions culturelles américains, par l'attribution de bourses de mobilité. Depuis 2020, un deuxième type de bourse a été initié afin de soutenir la distribution des œuvres françaises sur les plateformes américaines et leur promotion en ligne.

Les résidences : L'Institut français, le réseau culturel français à l'étranger et ses partenaires proposent chaque année des résidences ouvertes aux artistes et aux professionnels français de la XR : Résidence d'écriture immersive à Arles, Villa Kujoyama, Villa Albertine, Résidence Western XR @Vancouver, ...

Contact

Direction de la création numérique et des industries culturelles (DCAIC)
Pôle création numérique et audiovisuelle
numerique@institutfrancais.com

PARTICIPANTS 2022

Les Participants

ACHAIN Alexandre - Code Expérience
ACKER Voyelle - Small Creative
AGULHON Victor - Targo
ANDREANI Isabelle - Anima Concepting
AYATS Charles - Nous Etions Timides
BACHINI Gwendaline - Rouge Indigo Toulon
BADULESCU Cristina - Université de Poitiers
BALCON FOURMAUX Sophie Sorbonne-Nouvelle / AFXR
BAMME Alexis - Saint George Studio
BARATIN Tibor - Incarna
BEAUCAMP Clarisse - Pictanovo
BELLICHA Hannah - Institut Français
BERTHELOT Blandine - Insula Orchestra
BICHARD Régis - Rectorat de Poitiers
BIOVIR Irina - Insula Orchestra
BLANQUET Jérôme
BLONDIAUX Marie
BORNSTEIN Philippe - XR+ (by The Lucid Dreams Company)
BRAUD Anne-Sophie - Institut Français
BROUARD Pauline - Sorbonne Université
BRULON Ludivine - Eurekatech
CAMPION Amaury - Studio Geppetto
CAPELLI Chantal - Cap's XR / AliceA
CARLIER Sylvie - AnimaViva Productions
CASTAING Aymeric - Umanimation
CAUDERLIER Florian - WebSpider Productions
CERDAN Montse - Mardi8
CHAMBOLLE Etienne - VR Sound Creative
CHARRIERE Anna
CHIVOT Sylvain - Digital Rebirth
COMETTO Emile - 2d3D Animations
COURNEZ Lolane - Ullo
CROIZET Pierre - Les Décodateurs Associés
CROS Cécile - Narrative
DANIS Anthony - Cnam-Enjmin
DAUMAS Elora - Ullo
DELESTAGE Charles-Alexandre - FABRICC
DELFAUT Bénédicte - Mschia Production
DEMANGE François - Apperture
DEMERLIAC François - Virtuel Production
DE PEUTER-RUTTEN Isabel - XR-One | Euromersive | XR4EU
DUCRE Léa
DUSSOUR Damien - Apperture
ELAHEE Farhanaz - Joylilworld
FAVRE-FELIX Jérôme - Hyperfiction
FEULIE Emmanuel - Alca
FONTAINE Sébastien - Evénements E-Sport France
FORTAGE Fanny - ENTER.black
FRIQUET Pierre - Pyaré Studio
GABBAY Linda - InVersus
GARREAU Yann - Onyo
GAUVAIN Emilie - Lycée de l'Image et du Son
GEMOT Guillaume - Emca

HARCAUT Aurélien
HARISPE Bastien - Saint George Studio
HOGUET Benjamin - Nouvelles Narration
JACOB Stella
JACOPIN Esther
KALIFA Roseline - Orange
KIMMEL-GOMY Pauline - Kyonoma
LARGE Rémi - Tamanoir Immersive Studio
LARONZE Jean-Marie - Monde et Media
LAUR Julien - Wise Bird
LAVIDALIE Romain - 2d3D Animations
LECOMPTE Frédéric - BackLight
LEPETIT Alice
LEPOIL Samuel - Tamanoir Immersive Studio
LIDL Christel - ESAD Valenciennes
LINDER Corinne - Fheel Concepts
LUNT Carole - Institut Français Allemagne
MAILLET Jean-Pierre - AliceA
MARCHESSEAU Cyrille - Kyonoma
MARRAUD DES GROTTES Charles-Henri - XR-One
MENTREAU Bettina - AnimaViva Productions
MONERRIS Philippe - Studio Popincourt
MORRISON Christopher - Reality+
MOUTON Baptiste - Cnam-Enjmin
NAYOUNG Kim - Remedy Entertainment
NICOLAS Yann - Gao Shan Pictures
PACART Audrey - Da Prod
PAILLOT Jean-Marie - IUT Angoulême
PARRAULT Sophie - Little Big Story
PASCO Jean-Christophe - FABRICC
PELLOILLE-LOUDART Nicolas - Hiver Prod
PERCEVAULT Vincent - G4F Prod
PERREAU François - Superprod
PERRONNET Marie - Région Nouvelle-Aquitaine
REITER Helmuth - Extended Movement
REVUZ Clémence - Chroniques Seconde Nature Zinc
ROUILLIER Emmanuel - Mosquito
SADOCK Olivier - Eternity
SAILLOFEST Thomas - Monde et Media
SCHERMANN Valérie - Akaba
SCHWEITZER Adelin - Deletere
SENADE James - Saint George Studio
SEONNET Elie - Culture 360
SERRE François - Prenez du relief
TURCO Richard - Innerspace VR
VEAUX Charlotte-Amélie - Onyo
WILLEMONT Mathieu - Diversion Cinéma
GAYET Mathieu
CROS Frédéric - Pôle Image Magelis
BEAUVALLLET David - Pôle Image Magelis
MARTINOT Marion - Pôle Image Magelis
THELISE Maurane - Pôle Image Magelis
GUILLOU Jean-Daniel - Photographe

Retour en images

Immersivity 2022



Photos : ©Magelis - Jean-Daniel Guillou



Photos : ©Magelis - Jean-Daniel Guillou

IMMERSITY

Organisé par



En partenariat avec



En collaboration avec

