



RENCONTRE

Le directeur du Festival NewImages, dont la 2^e édition se tient du 19 au 23 juin 2019 au Forum des Images à Paris, détaille le rendez-vous et les enjeux du secteur de la réalité virtuelle (VR).

■ VINCENT LE LEURCH

MICHAEL SWIERCZYNSKI

Directeur NewImages

▸ Quelles sont les principales nouveautés du deuxième festival NewImages ?

Nous avons créé pour les professionnels une journée qui leur est entièrement dédiée, baptisée le XR Market, consacrée à la coproduction. C'est très international, avec autant de représentants européens qu'asiatiques et d'Amérique du Nord. On ne pouvait plus se contenter de simples conférences. Nous devons montrer qu'il y a une monétisation possible. Nous lançons également une demi-journée de rencontres entre les musées anglais et français. C'est un moyen de montrer aux producteurs que la VR peut exister en dehors de la télé ou du cinéma. À titre d'exemple, un fonds anglais de 20 M€ vient d'être lancé afin de financer des œuvres pour les musées. Nous avons également la chance d'accueillir le ministre de la Culture, qui s'est joint à nous pour son focus numérique autour de l'immersion. Nous recevons aussi des start-up éducatives au sein de notre journée sur l'éducation, pour laquelle nous avons intégré l'école Tumo du Forum des Images.

▸ Taïwan est également à l'honneur cette année...

Oui, et c'est le fruit d'une rencontre étonnante par l'intermédiaire du Bureau français de Taipei. Nous sommes associés au Kaohsiung Film Festival, qui a lancé un VR Lab depuis un an. C'est important pour nous car c'est la voie vers l'Asie. Taïwan a une volonté forte d'avoir une relation culturelle avec la France, au-delà d'avoir des réalisateurs connus et reconnus, comme Tsai Ming-Liang et Hou Hsiao-Hsien qui se sont intéressés à la VR, et d'avoir des créateurs, des studios et de la technologie. En France, nous avons des créateurs incroyables mais pas la technologie. HTC et Acer sont des fabricants taïwanais, par exemple.

“ IL FAUT PENSER L'EXPÉRIENCE VR DE FAÇON MONDIALE, SANS FRONTIÈRES. ”

▸ Vous êtes aussi ouverts au grand public...

Dans notre rôle de démocratisation, nous avons été au bout de ce que nous pouvions faire dans la mesure de nos moyens. Sous la canopée, il y aura quatre ou cinq installations, une zone de plus de 500 m² ouverte à tous dédiée à l'immersion. Plus de 150 000 personnes sortent tous les jours du métro aux Halles, nous sommes sûrs d'avoir un taux de remplissage de 100%. Enfin, nous sommes dans la période de la Fête de la musique. Nous aurons deux belles soirées au sein de l'église Saint-Eustache, l'une autour de l'électro et de l'orgue, l'autre avec le groupe Air pour une performance en partenariat avec l'INA, soit 800 personnes par soir.

▸ Plus généralement, la VR a-t-elle créé un appel d'air pour la production ?

Oui, mais il n'est pas suffisant. La VR a permis deux choses. D'un côté, il y avait des studios centrés sur l'entertainment, le jeu, qui se sont développés. On retrouve d'ailleurs des grandes salles d'arcade un peu partout en Europe et surtout en Chine et aux États-Unis. Dans ce sens-là, c'est un nouveau marché. De plus, les producteurs de documentaires et de films ont créé des départements associés ou transformé le nom transmédia en VR Lab. D'un autre côté, cela a permis à des lieux type musées ou théâtres nationaux de renouveler leur public. Du coup, du jeu vidéo avec la PlayStation de Sony jusqu'aux grandes expositions, cela a renouvelé des talents. Mais ça n'a pas du tout suffi en termes de notoriété, ce que je regrette, ni de presse. C'est un vrai

problème. Aux États-Unis, *Forbes*, *Wired* et *Variety* accompagnent beaucoup les réalisateurs de films VR, ce qui n'est pas encore le cas en Europe. Le marché reste petit. Les acteurs même puissants n'y consacrent pas assez de temps et d'argent.

▸ Quelle est la place de la France dans ce milieu ?

La France est très reconnue à l'étranger comme un vivier de talents, avec du storytelling, des auteurs, des producteurs qui sont parmi les meilleurs créateurs au monde. En revanche, nous n'avons ni l'industrie technologique ni les moyens qu'ont la Chine et les États-Unis pour aller plus loin. Ce que je n'aimerais pas c'est que l'on soit comme les frères Lumière et que toute l'histoire se finisse à Hollywood. Il faudrait qu'on arrive à exporter nos contenus tout en faisant venir des personnes du monde entier. C'est l'un des rôles de NewImages.

▸ Les pouvoirs publics sont-ils suffisamment impliqués dans la VR ?

Sans eux, nous n'aurions pas pu créer ce rendez-vous XR. Il y a une vraie conscience du sujet, il y a des fonds, mais ils sont bien évidemment insuffisants. La VR reste le parent pauvre. On voit qu'il y a beaucoup de rendez-vous de cinéma dans le monde qui intègre la VR, mais ça reste un bonus, comme l'époque des DVD avec les contenus additionnels. Le rêve serait de constituer un fonds à la fois public et privé car il n'y a pas de raisons de ne pas partager les risques et les potentielles recettes pour aider les créateurs en Europe.

▸ Quelles pourraient être les évolutions de la VR ?

Je n'ai que des pistes et des sensations qui sont très subjectives. Nous avons la chance que le virtuel revienne dans des lieux réels. C'est un bon point d'appui

que l'on n'a pas eu dans le webdoc narratif ni dans la webserie. Aujourd'hui, il y a différents écosystèmes puissants et malheureusement pour nous, ce ne sera peut-être pas le cinéma qui sera le plus fort. J'exclus le côté B2B type immobilier ou médecine, qui est un autre sujet. Ce sera peut-être des théâtres et des musées qui créeront des expériences de divertissement ou éducatives. Ce sera peut-être aussi l'industrie du jeu vidéo qui sera un mélange de narration et d'immersion avec interaction. Nous avons également une voie intermédiaire de producteurs issus du linéaire. Ils sont à mi-chemin entre les deux mais n'ont pas les moyens de se développer et de signer des contrats faramineux. Il faut mélanger des artistes, des dramaturges, des gamers et des gens du 7^e art et les faire travailler ensemble, avec des financements sans commune mesure. Les lieux d'accès pourraient être gratuits, un peu comme lorsqu'un service public décide que le wifi est gratuit dans certains endroits.

▸ On s'interroge souvent sur le modèle économique de la VR. Quel est-il ?

Les quelques studios qui existent suivent le modèle du cinéma et du documentaire, en déposant des dossiers au CNC puis en cherchant des compléments dans le privé. Ensuite, ils diffusent dans des festivals ou sur des plateformes VR. Et quelques distributeurs achètent les droits, comme Diversion ou MK2. Mais ça reste microscopique. C'est ce qui permet d'avoir des films. Il ne faut pas que ça devienne le produit dérivé d'une œuvre existante. Récemment, avec l'incendie de Notre-Dame, nous avons vendu les droits des images de la cathédrale, que nous avions auparavant filmé en 360° avec un drone, à plusieurs chaînes, au prix d'une actualité chaude. On ne va pas incendier tous les lieux du patrimoine pour avoir des retombées économiques, on est bien d'accord ! Ça reste un cas exceptionnel. On ne pense pas assez aux news et à l'info.



Nous avons aussi besoin d'un esprit start-up. Si beaucoup échouent, il y a quand même des gens pour les financer. De plus, il faudrait avoir une mécanique mondiale dès le départ d'un projet : produire en Europe et diffuser facilement ailleurs, ne pas segmenter par pays.

Quels conseils donneriez-vous à un producteur qui veut se lancer dans la VR ?

Sans prendre de risque, on n'obtient rarement quelque chose. Il faut faire preuve à la fois d'engagement, d'audace, d'envie

et, côté storytelling, d'innovation. Ensuite, il faut avoir une équipe totalement polyvalente, d'une souplesse incroyable, capable de s'adapter à l'air du temps. Et pouvoir penser une œuvre du monde virtuel au monde réel, y compris sa promotion. Le manque de visibilité a souvent été la faille au début. Il faut penser l'expérience VR de façon mondiale, sans frontières. ✦



**LE MARCHÉ
RESTE PETIT. LES
ACTEURS MÊME
PUISSANTS N'Y
CONSACRENT
PAS ASSEZ
DE TEMPS
ET D'ARGENT.**

