

TOURNAGE

VPH

LE STUDIO XR À DÉCOUVRIR

Créée en 2021 à Paris, Virtual Production House est une filiale de Street Communication la société spécialiste des écrans géants Led.

VPH propose une approche intégrée avec tous les corps de métier dans son œuvre et favorise en amont, aux créatifs et techniciens de se familiariser avec ce nouvel outil. Entretien avec Yannick Yamanga et Patrick Morris de VPH.

Stephan Faudeux



Comment et avec qui s'est créé Virtual Production House ?

Yannick Yamanga : Mohamed Salama et moi-même sommes associés à Street Co', une société de distribution d'écrans géants Led. Street Co' est implantée en Europe et aux États-Unis. À ce titre, Street Co' US nous a demandé comment il était possible de mettre en place une configuration de studio XR comme pour la série *The Mandalorian*. Nous avons cherché des sociétés qui seraient capables de proposer ce type de prestation, et au bout du huitième ou neuvième devis, nous nous sommes demandé pourquoi nous ne monterions pas nous-même un studio pour le mettre à disposition de clients. Au fil du temps et en plein confinement, nous avons étoffé notre réflexion alors que peu de professionnels savaient tout cela fonctionnait. Nous nous sommes donc auto-éduqués et avons évangélisé d'autres personnes susceptibles d'utiliser cette technologie.

Nous avons multiplié les rencontres avec des prescripteurs : chefs op, créateurs de contenu, etc. Nous avons décidé de poursuivre l'aventure avec ceux qui avaient les compétences clés pour mettre en place le plateau. Travaillait actuellement avec nous Antoine Vaxelaire sur la partie création de contenus, Patrick Morris producteur XR, Nobila Traoré comme

opérateur Unreal, Street Co' demeurant sur la partie écran. Nous disposons par conséquent d'une personne clé à chaque poste important de la production virtuelle. Antoine œuvre avec Pau Benazet et Enric Vingut installés à Barcelone.

Juste pour revenir sur Street Co'. Vous commercialisez, vous vendez, vous installez des murs Led, mais quels sont vos marchés ? Le retail ? L'entertainment ? Street Co' a un angle plutôt architectural. Nous concevons les écrans que les grosses usines ne savent pas forcément élaborer parce que trop spécifiques, trop techniques et qui leur prendrait beaucoup trop de temps de fabrication et de recherche. Street Co' peut également proposer du standard, ce qui prend moins de temps et s'avère nettement plus simple. Je dirais que notre clientèle est diverse : centre commercial, aéroport, etc. Les clients sont multiples. En termes de produits, ce sera du flex, du transparent, de la haute définition.

Quel est votre modèle concernant la fabrication ?

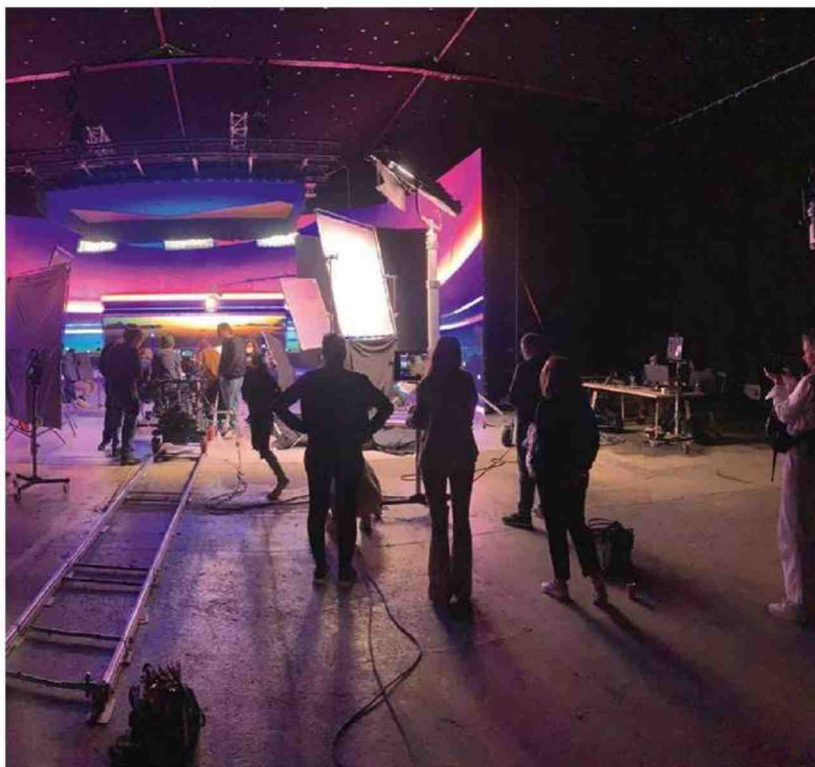
Street Co' a été créé à Londres en 2012 et a vu le jour en France quatre ans plus tard. L'un de nos partenaires est chinois : deux personnes sont basées à Shenzhen. Nous connaissons la plupart des usines

qui s'y trouvent, d'ailleurs beaucoup plus nombreuses en 2012 qu'aujourd'hui. Alors oui, nous faisons du sourcing, nous testons dans les usines, nous vendons des écrans en marque blanche, à l'instar des grands acteurs de la Led. On prend une ligne de production sur une usine existante, on source les composantes et on les assemble.

En ces moments de tension, faites-vous face à des soucis d'approvisionnement et de coûts ?

Oui, clairement. Nous avons testé divers écrans en 2020, dont une quinzaine à Paris et d'autres en Chine. Il s'agissait de tester différents types de caméras, d'optiques, de mires, etc. Finalement, nous en avons choisi un. Nous avons opté pour le transport avion parce que le bateau c'était trop long ! Les problèmes d'approvisionnement sont réels et tout est beaucoup plus cher qu'avant. Si on veut entrer sur le marché de la production virtuelle aujourd'hui et acheter de nouveaux écrans, cela coûte indiscutablement plus cher et prend plus de temps. De notre côté, nous avons anticipé en faisant du stock d'écrans ici, sur quelque 250 m², et un autre stock que nous gardons pour soit de la vente, soit de la location.

Si j'ai bien compris, vous conservez



VPH, Virtual Production House, un lieu pour tourner mais aussi découvrir tout le potentiel de la technologie XR.

TOURNAGE



Yannick Yamanga et Patrick Morris.

vos deux activités, à savoir vente-intégration-installation d'un côté, et présentation de l'autre ?

Absolument. Nous avons fait une mini étude pour choisir les écrans adaptés à de la prise de vues, acquis lesdits écrans, et rencontré à ce moment-là les équipes de Neoset, lesquelles avaient en projet potentiel *Loïn du périph* de Louis Leterrier. À dire vrai, quand nous avons réceptionné les écrans, personne ne savait réellement comment tout cela fonctionnait. Dans notre showroom Street Co' du dixième arrondissement de Paris, nous disposons d'un mur de quelque 2 x 4 m. Nous l'avons mis à disposition

pour procéder à des tests, placer des caméras, etc. simplement pour voir, pour « apprivoiser » la technologie. Nous nous sommes sentis suffisamment confortables pour affirmer que cela fonctionnait. À ce moment-là notre chance, ou plutôt notre avantage, a été de disposer d'une semaine d'essais. Netflix avait prévu une semaine pour tester les écrans, voir dans quelle scène on pouvait les utiliser, voir leurs limites. Nous avons déplié diverses options, étudié ce qui pouvait marcher à court terme pour ce film précis. Le mois d'après, nous avons tourné pendant une semaine les scènes sélectionnées lors des tests.

Avez-vous tourné *Loïn du périph* dans ce studio ?

Non, la semaine de tests s'est déroulée aux Studios d'Aubervilliers et la semaine de tournage au Studio de Stains. Nous nous devions de booker un studio nu pendant une semaine, les équipes de Neoset s'occupaient de la diffusion et la création des plates, les équipes de Street Co', de la gestion des écrans et du plateau Led. Une autre équipe a créé du contenu pour des intérieurs, également au Louvre pour les futures scènes de *Lupin*.

Le moment était venu de se demander comment nous allions rendre l'affaire viable financièrement pour une boîte de prod et que, en termes de service, cela soit suffisamment intéressant pour utiliser cette technologie. En premier, nous nous devions de trouver un espace pour installer l'écran. La tension immobilière sur Paris étant ce qu'elle est, trouver un lieu de 8 x 43 x 23 m (h x L x l) nous a pris un an ! Nous l'avons acheté en fin d'année dernière et avons récupéré les clés en janvier.

Entre-temps, nous avons loué la petite halle des Studios du Kremlin à Ivry-sur-Seine. Ce qui était intéressant puisque nous avons pu balayer toutes les problématiques d'un studio et, en parallèle,

...

celles que l'on pouvait rencontrer lors d'un tournage. Nous nous sommes rendu compte que l'accumulation des marges auprès de la prod allait poser un problème sur le long terme. En résumé, la demande est : « *Bonjour, j'ai un projet, combien coûte la création de contenu ?* ». Et on appelle la société Intel : « *Allo, combien coûte la création de contenus, j'aimerais shooter pendant deux jours dans tel studio ?* ». Mais ledit studio est booké par une autre société qui n'a pas de virtual prod, alors il faut se battre sur le délai, seconde accumulation de charges. Notre objectif global était par conséquent de tout avoir « in house ». Là est le premier des points clés de VPH.

Le second point est illustré par le terme « house » partie intégrante du nom de notre studio. Aujourd'hui, nous savons que nous avons besoin des postes clés de la production virtuelle : coloriste, DIT, chef op, réalisateur, producteur, scénariste, etc. Nous leur proposons un lieu pour s'entraîner, s'exercer, comprendre. Pour qu'ils soient ensuite capables de parler de la technologie et de dire : « *Ceci peut fonctionner, mais voici les limites* ». Ces deux points constituent vraiment l'ADN de Virtual Production House. En parallèle, nous avons également besoin des producteurs. Pour le court-métrage que nous avons conçu la semaine dernière, nous avons finalement tout fait. À la limite nous étions coproducteurs puisqu'on a conçu leur contenu virtuel qui a été diffusé sur l'écran. 95 % du film a ainsi été tourné dans notre studio. Leur équipe a ainsi pu se rendre compte que le coût d'une société de VFX est très abordable. Il suffit de deux personnes très spécialisées sur la création de contenu, qui ont parfaitement saisi la direction artistique du réalisateur, que le professionnel sur le plateau traduise le besoin réel du chef op à nos équipes en diffusion de contenu. C'est son cœur de métier, il le comprend très bien, il est flexible et prêt à aller plus loin.

Concentrons-nous dans l'immédiat sur la dimension technique, technologique. Quels types de Led, quelles tailles d'écran, quels players utilisez-vous ?

Nous avons ici en stock des Upad III de chez Unilumin et en stock ailleurs des Upad IV F du même fabricant. La différence se pose en termes de rendu qualité vidéo, mais en fonction de la prod, elle



VPH a forgé ses connaissances en testant différentes configurations ces derniers mois. La pratique comme modèle d'apprentissage.

est plus ou moins importante. Pour *Loin du périph* nous avons utilisé cet écran, le même typé utilisé par la production de Dune. En termes de player, nous avons du Novastar, soit MX40, soit JR Pro. En matière de taille, Netflix a utilisé un écran de 24 x 5 m (L x h) avec un plafond immersif. Pour le court-métrage, nous n'avions pas besoin de plafond immersif. On peut ajouter en fonction du besoin de la prod en termes de lumière et du budget alloué. Toutes les productions ne peuvent pas se payer 300 m² d'écran sur un set ! Si besoin, nous disposons du stock nécessaire pour faire plafond-mur-sol.

Dans le cadre du développement du studio, nous avons fait venir un acousticien pour pouvoir tourner n'importe quelle scène. Voilà pour le niveau hardware et diffusion.

Nous basculons actuellement sur Unreal 5 et avons l'option Disguise. Patrick étant opérateur Disguise, cela nous ouvre un marché un peu plus large. En tracking, nous utilisons Mo-Sys ou stYpe, peu importe le nom puisqu'on peut l'intégrer au workflow. La création de contenu est 100 % natif dans Unreal. Nous développons la création des plates qui sont finalement très demandées quand on veut du réalisme. Ces douze derniers mois, un énorme progrès a été accompli sur la création de contenu ultra réaliste en 3D. On nous demande de plus en plus de l'ultra réaliste. Des outils sont mis en

place. Nous nous accordons environ une semaine par mois pour faire de la R&D.

Autrement dit, vous ne vous limitez pas à un marché, vous traitez aussi bien de la pub que du clip ou programme court. Tout est simplement une question de budget qui peut ne pas entrer dans les clous, est-ce exact ?

Nous proposons un outil et celui-ci est utile pour un court comme pour un long-métrage, une pub ou autre. Nous gagnons de l'expérience sur chacun de ces marchés qui n'ont pas les mêmes exigences.

Quid de l'aventure avec Neoset ? A-t-elle pris fin ? Envisagez-vous d'autres partenariats ?

Elle n'est absolument pas terminée, mais je pense que nous nous sommes rencontrés à un moment clé de leur développement où Neoset avait besoin d'un studio immédiatement opérationnel. À cette époque, nous n'avions pas encore acheté cet espace, effectué les travaux, etc. Il était donc normal qu'ils se tournent vers d'autres studio. Depuis, nous nous parlons régulièrement, faisons des devis.

En ce qui concerne votre propre développement, envisagez-vous de vous développer dans d'autres villes, pays ?

VPH étudie de près toutes les demandes de création. Nous ne sommes plus juste



VPH est intervenu avec Neoset sur le tournage de *Loïn du périph* de Louis Leterrier.

un partenaire hardware, nous apportons des solutions, les équipes, etc. À l'heure actuelle, notre équipe créa de contenu se trouve à Barcelone. Hier, nous avons visité un lieu pour potentiellement amener des écrans là-bas où les acteurs comme nous sont pratiquement inexistantes. Nous sommes en contact avec des professionnels désireux de créer des studios, en particulier aux États-Unis, mais le potentiel est un peu partout. Nous envisageons également d'avoir un studio au Royaume-Uni et à Barcelone où sont déjà installées deux personnes de Street Co'. Côté secteur, peu importe, mais je pense que notre activité sera davantage orientée films et pubs que clips. Néanmoins, nous cherchons dans l'immédiat à faire connaître notre studio auprès des boîtes de productions.

Vous venez donc tout juste de finir un court-métrage. Avez-vous d'ores et déjà d'autres projets ?

Nous allons faire une Web série qui comprendra beaucoup d'intérieurs. Il s'agira d'imaginer un immeuble d'entreprises, de filmer la plupart des pièces et des actions de la vie interne. Nous sélectionnons actuellement les décors. Côté pubs, on a travaillé pour Adidas, la marque de montre Hublot... À la rentrée, Prada va utiliser la XR pour une cérémonie un peu plus événementielle à laquelle nous allons participer. Nous comptons en outre divers

projets de films, étudions des scénarios. Pour que cela fonctionne, il convient de se positionner un maximum en amont des prods afin d'avoir la pré-prod, la création de contenu, le plateau et les équipes optimisées à la production virtuelle.

Qui vous contacte ? Le directeur de prod ? Le directeur de postprod ? Quel est le point d'entrée ?

En ce moment, c'est plutôt nous qui les contactons ! C'est grâce au chef op Nicholas Kent, que nous avons approché, que nous avons rencontré Nic Shake, le coproducteur et coréalisateur de Truth, le court-métrage qui vient de se tourner sur notre plateau. Il s'agit d'une fiction futuriste idéale pour la XR ! Co-réalisé et coproduit par Sylvie Zaidman. En projet, je dirais que nous avons une dizaine de briefs que nous lisons, découpons. En termes de film, ce sera certainement en septembre ou octobre.

Estimez-vous être concurrentiels sur le plan du prix ?

Nous pensons l'être... Notre équipe est très réduite... Nous faisons tout notre possible pour éliminer les dépenses superflues sur set. On ne prend qu'une personne plateau, une ou deux en créa, une à la diffusion, juste l'essentiel. Nos tarifs sont affichés sur notre site Web, 18 000 euros la journée, dégressifs au bout de trois jours. En moyenne, nous nous si-

tuons autour de 13 000 euros ou 14 000 euros, nous sommes donc plutôt concurrentiels.

Patrick Morris, vous êtes en visio depuis la Suisse. Quel est votre parcours et que pourriez-vous nous dire sur VPH ?

Architecte de formation, j'ai évolué dans l'éclairage de scène et l'univers du live events. Avec le Covid, tout ceci s'est arrêté. J'ai donc trouvé une nouvelle voie, la production, en utilisant la technologie XR, m'intéressant aux écrans Led, une seconde nature chez moi ! Étant un peu affilié à la Suisse, j'ai monté ici, en janvier 2021, un studio avec Antoine et réalisé plus de trente projets. On a dû quitter le lieu investi et c'est à ce moment-là que j'ai rencontré Yannick. Nous avons décidé de fusionner nos activités et de faire équipe pour pouvoir proposer un service clé en main qui va du découpage à la création du contenu virtuel, à la préparation des prévisualisations, accueil sur le plateau, les directions, les gestions du set et jusqu'à la fin du tournage. Nous sommes sur des secteurs aussi divers que la culture, l'éducation, le corporate, le court-métrage expérimental, sans oublier le live stream.

Où travaillez-vous actuellement ? Êtes-vous toujours basé en Suisse ?

Je suis techniquement installé en Suisse, mais physiquement à Paris depuis un mois. Je suis plutôt au studio, mais j'ai dû revenir pour un autre projet. Des clients nous appellent toujours depuis la Suisse, notamment Occitane qui a tourné il y a quelques semaines une pub pour son nouveau flacon. Nous avons simplement tout redirigé à Paris où tout le monde était content de se rendre. Et côté tarifs, c'est moins cher qu'en Suisse !

Comment voyez-vous l'évolution de votre marché ?

Cela arrive gentiment... Nous aimerions que la technologie VR devienne une seconde nature, comme pour le fond vert. Les équipes actuelles ne savent pas encore comment gérer la pré-production, comment s'organiser en amont pour arriver sur le plateau et que tout fonctionne de manière fluide. C'est pourquoi nous les accueillons, faisant de l'accompagnement, créant une pépinière où chacun vient pour échanger. Nous sommes en-

...



VPH a fait l'acquisition de locaux en région parisienne pour y installer un écran de grande taille ainsi que des loges, des bureaux de production, création, postproduction...

trés en contact avec les associations de chef op, plusieurs DIT, pour que tout le monde puisse mettre la main à la pâte et connaisse les limites, sache répondre aux demandes et qu'on n'ait presque pas besoin d'intervenir. À terme, plus on existe, plus on tourne, plus chacun se familiarise. Notre devise : « *Rendre l'impensable filmable* ». Nous adorons travailler pour les projets les plus farfelus, les plus fous possible. Récemment, on nous a ainsi demandé de filmer le dessous d'un avion qui passe au-dessus d'une actrice, avec une belle voilure qui flotte avec de grands ventilos. C'est typiquement une scène pour laquelle il n'est pas possible de mettre quelqu'un sur un tarmac. Proposer une solution technique à ces scènes nous passionne !

L'idée est donc que chacun s'approprie l'outil le plus possible. Vous souhaitez avant tout ouvrir les esprits...

Nous travaillons pour des réalisateurs qui pensent à l'impensable. Pour un récent long-métrage à Chamonix, des acteurs étaient censés faire l'amour au bord d'une falaise, en faisant semblant de tomber dans le vide. Nous avons construit un

faux décor, mis le reste de la montagne sur les murs Led et tout le monde était en sécurité ! Nous cherchons à centraliser les lieux qui ne sont pas accessibles et les rendre plus abordables. Pour le court-métrage aux univers futuristes que nous traitons actuellement, il nous a été clairement dit que tourner le film en réel aurait triplé son budget. Nous avons procédé avec l'équipe à un travail de DA pour justement définir l'univers recherché. En fonction de ce qui existe déjà en ligne en termes de bibliothèques d'éléments 3D, nous avons pu dire que tel univers était facile à mettre en place, tel autre moins aisé parce que nouveau et qu'une semaine de travail était nécessaire pour le créer.

Nous ambitionnons de disposer d'un réseau en Europe avec des studios qui ont la même technologie et le workflow que nous. Nous sommes des geeks qui adorons cette nouvelle technologie, nous sommes jeunes, c'est aussi sans doute pourquoi nous sommes appréciés. Et puis nous tombons au bon moment, c'est le bon timing !

Un mot de conclusion, Yannick ?

Patrick n'a pas tort lorsqu'il met l'accent

sur la jeunesse de notre équipe dont la moyenne d'âge se situe autour d'une petite trentaine. Nous sommes un réseau de studios en termes de développement, mais en fait c'est concentrique. Nous n'allons pas simplement choisir une ville et y aller. Il nous faut vraiment une attache avec un lieu, une clientèle, pour que ça fonctionne. Et j'aimerais terminer sur la dimension humaine de notre activité. L'aspect humain est décuplé parce qu'en entrant dans les films, la personne qui crée le contenu devient un intervenant clé du film. Il faut un état d'esprit commun avec l'équipe des réalisateurs, étudier ensemble toutes les options et technique afin d'optimiser le prix et l'implémentation de chacun des plans/scènes à créer. Quand on y arrive, ce n'est pas simplement un client qu'on acquiert, mais une super relation humaine qu'on batit. Il faut savoir passer une heure de plus sur le plateau si nécessaire. C'est notre état d'esprit. Tous les projets sur lesquels nous avons travaillé jusqu'ici se sont très bien passés. Il n'y a pas de levier de développement sans une qualité de connexion humaine professionnelle. ■