

Publication : SONOVISION n° 377
Mois, année : février 1994
Auteurs : Véronique GODÉ et Jean SEGURA
Date rédaction : 18 janvier 1994

Sur titre : Prestataires

Titre : Où en est l'infographie "Made in France" ?

Chapo/ L'année dernière (voir *Sonovision* n°367, février 1993), *Sonovision* proposait de faire un état des lieux de l'image de synthèse en France. Qu'en est-il un an après ? Retour sur les lieux du crime... avec quelques témoins supplémentaires.

Le chiffre d'affaire généré en 1993 (entre 140 et 160 MF) est légèrement inférieur à celui obtenu en 1992 (entre 145 et 165 MF), bien que l'échantillon de prestataires interrogés cette année soit plus important : vingt-trois (voir tableau) contre vingt l'année dernière. Un tiers environ de ces sociétés ont réussi à maintenir leur activité au même niveau que l'an dernier, et seulement deux améliorent officiellement leur score. Parmi les cinq sociétés dont le volume d'affaires a baissé, la part de Ex-Machina représente un poste important dans le léger tassement qui caractérise l'ensemble du marché. Enfin certaines des entreprises contactées n'ayant pas communiqué leur chiffre d'affaire, il est difficile de s'en faire une réelle opinion, mise à part le cas de Buf qui semble afficher une bonne santé (voir encadré). La profession emploie un personnel permanent d'environ deux cents personnes, aidées par une centaine d'intermittents, chiffre sensiblement égal à celui de l'an dernier. Cela suppose que l'activité infographique ne génère pas spécialement d'emplois ; mais qu'elle n'en supprime pas non plus dans une période où l'économie générale est plutôt morose. Cette tendance à la stagnation n'est évidemment pas faite pour encourager les nouveaux venus sur ce marché.

UN MARCHÉ EN STAGNATION

"Le volume de la production n'a guère augmenté cette année, souligne Anne Bellanger, de la société Agave", une tendance générale notée par la plupart des prestataires qui réalisent l'essentiel de leur chiffre d'affaire avec l'institutionnel. Les clients sont de plus en plus exigeants, les prises de décision sont laborieuses et les délais de création de plus en plus courts, entend-on réagir dans l'ensemble de la profession. Pour pouvoir répondre aux exigences d'un

marché fluctuant et instable, certaines sociétés comme Buf, Medialab ou Transformer ont choisi d'augmenter leur parc machine. " Nous avons dû créer les habillages d'EuroNews en quatre semaines raconte Jean-Christophe Bernard, responsable de la 3D chez Transformer qui a dû triplé sa puissance de calcul avec l'achat de deux SGI Indigo2 et d'une Indy. Cette année, avec quelques produits pour TF1 et une chaîne de TV allemande, Transformer a confirmé ses compétences dans le domaine du générique télé. D'autres prestataires se sont d'ailleurs distingués sur ce marché : Mac Guff Ligne avec de nouveaux habillages pour *La Marche du Siècle*, les JO ou l'annonce des élections sur TF1 ; Buf pour FR3, Canal + et Arte ; et encore Riff, dont le département infographie a réalisé 45 % de son activité avec les télévisions. Ex-Machina vient de son côté de réaliser l'habillage de Canal France International, nouvelle chaîne par satellite qui diffuse des programmes francophones à l'étranger. Mais l'essentiel de l'activité de la filiale de Thomson reste encore concentrée sur l'institutionnel de prestige et la publicité : "avec 70 % de notre chiffre d'affaire à l'export, précise Xavier Nicolas, PDG d'Ex Machina". En effet, si en France, la concurrence est de plus en plus sévère sur les marchés traditionnels (publicité, TV, institutionnel), la société de la butte Montmartre n'hésite pas à démarcher l'Allemagne ou encore l'Italie où elle vient de terminer la nouvelle campagne Lancia pour le groupe Fiat, voire le Japon, où elle a réalisé pour la société Honda un film en haute définition au standard nippon Sony.

SÉRIES ET EFFETS SPÉCIAUX

D'autres prestataires comme Fantôme avec *Insektors*, ou Z.A et ses *Quarxs*, concentrent leur activité sur la série d'animation 3D. La société Relief tient également à mener une offensive sur ce nouveau marché, après avoir passé près de quatre ans à développer des outils spécialisés dans l'animation de personnages. Parmi les nouvelles tendances, on remarquera une demande croissante en effets spéciaux numériques parmi lesquels le morphing, une technique qui a inspiré la plupart des sociétés pour développer leur propre logiciel. On travaille aussi sur des effets plus complexes, tels que la simulation de fluides qu'on retrouve à la fois chez Buf, Trimaran ou Transformer. Medialab et le groupe Riff se sont quant à eux équipés du très coûteux système Flame, générateur d'effets spéciaux de haut niveau développé par Discreet Logic et commercialisé par Softimage. En outre, même s'il est encore tôt pour parler d'un marché porteur, la plupart des prestataires ont d'ores et déjà réalisé quelques minutes de 3D ou d'effets numériques pour de longs métrages. Un domaine de

prestation qui s'est nettement démarqué chez Ex Machina cette année, comme à Medialab où elle représenterait déjà 30 % de son activité.

Enfin des débouchés jusqu'alors balbutiants ou inédits pour l'infographie, tels que le multimédia, les jeux vidéo ou la réalité virtuelle, sont pris en considération par certains des nouveaux acteurs recensés comme id3D ou Simulis, mais aussi par Medialab, Mikros ou Project Images.

Véronique GODÉ et Jean SEGURA

LE MYSTERE BUF "SOCIETE ANONYME" :

Qui se cache derrière Buf ? L'un des "3D Heroes" de l'image de synthèse en France, Pierre Buffin qui, en 1985 avait fondé la société BSCA (Buffin Seydoux) avec Henri Seydoux. Buf, c'est aujourd'hui une équipe d'infographistes qui s'agrandit, prend ses aises en s'installant dans de plus grands locaux, avenue de Villiers et investit massivement : quatre SGI Indigo et quatre licences Softimage en plus, une Indy, deux licences Alias, etc. Un savoir faire qui commence à payer, car même si même si on reste discret sur le chiffre d'affaire de la société, Buf annonce fièrement plus de cinquante productions pour l'exercice 93 ... et pas des moindres : une publicité pour L'Espace Renault, toutes les campagnes "La Française des Jeux", quelques produits pour l'Allemagne, la Hollande, la Grande-Bretagne, l'Espagne et la Belgique, ou encore l'habillage des actualités régionales pour FR3, sans compter le délirant générique des *Nuls* sur Canal +. Enfin Buf se signale encore par quelques clips et les effets spéciaux du dernier film de Marc Caro, *Ko Kid*, que l'on devrait bientôt voir sur grand écran !

Véronique GODÉ.