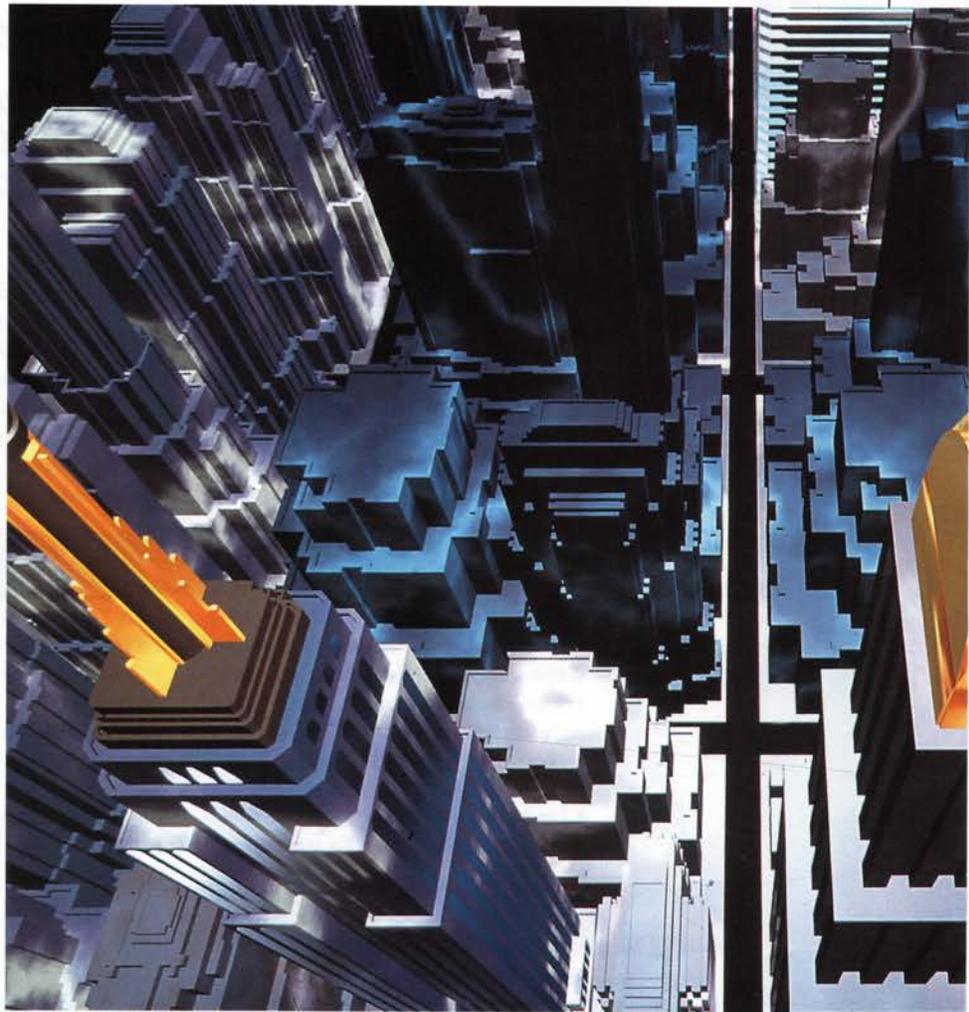
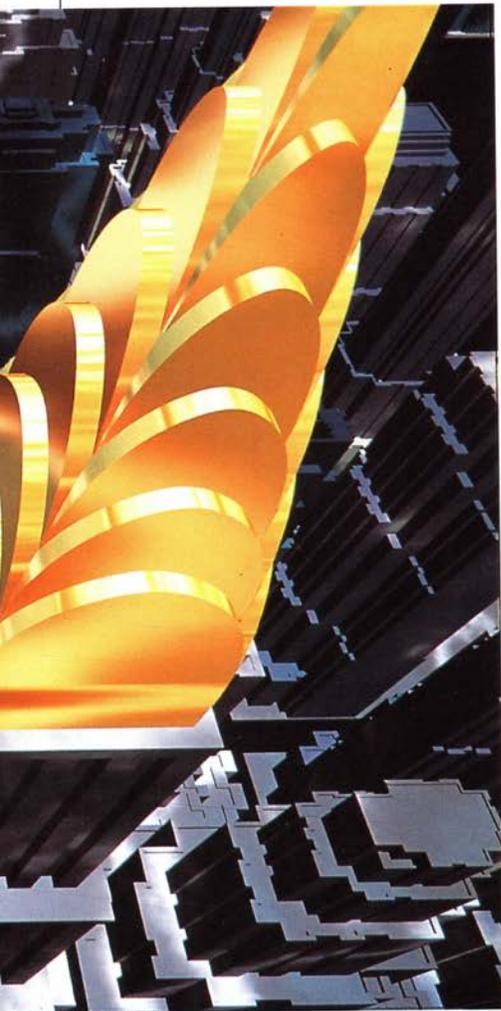


Vidéosystem au cœur des génériques TV



*Jeu, set et match pour Vidéosystem.
Habillage du tournoi de Wimbledon
réalisées avec Harry-Paintbox et Explore
pour La Cinq. © Vidéosystem*

Entreprise de deuxième génération, Vidéosystem s'impose sur le marché de la 3D avec des concepts simples et efficaces. Télévisions et publicités sont les premiers marchés visés.



Chez Vidéosystem, l'image de synthèse est loin d'être un simple objet de curiosité. En atteste l'intérêt manifesté par des chaînes de télévision nationales comme TF1 ou La Cinq. Aujourd'hui, ni spécialement chère, ni difficile à mettre en œuvre, le production infographique est totalement intégrée et adaptée au numérique. C'est la raison pour laquelle on assiste en France à l'émergence de plusieurs entreprises, dites de deuxième génération, gagnantes sur le marché

des images de synthèse. De plus en plus de réalisations 3D sont directement réalisées par les maisons de productions elles-mêmes et non plus exclusivement par les "prestataires-créateurs" spécialisés tels BSCA, Fantôme, Mac Guff Ligne, etc.

Au début de l'année, Alain Guiot, vétérinaire du dessin animé et patron de Vidéosystem à Paris, décide d'investir dans les nouvelles images. En avril, il monte une équipe avec comme chef d'animation 3D, Luc Froehlicher, ex-directeur chez Captain Video, et Sylvain Doreau, animateur indépendant. Et en juin, il attaque le marché avec le générique du Festival de Biarritz. Cette production, qui lui permet de se faire les armes sur Explore de TDI, est immédiatement suivie par un autre coup de force : le générique du tournoi de tennis de Wimbledon réalisé par Eric Mislser et Alain Vautier, directeur artistique de La Cinq. Fort de ce succès, Luc Froehlicher commence quelques semaines plus tard le générique de Flushing Meadow diffusé en septembre.

UN ÉQUIPEMENT DE PREMIER CHOIX

Du coup, Vidéosystem se positionne parmi les maisons de production 3D les plus en vue : 5 régies de production, le logiciel Explore 2.0 de TDI sur deux stations Silicon Graphics (une 4D/20 pour la modélisation et une 4D/80 GT pour le calcul), trois Harry de Quantel avec interfacement au format 4 : 2 : 2 numérique et archivage sur magnétoscope Sony DVR 1000 ; trois Paintbox couplées aux Harry, un HP 1000 et un Mirage de Quantel. "L'ensemble de ces appareils est prévu pour pouvoir dialoguer dans des conditions telles (réseau Ethernet notamment) que l'on parvient à dégager des prestations avec un très bon rapport qualité-prix" déclare-t-on chez Vidéosystem. "C'est pour cette raison que Patrice Ferrand, responsable de l'image chez TF1, nous a contacté pour travailler sur la conception d'image 3D

pour les émissions de sport" surenchérit Luc Froehlicher. "Alors que le magazine de tennis de La Cinq nous avait surtout fait travailler sur la partie modeling, nos efforts vis à vis de TF1 se sont plutôt portés sur l'animation et les matériaux, la phase de modelling étant moins complexe."

Depuis son passage chez Captain Vidéo, Luc Froehlicher a l'habitude de travailler en équipe avec Philippe Brulois, réalisateur et graphiste indépendant. Cette collaboration déjà bien rodée permet aujourd'hui d'aller plus vite avec un maximum de créativité : ainsi le générique 3D de TF1 Sport qui est d'une durée de 8 secondes, et dont la complexité est moyenne, n'a pas pris plus de trois jours de calcul.

DE LA 3D A DIX MILLE FRANCS LA SECONDE

Ensemble, ils peuvent se lancer sur des projets dont le prix revient à environ 10 000 francs la seconde : le marché publicitaire est évidemment visé. En attendant, la télévision reste une priorité. TF1, après la fameuse Pyramide, est en train de retravailler son image et "la séquence d'habillage du magazine sportif (avec Explore et la Harry) n'est que la première phase de ces changements", affirme Luc Froehlicher. Enfin, TF1 a choisi de ne pas prendre trop de risques en optant pour un style de type logos volants à l'américaine. "C'est d'autant plus paradoxal que les Américains, de leur côté, aiment le style français", explique Philippe Brulois.

Alain Guiot reste optimiste : "Il est vrai que la 3D n'est pas aussi développée en France qu'aux Etats-Unis. Agences et chaînes de TV en portent la responsabilité, car elles ont freiné son développement, l'estimant encore trop chère et avec des délais de livraison trop longs, etc. La politique de Vidéosystem est de prouver exactement le contraire !" Un défi à relever pour la décennie qui s'annonce. ■

Christopher DIETRICH