

# LES « CRÉATEURS » MULTIMÉDIA

par Olivier Piffault

*Comment se répartissent les rôles dans la création d'un produit multimédia ? Entre éditeurs, diffuseurs, concepteurs, chefs de projet ou autres scénaristes, quelle est la part de chacun dans l'élaboration et la mise sur le marché d'un titre ?*

*Olivier Piffault propose quelques repères dans un univers où se rencontrent des intérêts, des techniques et des compétences issus de domaines très différents.*

**S**i les processus de création d'une œuvre littéraire ou d'un ouvrage documentaire sont bien connus pour ce qui est du livre, ou si du moins on en a une représentation symbolique forte marquée par le statut de l'auteur et par le rôle de l'éditeur, l'édition multimédia demeure assez méconnue et mystérieuse pour la plupart des utilisateurs qui peinent à identifier les responsables de la publication et de l'élaboration d'un titre, perdus entre les indications de la boîte - mentionnant parfois cinq sociétés, des concours et des auteurs - celles du livret ou les « crédits » accessibles sur le disque lui-même, lesquels tendent de plus en plus à ressembler à des génériques de films. Ainsi *Gabriel Knight III, Énigme en pays cathare*, de Sierra (1999) annonce 92 collaborateurs et 19 acteurs, *Atlantis II*, de Cryo Interactive Entertainment (1999) 53 collaborateurs directs de l'élaboration du jeu.

*Vikings*, d'Index, plus ancien (1998) et issu d'un petit studio, compte 15 concepteurs et 13 acteurs ; pour un projet très spécial comme l'encyclopédie sur disque (et depuis en ligne) *Kléio*, de Larousse Multimédia (1999), on annonce 700 auteurs, 100 éditeurs mais encore 70 informaticiens pour la seule création multimédia proprement dite. Pour les logiciels pédagogiques et ludo-pédagogiques qui connaissent la plus forte croissance actuelle, *Adi*, de Coktel, filiale d'Havas Interactive, mobilise 150 développeurs, ergonomes et experts, en permanence.

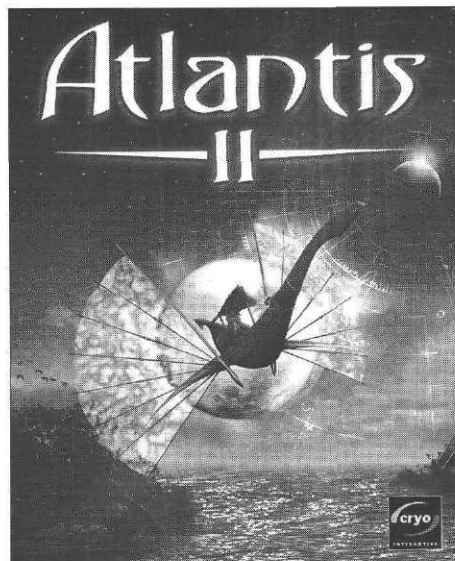
Pour un livre ou un périodique, la question de l'éditeur est claire puisqu'elle est affichée par mention légale (même si elle l'est moins en cas de coédition où fréquemment le complice étranger n'apparaît pas mentionné). Du moins ne confond-on pas l'imprimeur, le maquettiste, le relieur ou le diffuseur avec l'éditeur. Quant à l'auteur même s'il peut se

\* Les notes sont regroupées en fin d'article.

cache derrière un pseudonyme ou s'avancer devant son « nègre », la référence est claire - y compris pour l'illustrateur ou le coloriste - à un statut et à une action remontant à une longue tradition intellectuelle, affirmée avec force depuis les humanistes et la généralisation des éditions imprimées, ayant contribué à lier auteur et œuvre<sup>1</sup>.

Point de ces certitudes dans l'univers multimédia, où le produit final comprend une musique, des sons, des images dessinées parfois à la main<sup>2</sup>, généralement à l'écran à l'aide de logiciels commerciaux ou développés spécifiquement par le studio, et donc originaux, des animations, des personnages modelés ou non sur des acteurs, une histoire bien sûr, mais souvent une documentation, un support historique ou scientifique, un concept de navigation,... le tout ayant été rassemblé par un chef de projet, sur les indications et les contraintes de plusieurs sociétés parfois extérieures.

Cela pour dire que la multiplication des auteurs et l'allongement des génériques de « crédits » ne correspondent pas seulement à une politique des éditeurs qui viserait à diluer ou à réduire l'importance des auteurs (et donc de leur droits, tant financiers que moraux, sur leur œuvre) mais bien plutôt à une nouvelle prise de conscience de la collectivité de création de ces œuvres. Une collectivité déjà reconnue depuis longtemps dans le secteur audiovisuel (télévision comme radio), l'industrie du disque ou le cinéma : ainsi David O. Selznick, producteur de *Duel au soleil* ou d'*Autant en emporte le vent* est-il considéré comme créateur de ces films autant que leurs réalisateurs ; ainsi le réalisateur, qui n'écrit généralement pas le scénario ni ne choisit les acteurs, est-il un créateur ; ainsi pour le disque, le rôle du producteur est-il pleinement reconnu à côté des auteurs et interprètes... exemples multipliables à l'infini dans ces professions. C'est donc bien plutôt d'une paradoxale progression du droit d'auteur que



*Atlantis II* (Cryo Interactive Entertainment)

viennent cette dilution et cette difficulté à identifier les créateurs d'une œuvre, beaucoup moins « démiurges » que pouvait l'être un Balzac par exemple.

C'est en effet le modèle du cinéma qui semble le plus pertinent pour approcher l'édition multimédia, et plus particulièrement les secteurs de l'animation et des effets spéciaux. À cet égard, ce n'est pas un hasard si I.L.M.<sup>3</sup> et Lucas Learning<sup>4</sup> ont le même fondateur, Georges Lucas, et si les trucages numériques du cinéma d'hier font les cédéroms d'aujourd'hui. Les techniques à l'œuvre sont les mêmes, à des niveaux différents : paysages calculés en 3D, personnages « mappés » et animés par calcul, utilisation de fonds bleus<sup>5</sup>, ... De même la distinction classique en animation entre « character designer »<sup>6</sup>, « mecha design »<sup>7</sup> et responsable des décors se retrouve souvent dans les équipes techniques des cédéroms. Signalons aussi l'organisation des grands studios d'animation, notamment nippons, qui fonctionnent en fait avec une myriade de petits studios

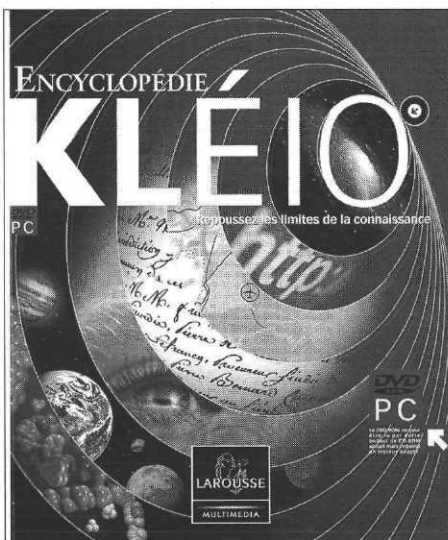
« sous-traitants » qui les aident à réaliser leurs œuvres : une organisation industrielle classique<sup>8</sup>, typique du fonctionnement d'Infogrammes<sup>9</sup> par exemple.

Chaque production multimédia ayant ses spécificités, chaque éditeur son organisation et les conditions variant d'un titre à l'autre, on proposera ici une typologie des familles d'intervenants dans la chaîne de création des œuvres multimédia, plutôt qu'un inventaire systématique, fastidieux et techniquement très vite dépassé. Le cas des micro-éditions, ponctuelles, venant d'associations par exemple, ou n'ayant produit qu'un seul ou deux titres<sup>10</sup>, sera mis de côté, comme trop exceptionnel de par sa démarche.

À risquer le paradoxe, on ne mettra pas d'abord en avant le créateur intellectuel, mais bien le « financeur » de l'œuvre, pour souligner le poids déterminant des enjeux financiers dans cette industrie. Si en effet, dans les années 80, Coktel, jeune société française, pouvait produire des jeux pour quelques dizaines de milliers de francs, et en 1991 pour 400 000 francs, les budgets actuels se comptent en millions (Kléio, cas un peu limite par son investissement intellectuel mais au très faible travail graphique, a coûté 50 MF). Un titre n'existe donc que par la volonté d'un producteur qui, certes peut accepter une idée qu'on lui soumet, mais très souvent recherche en fait une équipe ou des auteurs pour investir sur un type de produits. Citons le cas de France Télécom Multimédia, créé en décembre 1996, déjà producteur d'environ 25 titres avec divers éditeurs<sup>11</sup>, de Canal+ Multimédia<sup>12</sup>, filiale de Canal+ et d'Infogrammes, de la NHK<sup>13</sup> ; mais aussi de petites sociétés telle Incoprom SA, société de production audiovisuelle suisse diversifiée dans le multimédia<sup>14</sup>. Ces sociétés amènent l'argent, parfois le projet (cas d'Incoprom), cherchent un éditeur ou des studios pour développer leurs choix, mais n'ont pas de rôle technique. Leur poids est aussi dans la

cohérence de leur politique. Selon les cas, elles s'intitulent producteur, éditeur, ont ou non des catalogues<sup>15</sup>, mais leur rôle est de lancer les projets. Souvent elles s'associent. Deux catégories de producteurs coexistent : les purs financiers, comme France Télécom, Canal+, Oda<sup>16</sup>, et les constructeurs de catalogue, souvent éditeurs de livres ou diffuseurs, comme Gallimard Multimédia, la Réunion des Musées Nationaux, Flammarion Multimédia, Marshall Cavendish, ... qui prolongent leur activité traditionnelle sur ce nouveau support, mais qui n'ont pas les moyens de monter un studio, métier qu'ils ne connaissent pas.

Ensuite vient l'« éditeur », ce qui se rapproche le plus de la « maison » d'édition traditionnelle dans le livre. La différence est qu'ici, il n'a que rarement les moyens de développer seul un projet, sauf dans le cas de géants comme Havas Interactive, Disney Interactive, Mattel Interactive, Lucas Arts... Partageant éventuellement les frais, donc les risques, sa vraie fonction semble être de fédérer les ressources et de suivre la réalisation du projet,



Kléio, Larousse Multimédia

utilisant son studio et / ou s'appuyant sur des studios extérieurs, trouvant des auteurs (textes, documents, musiques), assurant le suivi marketing et la diffusion du produit : il donne sa cohérence à l'ensemble, en chef d'orchestre global, relayé par un chef de projet ou un réalisateur. Index, Syrinx, Cryo, Ubisoft à une autre échelle, sont le type même de ces structures, indépendantes mais qui ne réalisent leurs projets que pour autant qu'elles intéressent des financeurs. Ce sont pourtant elles qui peuvent faire émerger de nouveaux concepts, porter des projets originaux : ainsi Index est passée du rang de studio exécutant<sup>17</sup> à celui d'éditeur reconnu gérant ses projets<sup>18</sup> et ceux de France Télécom Multimédia, d'Incoprom ou Media Factory. Emmanuel Olivier, le directeur général d'Index, apparaît régulièrement au générique, participant activement, en éditeur, à la conception des titres, et influant sur leur contenu, leur organisation.

Viennent enfin ceux que l'on pourrait le plus rapprocher de l'auteur traditionnel, qui sont généralement mis en avant par les éditeurs, qualifiés selon les cas de scénariste, concepteur original, directeur artistique, musicien, dessinateur, ... toutes fonctions intellectuelles de création auxquelles il faut ajouter les créateurs techniques, responsables de l'animation, des effets spéciaux et des outils technologiques. Ces gens amènent leur univers et leur compétence, et sont soit à l'origine même du projet, comme Éric Viennot qui a créé son propre studio, Lexis Numérique, pour réussir à réaliser ses idées<sup>19</sup>, (mais ne l'utilisait pas jusqu'ici pour d'autres projets), comme Lifeng Wang<sup>20</sup>, Frédéric Sorbier<sup>21</sup>, Jacques Simian<sup>22</sup>, Édouard Lussan<sup>23</sup>, soit sont les interprètes inspirés d'une commande de leur éditeur : ainsi Murielle Lefèvre pour Syrinx et les adaptations de Kveta Pacovska et Jacques Duquennoy<sup>24</sup>. Leur statut est ainsi très ambivalent : la plupart des auteurs secon-



*La Machine à voyager dans le temps*

naires (dessins, musiques, animateurs, ...) ne sont généralement pas à l'origine du projet, mais sont bien des créateurs, quand les auteurs principaux, comme Christiane Desroches-Noblecourt<sup>25</sup>, sont souvent « réduits » au rôle de « fournisseur de contenu », en fait de script ou de scénario.

Souvent interpénétrés avec cette nébuleuse de créateurs, mais ayant un rôle essentiellement technique et un statut proche du sous-traitant, on trouve les « réalisateurs », qui assurent les moyens techniques, et donnent vie aux rêves des auteurs, en « mercenaires » de la production, mais avec souvent leur spécificité et leur patte. Ce sont toutes ces petites sociétés peu connues dont les logos surchargent les boîtes, à côté des éditeurs et producteurs, comme Arxel Tribe, CET, Dramaera, Deis, Equipage, MegaMedia, Dada Media, studios spécialisés dans la réalisation des projets que les éditeurs ne peuvent assumer eux-mêmes. Souvent l'éditeur préfère garder le contrôle direct, et possède son

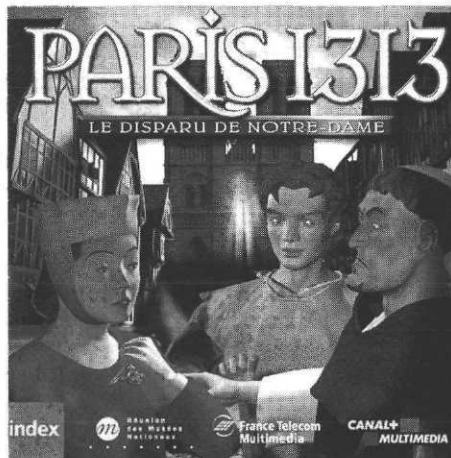
propre studio (Havas interactive, Ubisoft, Cryo, Infogrammes, Index, ...), travaillant au coup par coup avec ces prestataires.

Un intervenant qui n'a pas vraiment d'équivalent dans la chaîne du livre, c'est celui que l'on pourrait qualifier de « garant », la caution du projet<sup>26</sup>, autorité scientifique généralement qui va faire reconnaître le sérieux du projet, mais dont le rôle est très passif : il valide la documentation, parfois la constitue, mais n'intervient que peu sur la trame narrative ou technique, ou assez marginalement. Il est devenu incontournable dans le domaine ludo-historique, depuis le label « RMN » : *Paris 1313*, avec le Musée de Cluny, *Louvre l'ultime malédiction*, avec le Louvre, *Pompéi la colère du volcan*, avec la Surintendance archéologique du site, ... mais aussi le Muséum d'histoire naturelle, l'Institut de France, des écrivains comme Pascal Bonafoux... Dans le domaine ludo-éducatif, ludo-pédagogique ou éducatif, la caution active (c'est-à-dire la collaboration concrète d'enseignants, de pédagogues, des ministères) et la conformité aux programmes sont devenues la norme, condition indispensable pour conquérir les marchés du soutien scolaire. C'est là une pratique qui se rapproche plus de celle de l'édition scolaire traditionnelle.

Le dernier maillon de la chaîne, mais non le moindre, est le diffuseur, dont l'impact est bien supérieur, pour l'instant, à celui qu'il a sur la chaîne du livre, car il assure complètement l'existence, avant même le succès, d'un titre. L'amortissement d'un titre se comptant en dizaines de milliers d'exemplaires vendus<sup>27</sup>, au minimum, faire accepter le titre par un diffuseur comme Emme interactive<sup>28</sup> est vital, sinon l'éditeur est condamné à un écho confidentiel, voire à ne pas sortir son titre<sup>29</sup>. Ubisoft, par ailleurs éditeur, producteur et réalisateur, diffuse ainsi Lucas Arts, Playmobil Interactive, Hasbro Interactive, ... Le rôle des grandes surfaces de dis-

tribution, comme la Fnac et les hypermarchés, est ici fondamental. La négociation se fait au titre par titre, non sur l'ensemble de la production d'un éditeur. La spécificité du multimédia tient ici dans la confusion des rôles, les diffuseurs ayant tendance à assumer un rôle de producteur, voire parfois d'éditeur. Il n'hésite pas ainsi à influencer sur la ligne éditoriale, favorisant certains titres ou types de produits au détriment d'autres.

L'édition multimédia se caractérise donc par son grand nombre d'intervenants, et par la dilution extrême de la notion d'auteur et de responsables. Tant au niveau des impulseurs de projets que des réalisateurs, le cédérom (et déjà le site Web) est d'abord le travail d'équipes et d'associations, composites et à géométrie variable, et de sociétés qui s'investissent à différents niveaux selon les projets. Si on repère bien des « créateurs » au sens ancien ou le plus « littéraire » du terme, leur fonction et leur niveau d'intervention dans les œuvres sont très inégales : chef de projet pour Nicolas Faucherre, réalisatrice pour Murielle Lefèvre, concepteur pour Éric Viennot, directeur artistique pour Frédéric



*Paris 1313* (RMN, Index+, Canal+Multimédia, France Télécom Multimédia)



Locca, éditeur pour Emmanuel Olivier, scénariste pour François Nédélec... ou producteur pour la RMN et Canal+ Multimédia, inventeurs revendiqués du concept « ludo-historique ». On peut même considérer que la distribution des rôles est beaucoup plus

souple et moins codifiée que dans le cinéma ou la musique, chaque œuvre étant la rencontre « fusionnelle », selon un alliage à chaque fois inédit, de techniques et de compétences venues de domaines jusqu'ici assez séparés. ■

1. Cf. Roger Chartier par exemple dans *Où va le livre ?*, La Dispute, 2000.
2. Cas très rare, mais récemment dans *Minuit fantôme* de Jacques Duquenois chez Syrinx, 2000.
3. Industrial Light and Magic, société pionnière dans les effets spéciaux numériques, ayant réalisé la plupart des séquences virtuelles des films de ces dernières années.
4. Filiale pédagogique de Lucas Arts, société spécialisée dans le cédérom et le logiciel.
5. Vieille technique du cinéma pour insérer un décor derrière les personnages, utilisée par exemple dans *Vikings d'Index* pour insérer des personnages dans les décors.
6. Dessinateur des personnages.
7. Dessinateur des machines, robots, véhicules.
8. Rendue célèbre par des entreprises aussi célèbres que Benetton ou Renault, en fait inspirée de l'organisation des conglomérats japonais.
9. Société d'origine lyonnaise, numéro deux mondial du jeu numérique.
10. Sira Média Reims et Notre-Dame de Paris, les cédéroms du CNDP, CRDP, « Au pays de mon papa », ...
11. *Akahlîké 1 et 2* avec Hatier, *Croisades*, *Vikings* avec Index, *Scotland Yard*, *Aztec*, *Venise* avec Cryo interactive entertainment, *Le Plus beau musée du monde* avec Gallimard...
12. à l'origine des « Guignols de l'info » 1 et 2, de Versailles, *complot à la cour du Roi-Soleil*.
13. *Le Théâtre de Minuit*, *Alphabet*, chez Syrinx, issus d'une demande de la NHK, et financés par elle.
14. *Jean-Jacques Rousseau et Voltaire* avec Index.
15. de droits et non de titres.
16. Filiale de France Télécom, édite entre autres les annuaires.
17. *Le Louvre, peinture et palais*, *Festival de Cannes* pour Pathé, *Opération Teddy Bear* pour Flammarion.
18. *Manara Kama sutra*, *Croisades*, *Vikings*, *Dracula*.
19. *L'Album secret de l'Oncle Ernest*, *Le Fabuleux voyage de l'Oncle Ernest*, *Itacanthe*. Le cas de *Les Aventures du poisson Arc-en-ciel* est moins clair, Tivola, coéditeur allemand étant vraisemblablement à l'origine réelle du projet.
20. *Mystère au palais d'été*, Syrinx, pour lequel il a créé son studio, Xing Xing.
21. *Mission Soleil*, *Monet* chez Index.
22. *Dracula*, Index.
23. *Croisades*, *Croisades 2000*, Index.
24. *Le Théâtre de Minuit*, *Alphabet*, *Minuit fantôme*, Syrinx.
25. *Ramsès II*, *Toutankhamon* chez Syrinx.
26. Un équivalent serait le préfacier célèbre, qui sert d'appel, mais qui n'intervient pas sur l'ouvrage, contrairement au cédérom.
27. 10 000 semble être un chiffre médian : sur 195 titres distribués en 1999 par Emme Interactive, 22 sont à plus de 10 000, 8 autres à plus de 30 000. 100 000 est considéré comme un gros succès pour Index (*Dracula*), Adi se vend à 4,5 M d'exemplaires dans le monde, dont 1,3 M en France en 1999.
28. Diffuse la Réunion des Musées Nationaux, Index, Tivola, Lexis Numérique par exemple, et parfois coproduit les titres.
29. Index dispose ainsi d'un titre finalisé depuis 1 an, mais dont la sortie est régulièrement repoussée, pour cause de concurrence entre titres.