

Un feu digital dans une ruche multimédia : MOMENT FACTORY

Ludovic Fouquet

Number 111, Summer 2017

Mapping & projections
Mapping & projections

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/86474ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Revue d'art contemporain ETC inc.

ISSN

2368-0318 (digital)

[Explore this journal](#)

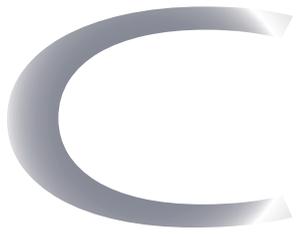
Cite this article

Fouquet, L. (2017). Un feu digital dans une ruche multimédia : MOMENT FACTORY. *ETC MEDIA*, (111), 24–29.

UN FEU DIGITAL DANS UNE RUCHE MULTIMÉDIA : MOMENT FACTORY



Moment Factory - Illumination du pont Jacques-Carrier, Montréal, 2017. Photo : HR.



réé en 2001, Moment Factory est un « studio de divertissement multimédia¹ », spécialisé dans la création de projets immersifs. Né de la rencontre de deux fous de rave party et d'innovation technologique (Sakchin Bessette et Dominic Audet – rejoints en 2007 par Eric Fournier), le studio a d'abord fait sa marque dans la mise en lumière architecturale et la création de dispositifs

d'images pour des événements corporatifs, des concerts, des boutiques. Aujourd'hui, les studios embauchent 250 personnes, ont des bureaux à Londres, Los Angeles, Paris et Tokyo et ont élargi leur domaine d'intervention pour aborder des créations propres (comme les parcours *Lumina*, créés dans des sites naturels). Moment Factory intervient à la fois sur la tournée des Red Hot Chili Peppers ou un concert de Madonna, sur une création du Cirque du Soleil, le pont Jacques-Cartier à Montréal, à l'aéroport de Los Angeles, sur un bateau de croisière, dans un restaurant japonais, etc., avec des constantes, une signature et une réflexion sur la technologie employée, un « feu digital » qu'ils convoquent comme occasion de rassemblement.

Quand on pousse la porte du 6250 avenue du Parc, à Montréal, on a l'impression de plonger dans une ruche : bourdonnement, activité frénétique, ronde des collaborateurs (individus concentrés qui avancent tête baissée ou en grande discussion, parfois sur une planche à roulettes !). En passant d'un étage à l'autre, telles les « hausses » d'une ruche, on ne voit pas naître des abeilles dans les alvéoles, mais bien des projets multimédias !

L'accès au rez-de-chaussée donne sur une salle commune évoquant un café branché (où tout le monde pourrait passer derrière le comptoir) et sur plusieurs lieux stratégiques comme la « proroom » (salle studio où on peut pré-installer des projets, développer des explorations ou faire des tournages) et la « black box » (autre lieu de tests, doté de toutes sortes de censeurs – Kinect, caméra thermique, scanner 2D, etc.). On y trouve aussi la « salle du pont », ainsi nommée, car elle contient une maquette de grandes dimensions (1:100^e) du pont Jacques-Cartier et divers projecteurs vidéo installés de manière fixe dans la salle – ce qui a permis aux équipes de venir faire leurs tests tout au long du processus de création, étalé sur quatre années. À l'étage, sur le plateau principal, les trois départements principaux cohabitent dans un immense espace ouvert, délimité par quelques salles de réunion : la création, l'innovation et l'administration/production (qui gère aussi le volet scénographie).

Une expérience collective

Moment Factory insiste sur l'expérience collective qu'elle propose autour de ses créations comme lieux de rassemblement. Le public autour d'un feu de camp digital : cette mythologie est très proche de celle d'un Robert Lepage rêvant des origines du théâtre, avec son *mythe de la carrière*. On y trouve une même évocation d'un feu originel autour duquel on se réunirait pour raconter et écouter des histoires. Lepage ajoute, cependant, un élément en évoquant l'ombre du conteur qui se dresse parmi les gens rassemblés, visible sur une des parois de la carrière. Lepage a une claire conscience du devenir écranique de l'acteur, de son devenir bidimensionnel et de l'autonomie possible de cette ombre, qui peut raconter autre chose que le conteur lui-même : autonomie de l'image projetée qui peut s'affranchir de son sujet. En vidéoscénique comme dans les créations multimédias de Moment Factory, on joue souvent de cette autonomie de l'ombre, en décalant un reflet, en retardant un écho, en rendant l'ombre indépendante de son sujet – et là repose en partie la magie et la désorientation provoquées par les propositions de Moment Factory. Dans les deux cas, il y a une importance capitale de la narration, du feu et de l'image créée par ce feu.

Il s'agit aussi de recréer du collectif, de l'émotion partagée via l'immersif, en opposition aux consommations contemporaines individuelles (télé, tablette,

ordinateur, téléphone). Ce qui explique aussi pourquoi, dans leurs créations, on n'utilise pas de lunettes de vision dans une optique de réalité virtuelle, car cela contribuerait à créer une expérience individuelle du projet.

Moment Factory cherche à rassembler les gens, avec des créations reflétant une maîtrise technologique évidente, mais qui travaillent avant tout à réintroduire de l'enchantement dans nos espaces de vie, notamment dans l'espace public. Il y a là un manifeste, voire un geste politique, qui complexifie la simple étiquette de firme « d'entertainment multimédia ». D'où l'évolution intéressante de leur slogan qui est passé de « musique pour les yeux » à « on fait ça en public ». « Que ce soit avec un concert, un magasin phare ou un espace urbain, notre objectif est d'insuffler un sentiment d'émerveillement collectif et de connexion », peut-on lire sur le site de la compagnie. On pourrait dire de reconnexion et de prise de conscience de l'interaction collective. Que ce soit par l'utilisation de bâtons lumineux dans les projets *Lumina*, ou par la prise de parole à des micros dans l'espace public (*Mégaphone*, *Nova Lumina*), l'événement est conditionné par l'intervention du public. Dans *Nova Lumina* (2016), parcours lumineux créé à Chandler le long de la mer, « le bâton connecte littéralement les visiteurs au lieu, à l'histoire et aux installations multimédias puisqu'il réagit à l'approche des installations et des zones de projection et d'effets visuels² ». Comme me l'exprime Léa Behr – travaillant le design autour de l'interactif, responsable du Labo et qui me fait tester la « Black Box » –, il s'agit de « transformer l'espace public en espace de jeu ». Déjà, en 2013, *Mégaphone* a donné l'occasion de rendre lisible, visible, la parole publique dans une exploration ludique, mais à portée politique de par la parole laissée aux utilisateurs comme son incidence, puisque l'intégralité du texte proféré dans un micro par un utilisateur était projetée dans des conteneurs et que certains mots s'ajoutaient en mapping 3D sur la façade du pavillon Kennedy de l'UQAM. La proposition n'est pas anodine quand on pense qu'elle survenait peu de temps après les manifestations étudiantes de 2012³.

Moment Factory développe trois types de créations : les divertissements thématiques, les spectacles signés et les créations pour l'espace public. Les divertissements thématiques sont une réponse à une invitation à venir créer une installation multimédia comme occasion de découvrir ou de redécouvrir un aspect de l'histoire ou de l'activité d'une institution. C'est ainsi que Moment Factory a créé des expériences immersives comme autant de voyages multimédias pour le Musée Pointe-à-Callière (*Signé Montréal*, 2010), le musée Bombardier (2016) et pour *Tabegami Sama* (2017), création immersive et tactile qui scelle le nouveau partenariat entre Moment Factory et Sony Music Communication Japan. Un voyage dans la gastronomie japonaise est proposé aux visiteurs, invités à venir toucher et interagir avec un écran tactile déclinant de superbes séquences d'images, voire à brasser des grains de riz sur lesquels des formes sont projetées.

C'est dans cette rubrique que l'on peut placer *Aura*, à la basilique de Montréal, une expérience lumineuse, immersive, qui permet de redécouvrir la basilique et même de la voir comme jamais on ne l'a vue : les jeux de lumière mettent en valeur tel ou tel aspect de la décoration intérieure, le mapping vidéo crée des environnements inédits. Une séquence particulièrement efficace transforme soudain la basilique en architecture de verre, rendant le bâtiment transparent sur fond de nuit et de végétation au travers des saisons. La qualité sonore et l'expérience immersive, comme certains des effets de mapping, sont saisissants ; ce qui est moins le cas de la bande sonore qui pêche par excès de mélés, alors qu'elle avait débuté et se conclut sur des parties chantées qui sont plus reliées au lieu.

Certains spectacles signés sont créés pour des hôtels et des casinos, comme ceux développés pour le Royal Caribbean International (RCI) et ses paquebots de croisières. Pour *Anthem of the Seas*, Moment Factory pense à la fois un espace particulier qui proposera par moment des spectacles, un programme de spectacles (*Spectra*, 2015), mais aussi des séquences multimédias particulières (tel le très beau *Rêve de Léonardo*). On a ainsi une salle de spectacle dont les





Moment Factory, *Aura*, 2017.
Expérience lumineuse au cœur de
la Basilique Notre-Dame, Montréal.



Moment Factory, *Amina Lumina*, spectacle signé, 2016. Parcours nocturne dans le zoo de St-Félicien.

murs de verre donnant sur la mer peuvent s'occulter par un immense écran, plus un écran mobile constitué de panneaux pilotés par des robots, synchronisés avec les projections. Ce programme illustre la maîtrise de Moment Factory, de même que sa capacité à utiliser des techniques traditionnelles (animation, motion design, animation 3D) dans un espace non traditionnel – qui se révèle très modulable – recourant à un jeu multiécrans virtuose. On plonge dans l'imaginaire foisonnant de Vinci et de son rêve de créer une machine volante. Il y a alors de belles ambiguïtés, des passages d'animation où les croquis prennent vie (le croquis de l'homme de Vitruve devient un acrobate tournant dans sa roue Cyr), voire où les écrans eux-mêmes, qui semblent vivants, s'envolent.

La même trilogie effets multimédias-trame narrative-interactivité se retrouve dans le deuxième type de créations que sont les « spectacles signés » de la série des *Lumina* : parcours multimédia immersif et interactif créé in situ, qui s'adapte à des environnements très différents et devient une signature que l'on commande à Moment Factory. *Foresta Lumina* fut créé en 2014 comme un parcours nocturne mettant en valeur le sentier du parc de la Gorge, à Coaticook : à la tombée de la nuit, entre forêt hantée et forêt enchantée, ce parcours tire parti de la topographie des lieux et des arbres pour créer un univers de projections et de sons. Dans la même veine, *Anima Lumina*, créée en 2016 au zoo de Saint-Félicien, propose un parcours inédit dans l'univers nocturne du zoo. Les projections d'animaux à même les feuillus sont particulièrement étonnantes. « Dans *Lumina*, la forêt existe déjà, on fait juste l'augmenter ». Pour Dominique Audet, la technologie reste simple dans les *Lumina*, « il s'agit toujours de développer un côté analogue, tangible, et un côté digital, virtuel, puis d'explorer la collision des deux⁴ ». Cette collision se place en général au point de jonction du réel et du merveilleux. C'est le point de départ du parcours *Nova Lumina* (2016, à Chandler), le long de la mer, à la rencontre des étoiles. Ou de *Lumina Borealis* (2016, à Kingston). On traverse des paysages de givre, on se rassemble devant de vrais feux alors que des

créatures animales s'animent sur les vieilles façades de pierre, nous saluant avant de se transformer en créatures de flammes, puis en aurores boréales que nous animons en fonction de l'intensité et de la rythmique de nos chants ou de nos voix dans des micros rétro. Le cinquième Lumina sera créé à la mi-juillet, à la station du Mont-Tremblant.

S'il s'agit de produire de la désorientation et du merveilleux, Moment Factory cherche aussi à provoquer l'interaction avec le public. Et cela également dans les créations pour l'espace public, comme nous l'avons évoqué pour *Mégaphone* ou pour l'aéroport de Los Angeles ou, plus récemment, pour le pont Jacques-Cartier. Pour le pont de Montréal – doté dorénavant de 2807 ampoules DEL et de plus de 10 km de câbles –, il ne s'agissait pas de rester simplement dans le domaine de la mise en valeur architecturale, mais bien de provoquer un autre regard, voire un autre usage du pont, qui va pouvoir indiquer la météo, évoluer suivant la circulation en ville ou les événements culturels, les tweets échangés, etc., matière « générative », non enregistrée, d'où le titre de l'installation : *Connexions vivantes*. Ces variables externes, captées en temps réel, vont évoluer tout au long des 10 années d'exploitation prévues, autour d'une sémantique qui va s'affiner; pour l'heure, un calendrier de couleurs correspond au passage des saisons, des essais d'effets de pluie ou de neige ont été explorés. Lors de notre rencontre, les équipes en étaient encore aux tests et à la fonctionnalité du matériel. Précisons que six firmes ont collaboré avec Moment Factory pour la réalisation de ce projet (ambiances Design Productions, Atomic3, Éclairage Public/ombrages, Lucion Média, Réalisations et Udo Design).

Une synergie verticale de la ruche

Depuis peu, une équipe de cinq personnes a été détachée pour développer la Recherche et Développement (R et D), outil essentiel qui permet de développer de la recherche fondamentale détachée de tout projet de création – comme pouvait le faire un Josef Svoboda à l'Opéra National de Prague, dans



Moment Factory, *Mégaphone*, 2013. Installation artistique urbaine qui reconnaît la voix, et qui explore la prise de parole en public.

les années 1950 avec un atelier de près de 50 personnes. Cette équipe essaie de consacrer 50 % de son temps à la R et D autour de 4 axes : mix-réalité, objets connectés, « tracking » ou pistage et création de contenus en temps réel.

En parallèle, diverses initiatives permettent de faire éclore des pistes de création, outils et dispositifs hors de projets de création, donc indépendamment des commandes : il y a à la fois une base de données que gère le Labo et des temps forts dans l'année pendant lesquels des recherches se mettent en branle; l'un est nommé « camping », les autres sont des workshops dont la forme, la durée et le développement varient à chaque édition. Sur le site internet de Moment Factory, une section présente au grand public certaines des recherches effectuées par le Labo autour de quatre catégories (contenu/interactif/système/scénographie) et de 46 thématiques (particules/laser/glitch/projection/DEL/tactile...). Une visite de ces pages donne le ton des recherches effectuées sur les systèmes, les rendus, les scénographies : on plonge vraiment dans l'atelier, dans les arcanes de recherches qui trouveront une destination ultérieure. La base de données gérée par le Labo correspond à une sorte de stock; c'est d'ailleurs le nom d'une rubrique sur le réseau interne de Moment Factory, où chacun peut déposer une piste, un rendu de matière, l'organigramme d'un langage de programmation, etc. Véritables matériaux qui pourront être ensuite utilisés par chacun. Ainsi, une capsule vidéo réalisée lors d'une séance de filmage en macro d'une bulle de savon ou d'un mélange de matières (lait, peinture acrylique) va être utilisée par un créateur pour tester un rendu 3D sur lequel il travaille. Cette ressource qui fait office d'archive de recherche (en conservant une trace précieuse d'explorations éphémères ou d'intuitions) permet aussi aux 250 collaborateurs d'avoir en interne et visuellement une connaissance de ce sur quoi avance chacun. De nombreuses coïncidences se révèlent, provoquant des échanges de manière verticale, donc bien plus efficacement que si cela devait passer par la voie des rencontres et bilans de travail. Grande efficacité d'échange des informations de la ruche ! Pour Léa

Behr, « le Labo permet de connecter les gens et de faire circuler l'info en temps réel ». Il agit comme « un générateur d'inspiration, qui fait circuler la créativité et permet de réaliser mieux la potentialité de talents⁵ ».

Il n'y a donc pas juste une posture humaniste, mais bien une manière de travailler participative, transversale, qui relie toute une communauté d'individus autour d'un projet. Cela est fréquent dans la création multimédia, mais dans une efficacité qui, ici, est l'une des recettes du succès des projets de Moment Factory. Ruche d'un nouveau genre, car la reine, ici, est invisible ou plutôt elle est faite de l'ensemble de tous les collaborateurs; ce qui correspond à la réalité des abeilles, la reine étant en fait une ouvrière que l'on a nourrie de gelée royale, mais bien une ouvrière au départ ! Dans cette ruche d'un nouveau genre, la gelée royale est remplacée ici par le feu digital !

Ludovic Fouquet

Ludovic Fouquet vit à Québec, il est artiste visuel et metteur en scène. Avec la compagnie Songes mécaniques (Blois), il crée des spectacles multimédias, des performances d'images et installations qui interrogent le rapport d'un corps à une image. Membre du centre Engramme et de la Cité des Arts (Paris), il développe une pratique de sérigraphie croisant transparence, traces et effacement. À l'École des arts visuels de Québec ou dans diverses universités, il dirige des ateliers vidéoscéniques. Il a publié récemment un manuel pratique sur la vidéoscénique, co-écrit avec Robert Faguy : *Face à l'image. Exercices, explorations et expériences vidéoscéniques*, L'Instant Même, Québec, 2016.

1 <https://momentfactory.com/accueil>.

2 <https://momentfactory.com/projets/tous/tous/nova-lumina>.

3 *Mégaphone* résultait d'une invitation de l'Office national du film du Canada et du Quartier des spectacles de Montréal. Montage vidéo du projet visible sur <https://momentfactory.com/projets/destinations/public-spaces/megaphone>.

4 Entretien réalisé avec Dominique Audet lors de ma visite des studios. Inédit.

5 Entretien réalisé avec Léa Behr lors de ma visite des studios. Inédit.