

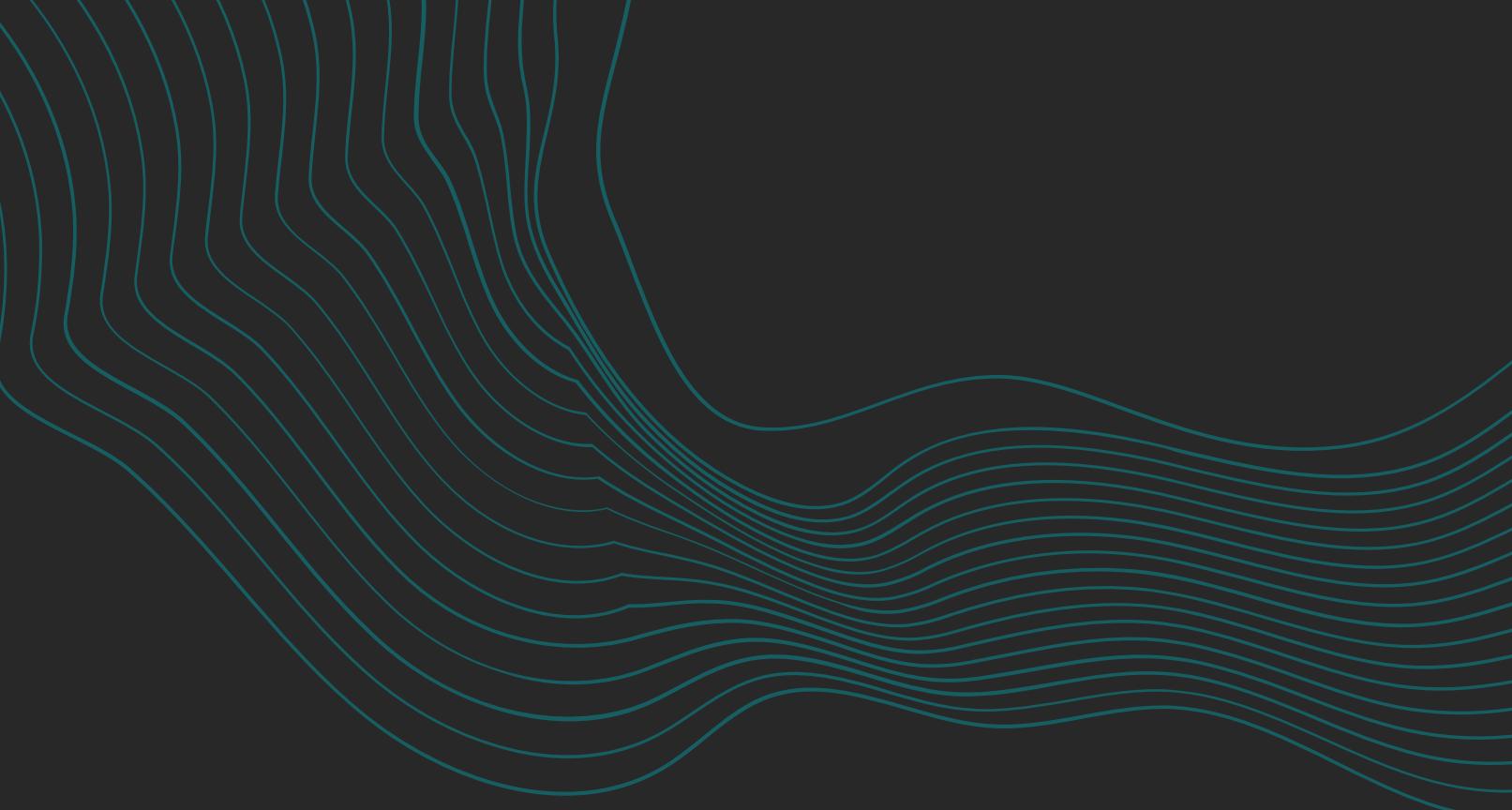


INDUSTRIE DE L'ANIMATION GRAPHIQUE ET WEB

Jour 2

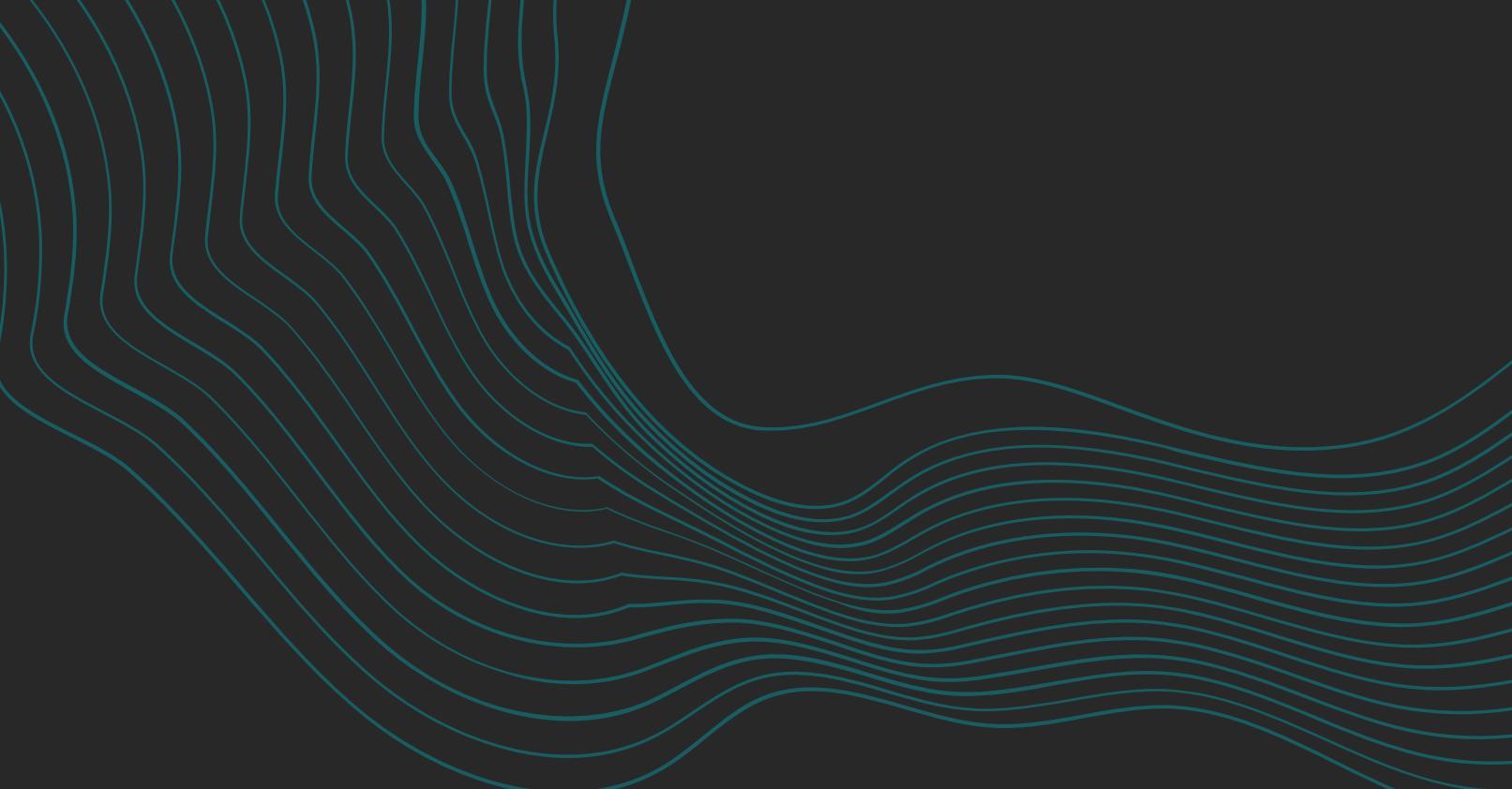
Résumé de la présentation

1. Définitions
2. Portrait de l'industrie
3. Impacts de la covid
4. Tendances
5. Types d'entreprises
6. Répertoire d'entreprises
7. Exercice raccourcis
8. One drive et Updates
9. Repères
10. Temps pour GitHub et Curation



L'animation graphique (Motion design)

Le motion design, aussi appelé animation graphique est une forme d'art visuel consistant à créer des œuvres animées ; il implique d'utiliser le mouvement comme principal outil graphique et artistique.



L'animation web

Oeuvre en mouvement utilisées sur les sites internet. Elles permettent à l'utilisateur de recevoir une rétroaction, d'afficher l'état du système, d'attirer l'attention ou encore de donner un sens aux actions.

Domaines

Est-ce qu'on œuvre seulement en animation graphique? Dans quels autres domaines sommes-nous présents?

Domaines

Arts

Design

Nouvelles technologies

Informatique

Éducation

Culture

Média

Communication

Publicité

Commerce

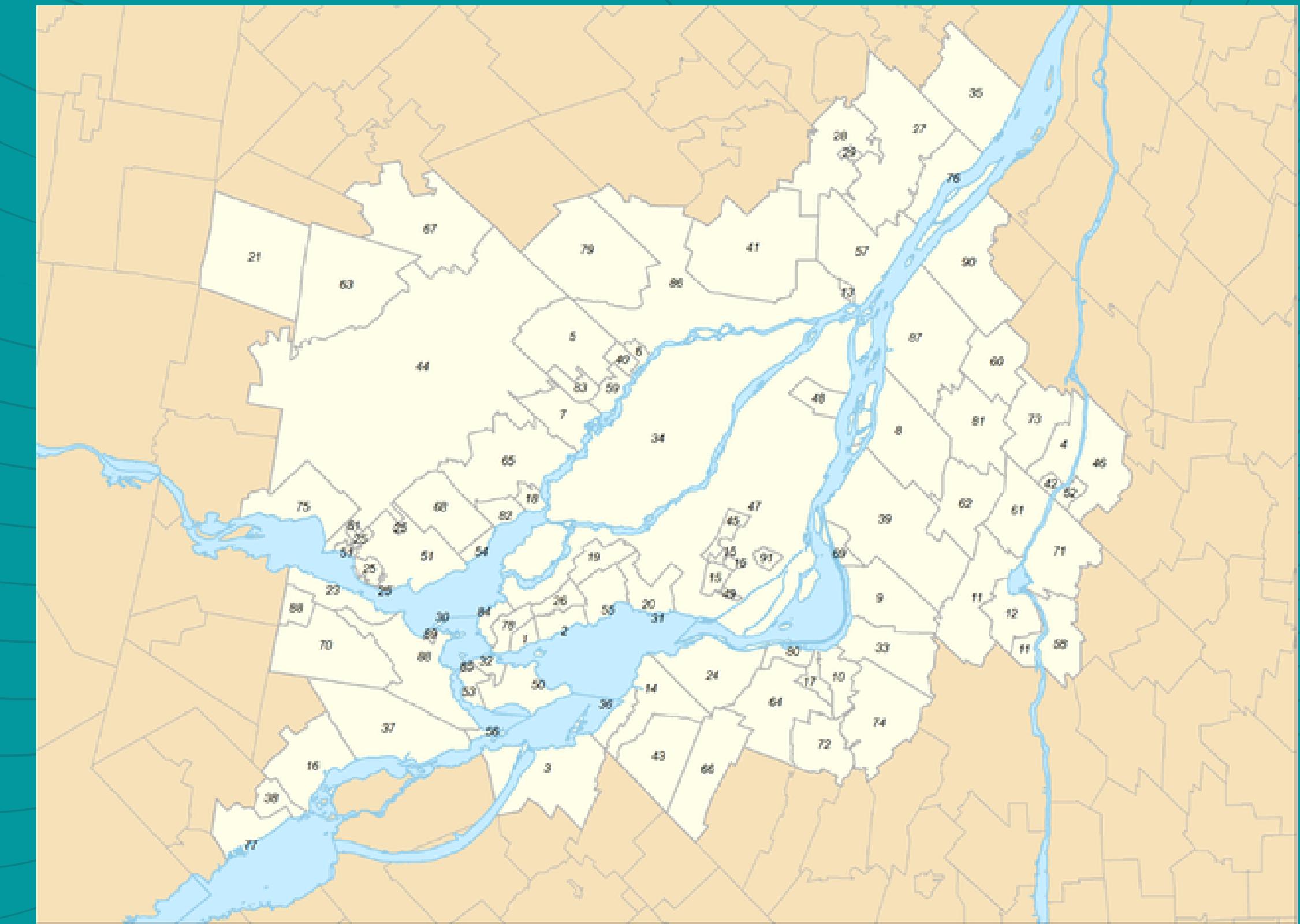
Santé

Politique

Portrait de l'industrie

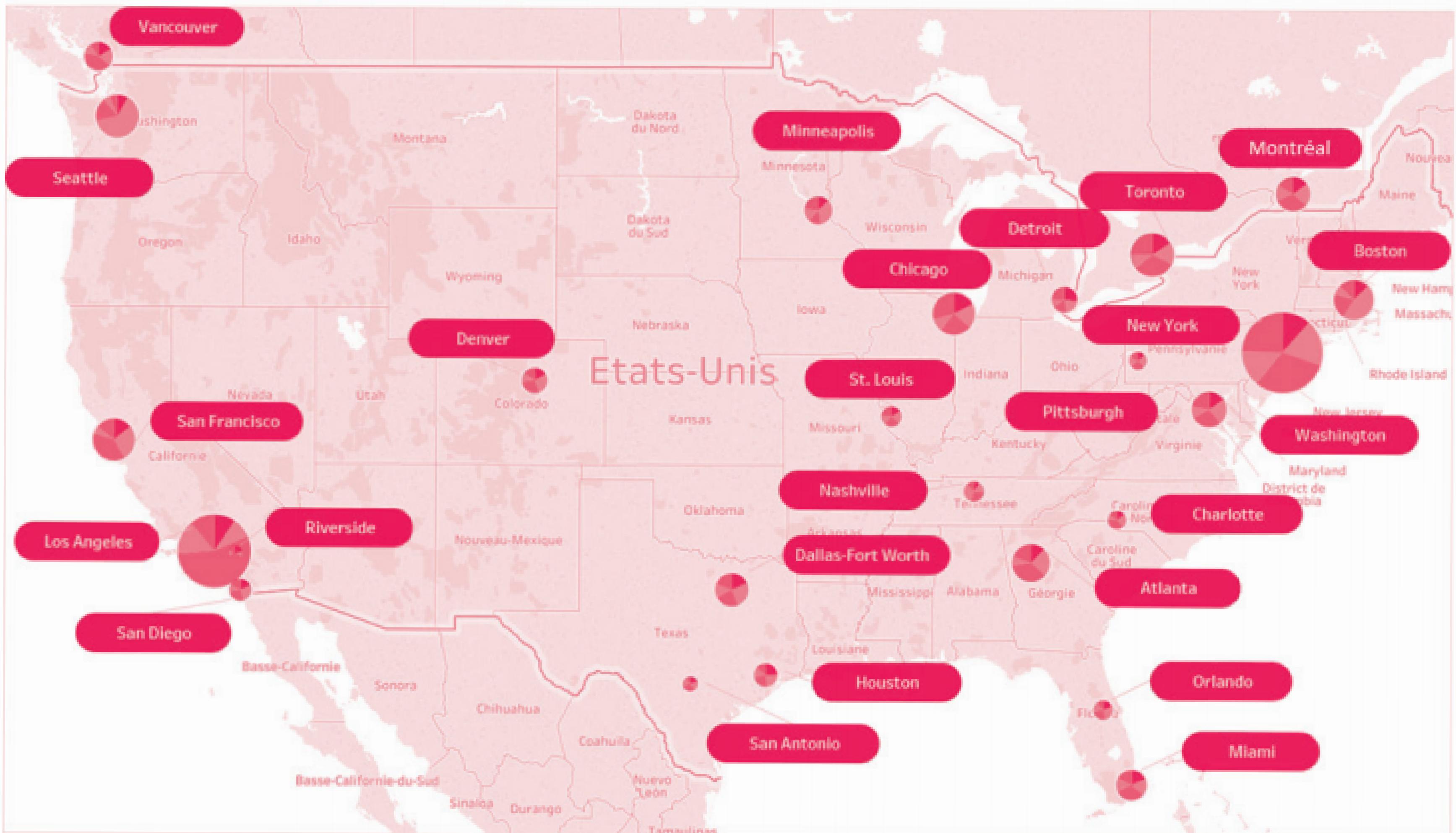
Xn Québec

Étude RMR de Montréal



https://fr.wikipedia.org/wiki/Region_métropolitaine_de_Montréal

Taille des Industries créatives (en emplois absolus)



Map based on Longitude (generated) and Latitude (generated). Color shows details about Industry. Size shows sum of Sub-sector. Details are shown for Country, City and State.

Emploi dans les industries créatives de la RMR de Montréal

(en milliers d'emplois et % des travailleurs autonomes; 2017)

Secteur	Emplois (en milliers)	Part de l'emploi dans les industries créatives (%)	Part des travailleurs autonomes (%)*
Architecture et design	14,0	13,8 %	37,2 %
Arts	23,5	23,2 %	50,7 %
Multimédia (logiciels et jeux vidéo)**	17,3	17,1 %	n.d.
Médias	28,2	27,9 %	16,7 %
Communication créative (publicité)	18,2	18,0 %	24,4 %
Total - Industries créatives	101,2	100 %	27,7 %
Total - Toutes les industries	2145,8		12,2 %

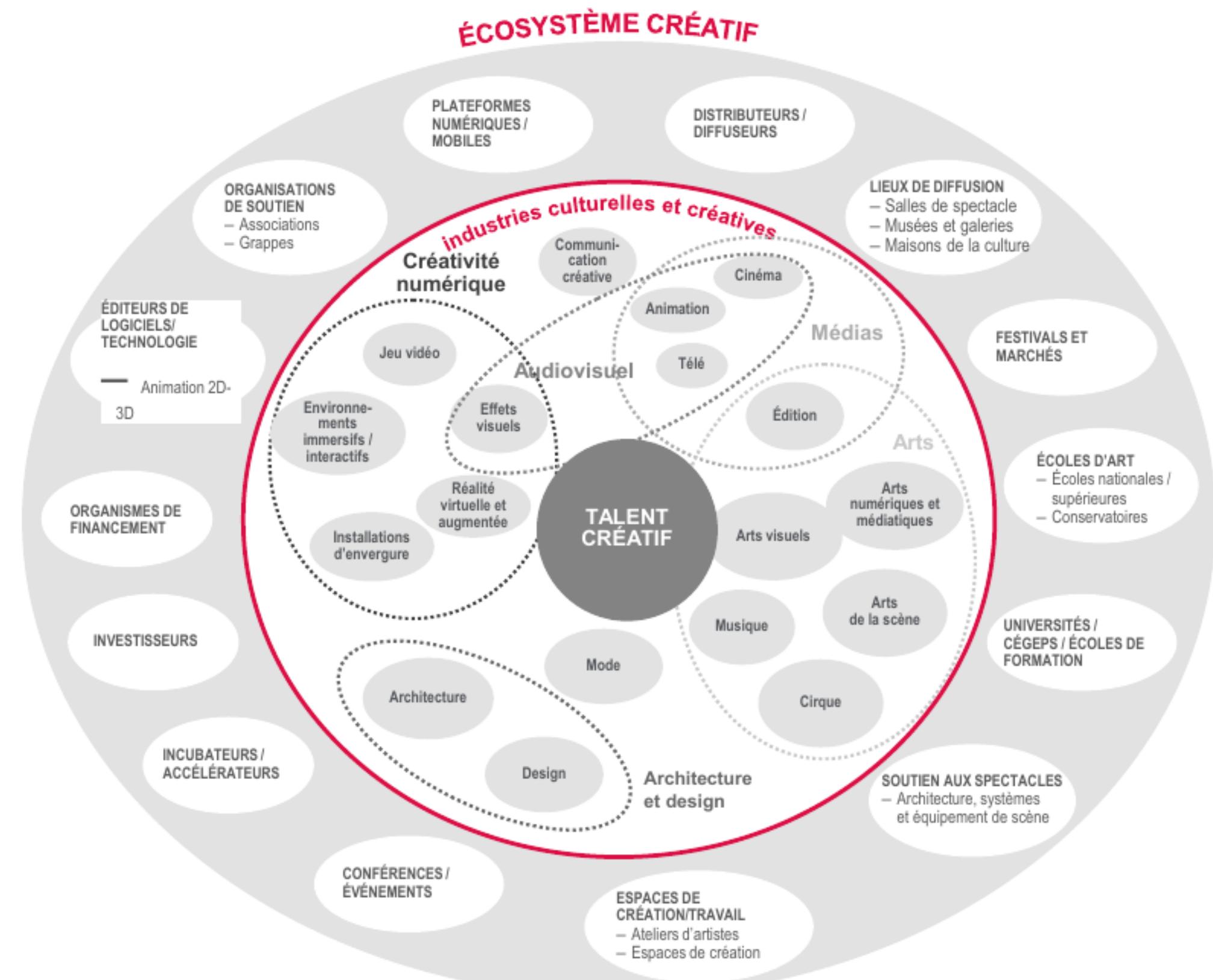
Sources : Statistique Canada (Enquête sur la population active 2017 et Recensement 2016), TECHNOCompétences, Analyse KPMG
 Notes : L'emploi inclut tant les travailleurs à temps plein qu'à temps partiel, ainsi que les travailleurs autonomes.

* Ces statistiques couvrent l'année 2016.

** Les emplois liés aux jeux vidéo sont estimés à partir de données de TECHNOCompétences.

IMPORTANCE STRATÉGIQUE DU SECTEUR POUR L'ÉCONOMIE DE LA MÉTROPOLE

Un écosystème qui gravite autour du talent créatif



Universités, cégeps et écoles

Associations et regroupements professionnels

- Alliancenumérique
- Guilde de développeurs jeux vidéo indépendants
- XN Québec
- Bureau du cinéma et de la télévision du Québec
- Pixelles

Incubateurs et entrepreneurship

- La Piscine
- Centre d'entreprises et d'innovation de Montréal (CEIM)
- Inno-centre
- Co LABO

Comités sectoriels de main-d'œuvre et mutuelle de formations

- TechnoCompétences

Créativité numérique

Réalité virtuelle et augmentée

- Félix et Paul
- DPT Turbulent
- VRTracker
- 44screens
- Casa-rar
- Etc.

Environnements immersifs et interactifs

- MomentFactory
- Lune Rouge
- 4U2C
- Float4
- Lucion
- Lemieux Pilon 4DART
- Etc.

Animation et effets visuels

- Rodeo FX
- Atomic Fiction
- Hybride
- Alchemy 24
- Digital Dumention
- Etc.

Jeux vidéo

- Behaviour
- Budge Studio
- Red Barrels
- Compulsion Games
- Ludia
- Ubisoft
- Etc.

Événements et vitrines

- Printemps numérique
- HUB Montréal
- Sommet international du jeu de Montréal (MIGS)
- Effects Montréal
- MontréalJoue
- Marché de la réalité virtuelle
- Expo et arcade de jeux de Montréal (MEGA)

Laboratoires, centres et chaires de recherche universitaire

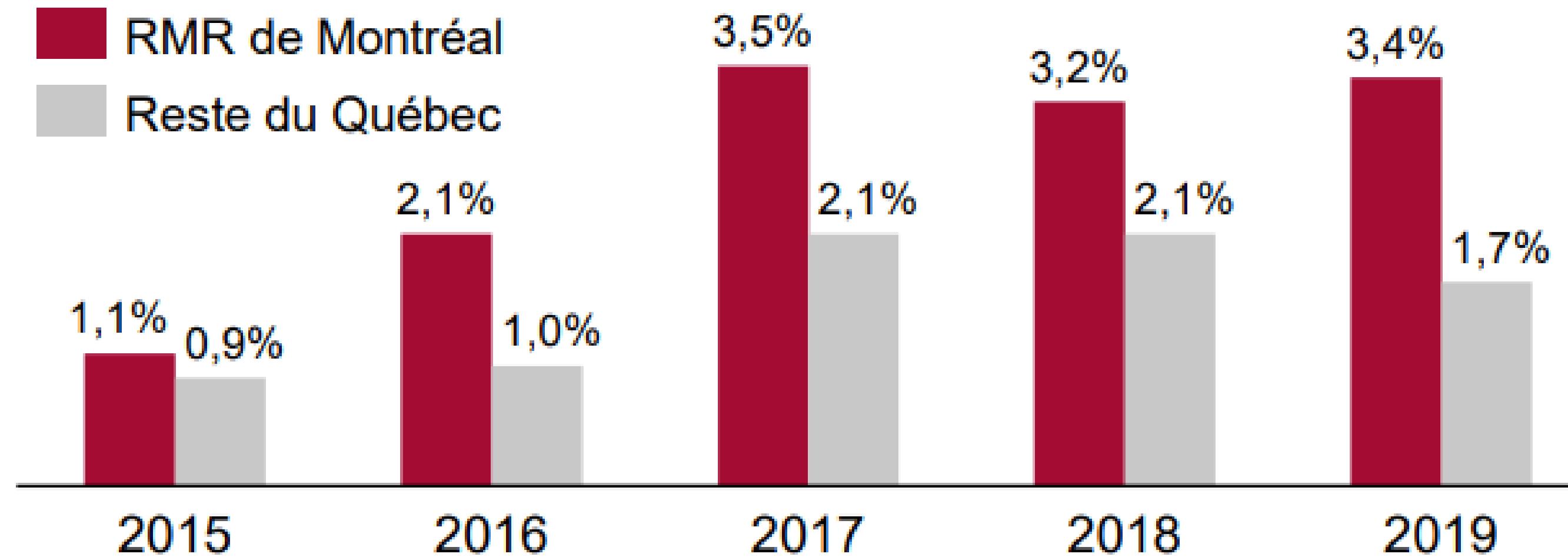
- Hexagram
- Centre de design et Galerie de l'UQAM

Autres collaborateurs et centres de diffusion

- ONF
- SAT
- Centre PHI
- GamePlay Space
- Quartier des spectacles

Portrait pré covid

Taux de croissance annuel du PIB réel, RMR de Montréal et reste du Québec 2015 à 2019, en %

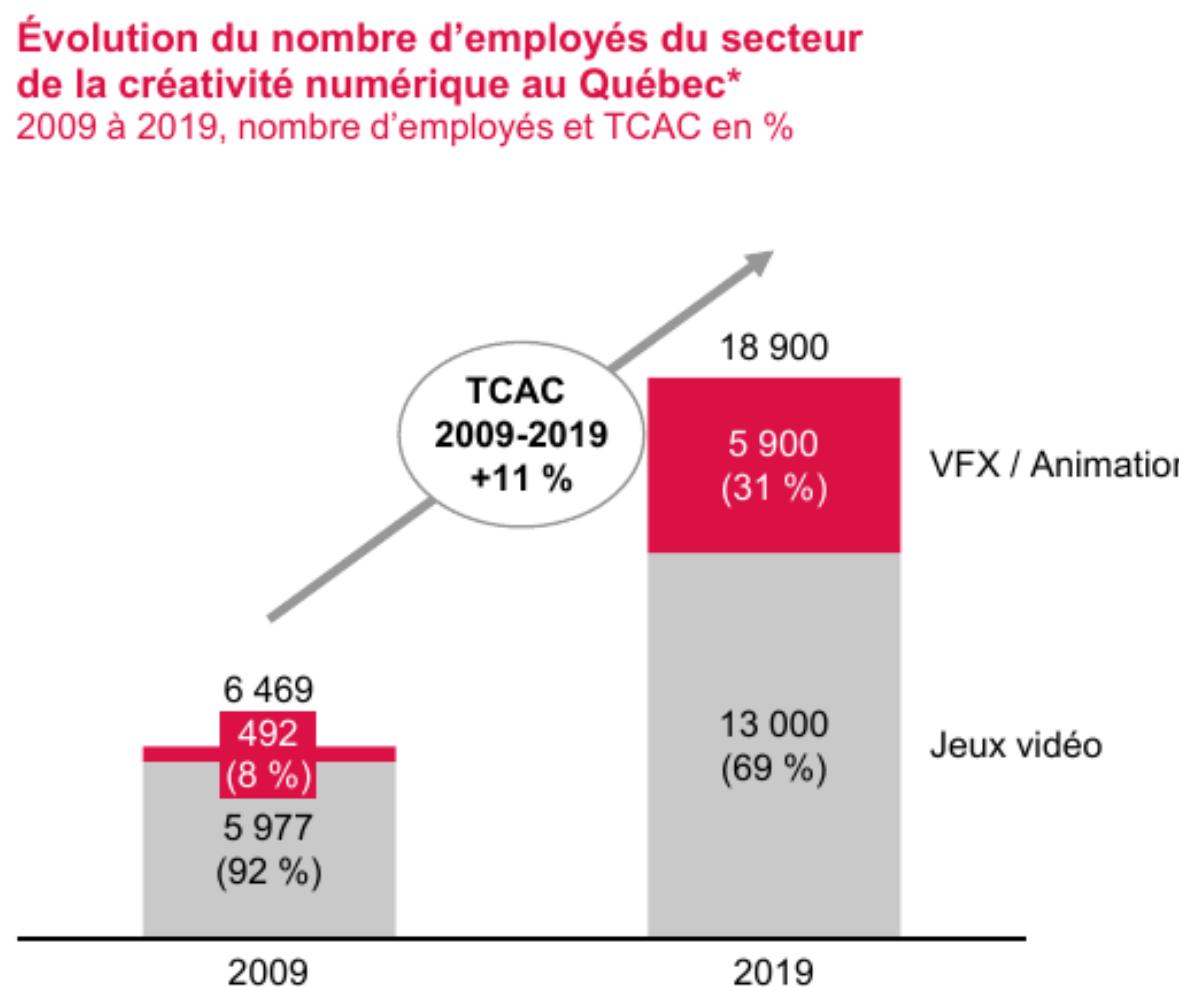


Source : Conference Board du Canada; Analyse KPMG.

La créativité numérique : un sous-secteur en pleine expansion

Le secteur de la créativité numérique a connu une croissance de plus de 10 % par année sur 10 ans au Québec, alors que la majeure partie des activités liées à ce secteur se déroule à Montréal.

- Le Grand Montréal se démarque comme plaque tournante du secteur de la créativité numérique au Québec.
- On retrouve ainsi dans le Grand Montréal 72 % des entreprises du secteur et 91 % des emplois, puisque plusieurs grands studios sont situés dans la métropole (notamment Ubisoft, Technicolor, Moment Factory, Eidos, Behaviour, Rodeo FX, Framestore, etc.).
- Montréal se distingue par le foisonnement d'artistes en art numérique et de centres d'artistes indépendants qui sont un **terreau fertile en RD**.
- Le secteur des expériences numériques est encore émergent, mais peut compter sur des chefs de file comme Moment Factory, Félix & Paul et Triotech. On estime qu'entre 1 500 et 1 700 travailleurs y étaient impliqués avant le début de la pandémie**.



Sources : XN Québec, BCTQ, TechnoCompétences, 2016; ESAC, 2019.

*Excluant les données des emplois des expériences numériques, car les données ne proviennent pas d'un recensement officiel

** Comme cette donnée ne provient pas d'un recensement officiel, elle est présentée séparément du total



JEUX VIDÉO

- 1^{er} pôle au Canada en termes de professionnels du domaine des jeux vidéo.
- Montréal a la plus grande concentration de filières internationales au monde, dont Ubisoft, le plus grand studio de jeux vidéo au monde.
- Établie à Montréal, Behaviour est l'un des plus importants développeurs indépendants au Canada.



EXPÉRIENCES NUMÉRIQUES

- Bien qu'il n'y ait pas de données publiées spécifiques à ce sous-secteur, les experts confirment que le Québec fait figure de **leader au Canada**.
- Des dizaines d'entreprises et d'artistes se démarquent par leur créativité et la maîtrise des technologies de pointe pour créer des environnements et des expériences virtuels, interactifs et immersifs.



EFFETS VISUELS / ANIMATION

- 1^{er} pôle au Canada en effets visuels et 2^e pôle en importance pour le secteur de l'animation.
- Le Grand Montréal compte plusieurs joueurs majeurs dont Technicolor (MPC, Mr.X, Mikros), Framestore, Reel FX, qui participent au rayonnement du talent québécois.

La pandémie et ses impacts

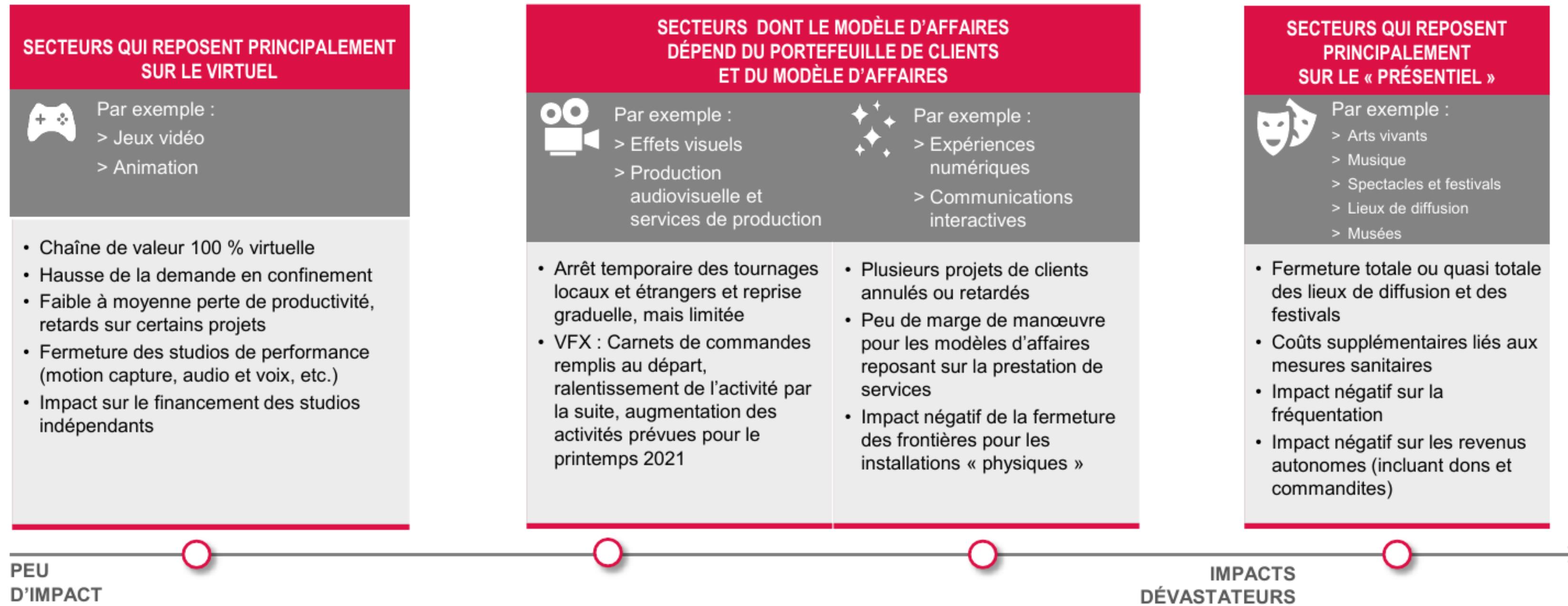
Qu'est-ce que ça a changé pour le domaine?



Questions

Des impacts qui varient en fonction des secteurs d'activité et des modèles d'affaires

Bien que plusieurs facteurs expliquent la grande variabilité dans l'ampleur et la durée des impacts de la pandémie sur divers sous-secteurs, l'importance de la composante « virtuelle » dans la chaîne de valeur influence significativement l'envergure des impacts.



Le secteur artistique fragilisé au-delà de la crise



POUR LE CŒUR CRÉATIF

- Appauvrissement des artistes et exode des artistes les plus talentueux vers des géographies moins touchées par la crise sanitaire
- Démobilisation des travailleurs culturels qui seront obligés de se convertir à de nouveaux métiers pour survivre, et perte d'expertise de pointe
- Abandon de carrière des plus jeunes artistes, et donc mise en danger du pipeline de la relève, et fragilisation conséquente du réseau d'enseignement des arts (conservatoires, universités, etc.)
- Risque d'exode des artistes vers les régions hors du Grand Montréal, notamment ceux en art visuel qui ont besoin d'ateliers
- Exposition à des risques d'épuisement professionnel



POUR LE PUBLIC

- Risque de perte de confiance sur le plan de la sécurité sanitaire pour une partie de la clientèle, même après la crise
- Changement des habitudes de consommation sur le long terme



POUR LES ORGANISMES DU MILIEU

- Perte définitive d'une partie du public fidélisé à grand effort par nos institutions depuis plusieurs années
- Rupture des efforts pour développer le jeune public
- Déficits accumulés qui mettront en péril la pérennité de plusieurs institutions puisqu'ils enclencheront un cercle vicieux, soit une réduction de la qualité de l'offre, qui se traduira par une réduction de plusieurs sources de revenus (billetterie, commandites, dons et subventions)
- Fragilisation de l'important réseau de bénévoles dans certaines organisations (par exemple, les musées)



POUR L'ÉCOSYSTÈME

- Perte du leadership des grandes institutions, qui aura un effet d'entraînement amplifié pour les plus petits joueurs
- Recul du support financier des mécènes et des philanthropes pour les artistes et les organismes
- Rupture des liens avec les partenaires économiques (tourisme, par exemple)
- Impact sur l'attractivité de la métropole



POUR LE RAYONNEMENT

- Risque majeur d'être marginalisé dans les réseaux internationaux, tant en termes d'accueil des artistes étrangers que pour les tournées et le rayonnement général de la culture québécoise



POUR LES PARTENAIRES

- Rupture des réseaux constitués avec beaucoup d'efforts, notamment avec le milieu de l'éducation

Tendances

Connaissez-vous des tendances du domaine?



Questions

Des industries qui participent au rayonnement de Montréal à l'international

Les secteurs de l'audiovisuel et de la créativité numérique se distinguent par leur originalité et leur audace et participent très activement au « buzz » autour du nom de Montréal partout dans le monde

- Les créateurs et les artistes montréalais sont reconnus mondialement dans le cinéma, l'animation, le documentaire et les installations et expériences interactives et immersives.
- Par leur rayonnement international, les grands projets créatifs agissent comme une vitrine du savoir-faire montréalais.
- La vitrine commerciale « *This is Québec* » présentée à Shanghai en 2018 et à Tokyo en 2019 a rassemblé à chaque occasion une trentaine de studios en expériences immersives et interactives.



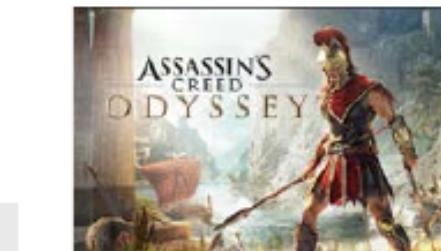
Felix & Paul Studios and TIME Studios Debut Episode One of Space Explorers: The ISS Experience, the Largest Production Ever Filmed in Space

Certains sous-secteurs sont très actifs sur les marchés étrangers, notamment celui du jeu vidéo

- Pour le jeu vidéo, on estime que 76 % des revenus proviennent de clients hors Canada.
- Plusieurs développeurs montréalais connaissent un fort succès à l'international.



Un studio indépendant montréalais qui a connu un fort succès international avec son jeu *Outlast*



Produit par Ubisoft dans les studios de Montréal



Jeu sur mobile produit par Behaviour qui a rejoint plus de 200 millions de joueurs à travers le monde

Plusieurs organisations montréalaises du domaine artistique connaissent un grand rayonnement international de par les tournées, les co-créations et les co-diffusions internationales



Marie Chouinard nommée directrice de la danse à la Biennale de Venise

Antigone représentera le Canada pour l'Oscar du meilleur film international

Radio-Canada

Dany Laferrière élu à l'Académie française

LE MAC ANNONCE LA TOURNÉE INTERNATIONALE DE L'EXPOSITION LEONARD COHEN : UNE BRÈCHE EN TOUTE CHOSE / A CRACK IN EVERYTHING

Oscar des meilleurs effets visuels: le studio montréalais Framestore récompensé

Les enjeux de développement « pré-COVID » du secteur montréalais des industries culturelles et créatives



PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET VALORISATION. Si Montréal se distingue par son talent créatif, ses créateurs et entrepreneurs manquent de ressources et d'expertise pour protéger, commercialiser et conserver la propriété intellectuelle et en tirer davantage de valeur.



FINANCEMENT. La prépondérance d'actifs intangibles et une compréhension inadéquate des modèles économiques des entreprises créatives, notamment dans le secteur numérique, limitent l'implication de plusieurs investisseurs et prêteurs traditionnels (grandes banques, fonds d'investissement, etc.), ce qui freine le développement du secteur.



RÉTENTION ET ATTRACTION DE MAIN-D'ŒUVRE QUALIFIÉE. Les défis d'attraction, de recrutement et de rétention de la main-d'œuvre, surtout pour les postes supérieurs, constituent un frein au développement de plusieurs sous-secteurs des industries culturelles et créatives. Noptamment, la complexité d'embauche de travailleurs étrangers (TETQ) est un frein à la croissance dans de nombreux domaines du numérique.



FRAGILITÉ DU CŒUR CRÉATIF. Le cœur créatif, soit les artistes, auteurs, interprètes et artisans (dont plusieurs sont des travailleurs autonomes ou pigistes), est particulièrement vulnérable puisqu'il dispose de revenus annuels bien en-deçà de la moyenne et que les filets sociaux établis ne se prêtent pas à leur situation.



CONCURRENCE DES GAFAM. La croissance et la préservation des parts de marché au Québec et au Canada représentent un défi majeur dans certains domaines (musique, édition, audiovisuel, etc.) face aux géants du Web qui occupent de plus en plus d'espace sur les marchés locaux. De plus, les modèles d'affaires des GAFAM ne génèrent pas un partage de revenus suffisant pour permettre aux autres joueurs de survivre ou de croître. Cela suscite d'importantes questions d'équité avec les entreprises locales et de rémunération des ayants-droits.



STRUCTURE INDUSTRIELLE ET MODÈLES D'AFFAIRES. La fragmentation de l'industrie observée dans de nombreux sous-secteurs représente un frein important à l'expansion des industries culturelles et créatives dans un contexte global. Par ailleurs, la grande diversité des modèles d'affaires des entreprises (marchés cibles, sources de revenus, etc.) complexifie la compréhension des enjeux et des pistes de solution pour l'avenir.



Et maintenant?

Certaines occasions d'affaires pour le secteur devraient être saisies



CRÉATION ET VALORISATION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE. La crise offre l'opportunité de migrer d'une économie de services vers une économie de propriétaires, ce qui signifie davantage de création de propriété intellectuelle originale afin d'être plus à l'abri de la situation financière de certains clients et ainsi générer plus de valeur pour les entrepreneurs d'ici.



ACCÉLÉRER LA TRANSITION NUMÉRIQUE. La grande diversité des sous-secteurs du secteur des industries culturelles et créatives révèle d'immenses écarts sur le plan de l'adoption de technologies et de la transition numérique. Pour certains, la pandémie représente une occasion de prendre le virage numérique et d'intégrer des technologies pour bonifier l'offre, pour fins de promotion et de commercialisation, ainsi que pour multiplier les plateformes de diffusion. Pour les domaines artistiques, les offres virtuelles et hybrides vont sans doute perdurer au-delà de la crise.



DIVERSIFICATION ET ADAPTATION DES SOURCES DE REVENUS. La crise actuelle a révélé que, règle générale, les entreprises et organisations ayant une plus grande diversification sur le plan géographique, de l'offre, des segments de clientèles, des sources de financement, des modes de distribution et de commercialisation ont réussi à mieux réagir aux impacts à court terme. Il s'agit donc d'un moment opportun pour faire évoluer les modèles d'affaires des entreprises et se doter de nouvelles compétences, ou encore d'explorer de nouveaux marchés et de développer de nouvelles collaborations.



CRÉATIVITÉ NUMÉRIQUE. Le contexte actuel représente une occasion idéale pour se pencher sur la consolidation du positionnement du sous-secteur de la créativité numérique afin qu'il devienne un fer de lance de la reprise. Il s'agit notamment d'identifier la meilleure option de structure de regroupement d'artistes et d'entreprises de ce domaine en forte croissance et à grande visibilité internationale et d'élaborer une stratégie concertée pour l'ensemble des acteurs de cet écosystème.



EXPÉRIMENTATION ET INNOVATION. Malgré le risque d'une demande locale affaiblie, on peut s'attendre à un appétit de la part de touristes internationaux envers des destinations culturelles de premier plan dès que la situation sanitaire permettra les déplacements. Le développement et la mise en marché d'une offre culturelle exceptionnelle pourrait constituer l'assise d'une stratégie d'attraction de touristes dès que les lieux de diffusion pourront rouvrir. D'ici là, l'expérimentation sur le plan de l'offre créative « COVID-friendly » revêt un potentiel important comme solution permettant de poursuivre un certain niveau d'activités, de conserver les liens avec le public et les consommateurs et de s'assurer de la capacité du milieu à répondre à la demande latente et future pour les produits culturels et créatifs.

Autres tendances



CONSOMMATION IMMATÉRIELLE ET EN DIFFÉRÉ

On consomme en ligne et quand on veut.



LES COMPAGNIES ÉTRANGÈRES DOMINENT LE MARCHÉ

YouTube et Netflix diffusent majoritairement du contenu d'ailleurs.



LE CONSOMMATEUR VEUT VIVRE UNE EXPÉRIENCE

Même dans des contextes comme la mode ou l'architecture.



ÉCONOMIE DE L'EXPÉRIENCE

De plus en plus d'offre immersive et interactive dans les spectacles.



ARRIVÉE DE LA VR ET DE LA AR

Arts de la scène, musique et films sont maintenant augmentés.

Inspiré de:

<https://www.ccmm.ca/fr/publications/etude/collaboration-art-affaires/industries-creatives--reussir-dans-un-environnement-en-mutation-rapide/>

Autres tendances



NUMÉRISATION DE PLUSIEURS SECTEURS

On passe du physique au virtuel.



TECHNOLOGIES OPEN SOURCE

Courant où on partage notre travail et qui permet la collaboration.

Types d'entreprises

Types entreprises

- Agences de publicités
- Studios de production (maison de production et d'édition)
- Grandes entreprises
- Milieu artistique :
 - Travail autonome
 - Organismes sans but lucratif
 - Organismes culturels et autres

Agence de publicité

Les agences de publicité conseillent et accompagnent leurs clients dans leur stratégie de communication. Ils font affaire avec des fournisseurs avec qui ils ont un sentiment de confiance (artistes, travailleurs autonomes, studios, entreprises du multimédia, selon les projets).

- Composées d'experts
- La grosseur des agences varie
- Équipes multidisciplinaires et créatives
- Bien payé-e lorsque permanence et poste créatif
- Réputation de certaines agences : travail précaire

Exemples

- Sid Lee
- Cossette
- Orange Tango
- Lg2

Studios de production

- Plus grand employeur
- Réalise le plus grand nombre de productions
- Plusieurs projets en même temps
- Multidisciplinaire : possibilité de participer à toutes les étapes de production (polyvalence et bonnes connaissances artistiques et techniques recherchées)
- Salaire moins avantageux que dans les grandes entreprises
- Longues heures de travail consacrées aux projets

Exemples

- Daily tous les jours
- Float4
- Lima Charlie
- Studio Ozone
- Hub studio
- Pixenses

Grandes entreprises

- Projets d'envergure: milieu qui génère les revenus les plus importants
- Travail moins multidisciplinaire
- Travail avec de grandes équipes
- Développe des compétences spécifiques au niveau artistique OU technique
- Rémunération plus intéressante qu'en PME avec possibilités d'avantages sociaux
- Possibilités d'avancement
- Travail souvent technique en début de carrière et exigeant plusieurs années d'expérience avant d'atteindre des postes plus créatifs d'avant-plan.

Exemples

- Moving Picture
- Framestore
- Ubisoft
- Moment Factory

Milieu artistique

- Contrôle sur toutes les étapes de production
- Liberté créative optimale, milieu enrichissant
- Constamment en recherche et développement (R&D)
- Très peu de financement: résidences, festivals, art public, 1%, galeries, salles de spectacle, conseil des arts, autofinancement...
- Milieu précaire et compétitif : beaucoup de créateur-trices, mais très peu d'élu-es (la majorité des artistes est salariée en parallèle)
- Exige beaucoup de temps

Milieu artistique - Travail autonome

- Contrôle sur toutes les étapes de production
- Une part de liberté créative et de gestion de son temps
- Pas de patrons, juste des client-es
- Responsable de tous les départements d'une entreprise (production, comptabilité, gestion, etc.)
- Doit être constamment en train de faire de la vente
- Milieu compétitif
- Pas d'avantages sociaux (souvent: statut précaire), donc exigence d'un salaire plus élevé
- Exige beaucoup de temps
- *Le travail autonome peut aussi être à l'extérieur du milieu artistique
(Exemple: programmation)

Exemples

- AATTOAA
- Pige Québec
- Nicolas Bernier

Milieu artistique - Organisme à but non lucratif

- Organisme qui n'a pas comme objectif de faire du profit.
- L'argent fait par l'organisme est réinvesti vers son but.
- Le but de l'organisme peut être de promouvoir les arts, de faire rayonner les artistes d'ici...

Exemples

- SAT
- Tohu

Milieu artistique - Organismes culturels et autres

- Hexagram
- Centre des sciences
- Universités
- Centre Phi
- Centre Oboro
- Agence TOPO
- Elektra

Table ronde

En petits groupes (3-4):
Quels types d'entreprise avez-vous déjà expérimenté? Est-ce qu'un type d'entreprise vous intéresse plus que les autres? Pourquoi?

Répertoire d'entreprises

Création d'un répertoire d'entreprises de l'industrie.

En équipe, choisir une des branches suivantes:

- Web
- Graphisme
- Motion Design
- Publicité



Recherche et ajout
au répertoire

Exercice des raccourcis

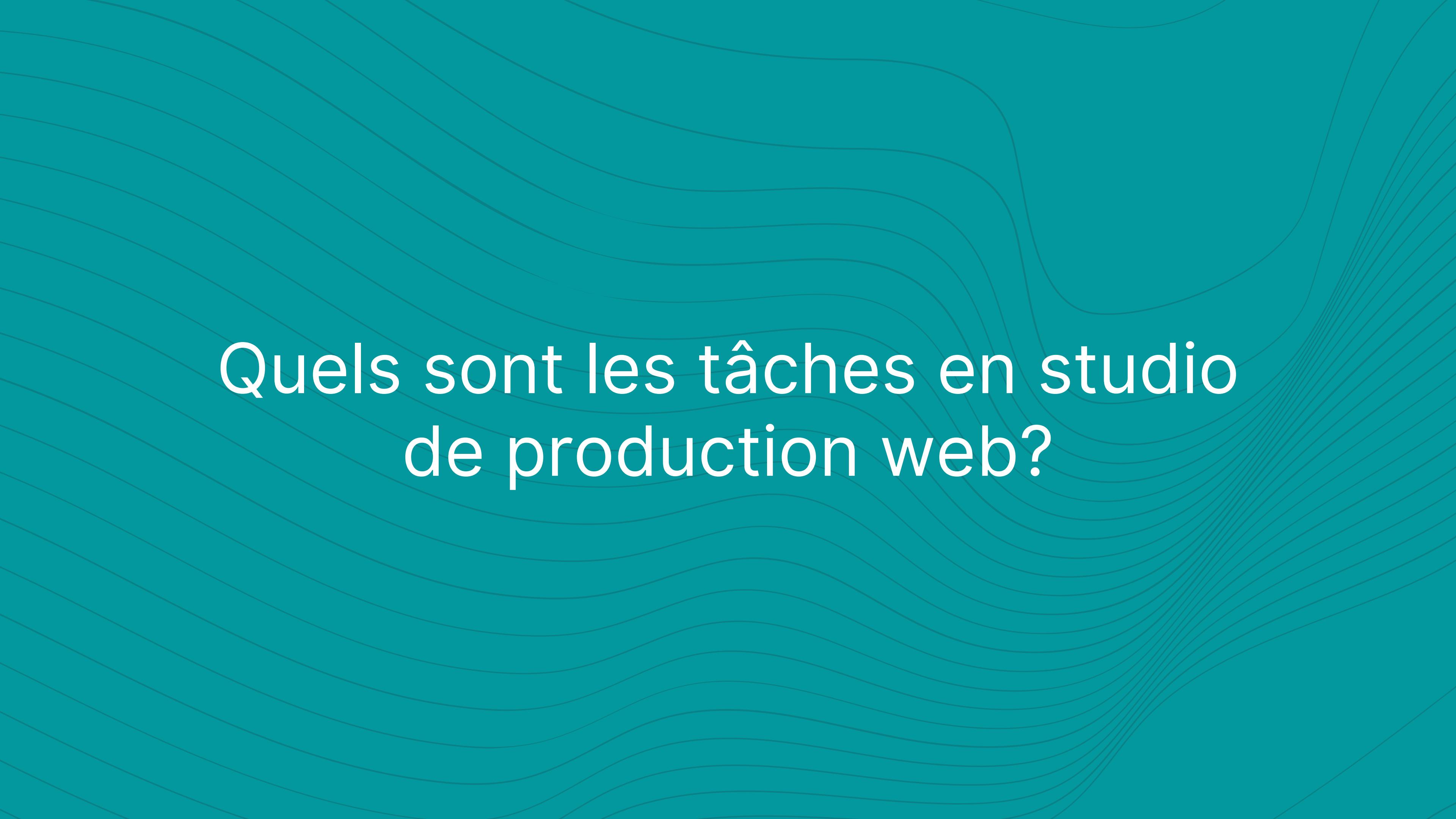
En équipes de 2:
Quels sont les raccourcis utiles sur un ordinateur?



Recherche et tests

One Drive
Update ordinateurs

Présentation de Repères

The background features a subtle, abstract design composed of numerous thin, light gray lines that curve and overlap, creating a sense of depth and motion.

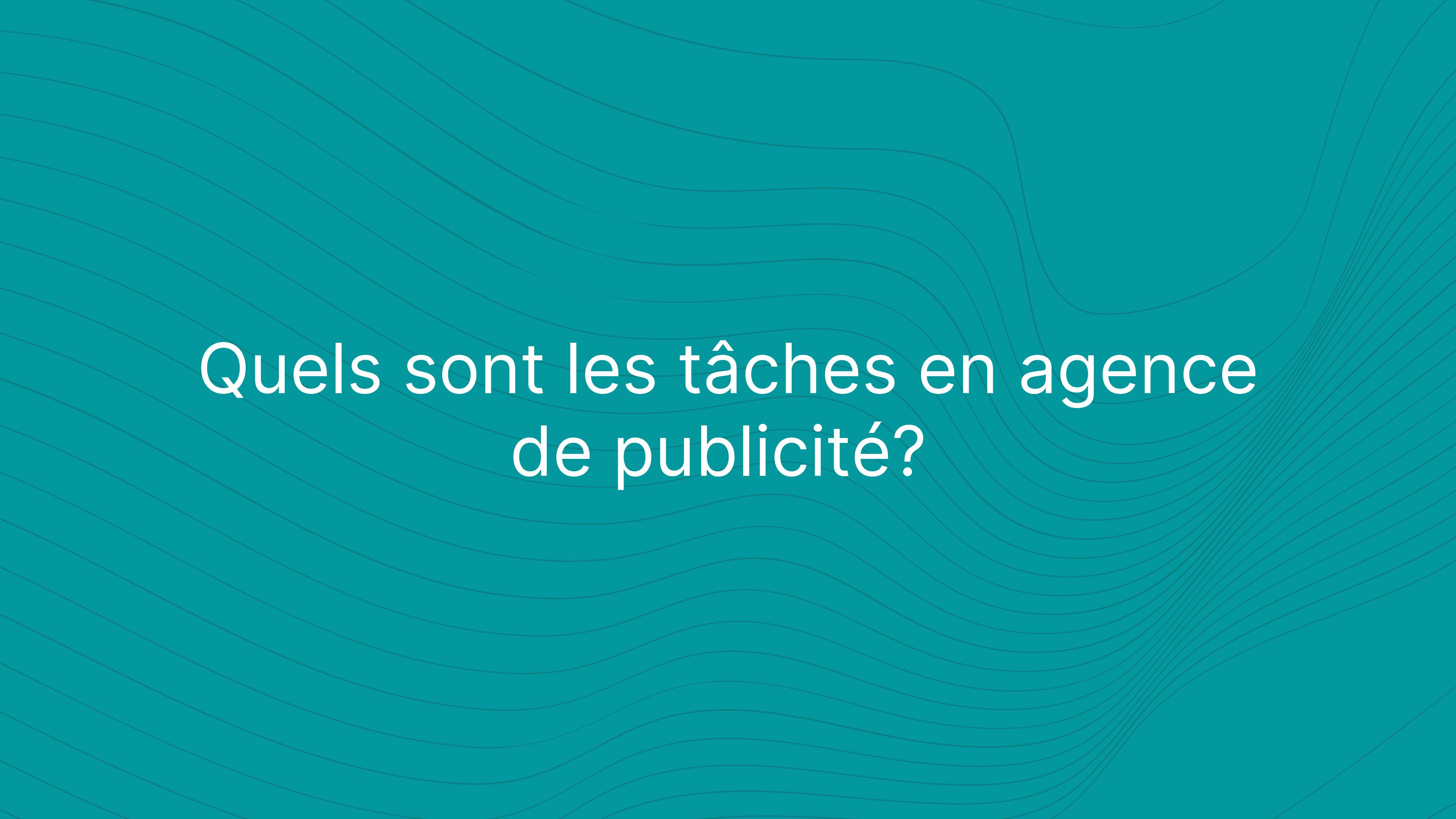
Quels sont les tâches en studio
de production web?

Web

- Conceptualisation
- Création de contenu
- Programmation
- Développement serveur et infrastructure
- Gestion de médias
- Mise en ligne

Les métiers en web

- Présentation SidLee

The background features a subtle, abstract design composed of numerous thin, light gray lines that create a sense of depth and motion, resembling ripples or waves.

Quels sont les tâches en agence de publicité?

Agence de publicité

- Conceptualisation
- Captation audio-visuelle
- Graphisme
- Animation 2D et 3D
- Réalisation
- Montage
- Mise en ligne (Web)
- Modération en ligne

Les métiers en agence

- Qui travaille en agence?

Produire un schéma qui illustre les métiers et les relations entre ceux-ci.

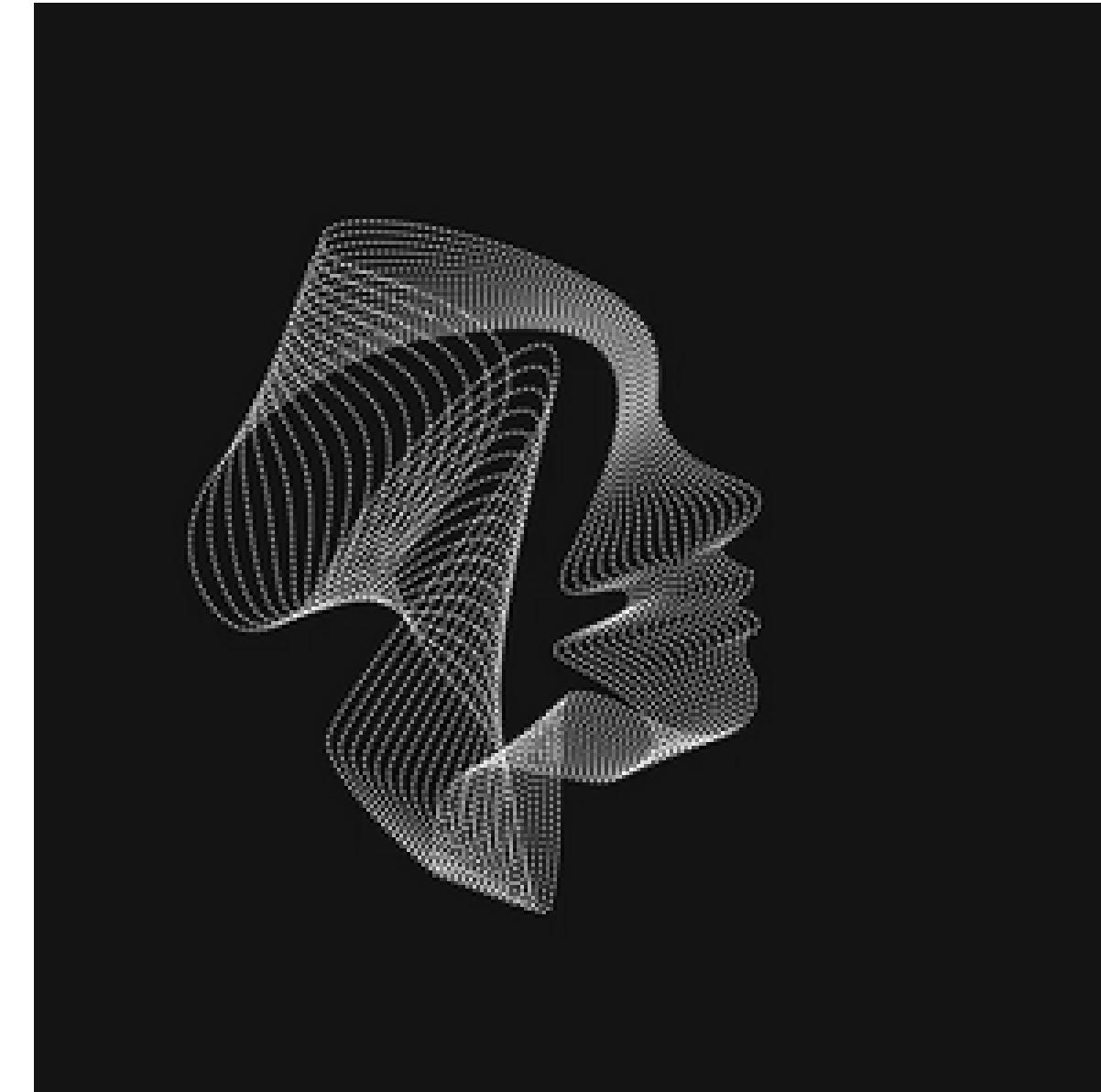
Tendances 2021-2022

Graphisme

Typographie expressive

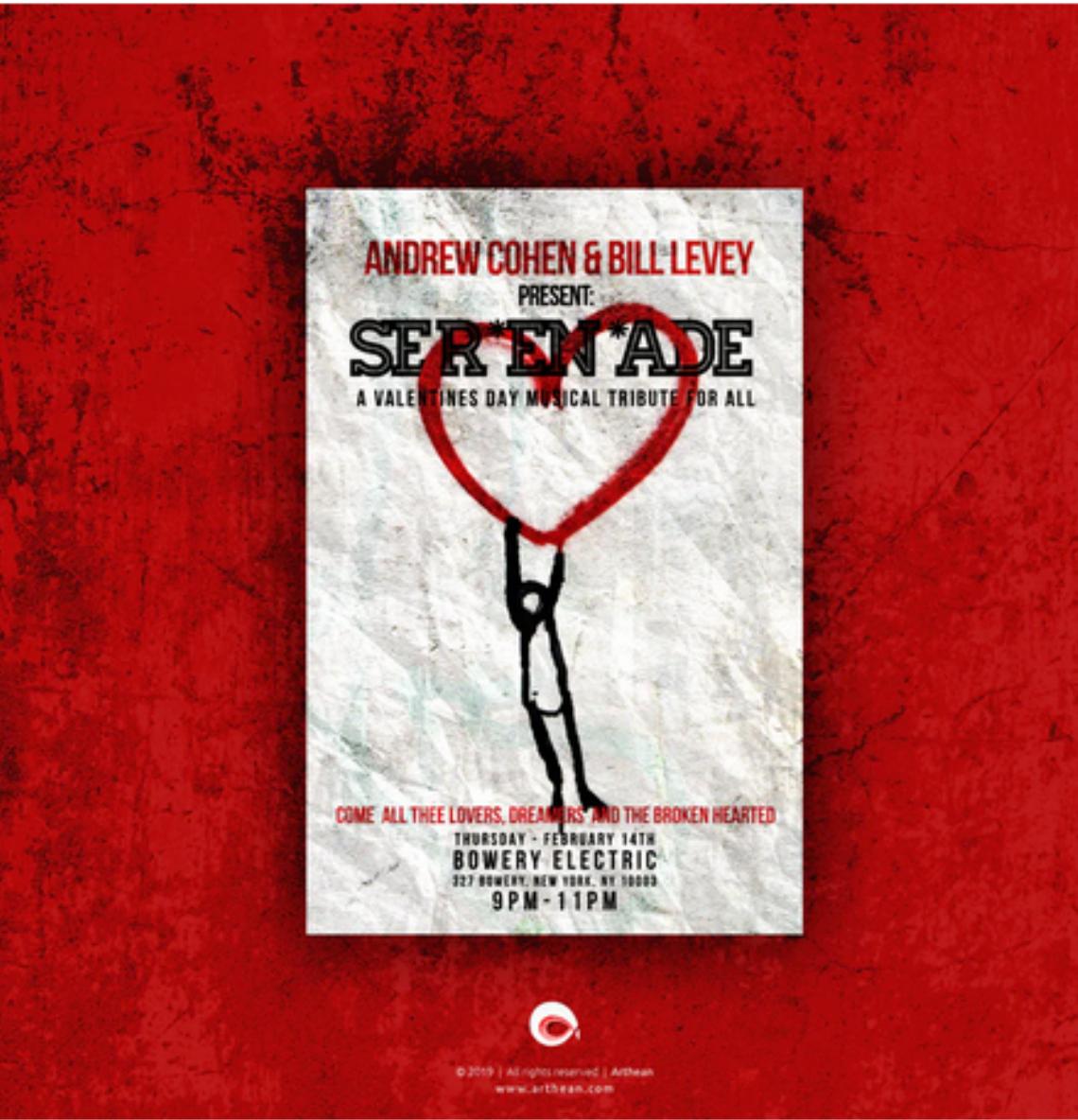


Motifs abstraits



<https://99designs.ca/blog/trends/graphic-design-trends/>

Grunge



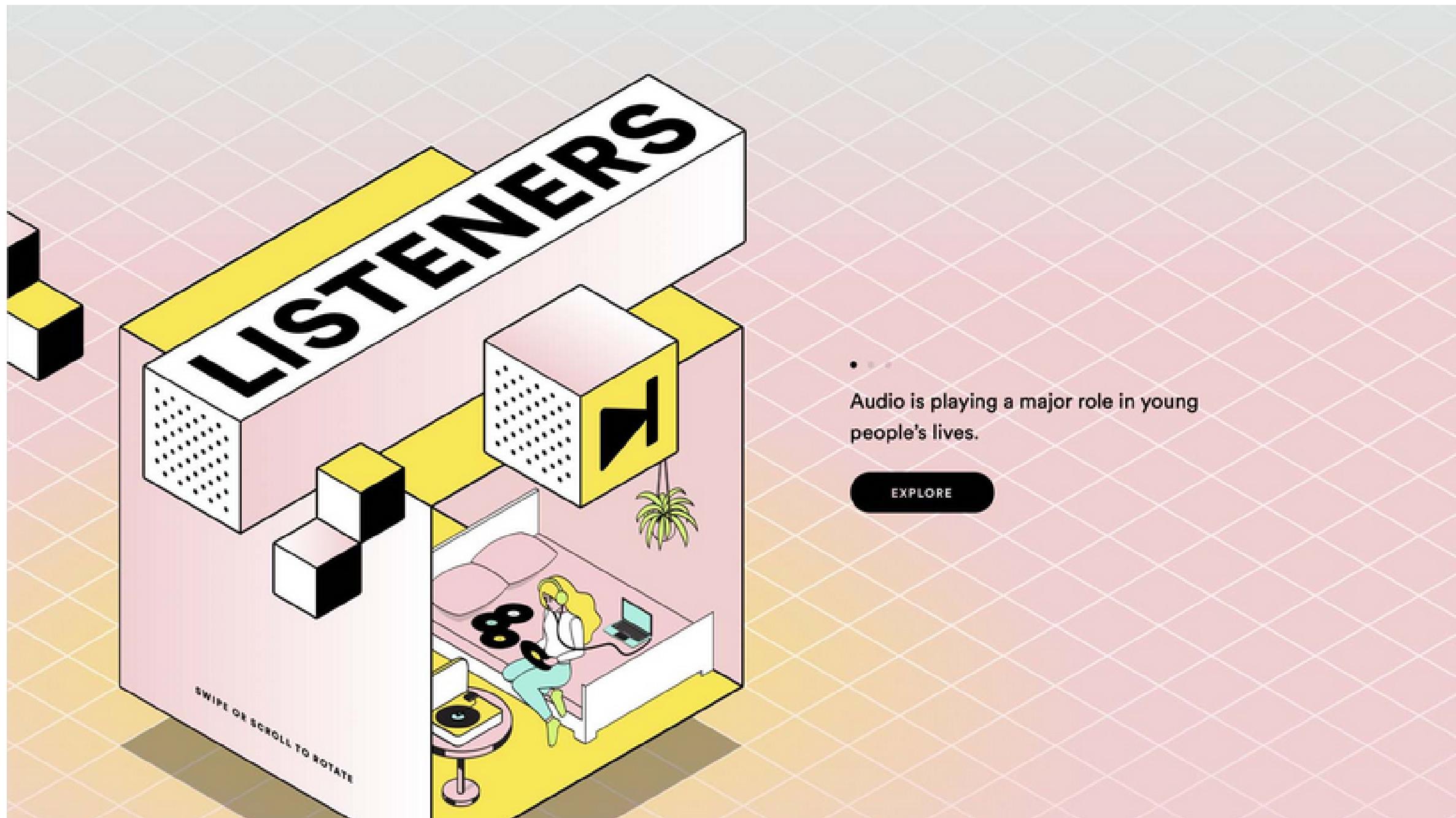
<https://99designs.ca/blog/trends/graphic-design-trends/>

Inclusion



<https://thedesignest.net/graphic-design-trends-2022/>

Années 90

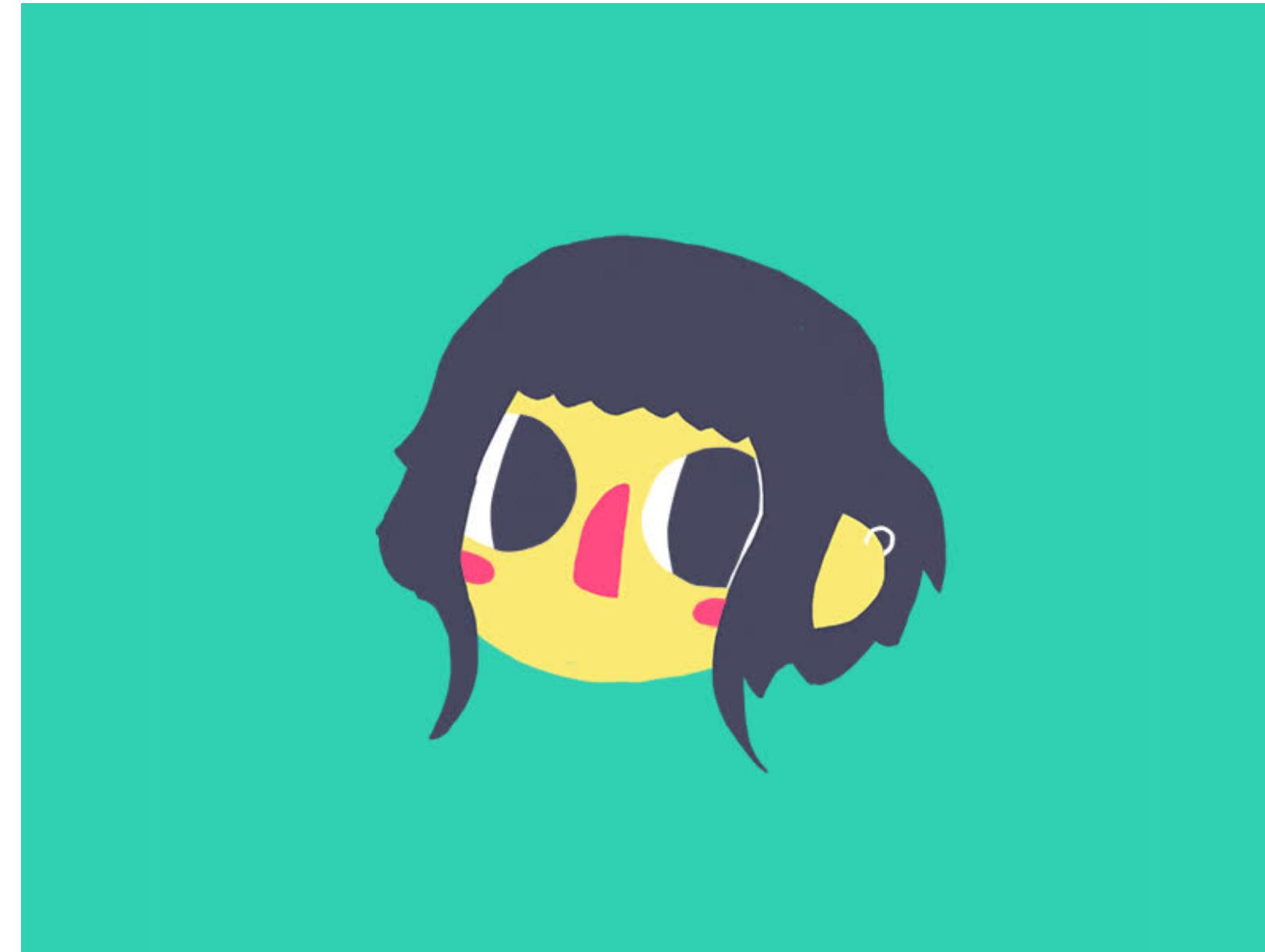


<https://thedesignest.net/graphic-design-trends-2022/>

Tendances 2021-2022

Motion design

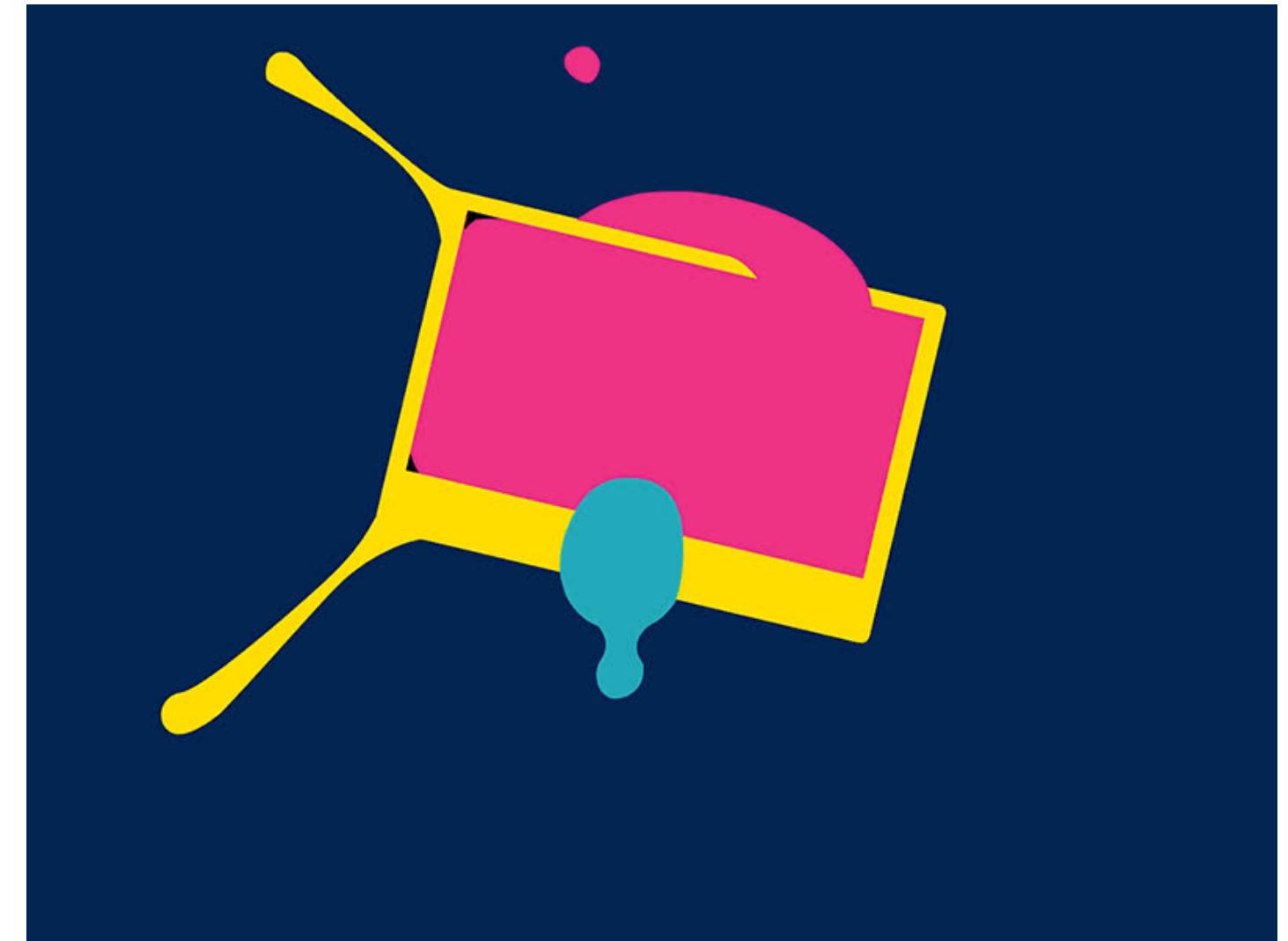
2D et 3D



<https://blog.galaxyweblinks.com/animation-and-motion-design-top-5-trends-that-will-rule-the-year-2022/>

Animations liquides et transformations

FILA



<https://blog.galaxyweblinks.com/animation-and-motion-design-top-5-trends-that-will-rule-the-year-2022/>

Animation de petites lignes



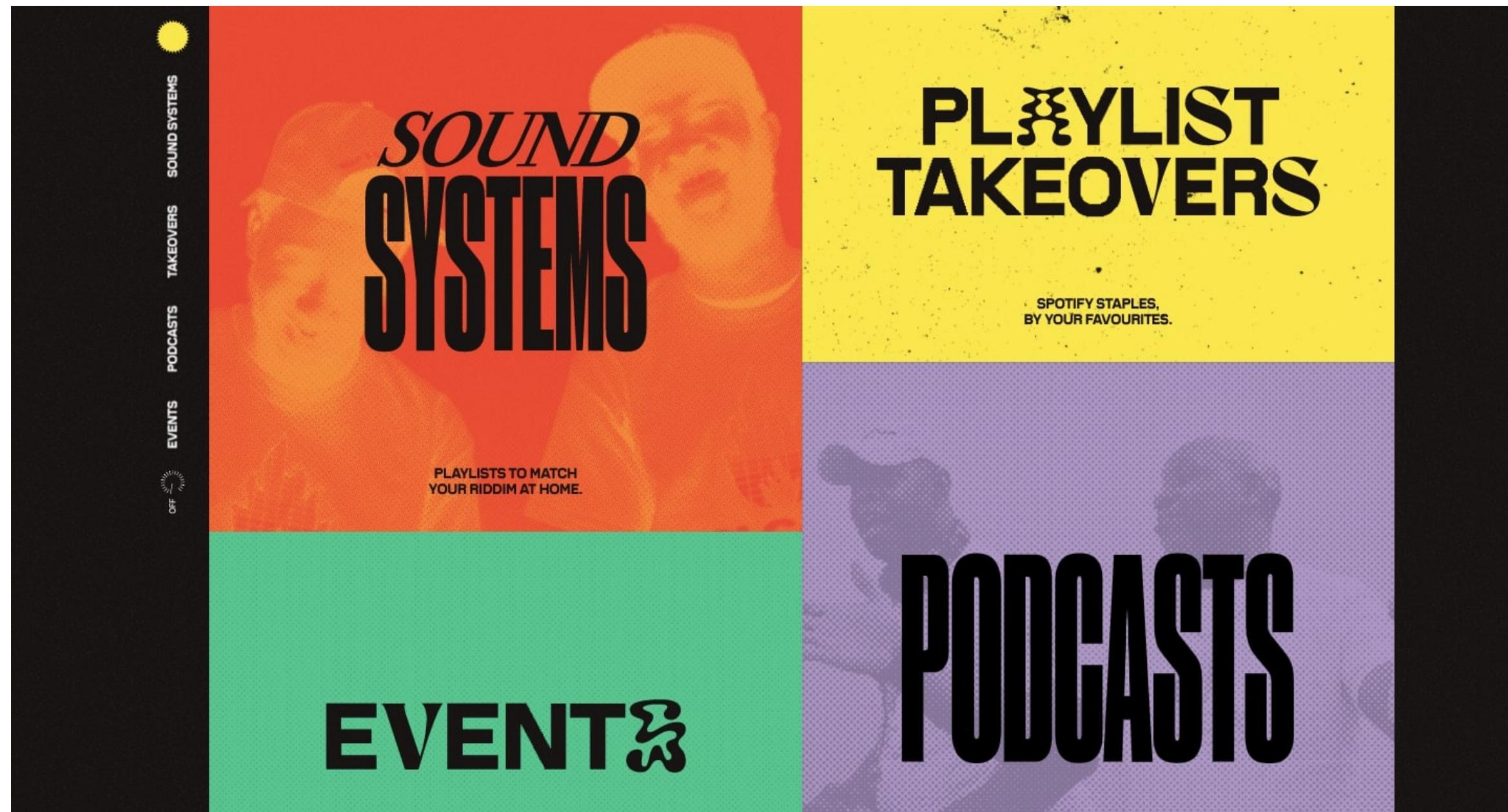
BY PETER LENIN

<https://blog.galaxyweblinks.com/animation-and-motion-design-top-5-trends-that-will-rule-the-year-2022/>

Tendances 2021-2022

Web design

Typographie rétro



<https://webflow.com/blog/web-design-trends-2021>

Défilement parallaxe



[Home](#) | [Chris Covert](#) | [Stanford](#)

<https://webflow.com/blog/web-design-trends-2021>

Défilement horizontal

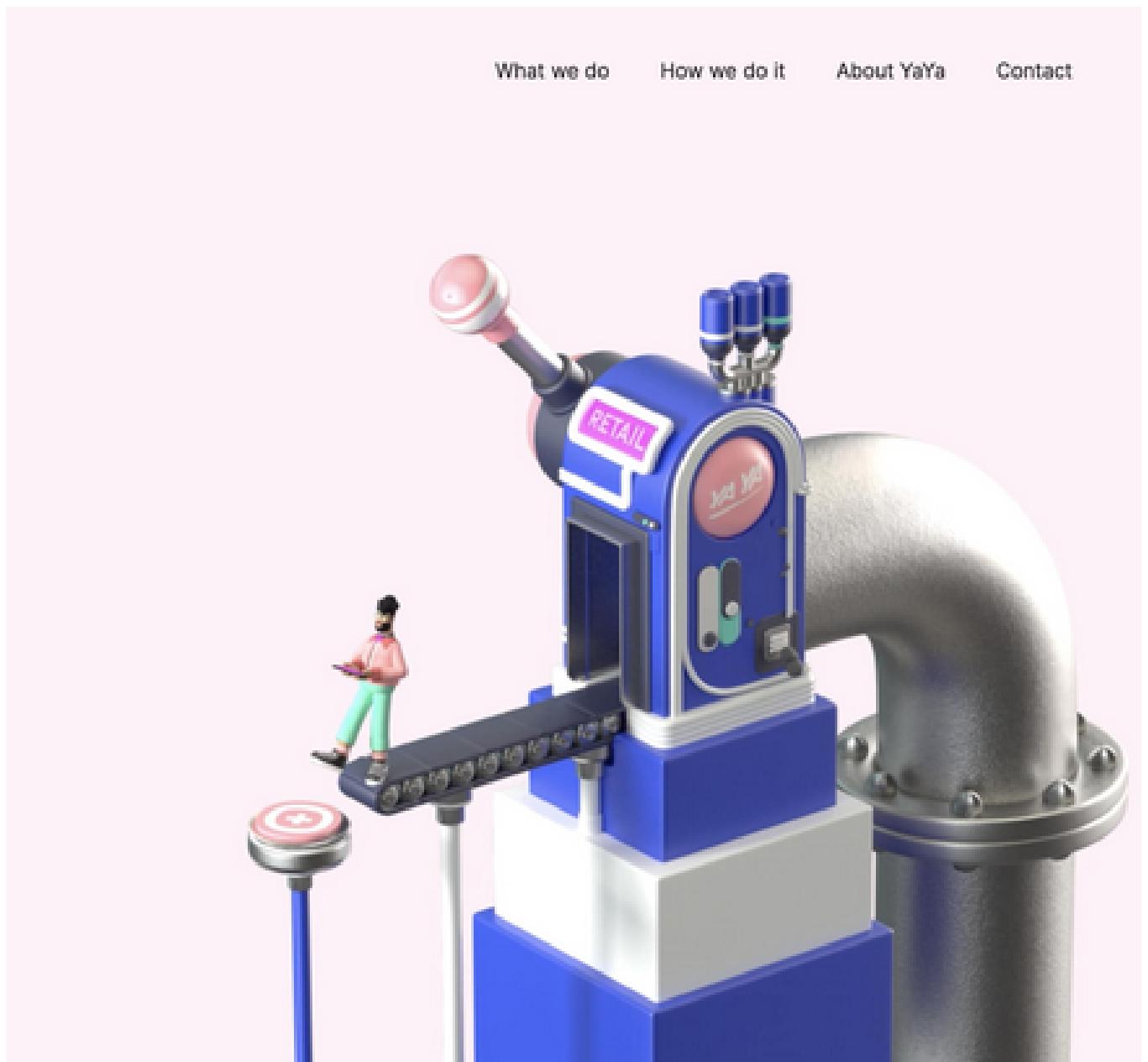
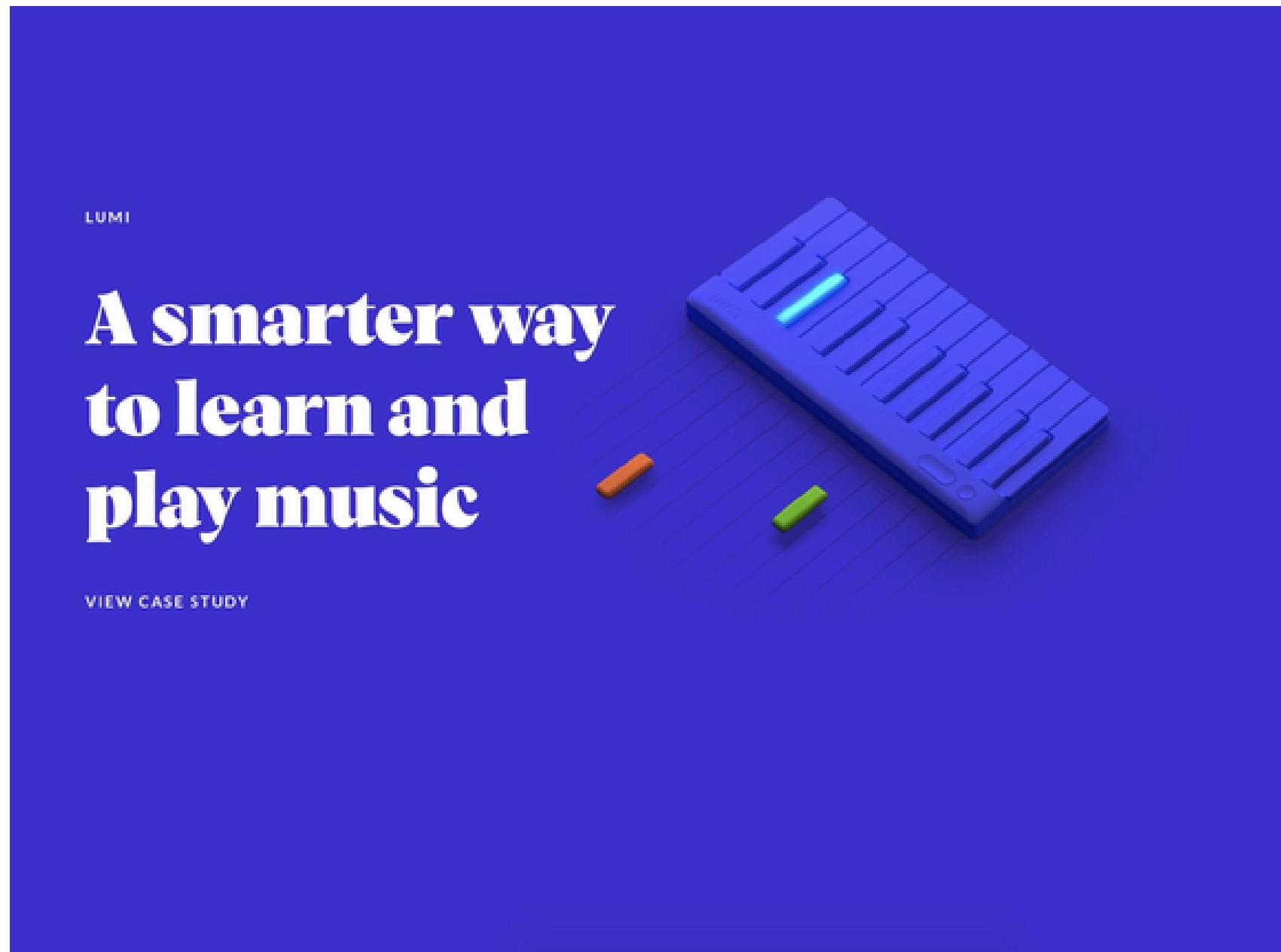


QI Catalog - Who Says WordPress can't be art?

Explore Qode Interactive's stunning catalog to find the best WordPress theme for you. Designed to perfection, every single one of our themes lets you easily create a beautiful and unique website.

qodeinteractive.com

Visuels 3D



<https://webflow.com/blog/web-design-trends-2021>

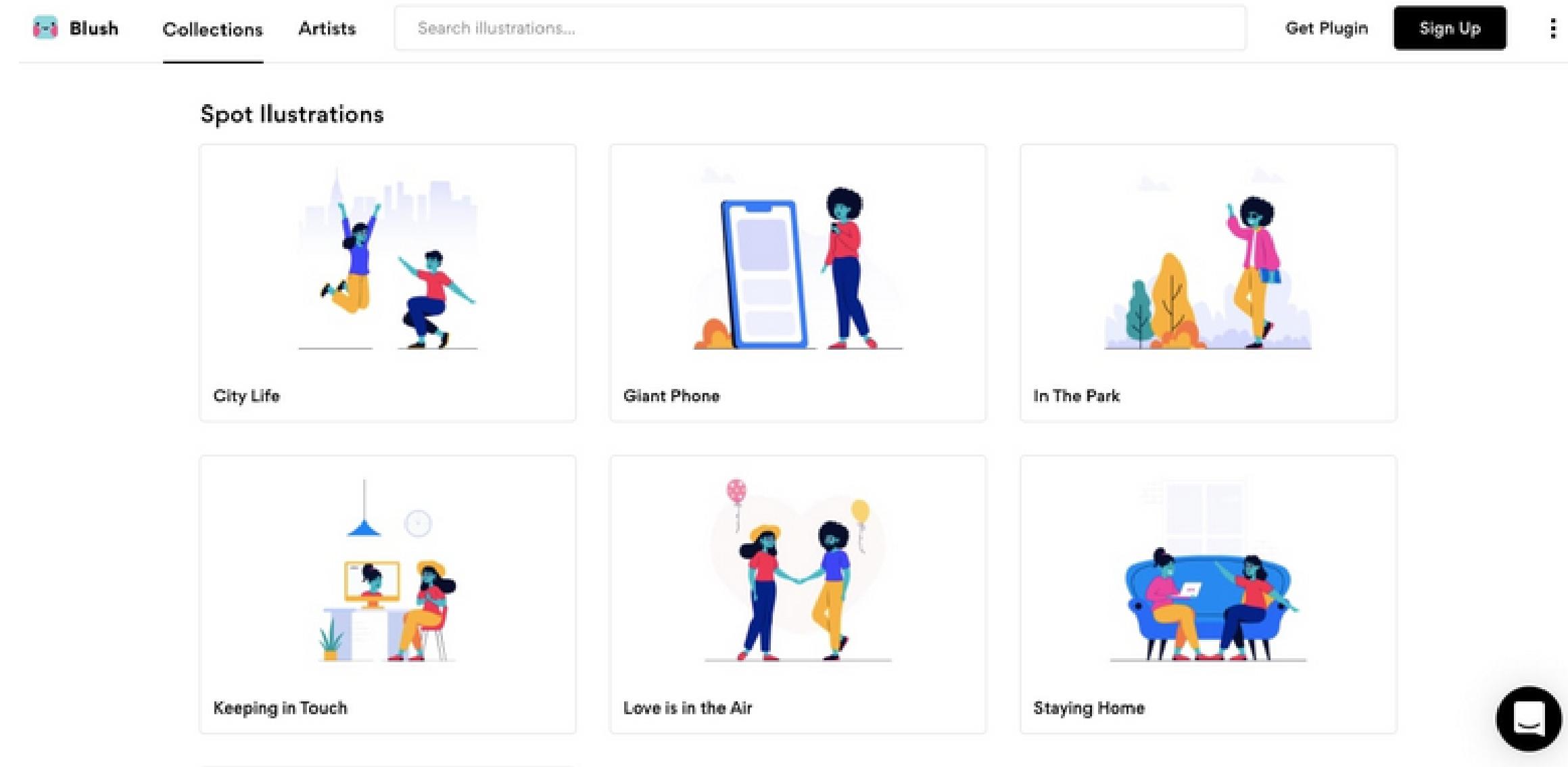
Effets de flou colorés

The screenshot shows the homepage of Moment House. At the top, there's a navigation bar with links: 'Browse Moments', 'About', 'Moment House' (which is bolded), 'For Artists', and 'Support'. Below the navigation is a large, colorful gradient background with a blurred effect. In the center, the word 'Welcome' is written in a large, bold, black serif font. To the left of 'Welcome', there's a paragraph of text: 'Moment House was founded in Los Angeles in 2019 as the simplest way for artists to create special, ticketed experiences for their fans — no matter where they are in the world. We call these Moments.' Below this text is a dark button with the white text 'View Career Opportunities'. Further down, another paragraph reads: 'Our founding team comes from the USC Jimmy Iovine & Dr. Dre Academy for the Arts, Technology and the Business of Innovation. We're backed by top tier investors across Silicon Valley and the music industry, including Scooter Braun, Troy Carter, Jared Leto, and others.' At the bottom, there's a small note: 'If there is any way we can be of help, please reach out via help@momenthouse.com'.

The screenshot shows the homepage of Monograph Communications. The background features a vertical color gradient from red at the top to purple at the bottom. In the center, the text 'Plain language,' is on one line, and 'Extraordinary results' is on the next line, both in a large, bold, black serif font. Below this main title is a horizontal line. To the left of the line, there's a block of text: 'We specialize in creative, clear, and cohesive communications solutions that build memorable experiences.' Below this text is a 'Mailing List' section with a form field labeled 'Your email' and a send button with a right-pointing arrow. To the right of the main title, there's another block of text: 'Monograph Communications was built on the belief that simple can be extraordinary.' At the bottom right, there's a button labeled 'About Us' with a small airplane icon next to it.

<https://webflow.com/blog/web-design-trends-2021>

Illustrations cartoon



<https://webflow.com/blog/web-design-trends-2021>

Pointeurs personnalisés

We are 

Hello. Büro here.
We craft meaningful experiences
on screen and paper.

We are Büro

Hello, we are Büro. We craft remarkable experiences on screen and paper.

We are Büro / burocratik.com

Défilement de cartes

Felipe Elioenay
Senior Designer



Felipe Elioenay — Senior Designer

Senior Designer focused on contemporary brand identity and interface design.

 flplny.com

Activité tendances

Trouver d'autres tendances et les partager avec la classe.

Exemples d'applications du design



Étapes de production

ÉVALUATION

1. Préalable à chaque projet, grandes lignes directrices. Échéancier préliminaire et évaluation des coûts.

CONCEPT

2. Univers et ambiance du projet. Esquisses et croquis permettant d'affiner l'évaluation.

MAQUETTE

3. Développement et concrétisation des aspects créatifs et techniques du projet à l'aide de storyboards, scénarios, maquettes et prototypes. Les plans, devis de fabrication et d'installation sont réalisés également si nécessaire.

RÉALISATION

4. Coordination de la réalisation d'après les éléments développés à la précédente étape. Tous les constituants du projet sont produits, testés et validés.

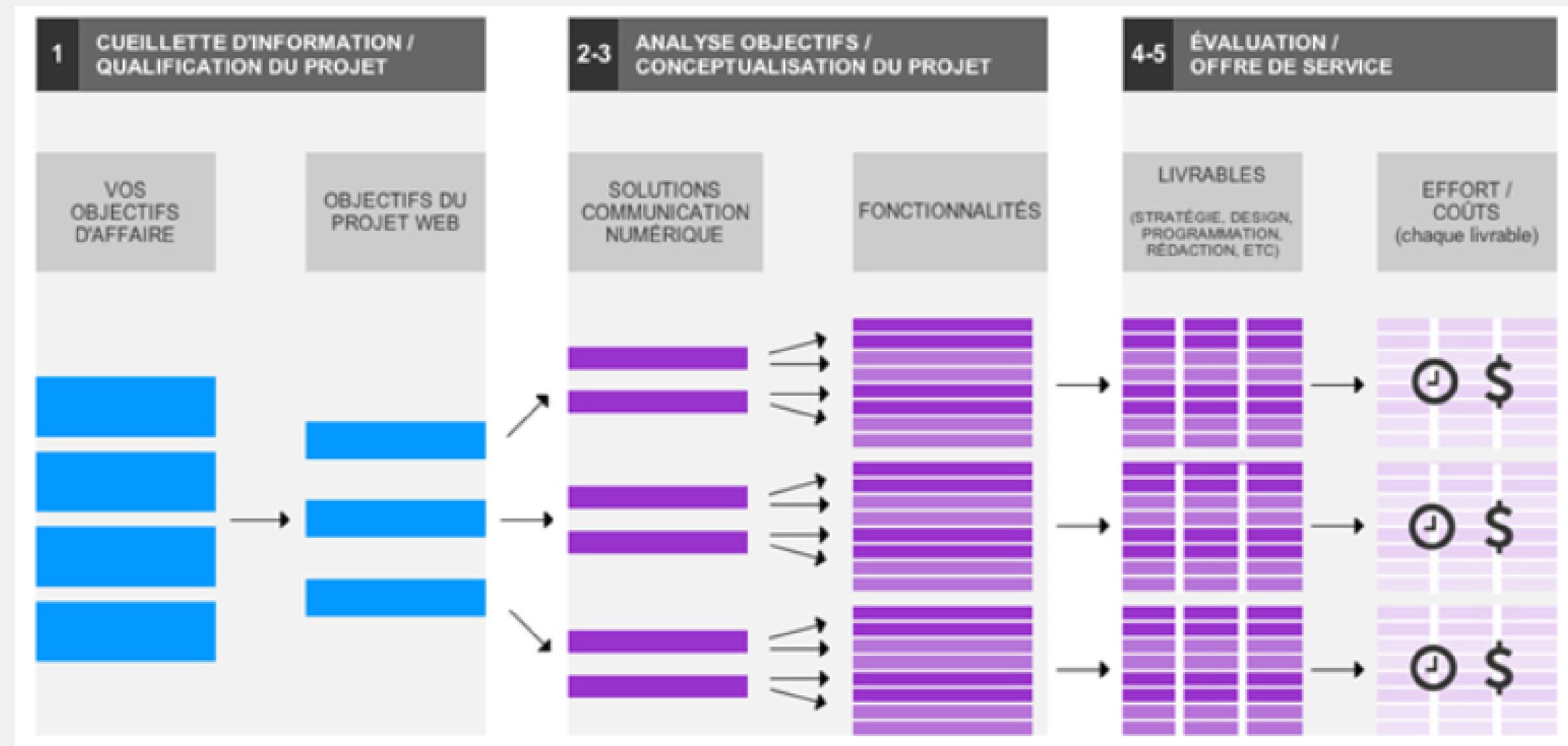
OPÉRATION

5. Une ou plusieurs personnes ressources sont garantes de la cohérence artistique, de la maintenance et/ou de la bonne utilisation des éléments développés. Suivi avec la clientèle s'il y a lieu.

Web



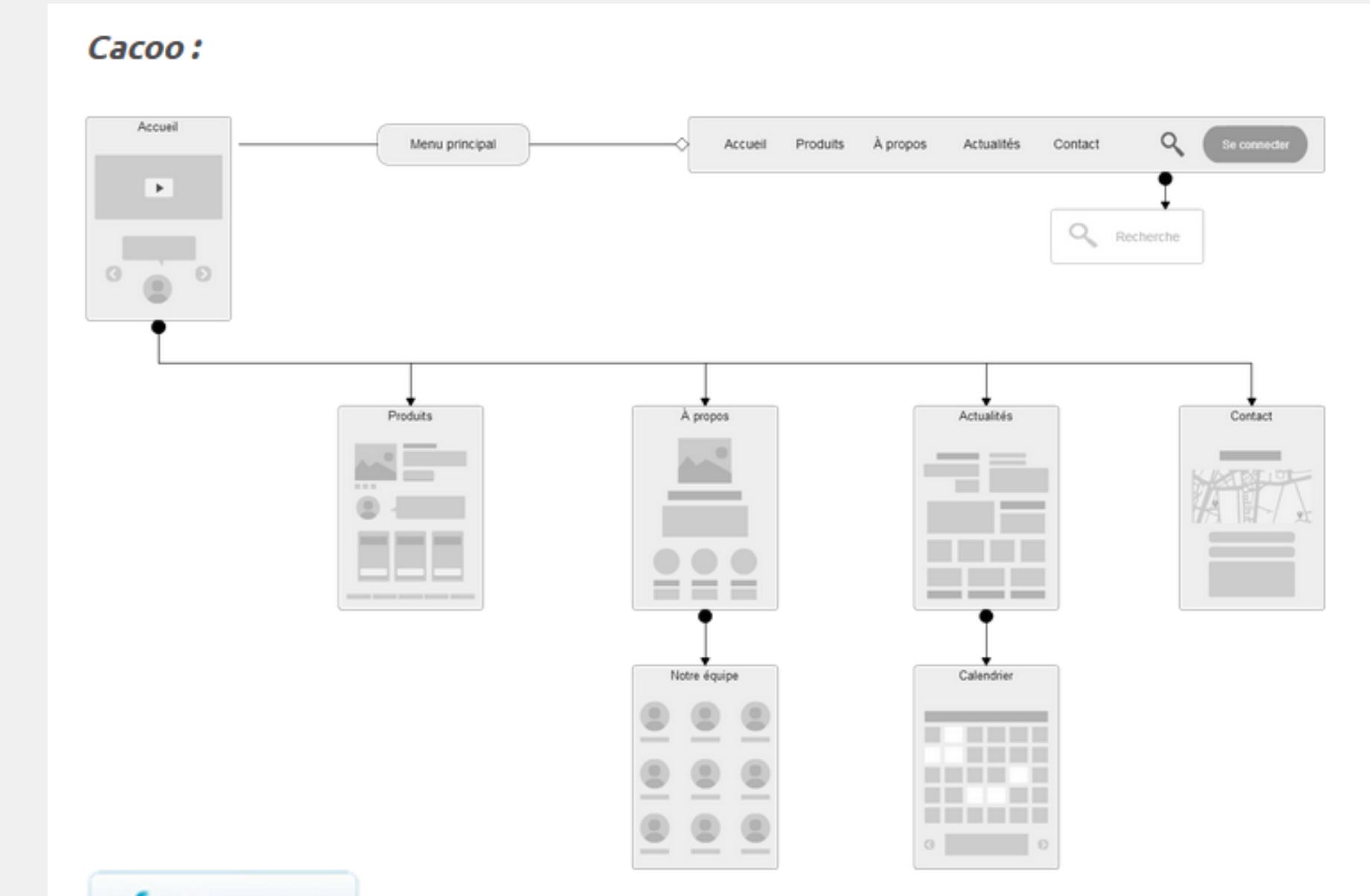
- Faisabilité
- Ressources nécessaires
- Objectifs
- Besoins (Planification stratégique)



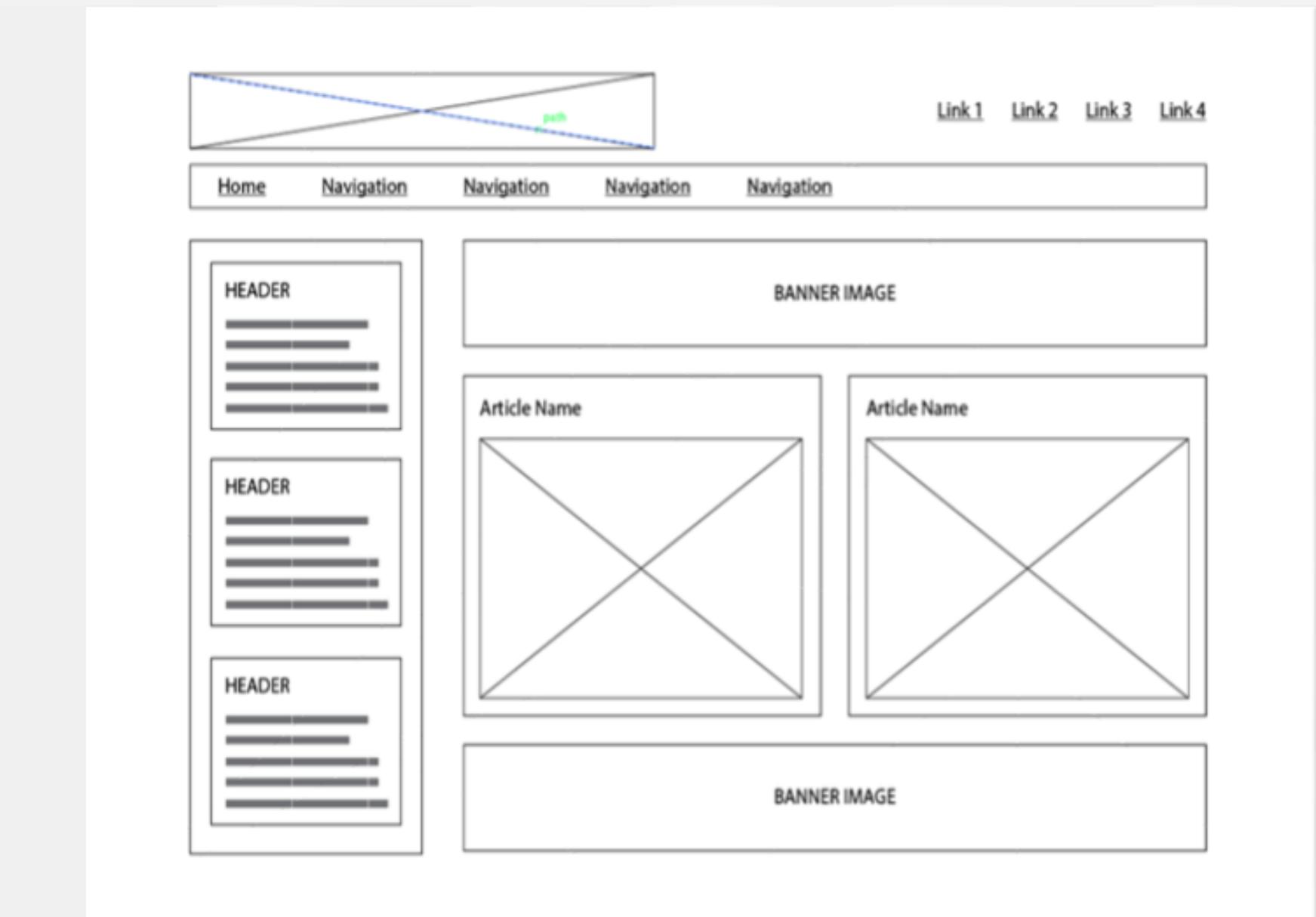
Web



- Cahier de production
 - Arborescence
 - Hébergement
 - Charte graphique
 - Contenu
 - Budget



Web

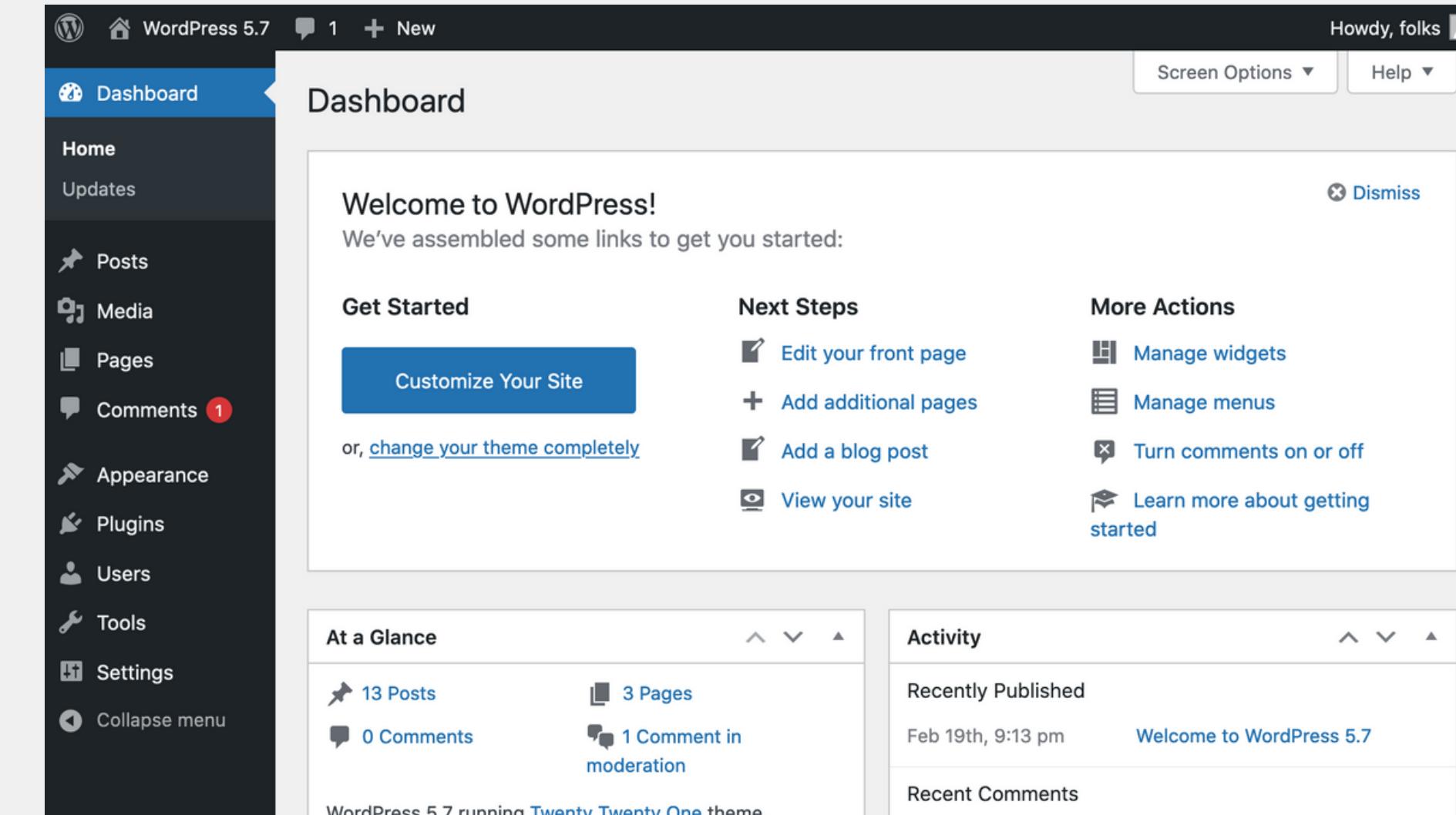


Web



```
<!DOCTYPE html>
<html>
  <head>
    <title>Ma première page HTML</title>
    <meta charset="utf-8">
  </head>
  <body>
    <!--Les espaces ne seront pas affichés-->
    <h1>Mon titre principal</h1>
    <h2>Je suis un titre important</h2>

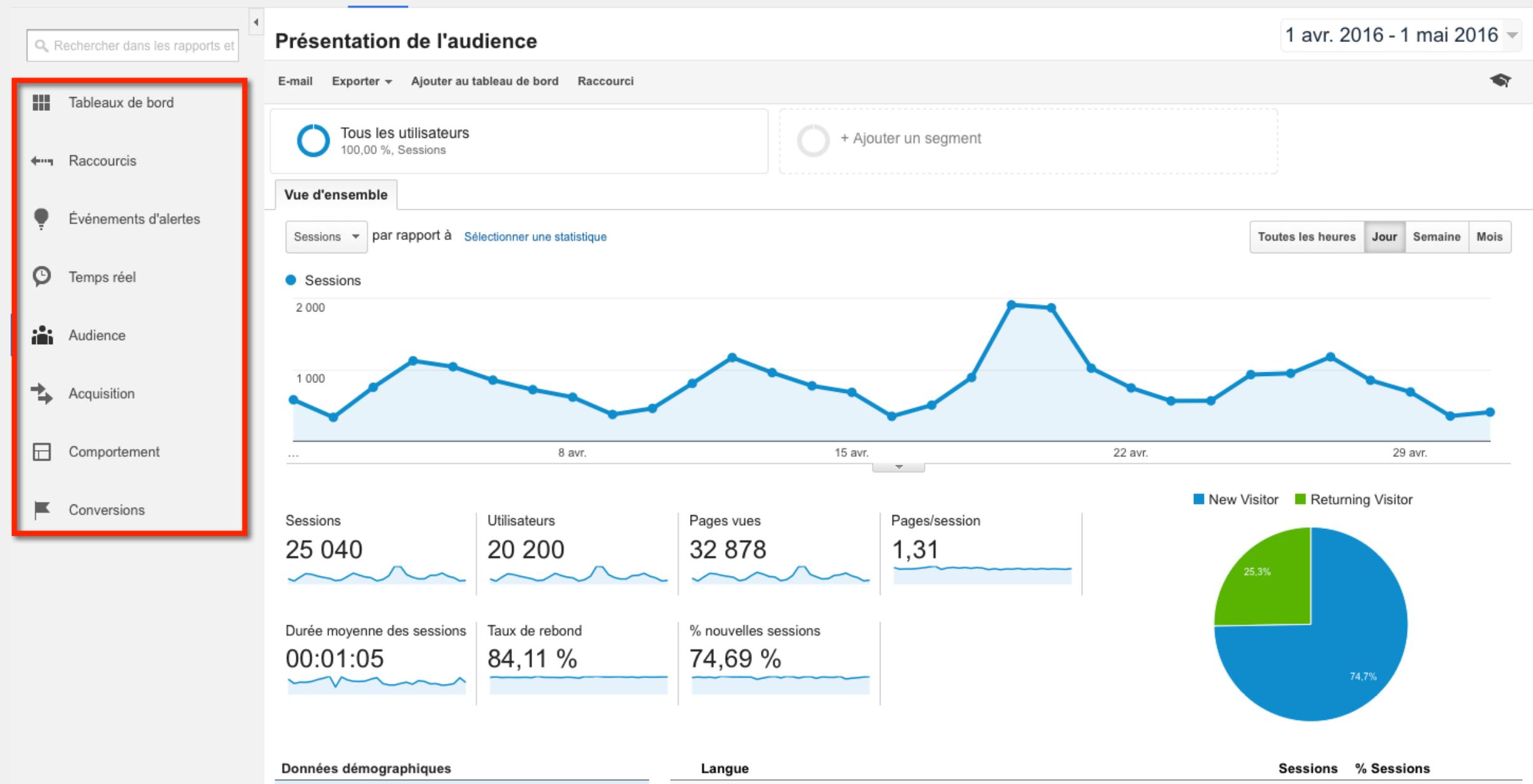
    <p>Voici
      mon
      premier
      paragraphe.</p>
    <p>Et en voilà un second !</p>
  </body>
</html>
```



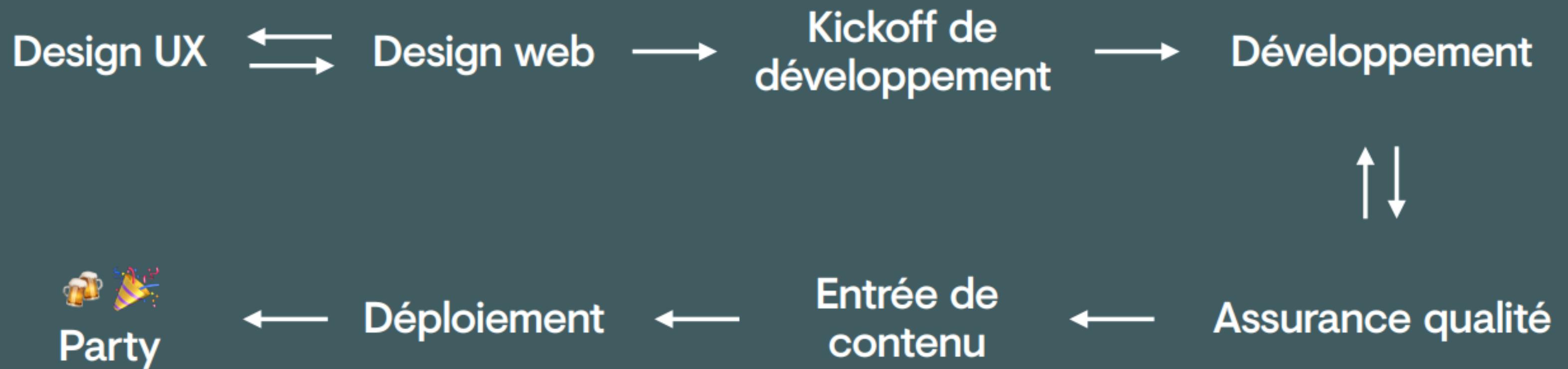
Web



• Maintenance



Grandes étapes d'un projet web



Pour un projet d'animation, qu'est-ce qu'on retrouverait à chaque étape?

ÉVALUATION

CONCEPT

MAQUETTE

RÉALISATION

OPÉRATION

1. Préalable à chaque projet, grandes lignes directrices. Échéancier préliminaire et évaluation des coûts.

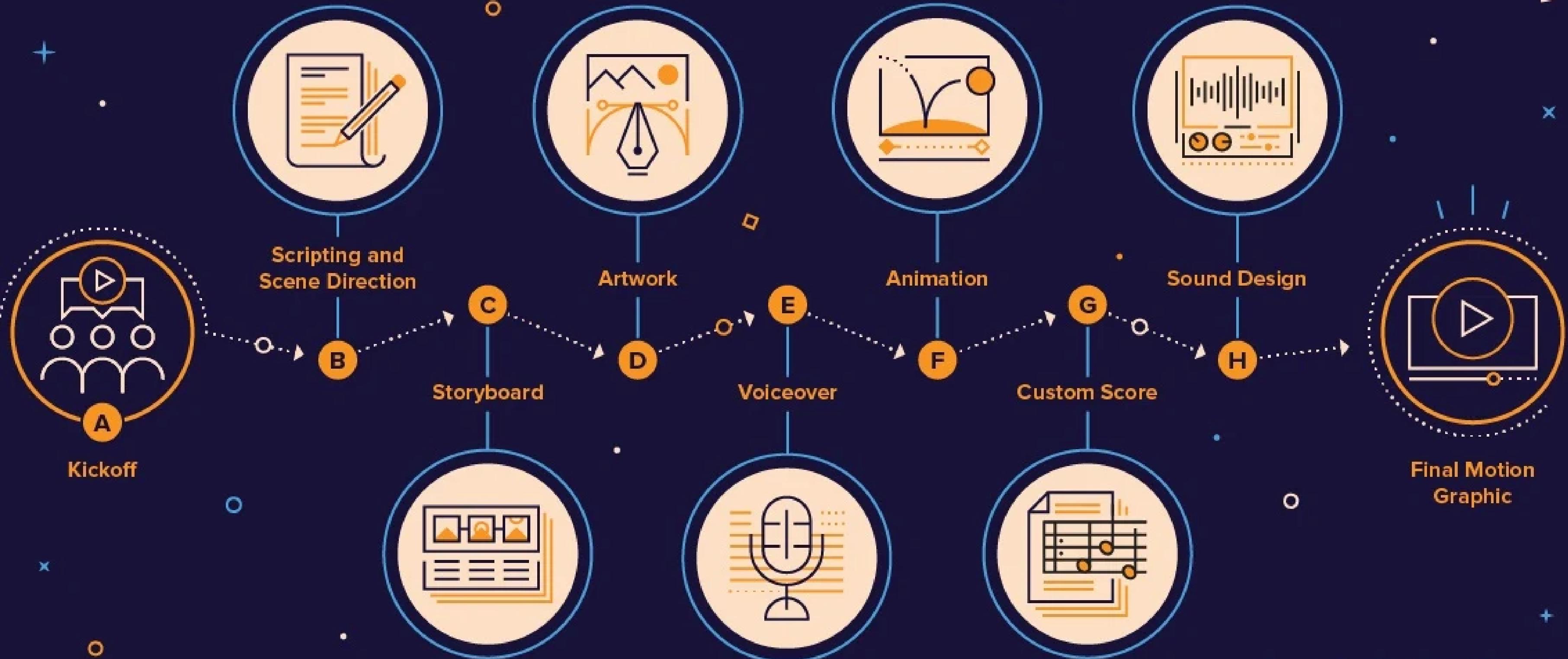
2. Univers et ambiance du projet. Esquisses et croquis permettant d'affiner l'évaluation.

3. Développement et concrétisation des aspects créatifs et techniques du projet à l'aide de storyboards, scénarios, maquettes et prototypes. Les plans, devis de fabrication et d'installation sont réalisés également si nécessaire.

4. Coordination de la réalisation d'après les éléments développés à la précédente étape. Tous les constituants du projet sont produits, testés et validés.

5. Une ou plusieurs personnes ressources sont garantes de la cohérence artistique, de la maintenance et/ou de la bonne utilisation des éléments développés. Suivi avec la clientèle s'il y a lieu.





Created by Killer Visual Strategies

Ressources

Définition motion design: https://fr.wikipedia.org/wiki/Motion_design

But de l'animation: <https://newflux.fr/2016/04/04/pourquoi-utiliser-les-animations-sur-un-site/>

Plan d'action pour les industries créatives:

<https://www.ccmm.ca/~media/Files/News/2020/Plan-action-IndCreatives-FR.pdf?la=fr>

Étude sur les industries créatives:

<https://www.ccmm.ca/fr/publications/etude/collaboration-art-affaires/industries-creatives--reussir-dans-un-environnement-en-mutation-rapide/>

Portrait de l'industrie:

<https://www.xnquebec.co/portrait-industrie/>

Étapes de production de l'animation graphique:

<https://killervisualstrategies.com/motion-graphics-video-guide-marketers-brand-leaders>

Exemples de styles de design

