

Université Paris 8

Master Arts

Mention : Arts Plastiques et Art Contemporain
Spécialité : Arts et Technologies de l'Image Virtuelle

Direction Artistique & Arts Numériques

**Comment le graphiste 3D
peut-il adopter et adapter les pratiques
du directeur artistique dans la mise en place
d'une identité visuelle ?**

Émilie NICOLAS

Mémoire de Master 2
2013- 2014

I) L'identité visuelle d'un projet. P.11

1) Définition et Etat de l'art	P.12
a) Identité Visuelle ?	P.12
b) Une peu d'histoire : le Centre Pompidou, une indenté.	P.12
2) STORY : Analyse de l'existant.	P.18
a) STORY c'est quoi ?	P.18
b) Quel est mon rôle sur ce projet ?	P.18
3) Les Daft Punk : analyse d'une identité.	P.20
a) Observations.	P.20
b) Conclusion.	P.20
4) Création d'une identité visuelle.	P.30
a) Le logotype.	P.30
b) 3D et logotype.	P.30
c) Choix d'éléments graphiques secondaires.	P.30
d) Application sur support print.	P.30

II) L'identité d'un film. P.63

1) Wes Anderson : un réalisateur graphiste. P.64	
a) La gamme de couleur.	P.66
b) la typographie à l'écran.	P.66
c) Des motifs récurrents.	P.68
2) Importance du travail préparatoire. P.70	
a) Le moodboard.	P.72
b) Le concept Art.	P.74
c) Les références directes au groupe.	P.84
3) L'importance de la transition. P.92	
a) La transition au cinéma.	P.92
b) Le motif du tunnel.	P.98
c) La symbolique de la fenêtre.	P.100

Remerciements

Je tiens à remercier Adam, Damien, Guillaume et Ouirich, pour leur soutien, leur présence, leur collaboration, leur champ lexical que nous partageons désormais, les raclettes de travail, les raclettes de loisirs, les poulets rotis et autres madeleines au nutella.

Un grand merci à Marie-Hélène et Chu Yin pour leur suivi, ainsi qu'à Anne-Laure et Cédric pour leur présence et leurs enseignements au cours de ces trois années.

Merci à l'imprimerie LAUNAY pour l'impression et la reliure.

Merci au groupe STORY, sans qui tout cela ne serait pas grand chose.

Merci Romain.

Merci Mathieu.

Merci Maman.

Merci Papa.

Merci à tous les gens que j'aime, que je n'aime pas, que j'ai aimé et que j'aimerais.

Enfin, pour la source d'inspiration sans limite qu'ils m'ont apporté au quotidien, je remercie Chris Halfeld, Brett Domino et tous les dinosaures qui ont existé ou existeront un jour. J'ai dépensé sans compter.

Résumé/Abstract.

Avis au lecteur,

Ce mémoire n'a pas été conçu dans l'optique de devenir un recueil technique sur la 3D et l'image numérique. J'ai toujours aimé créer des images, des univers visuels, raconter des histoires et communiquer par un trait, ou une graphie particulière. Parvenir à communiquer par des images m'a toujours semblé être un genre de magie propre à l'homme qui, à mon sens, se détache du processus technique employé pour arriver à cette fin.

Je n'ai pas pour souhait actuel ni futur, d'user de la 3D et du numérique comme une finalité en soi. Il s'agit plutôt pour moi de médiums de création, au même titre que peuvent l'être la peinture, le modelage, ou encore la sérigraphie. Ce sont, avant tout, des outils à la disposition d'un artiste ou d'un créatif. C'est par ce biais que j'espère réussir à aborder l'image de synthèse dans ce mémoire.

Loin de moi l'idée de révolutionner le monde du graphisme ou de donner la recette miracle de la création d'un univers visuel cohérent. Au cours de cette année, mon intention a été avant tout de créer des images et de mettre en relation mes travaux personnels à des exemples existants. Mon idée sur le long terme étant de peut-être, un jour, parvenir à mieux comprendre le processus de création d'une image, ainsi que mon propre fonctionnement au cours de ce travail.

Bonne lecture.

Émilie.

///

Dear Reader,

This research paper has not been written as a technical book about 3D and digital pictures. I've always loved creating images and communicate with drawings and pictures. Visual communication always seemed to me a kind of human magic, besides the technical process used to achieve this end. I don't want to use 3D technics and digital pictures as a goal. It is, in my opinion, a creative process, as well as painting, sculpting , or screen printing. These are, above all, tools available to an artist. This is how I want to deal with the digital pictures in this research paper.

Far from me the idea to revolutionize the world of graphic design or to give the magical recipe of a coherent visual universe. During this year, my intention was to create images and to relate my personal work to existing examples. My goal is, might be one day, to better understand and explain the creation process of an image.

Good read.

Émilie.

Introduction

Qu'il s'agisse d'édition, de publicité ou encore d'audiovisuel, le rôle du directeur artistique est de créer et de veiller à l'aspect visuel d'une idée. Sa principale responsabilité est de communiquer par l'image, en apportant une cohérence graphique à un projet. Il doit trouver des codes visuels traduisant efficacement les enjeux, les thématiques, les influences... bref, tout ce qui fait l'essence même d'un projet. On parlera alors la plupart du temps de la création d'une « identité visuelle ».

Ce terme, une fois décortiqué, résume véritablement le rôle fondamental du directeur artistique. En effet, le mot identité fait référence à la partie immergée du projet, sa moelle, ce qui fait sa singularité (ses enjeux, ses caractéristiques, ses influences, sa narration...). De simples réponses aux questions : qui, quoi, comment, où, pourquoi, établiront l'identité du projet à la manière d'un passeport. C'est à partir de cela que le directeur artistique interviendra, traduisant avec son propre langage visuel tous ces éléments. L'union de ces deux aspects donnera alors naissance à cette fameuse « Identité visuelle ».

Cependant, même si le but d'un directeur artistique reste foncièrement le même, quel que soit son domaine d'activité, sa manière de travailler, elle, va différer. Entre la création d'une marque et la création d'un film, la direction artistique passera-t-elle par les mêmes étapes de création ? Nécessitera-t-elle, finalement, le même panel de compétences ?

Provenant originellement d'une formation de design graphique et de communication visuelle imprimée, la direction artistique et la création d'identité de marque sont des choses qui m'ont intéressées tout au long de mon travail. Aujourd'hui étudiante en Arts et technologies de l'image, de nouvelles compétences s'offrent à moi. L'utilisation de l'outil 3D, et plus généralement des médiums numériques, entraîne une approche assez différente de la création. La question que je me suis essentiellement posée au cours de cette année est la suivante : est-il possible d'allier techniques traditionnelles et techniques numériques au service d'une identité visuelle ? Le travail de direction artistique est-il le même sur un média imprimé et sur un film ?

Tout au long de l'année, j'ai tenté de me glisser dans le rôle du directeur artistique et de réaliser des projets, puis en les comparant à des exemples existants, j'ai essayé de répondre à ces questions.

I | **L'identité visuelle d'un projet.**

Définitions :

¹ Désigne une discipline ayant pour but de créer des objets de communication visuelle. (Logotype, affiche, objet d'édition, site web, etc.)

1) Définitions & Etat de l'art.

a) Identité visuelle ?

Ce que l'on nomme en design graphique¹ "l'identité visuelle" est l'ensemble des éléments visuels permettant de reconnaître immédiatement une marque ou un projet. Dans le cas d'une marque, elle est accompagnée d'une charte graphique, sorte de mode d'emploi de l'identité. Cette dernière est là pour définir les règles visuelles et éléments récurrents de la marque ou du projet. On y trouve alors des éléments tels que : le logotype, ses règles d'utilisation, les typographies récurrentes, leurs utilisations par support, la gamme de couleurs, etc... Pour mieux comprendre ce principe, un peu d'histoire s'impose !

b) Le centre Pompidou, une identité :

L'un des exemples les plus souvent évoqué dans le cadre de l'identité visuelle est celui du centre Pompidou. Un exemple marquant pour une raison simple : il est un précurseur dans le domaine de l'identité culturelle. En effet, lors de la création de Beaubourg, dans les années 70, aucun musée ou autre lieu culturel ne possède véritablement d'identité visuelle aussi marquée.

« Je voudrais passionnément que Paris possède un centre culturel. »

Georges Pompidou, Le Monde, 17 octobre 1972

Cette volonté du président Georges Pompidou, de réunir au sein d'un même établissement un musée ainsi qu'un centre de recherche et de création touchant à tous les domaines artistiques (cinéma, musique, édition, etc ...) va finalement voir le jour juste après sa mort en 1975. Ce que l'on nomme aujourd'hui « Centre Pompidou » est en fait un recoupement de plusieurs lieux : le CCI (centre de création industrielle), le MNAM (musée national d'art moderne), la BPI (bibliothèque publique d'information) et l'IRCAM (institut de recherche et de coordination acoustique/musique).

Illustrations :

- /1/ Jean Widmer. Le logo du Centre Georges Pompidou, 1977 © Adagp
- /2/ Jean Widmer. Centre Georges Pompidou, études préliminaires du logo, 1976 Collections du Centre Pompidou, Don du designer, 2004 © Adagp
- /3/ Jean Widmer. La signalétique verticale. Panneaux situés à l'entrée du Forum, 1978
- /4/ Jean Widmer. Le manuel signalétique, 1976
- /5,6/ Le caractère CGP © Centre Pompidou



Définitions :

² Ou logotype, est le signe de reconnaissance typographique et/ou graphique d'une société, d'une entreprise, d'une institution, un organisme ou une association.

³ éléments permettant d'informer et d'orienter le public (panneaux, bornes, enseignes, marquages au sol...).

⁴ Élément typographique, composant d'un logo.

C'est durant la construction du bâtiment que le président du centre Beaubourg lance un appel d'offre sans précédent auprès des plus grands noms du graphisme de l'époque, dans le but de définir l'identité visuelle du lieu. Ainsi, la VDA (Visuel Design Association), dirigée par Jean Widmer, propose une identité adaptée à ce lieu hors du commun. Il conçoit un logo², toujours d'actualité, qui reprend, de manière épurée, les lignes architecturales de la façade du bâtiment. Ce dernier constitue les prémices de l'identité du lieu qui n'a cessée d'évoluer et de se développer dans le temps. Une charte graphique instaurant entre autre le logotype, les gammes colorées, la typographie et une signalétique³ est alors créée.

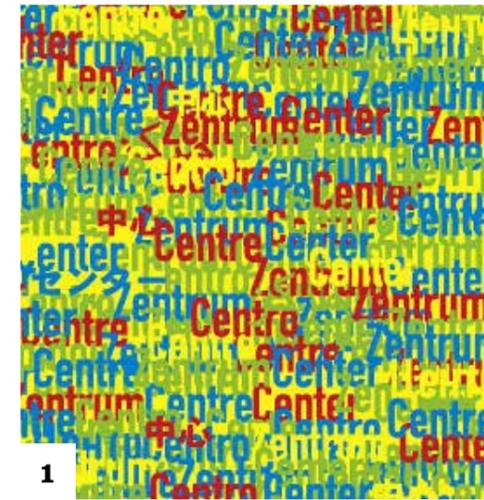
A l'époque, l'identité visuelle du Centre était entièrement basée sur les formes architecturales du lieu. Cette influence s'est peu à peu atténuée pour mener finalement à une refonte de l'identité visuelle par le directeur artistique Ruedi Bauer en 1997. C'est alors toute la signalétique qui est repensée, non plus comme simple outil d'orientation, mais comme une véritable harmonisation graphique au sein du lieu.

Il met en place un principe d'accumulation typographique d'un mot traduit en plusieurs langues, rappelant l'effet d'un voile. Cette superposition des mots, arborant les couleurs du bâtiment, provoque un effet étonnant, presque illisible. Sorte de paterne qui devient un élément récurrent de tous les supports du Centre : dépliants, affiches, catalogues, etc... Il apporte alors à Beaubourg une nouvelle jeunesse et instaure l'identité visuelle du lieu que nous connaissons actuellement.

Par la suite, Ruedi Bauer, associe au logo ce qu'il nomme un typogramme⁴. Il réduit le nom « Centre Georges Pompidou » qui devient « Centre Pompidou », disposé sur deux lignes décalées pour provoquer une sensation d'ouverture. Il introduit alors la fameuse typographie DIN, pour le logo, la signalétique et les différents supports.

Illustrations :

- /1/ Surface identifiante opaque © Intégral / Ruedi Baur et associés
- /2/ Illustration de la nouvelle signalétique de Ruedi Baur dans le Forum. Le principe de superposition graphique et typographique est mis en avant © Intégral Ruedi Baur, Paris
- /3/ Ruedi Baur. Panneaux signalétiques dans le Forum, 2000. La signalétique, suspendue au plafond, occupe l'espace du Forum © Centre Pompidou - Photos Georges Meguerditchian
- /4/ Le caractère typographique DIN © Michel Fernandez et le typogramme. La signature du Centre Pompidou



Tous ces éléments perdurent aujourd'hui et sont utilisés sur chaque support touchant directement au centre Pompidou. Le logotype, symbole historique, n'a de cesse d'être décliné, sans pour autant être dénaturé. Il est devenu un motif reconnaissable, intemporel et directement en lien avec le lieu qu'il représente. C'est l'exemple même d'une identité visuelle réussie, des signes graphiques simples et reconnaissables de tous au premier coup d'œil. Des symboles en totale adéquation avec ce qu'ils représentent (en illustration, quelques exemples de déclinaisons du logo sur différents supports à travers le temps).

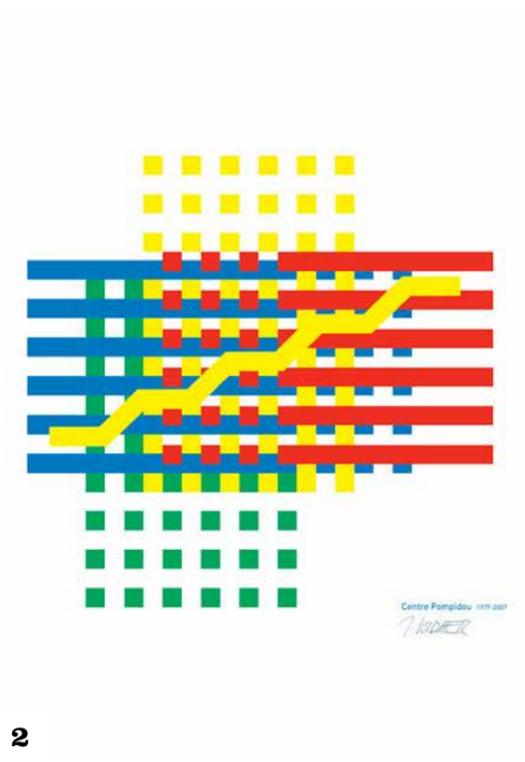
A partir de ce principe, qui constitue une des bases de la communication visuelle, je vais dans les parties qui vont suivre, définir et essayer de comprendre par quels procédés il est possible d'instaurer une identité visuelle dans le cadre d'un projet audiovisuel. Pour cela, je m'intéresserai à un projet en construction intitulé « STORY », et à des exemples précis afin de les mettre en parallèle à mes recherches personnelles.

Illustrations :

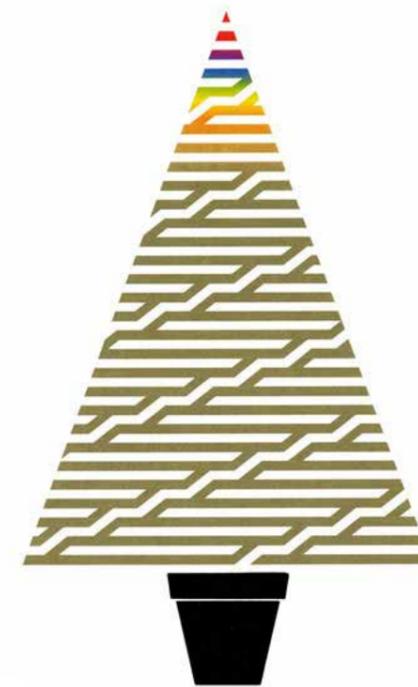
- /1/ Carte anniversaire 2007, carte de vœux pour les 30 ans du Centre Pompidou . Conception Pôle image © Centre Pompidou
- /2/ Jean Widmer. Sérigraphie, 2007. © Adagp
- /3/ Carte de vœux, réalisée à partir du graphisme du logo, 2004. Conception pôle image. © Centre Pompidou.
- /4/ Tract imaginé par le personnel du Centre Pompidou pour s'opposer à la suppression du sigle historique. - source : <http://mediation.centrepompidou.fr/>



1



2



3



4

Définitions :

⁷ Extended Play ou EP est un format musical plus long que celui du single mais plus court qu'un album.

2) STORY : Analyse de l'existant

a) STORY c'est quoi ?

STORY est un projet musical qui réunit Romain anciennement NIAMOR et Mat, membre du groupe SUNDANCE. Après quelques collaborations sous leurs pseudonymes respectifs, ils décident de s'associer pour composer et imaginent le projet STORY. Ils souhaitent alors sortir un premier EP⁷ nommé « The Imaginarium Building ».

Le médium principal du projet est la musique. Cependant, la vidéo et l'image autour d'elle ont une place très importante. L'idée étant au départ d'accompagner chacun des morceaux d'une vidéo et/ou de visuels.

- Quel est le principe de « the imaginarium building » ?

Comme ligne directrice pour ce premier EP, le groupe a imaginé un immeuble nommé « The Imaginarium Building ». Chacune des chansons fera alors référence à un étage de cet immeuble. Cette idée a pour but de créer une diversité à la fois musicale et visuelle sur le projet, tout en gardant une cohérence.

- Quel genre de musique ?

Le style de STORY est assez varié. Un côté orchestral et cinématographique peut ressortir via des cordes et des cuivres sur certains morceaux, mais on peut percevoir une atmosphère pop, due au chant, à la guitare et à la construction des morceaux (couplet-refrain). Enfin, un esprit plus électronique est également présent, avec des synthétiseurs et des effets, vestiges et influences de leurs précédents projets. L'ambiance des morceaux est dans l'ensemble plutôt mélancolique.

Illustrations :

// Le seul visuel original déjà existant pour le groupe STORY. Détournement du film *The Truman Show* de Peter Weir, 1998. Intégration d'un immeuble dessiné numériquement.

Notes :

⁸ *The Eternal Sunshine of the Spotless Mind*, Michel Gondry, 2004 // *The Truman Show*, Peter Weir sorti, 1998 // *American Beauty*, Sam Mendes, 1999 // *Jurassic Park*, Steven Spielberg, 1993 // *Retour vers le futur*, Robert Zemeckis, 1985 // *Maman j'ai raté l'avion*, Chris Columbus, 1990 // *Last Action Hero*, John McTiernan, 1993.

- Quelles sont leurs influences ?

Musicalement, leurs inspirations sont essentiellement puisées auprès des artistes suivants : Hans Zimmer, The Cinematic Orchestra, Woodkid, Massive Attack, ou encore Moby. On y retrouve donc un aspect très cinématographique et orchestral.

L'ambiance et l'univers général souhaités, à la fois musicalement et visuellement, sont fortement influencés par le cinéma et des films comme : *Eternal Sunshine of the Spotless Mind*, *The Truman Show*, *American Beauty*, le cinéma de Wes Anderson, de Darren Aronofsky, ou encore celui de Michel Gondry.

Ils puisent également leur inspiration dans le cinéma qui berça leur jeunesse, des films comme : *Jurassic Park*, la saga *Retour vers le futur*, *Maman j'ai raté l'avion* ou encore *Last Action Hero*⁸.

b) Quel est mon rôle sur ce projet ?

STORY est un projet avant tout musical. Le groupe souhaite cependant l'accompagner de vidéos et de visuels qui permettront de créer une identité et un univers reconnaissable pour le projet. La sortie du 1er EP doit être le point de départ, avec dans un premier temps la création d'un logo général englobant tout le projet, des recherches visuelles et d'une ou plusieurs vidéos faisant référence à l'Imaginarium Building.

Avant de commencer la création, il me semble important d'analyser un exemple d'identité visuelle dans le domaine musical : celui des Daft Punk.



3) Les Daft Punk, l'identité d'un projet musical.

Nous allons nous intéresser à un exemple particulier, l'identité d'un autre projet musical. Il existe des groupes tels Gorillaz, Daft Punk, ou encore Woodkid, ayant réussi à développer un univers visuel reconnaissable au premier coup d'oeil. A tel point que cet univers visuel est devenu indissociable de leur musique.

Voilà un exemple précis, celui du groupe de musique électronique Daft Punk. Ces derniers ont réussi à rester dans l'ombre. Malgré plusieurs tubes mondiaux, peu de gens sont capables de mettre un visage sur les deux acolytes à l'origine du groupe. La principale raison à cela est la mise en place d'un univers visuel et narratif très marqué prenant le dessus sur la véritable identité des musiciens. C'est cet univers singulier qui est la base de leur 'identité visuelle'. Un historique graphique s'impose pour comprendre comment cette identité a été mise en place. Il s'agit d'un historique résumé, et donc non exhaustif, basé sur les principaux albums du groupe Daft punk.



Illustrations :

*// Concert live de Gorillaz au Madison Square Garden. 2010.
L'importance du visuel proportionnellement à la place des
musiciens sur scène.*

// HOMEWORK – 1995

Le 21 janvier 1997, le premier album des Daft Punk, « Homework » sort dans le monde entier. On peut voir sur sa pochette une photo du logo du groupe cousu sur un tissu noir satiné. Ce logo, dessiné par Guy-Manuel de Homen-Christo (membre du groupe) et son ami Serge Nicolas, fait opposition à la vague visuelle de l'époque, qui confronte généralement la musique électronique à un univers futuriste. Le visuel de la pochette se nourrit plus, au contraire, de références au monde du rock et à la culture populaire de l'époque.

Cette pochette et ce logo vont faire écho à tout l'univers visuel accompagnant cet album. En effet, ces influences rock et cette gamme de couleur imposée par la pochette, vont être récurrentes dans chacun des clips et visuels provenant de l'album « Homework ». (les images de droite résumant visuellement cet album.)

L'identité visuelle s'installe. Le premier signe est le logo qui est décliné sur tous les supports imprimés.

On constate une gamme de couleurs récurrentes. Des couleurs primaires et saturées, influencées par les visuels de la culture punk/rock de l'époque.

Le duo apparaît, pour la première fois, masqués, prémices de leurs futurs casques désormais cultes.

Illustrations :

1// Pochette de l'album Homework - Logo par Guy Manuel de Homen-Christo, visuel par Serge Nicolas.

2// Daft Punk (photos Antonio Petronzio/Idols/Dalle) - première apparition masqués au moment de la sortie de l'album "Homework"

3// Clip "DaFunk" - Spike Jonze - 1996

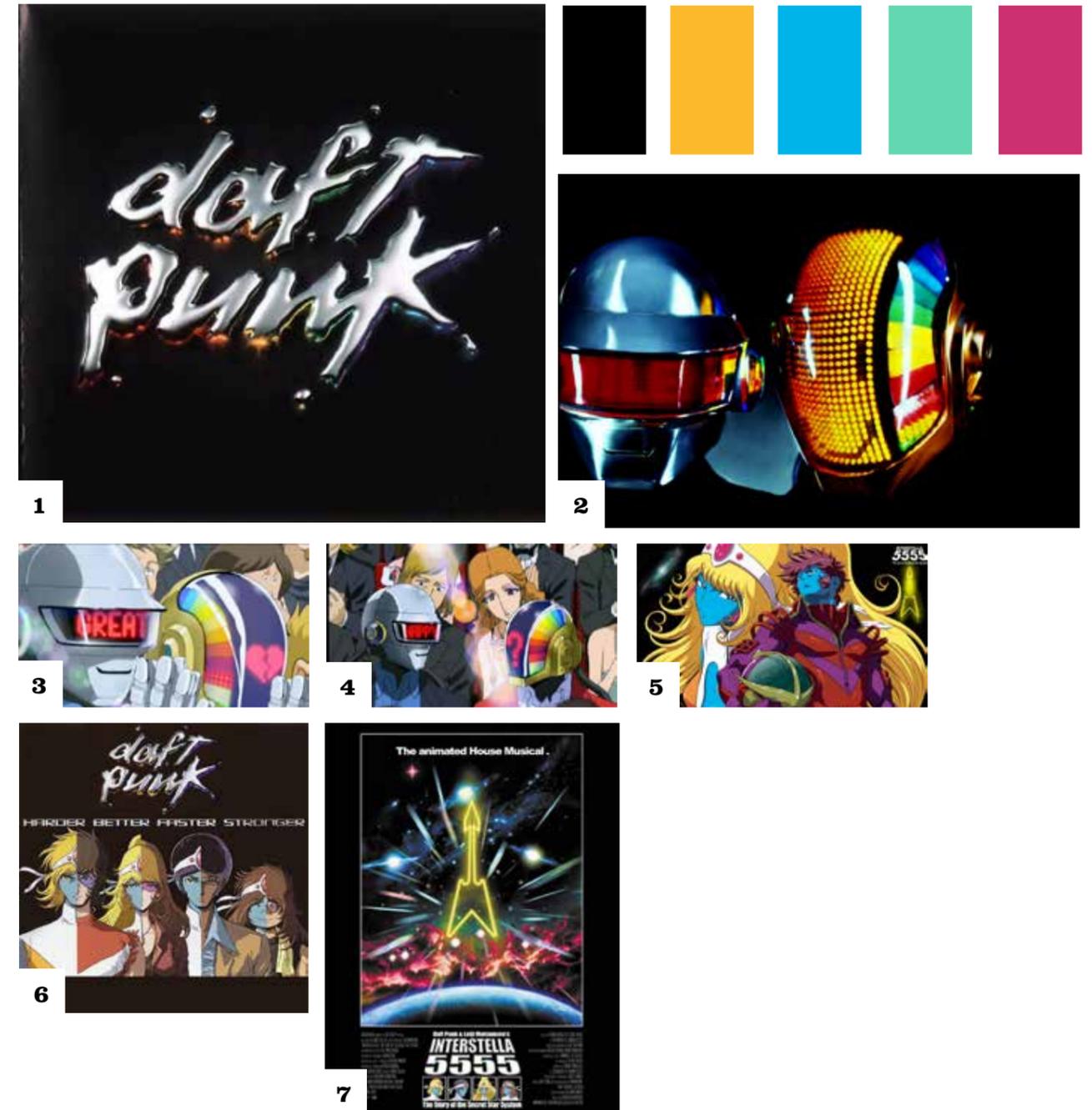
4// Extrait du clip de "Around the world" - Michel Gondry - 1997.

5// Clip "Revolution 909" - Roman Coppola - 1999 Daft Punk, HOMEWORK (1997)

6,7,8// Pochette de single. Dans l'ordre : Da Funk, Around the world, Revolution 909. Logo et artwork par Serge Nicolas

// DISCOVERY – 2001

Six années plus tard, le groupe revient avec son deuxième album. La pochette est ornée d'une nouvelle déclinaison du logo à l'aspect métallique. Une nouvelle gamme de couleurs accompagne le projet. Chaque chanson est accompagnée d'un clip animé, dessiné par Leiji Matsumoto, aussi connu pour être à l'origine de la série d'animation Albator. L'ensemble de ces clips donne naissance à un long métrage : Interstella 5555. On voit dans ce film apparaître deux individus masqués. Il s'agit en fait des musiciens. Chacune de leurs apparitions publiques se fera alors couverte d'un casque orné de LED multicolores. Daft Punk va, avec cet album, au delà du simple projet musical. Il l'accompagne d'un véritable univers visuel et narratif désormais indissociable de la musique.



Illustrations :

1// Pochette de l'album Discovery - 2001 -Daft Arts.

2// Les casques en 2001 : Première apparition des casques tel que nous les connaissons aujourd'hui.

3,4,5// Extraits du film interstella 5555 : L'album est accompagné d'un film d'animation musical, intitulé "interstella 5555" et réalisé par Kazuhisa Takenouchi. Une version animée des deux membres du groupe et de leurs casques apparait dans le film.

6// pochette du single Harder Better, faster, stronger - 2001 - Daft Arts.

7// Affiche du film Interstella 5555.

// HUMAN AFTER ALL – 2005

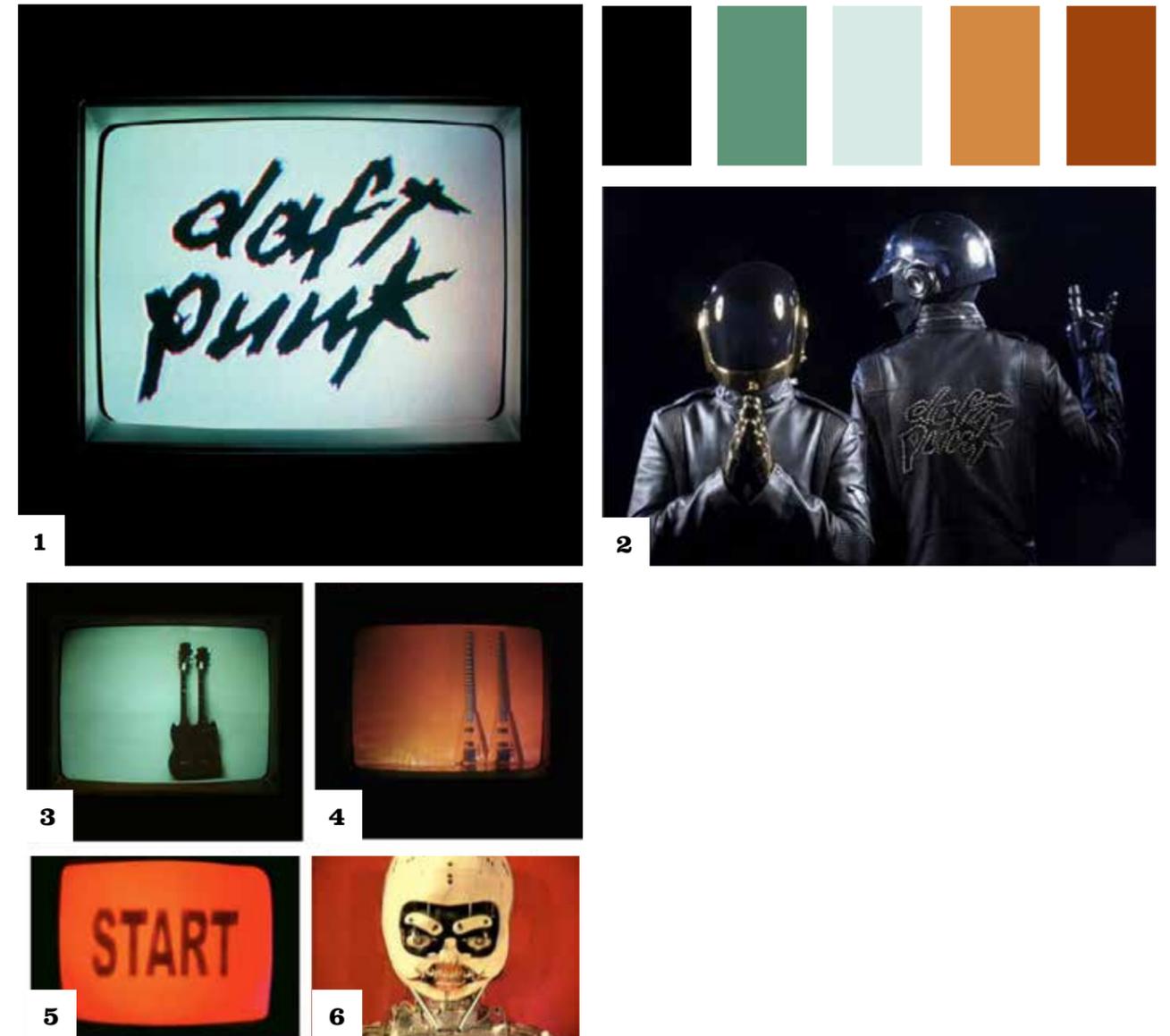
En 2005, les Daft Punk sortent leur troisième album. Ce dernier a pour thème principal le traitement de l'information par les médias, en particulier par la télévision.

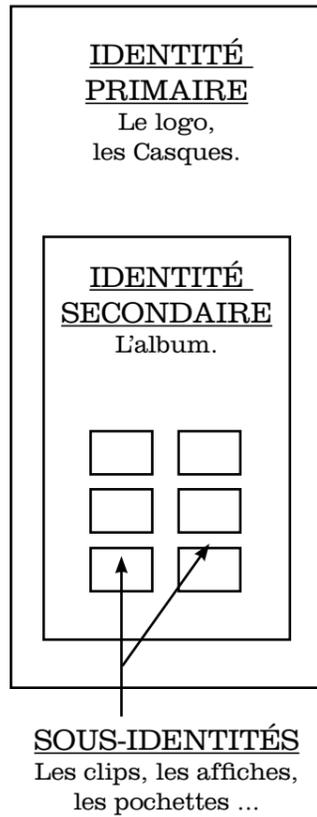
La pochette est ornée encore une fois d'une nouvelle déclinaison du logo. Celui-ci est enfermé dans une forme rappelant celle d'un téléviseur. Cette forme apparaîtra quasiment dans tous les supports de communication liés à l'album ; clip et pochette de single. Une nouvelle gamme de couleurs est mise en place. Plus désaturées et sombres, un peu délavées, des couleurs à la fois agressives rappellent l'image de vieilles VHS. La double guitare est également un élément visuel récurrent de cette période.

Enfin, les musiciens apparaissent encore et toujours cachés de leurs casques au design plus sobre que durant la période « discovery ».

Illustrations :

- 1// Pochette de l'album *Human After All* - 2005 - Daft Arts
- 2// Les casques en 2005 - Daft Arts.
- 3,4 // Pochette de sigle : *robot rock & technologic*, 2005, Daft Arts.
- 5,6// Extrait du clip *Technologic*, réalisé par les Daft Punk en 2005.





// RAM - 2013

En 2013, sort l'album Random Access Memories. Pour la première fois, le logo des Daft Punk n'apparaît pas sur la pochette. Les casques suffisent au spectateur pour reconnaître l'image du groupe. Les visuels de l'album tirent d'énormes influences du mouvement disco et de son étirement sur les années 80. Ainsi, l'album est accompagné d'une gamme de couleurs plutôt flashy, de la brillance, du glow, des lens flares, d'un style assez rétro... tous les éléments les plus clinquants sont utilisés, à la limite du mauvais goût assumé. Une typographie récurrente est utilisée pour chacun des titres. Bien que non présente sur la pochette, une version déclinée du logo a été créée.

On constate alors plusieurs strates visuelles au sein du projet Daft Punk, qu'il me semble plus clair d'illustrer par le schéma de gauche.

On a dans un premier temps ce que je nommerais « l'identité primaire » des Daft punk. Celle-ci est redondante, évolue lentement dans le temps, quels que soient les projets entrepris par le groupe. Elle comprend essentiellement le logo et l'apparition des masques de robot à partir du 2^{ème} album.

On peut ensuite constater ce que je nommerais « l'identité secondaire ». Il s'agit de l'univers visuel d'un album ou d'un projet en particulier. A chaque nouvel album, un nouvel univers est mis en place. Cet univers est tout à fait nouveau mais intègre toujours des éléments de références à l'identité primaire du groupe, permettant au spectateur de ne pas être totalement plongé dans l'inconnu.

Enfin, le tout englobe des sous-identités particulières, le plus généralement les clips ...

Illustrations :

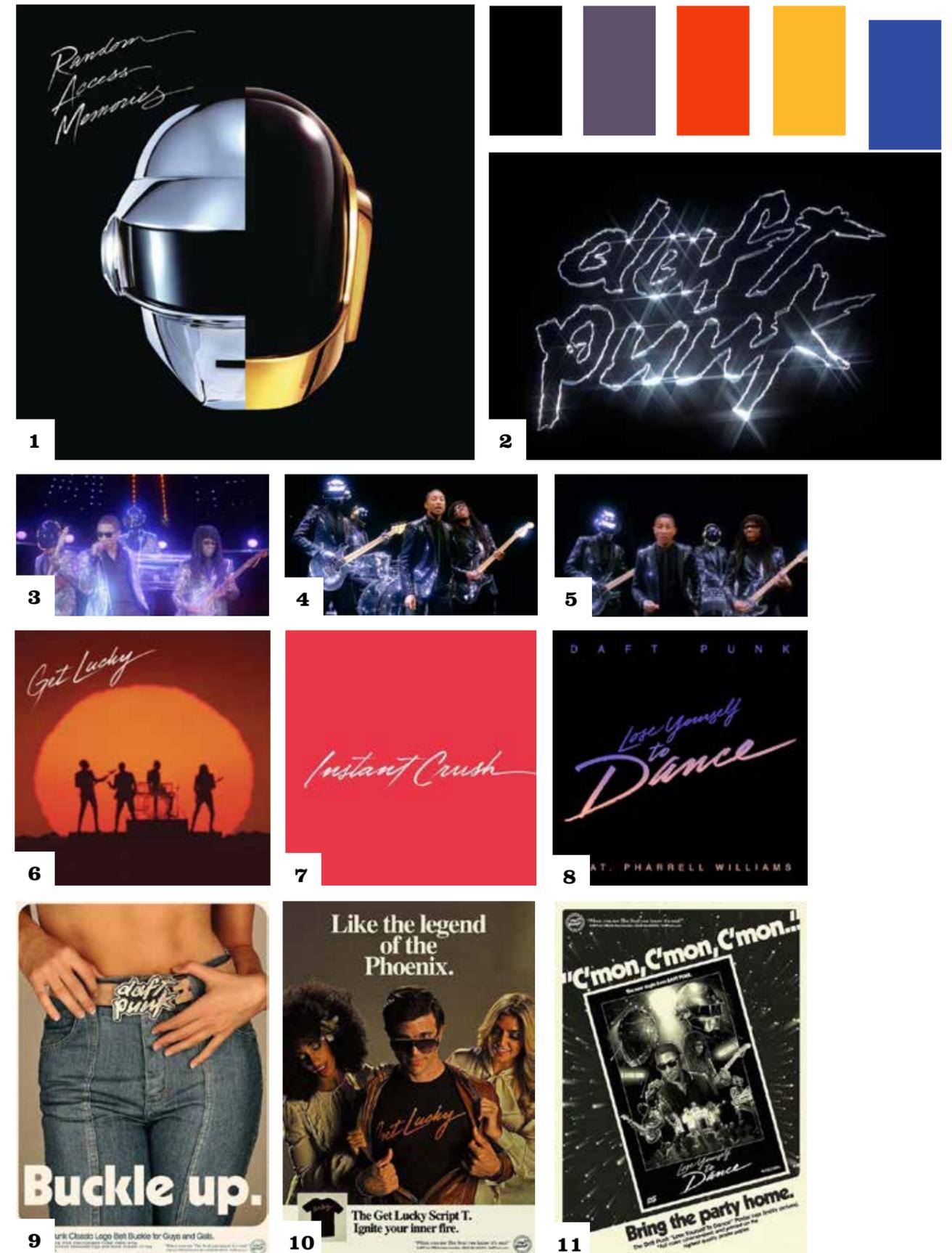
1// Pochette de l'album Random Access Memories des Daft Punk, 2013.

2// Logo version RAM - 2013 - Daft Arts

3,4,5// Extraits du clip "Lose Yourself to dance" réalisé par Daft Punk, Warren Fu, Paul Hahn, Cedric Hervet, 2013.

6,7,8// Pochettes de single Get Lucky, Instant Crush et Lose yourself to dance.

9,10,11// Affiches merchandising pour la collection d'objets dérivés de l'album. - Daft Arts.



Définitions :

⁷ Dessin ou signe graphique ayant pour but de communiquer en message sans passer par une forme linguistique.

⁸ Système qui regroupe une gamme de 747 couleurs normalisées, obtenues par combinaison entre 9 encres de bases.

4) Les processus de création de l'identité.

a) Le logotype. - Définition / usages

Assez d'exemples ont été soulevés pour dire que le logotype, ou logo, est la base d'une identité visuelle. Il s'agit d'un signe graphique permettant d'identifier directement une marque, une organisation ou tout autre projet ou produit. Il représente pour ces derniers l'équivalent d'une signature pour un individu. La plupart du temps composé d'un élément typographique, également appelé typogramme, et/ou d'un pictogramme⁷, le logo répond à des règles posées par le graphiste, son créateur. Ces règles peuvent par exemple être : les proportions par support, les déclinaisons de couleurs autorisées, les usages interdits, etc... Toutes ces règles peuvent être posées dans un document nommé « charte graphique », évoqué précédemment, créé par le graphiste en même temps que le logo.

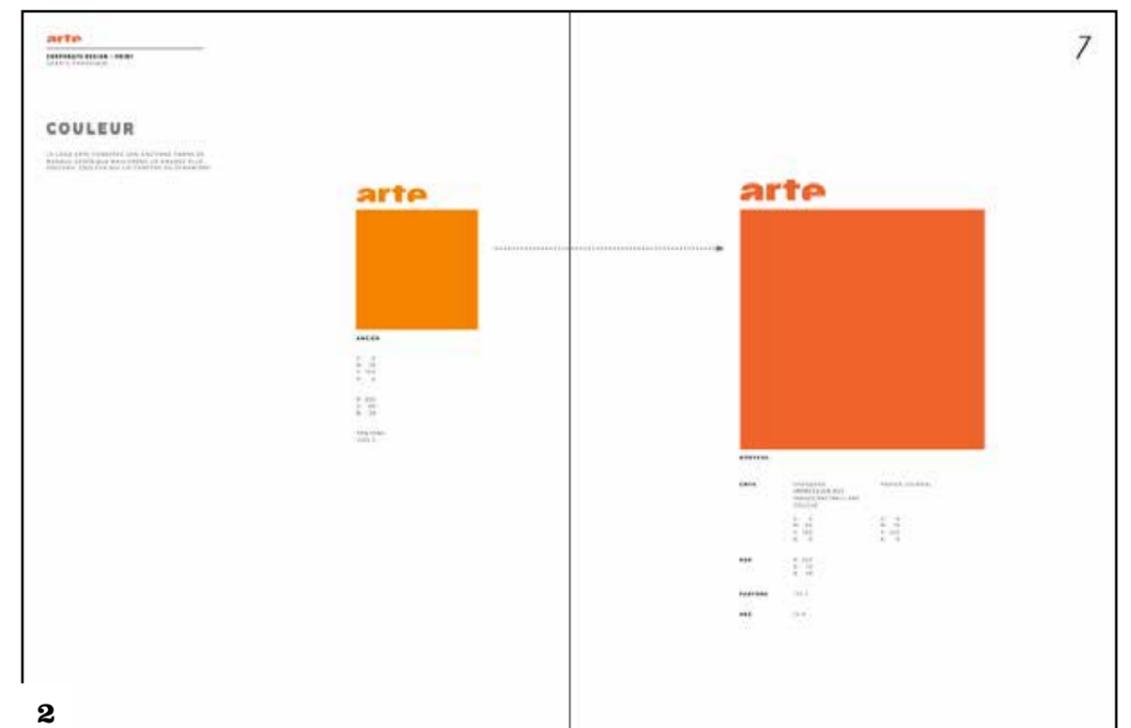
Un logotype doit pouvoir être lisible sur différents supports, à petites et grandes échelles. Il doit donc être pensé simplement et efficacement. Dans le cas d'un logo coloré, une version noire et blanche est généralement déclinée, en cas d'impression monochrome. En ce qui concerne le domaine du graphisme imprimé, le logo est généralement calibré à proportions fixes, et une couleur pantone⁸ lui est parfois attribué pour les impressions couleurs.

Le principe de charte graphique, comme présenté sur celle d'Arte, sur la page de droite, s'adapte parfaitement à l'identité de marque dans la publicité et la communication commerciale. Dans le cas de STORY, on ne pourra pas réellement s'appuyer sur le principe de charte graphique au sens conventionnel du terme. En effet, cela entraînerait trop de contraintes pour un projet musical comme celui-ci. À l'image des Daft Punk, qui n'a pas clairement posé de charte graphique, c'est plutôt un genre de code visuel organique qui peut grandir au fil des projets tout en restant « lui-même » que je souhaite mettre en place. Un genre de boîte à outils à l'usage du graphiste qui travaillera sur les visuels du groupe.

Illustrations :

1// Extrait de la charte graphique d'ARTE – Logo et lignes, 2011

2// Extrait de la charte graphique d'ARTE – Couleur primaire, 2011



b) Le logotype en 3D :

A partir de toutes ces informations, la création du logo du groupe STORY peut débuter. L'univers du groupe s'appuyant sur des thématiques alliant l'imaginaire au réel, il m'a semblé intéressant de penser le logo en connaissance de cause. Ainsi, j'ai essayé dans mes recherches, d'allier réalisme et abstraction. Cette alliance prend naissance par le biais de plusieurs procédés. L'un des principaux étant le mixage de techniques traditionnelles et de techniques numériques. C'est ainsi qu'il m'a paru essentiel lors de la création du logo, de faire intervenir des médiums numériques et plus particulièrement la 3D.

- L'intervention de la 3D et du numérique :

L'intervention du numérique, plus particulièrement de la 3D, dans la création d'un logotype bouleverse plusieurs règles strictes qu'impose un logo 2D. L'ajout de la dimension Z apporte un tout nouveau champ d'action. Le logo n'est plus simplement un objet plat et inerte, il peut s'animer et être vu sous différents angles. Il semble alors plus ancré à la réalité.

Le principal problème est en fait celui du typogramme. En effet, la typographie est une discipline stricte et définie par de nombreuses règles. Ces dernières ont été pensées pour une application en deux dimensions. Dans le cas d'un typogramme, la typographie est utilisée comme élément graphique, sa lisibilité peut très vite devenir un choix esthétique posé par le graphiste. Il est donc parfois possible d'outrepasser la fonction primaire de la typographie qu'est la lisibilité.

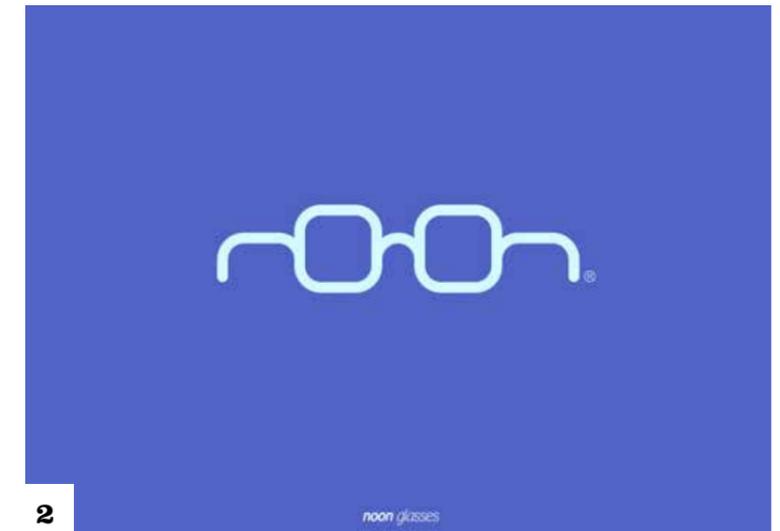
Comme le montrent les deux exemples de la page de droite, la typographie dans un logo peut être utilisée comme une signature lisible, à l'image du logo Kleenex, dessiné par Saul Bass en 1980, ou bien comme un pictogramme, dont la lisibilité devient secondaire, à l'image du logo Noon, créé par Dinard Da Mata. Afin de constater les enjeux que posent la typographie et la création d'un logo utilisant la 3D, voici quelques expérimentations personnelles.

Illustrations :

- 1// Kleenex logotype - typogramme - Saul Bass - 1980
- 2// Noon logotype - Par Dinard Da Mata - ddm design - 2014



1



2

Références :



// Peep show sign, Another Example - 2013.



// Titrage de film, THEY DRIVE BY NIGHT, Raoul Walsh, 1940

Expérimentation n°1// Le passage de la 2D à la 3D :

Dans cette expérimentation, mon but était de partir d'une typographie vectorisée, de l'injecter puis de l'extruder dans un logiciel 3D. Les deux figures précédentes utilisent ce procédé. On remarque que cette technique permet d'avoir une typographie lisible assez simplement.

L'avantage de l'outil numérique dans ce cas est de permettre un grand choix de typographies accessibles facilement, avant de passer à l'étape 3D. Très peu de croquis préparatoires sont nécessaires, puisque l'on part d'une typo existante vectorisée.

On remarque tout de suite que les aspects intéressants qu'apporte la 3D dans la typographie, sont l'éclairage et le rendu de la matière. Pouvoir appliquer différents matériaux, et jouer sur les matières sont des choses qui vont au delà du simple aplat typographique imprimé sur papier.

Il est également possible avec la 3D de modifier l'orientation des lettres et leur alignement sur la profondeur. Ces deux paramètres apportent un champ de possibilités nouveau tout à fait inconcevable sur papier. Obtenir ce genre d'images avant l'apparition des outils numériques était quelque chose de bien plus complexe. L'utilisation de la perspective sur des caractères typographiques était d'ailleurs assez répandue dans les années 40 et 50, notamment dans le domaine du titrage de cinéma. A l'époque, les titrages étaient dans un premier temps dessinés sur papier, jusqu'à l'obtention d'un rendu satisfaisant, puis peints au format adéquat sur du papier ou du rhodoïd selon l'effet souhaité. Autant dire que le temps de travail et la difficulté de mise en place se sont nettement amoindris aujourd'hui.

Illustrations :

1// Extrude sur base d'Helvetica Rounded vectorisé sur Illustrator. - Rendu VRAY / Maya 2013

2// Premières recherches typographiques vectorielles sur adobe Illustrator.

3// Extrude sur base de Courier NEW vectorisé sur Illustrator. Rendu VRAY / Maya 2013



Définitions :

⁹ Logiciel de Sculpt.

Expérimentation n°2 // La création d'une typographie directement en 3D :

Ici, j'ai voulu, à la manière d'un modelleur, créer des lettres directement en 3D, sans passer par l'étape du croquis papier. J'ai utilisé Z-Brush⁹ pour modeler les caractères sans trop de contraintes.

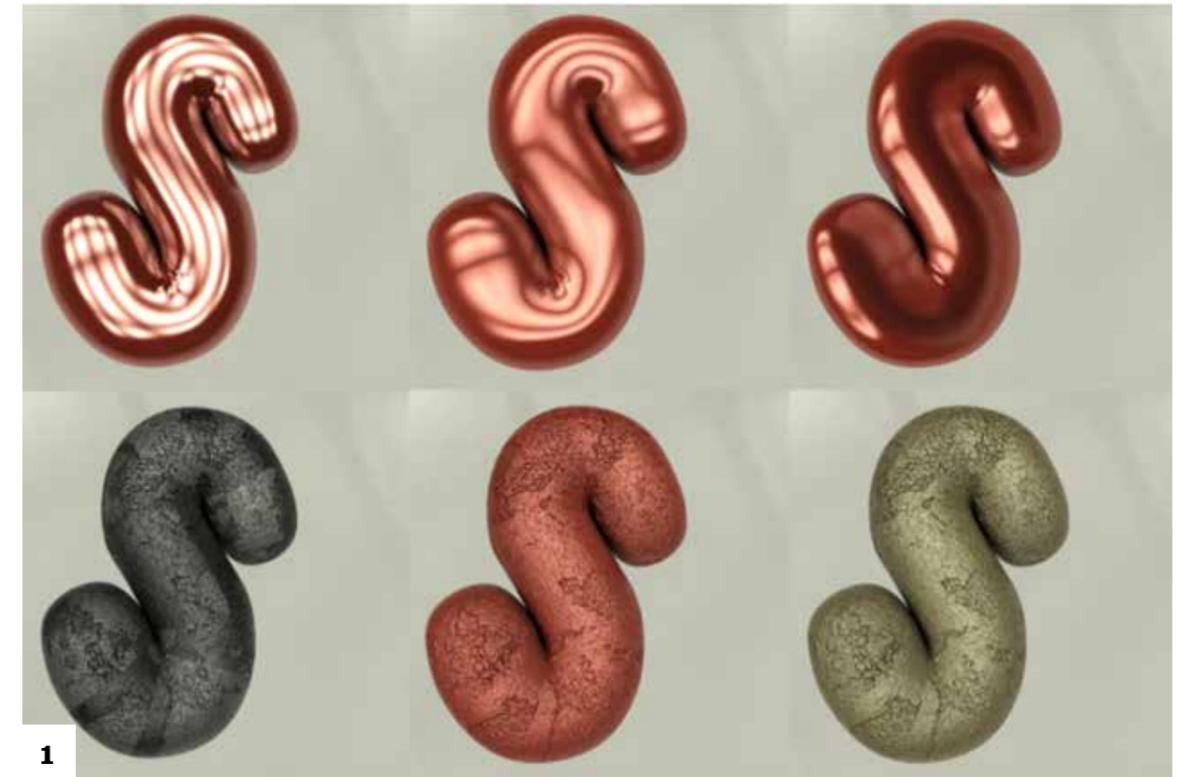
Le caractère, créé directement dans le logiciel de 3D, s'échappe des carcans imposés par la typographie vectorielle de l'expérimentation précédente. Comme je l'expliquais préalablement, on peut facilement expérimenter différents matériaux, produisant ainsi des effets totalement différents à l'œil du spectateur. Le but étant bien entendu de choisir le matériau le plus adapté à la situation. Le choix du matériau va également influencer sur la lisibilité. Sur l'image de droite, on remarque qu'une forte réflexion et du spéculaire (figure haute gauche), trace une lettre blanche à l'intérieur de la lettre rouge, accentuant ainsi sa lisibilité. A l'inverse, l'utilisation d'un bump et d'un shader plus diffus va générer un effet différent.

On peut ensuite choisir, par l'ajout de grain et de profondeur de champ, de donner un aspect plus réel à la typographie. Cette dernière obtient le statut d'objet typographique en 3 dimensions. Elle n'est plus simplement une marque plate sur le papier, mais semble être un véritable objet posé au sol.

Illustrations :

1// Eperimentation personnelle : Sculpt ZBrush – Rendu Vray, Maya 2013.

2// Eperimentation personnelle : Sculpt ZBrush – Rendu Vray, Maya 2013, compositing after effects.



Quand il s'agit de poser le logo dans un logiciel 3D, l'image ci-dessus peut servir d'image de référence. Cependant, on se rend vite compte que ceci entraîne beaucoup de contraintes. Ce phénomène limite alors beaucoup l'intérêt d'utiliser de la 3D. En effet, dans une scène 3D, certains facteurs vont entraîner des déformations sur l'objet. Le positionnement de la caméra ainsi que sa focale peuvent entraîner une différence plus ou moins notable. Pour respecter ces proportions, il est nécessaire d'utiliser sur l'objet une caméra avec une focale donnée (ici 35mm) à une certaine distance et à un angle de vue précis. Or, l'avantage de la 3D est de poser ce logo comme un objet physique, que l'on peut déplacer et voir sous différents angles. Dans certains cas, notamment lorsqu'il s'agira d'intégrer le logo dans une image en prise de vue réelle, il sera nécessaire d'outrepasser ces règles, et d'adapter la caméra à la situation.

J'en arrive à la conclusion, que dans le cas d'une image fixe ou le logo occupe une place centrale, il est nécessaire d'utiliser ces paramètres de caméra fixés. Le fait de voir l'objet à chaque fois sous un angle différent enlèvera l'impact visuel qu'il est censé avoir, le but du logo étant avant tout d'être reconnaissable au premier coup d'œil. Le seul cas selon moi où ces règles peuvent être dépassées, est l'intégration d'une image en prise de vue réelle. Il faut dans tous les cas garder en tête l'image de référence et essayer de s'en approcher un maximum afin de garder la lisibilité du logo. Imaginons par exemple que l'on souhaite intégrer ce logo comme un objet posé sur une table dans une photo prise avec un objectif grand angle, il sera nécessaire d'adapter la caméra 3D aux paramètres utilisés lors du shooting, de lui appliquer les déformations de lentilles adéquates, etc... Les proportions dans ce cas ne pourront pas être respectées.

Dans le cas d'une image animée, ce principe devient plus complexe. Lorsqu'un mouvement de caméra est en jeu, il est évident que le logo tel qu'il a été posé sur papier ne sera pas le même. Il est en revanche possible d'imposer des règles tel que tenter au maximum de rester en caméra frontale sur l'objet. L'un des points essentiels que j'ai voulu me fixer, est d'essayer d'avoir au moins une frame de l'animation qui s'approche de l'image imposée sur support fixe.

Pour conclure, l'utilisation de la 3D dans la création d'un logo ouvre un large champ de possibilités. Penser dès le départ son logo en tant qu'objet 3D entraîne de nouvelles contraintes, mais également un plus large panel de choix graphiques. Le logo va pouvoir, grâce à la 3D, s'intégrer au réel. Ce n'est plus un simple signe plaqué à une feuille de papier, mais la perspective d'un objet physique que l'on souhaiterait pouvoir toucher.

Illustrations :

1// Le logo posé en image fixe selon le modèle que je me suis imposé, puis composité. (Maya, VRAY, photoshop)

2// Capture d'une vidéo en plan vertigo. Ici la frame de référence.



Définitions :

¹⁰ Courier a été dessinée par Howard Kettler en 1955 pour IBM. Elle est utilisée pour la première fois en 1961 sur des machines à écrire.

c) Les éléments secondaires de l'identité

Ce que j'entends par « éléments secondaires de l'identité », détermine les différents signes visuels ou règles graphiques qui vont revenir sur les divers supports de communication du groupe. Ces règles vont s'appliquer uniquement en ce qui concerne l'album « The Imaginarium building » contrairement au logo qui est l'identité englobant tous les albums et projets du groupe.

En guise de rappel, le projet d'album « The Imaginarium building » se base sur un principe simple, chaque chanson de cet album fait référence à l'étage d'un immeuble imaginaire, l'Imaginarium building. Métaphoriquement, l'immeuble symbolise l'album ; chaque étage, une chanson.

1/ La typographie d'accompagnement

La principale thématique du groupe STORY est l'univers cinématographique. Il m'a donc semblé logique de choisir une typographie d'accompagnement renvoyant à cet univers. Cette dernière est destinée à apparaître sur les différents supports de communication du groupe : affiches, pochettes de cd, vidéo clips, etc...

Mon choix s'est naturellement fixé sur la font Courier New¹⁰. Celle-ci est un standard de l'écriture de scénario, presque même devenu une convention. C'est également pour cette raison qu'elle apparaît sous le logo.

Illustrations :

// La typographie Courier New - regular & bold - basée sur courier dessinée par Howard Kettler en 1955

Courrier New
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 , ; : ? . !

Courrier New Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 , ; : ? . !

2/ Recherches couleurs, textures et formes:

Afin de définir encore un peu plus l'univers de l'Imaginarium building, j'ai développé plusieurs expérimentations concernant les couleurs et textures récurrentes du projet.

L'important étant, selon moi, de mettre en évidence le contraste entre le réel et l'imaginaire, il en est essentiellement ressorti un mélange de textures et de couleurs issues du réel et de formes numériques assumées. Des matériaux bruts (type bois, métal, pierre, etc...) ainsi que l'utilisation de textures marbrées peintes à la main et parfois animées, en opposition à des techniques numériques apparentes. Ainsi pourront se mêler, au sein d'un même visuel, des éléments de type wireframes et des textures réalistes. L'important dans chacune de mes recherches a été de lier des éléments réels à des éléments imaginaires. J'ai pour cela essayé d'hybrider au maximum les techniques traditionnelles et numériques.

J'ai effectué beaucoup de recherches du côté des textures marbrées. En effet, la marbrure est un motif intéressant, permettant à la fois d'évoquer la dureté et la solidité de la pierre, mais également les formes aléatoires et imparfaites de l'imaginaire. Cela a aussi été une façon intéressante de rechercher une gamme de couleurs, par l'utilisation directe de pigments et de peinture, plutôt que par le biais de l'outil numérique. Les images ci-dessus sont des exemples de recherches.

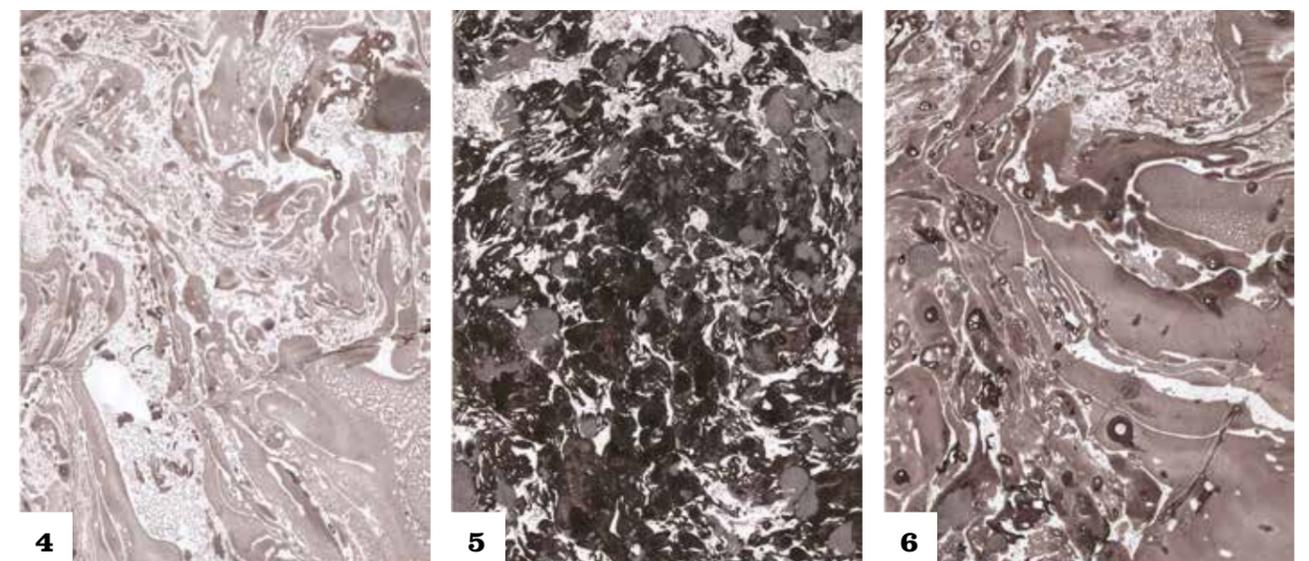
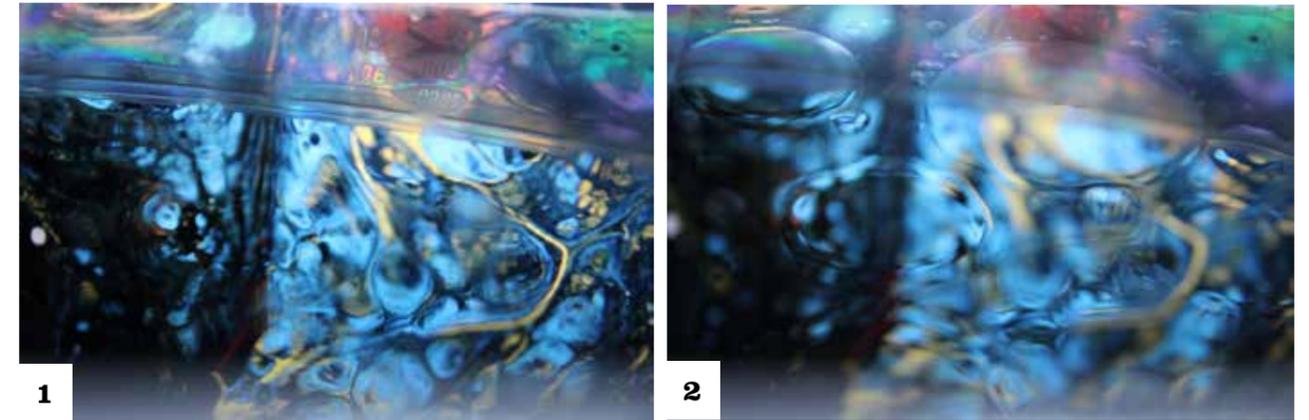
Sur l'image n°3, l'usage des textures marbrées apporte un aspect organique et étrange à des formes géométriques brutes, deux éléments qui se marient bien à la musique du groupe.

Illustrations :

1,2 // Recherches textures : eau + encre de chine + peinture à l'huile + rétro éclairage.

3 // Test d'illustration de l'univers du groupe.

4,5,6 // Test de papier marbrés : peinture à l'huile et térébenthine sur papier.

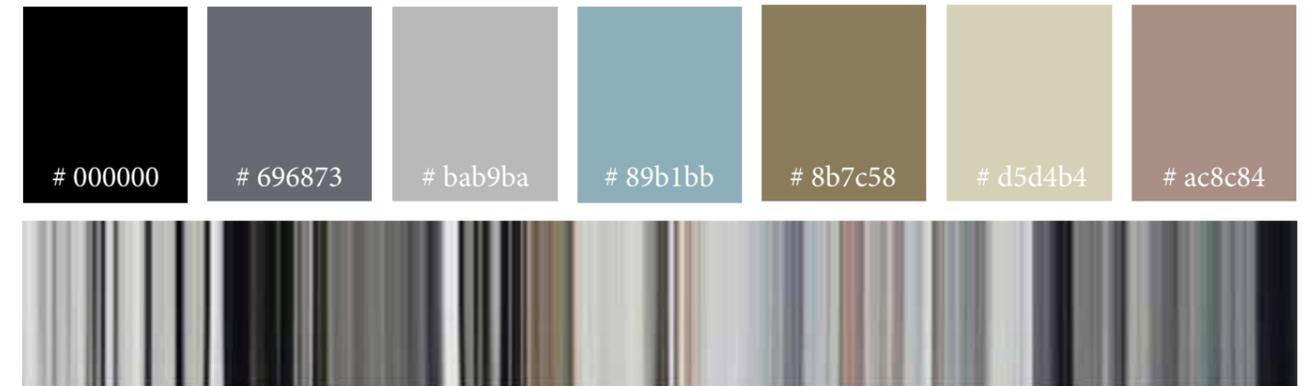


3/ Une gamme de couleurs :

La musique de STORY est inspirée par la pop culture, mais aussi par des thèmes épiques et cinématographiques. Elle a généralement un côté plutôt sombre et dur, malgré ses influences pop. L'utilisation de couleurs désaturées ou de nuances de gris se prête assez bien à l'ambiance musicale du projet. J'ai ainsi, par différents tests de texture associés, définie une gamme de couleurs principale.

Cette gamme de couleurs tire essentiellement sa source de mon envie de faire apparaître des matériaux tel que le bois et la pierre, tout en gardant à l'idée un univers un peu sombre. L'utilisation de couleurs vives et saturées ne correspondrait pas à l'ambiance générale de l'album, elles ne sont cependant pas à exclure. C'est pourquoi elles peuvent apparaître par l'intermédiaire de petites touches noyées dans des beiges, des gris, des blancs et des noirs.

Une fois cette gamme de couleurs posée, j'ai essayé d'appliquer tout cela sous la forme d'un décor. Mon but a été de créer plusieurs visuels posant l'univers de l'Imaginarium building. Bien que le logo arbore des couleurs sombres, l'ensemble du décor respire, il est plutôt lumineux. C'est l'impression que je souhaitais faire ressortir de mes images, des couleurs douces, faibles en saturation, mais une impression de légèreté, pour éviter l'enfermement.



Illustrations :

De haut en bas :

// Gamme de couleurs principale associée à leur code hexadécimal.

// Pixel étiré du paysage de référence, base de la gamme de couleurs.

// Création d'un paysage permettant de poser une gamme de couleurs de références.

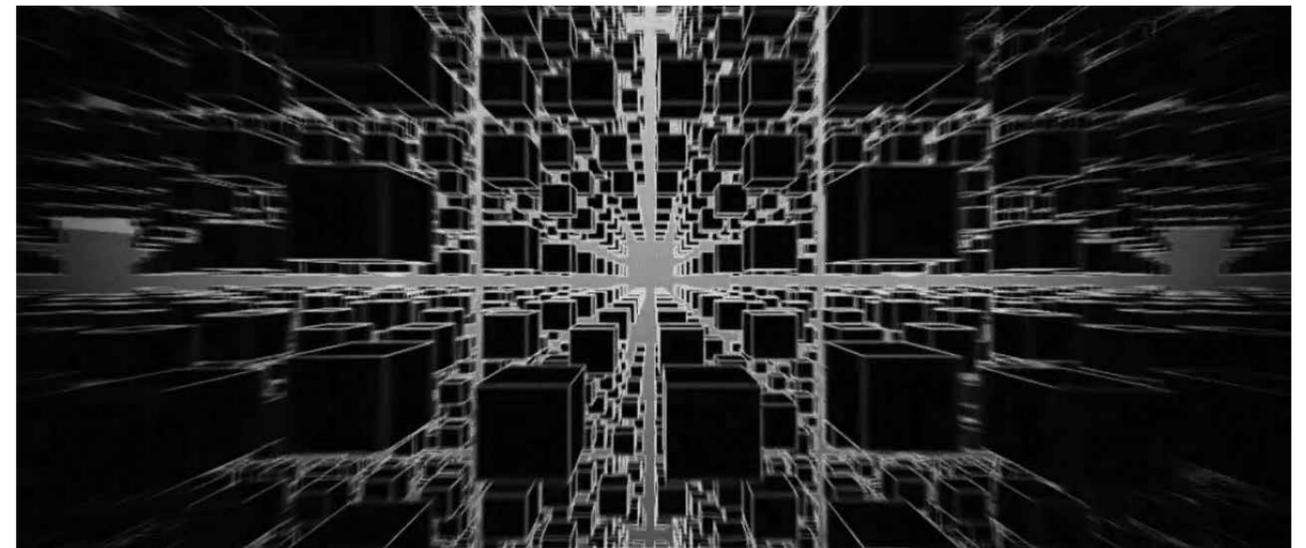
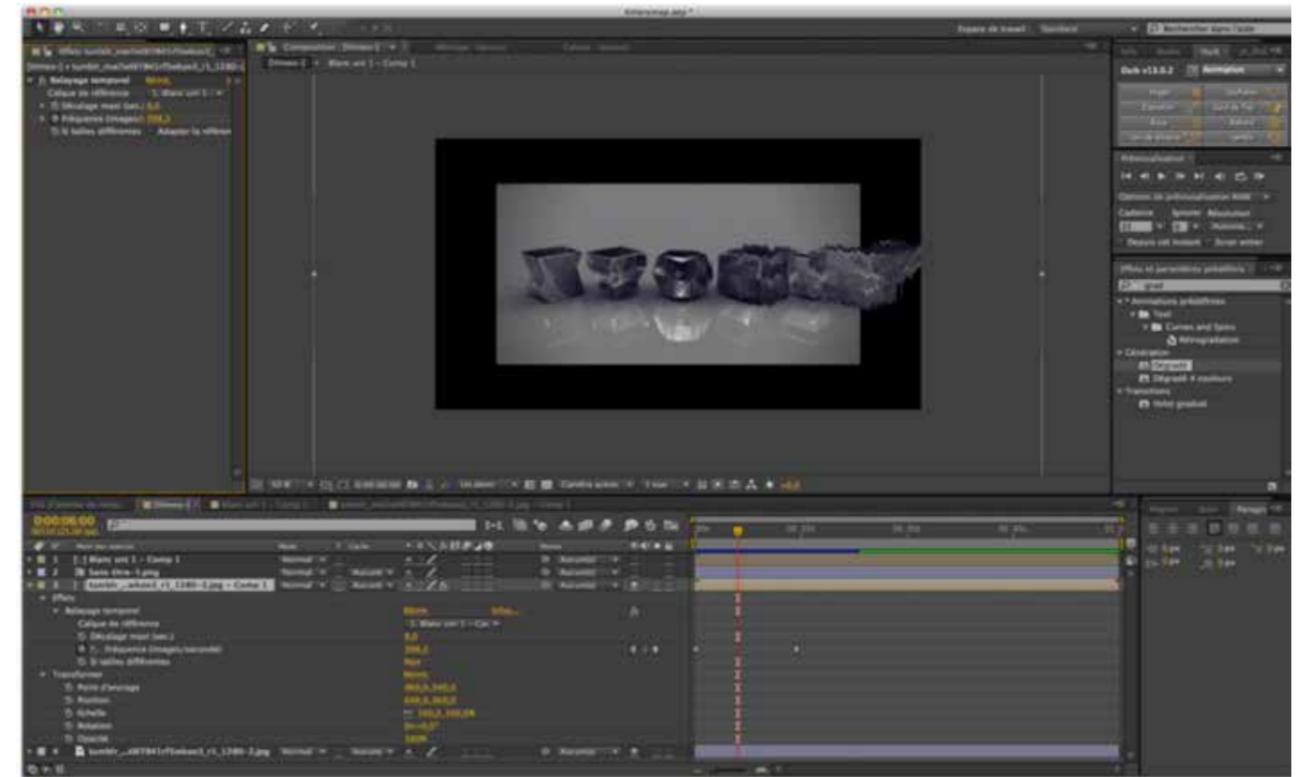
4/ Des motifs récurrents :

Un autre élément important que j'ai souhaité mettre en place est le travail sur le cadrage et le dépassement du cadre. En effet, l'image cinématographique est la plupart du temps enfermée dans un format défini par le film et la caméra. Le groupe tirant beaucoup d'influences du cinéma, un jeu sur le cadre me semblait intéressant. C'est pour cette raison que j'ai voulu, en me basant sur des formats tel que le 16 :9, le 4 :3 ou le cinémascope, travailler sur la « bande noire ». Utiliser le cadre comme un élément faisant parti du décor, et non comme une limite infranchissable.

Ce jeu sur le cadre peut à la fois être vu comme un clin d'œil aux influences cinématographiques du groupe, mais aussi comme une façon de traiter de l'imaginaire, par le dépassement des limites conventionnellement posées.

Pour contraster l'aspect organique et manuel de la texture marbrée, j'ai pensé utiliser des images à la 3D assumée. J'ai alors orienté plusieurs de mes recherches sur des images playblast, low poly ou encore wireframe. L'idée de travailler directement la 3D dans le viewport est quelque chose qui m'a vraiment intéressée. Ce procédé apporte un assez large panel de possibilités, d'autant plus aujourd'hui avec l'apparition du viewport 2.0. Cette technique permet de travailler son image en temps réel, et de jouer sur l'aspect visible du logiciel à l'origine de l'image.

On remarque dans mes images une forte tendance à représenter des perspectives frontales, à un seul point de fuite. Ce cadrage donne très vite une impression de couloir, de chemin à suivre. Le couloir est un symbole souvent utilisé pour évoquer le passage d'un élément à un autre. Ici, sans doute le passage du réel au fictif. On peut aussi voir cet élément comme une référence à l'immeuble, à la forme architecturale qu'entraîne la notion de couloir.



Illustrations :

De haut en bas :

// Test de dépassement du cadrage, jeu sur la bande noire. Dépasser les limites du cadre. Capture du logiciel After Effects.

// Recherche 5 : Compositer du playblast. La 3D directement sortie du logiciel.

A ce stade de mon travail, j'ai également souhaité travailler sur la texture du logo. Comme je le disais précédemment, l'utilisation de matériaux tels que le bois et la pierre s'adapte, selon moi, assez bien au sujet.

J'ai cependant aussi voulu chercher du côté de matériaux plus abstraits, voici, à droite, un panel de recherches que j'ai effectué sur VRAY.

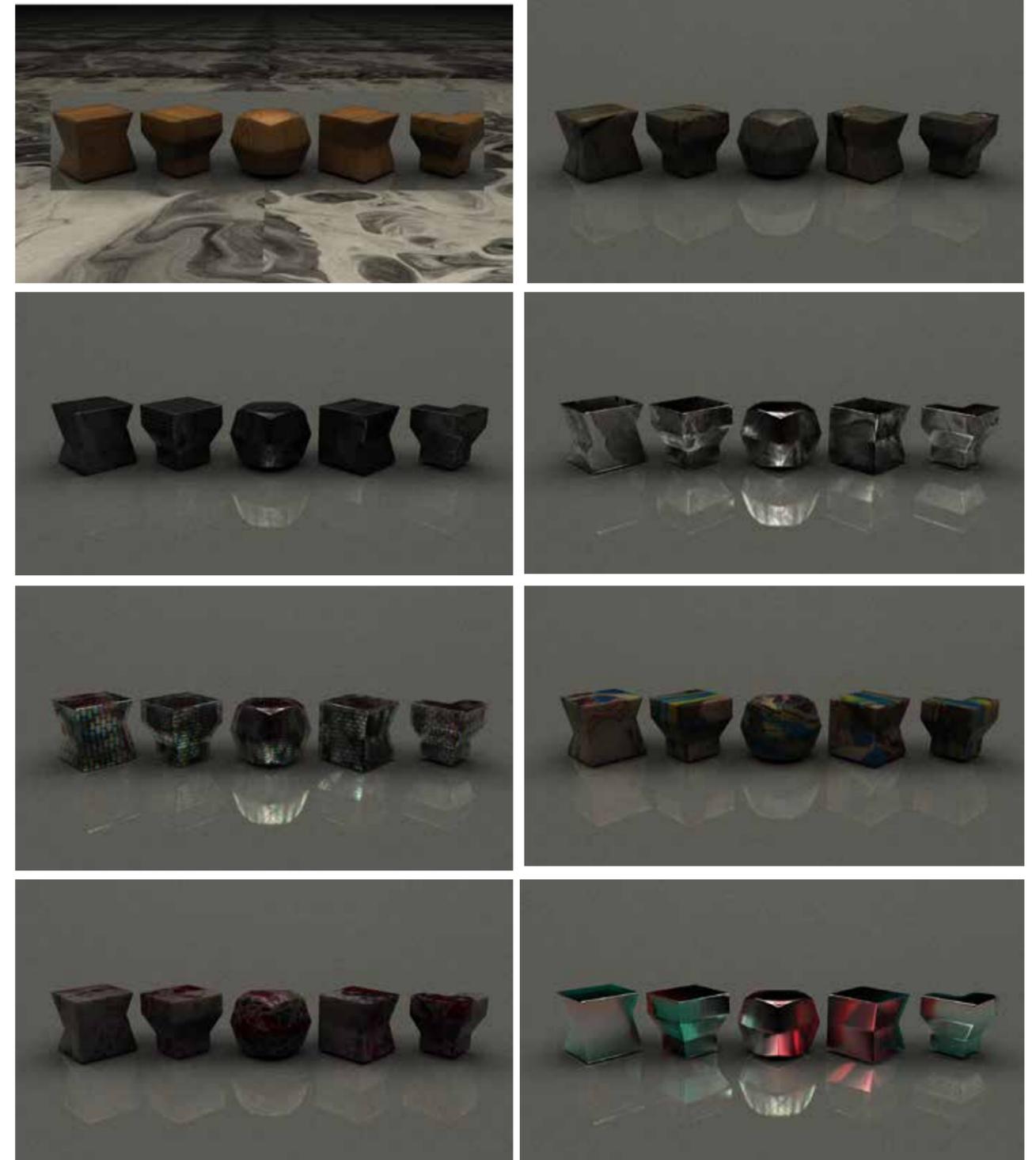
POUR RÉSUMER :

Voici un récapitulatif des thèmes soulevés par la musique du groupe mis en relation à des moyens de les exprimer visuellement :

L'imaginaire :	<ul style="list-style-type: none"> - Des formes aléatoires (textures d'encre marbrées et coulées de peintures), - Des matériaux réalistes sur des formes abstraites ou inversement. - L'utilisation d'une 3D assumée (wireframe, lowpoly, playblast...). - L'hybridation de techniques traditionnelles et numériques (peinture, sérigraphie, dessin / 3D, vidéos). - Le motif du couloir, comme symbole du passage du réel au fictif.
les influences cinématographiques :	<ul style="list-style-type: none"> - Un jeu sur le format, la bande noire. - Des références à des œuvres majeures du septième art. - Des placements de typographie en référence aux génériques ou aux titrages de film.
Un peu de mélancolie :	<ul style="list-style-type: none"> - Des couleurs douces et désaturées, - Des nuances de gris, - Du n&b, - Du beige, du bleu ciel.
Le tout ancré dans la réalité :	<ul style="list-style-type: none"> - Des matériaux qui évoquent des constructions solides : bois, brique, ciment, - Utilisation de la photographie ou de la prise de vue réelle.

Illustrations :

*Recherches de shadings et textures sur le logo STORY.
Maya & Vray.*



Définitions :

¹¹ Procédé d'impression à l'aide d'un écran constitué par un cadre sur lequel est tendu un tissu à mailles, permettant l'impression sur de multiples surfaces. (Définition tiré du site www.larousse.fr)

¹² Livre où les images se dressent et s'animent lors du mouvement d'ouverture des pages.

d) Application à un support imprimé :

Après avoir réfléchi à plusieurs éléments graphiques récurrents, il est temps de voir si une première mise en application est possible. Il est clair que tous les éléments cités précédemment sont un genre de boîte à outils à l'intention du graphiste. En aucun cas l'utilisation de tous ces éléments n'est une obligation, il faut savoir les utiliser à bon escient en fonction du support et de l'effet recherché, à sa libre et bonne appréciation. Comme l'a montré l'exemple des Daft Punk, le logo occupe une part très importante de l'image du groupe, cependant il n'apparaît pas de manière systématique sur chacun des supports. C'est aussi ça le travail du graphiste, savoir jauger la situation et faire le choix des codes visuels les plus importants selon lui. Pour cela, il doit pouvoir justifier ses choix. Ne pas en venir à se dire, « j'ai utilisé ça parce qu'il le fallait », mais plutôt, « j'ai choisi d'utiliser tel élément visuel, car il s'adapte parfaitement à tel type de support, pour telle et telle raison, etc... ».

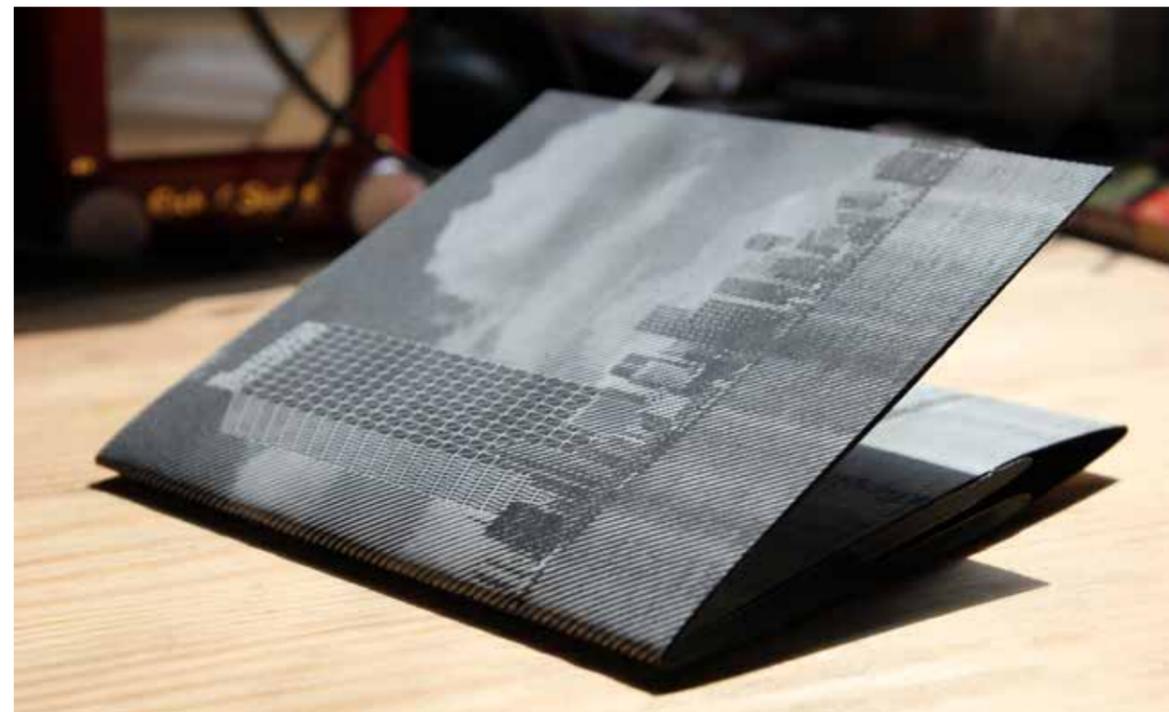
Pour la création du packaging de CD, certains éléments sont obligatoires, comme le titre de l'album ou les titres des chansons. Naturellement, le choix de la typographie va se porter sur celle qui a été définie préalablement : Courier New.

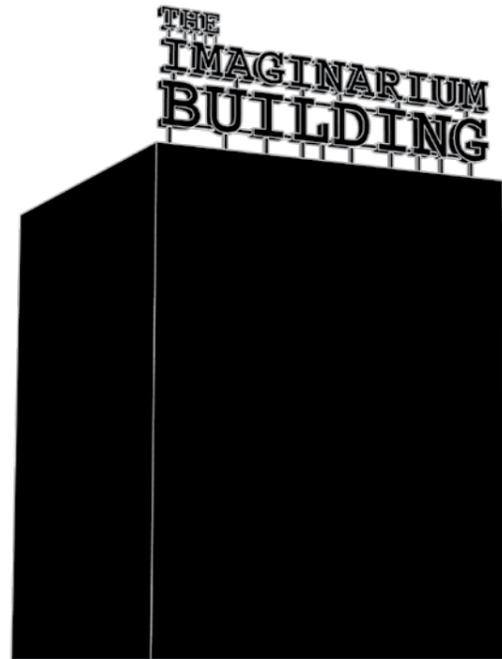
J'ai également essayé de réfléchir à des moyens matériaux pour mélanger l'imaginaire et le réel. Le simple fait de sortir des visuels créés numériquement sur un support imprimé dans le réel est un moyen d'action. Je me suis personnellement intéressée à un mélange de techniques traditionnelles et numériques. Le travail d'un visuel en 3D intégré à une photographie est un premier contraste. La technique d'impression va ensuite apporter un second contraste.

J'ai choisi d'utiliser la sérigraphie¹¹, technique d'impression ancienne et manuelle, en opposition au médium numérique utilisé pour créer le visuel. Elle permet, d'une part, l'usage d'encre blanche ainsi que l'obtention d'un résultat plus sensible et plastique que lors d'une impression numérique. Ce fait, en plus d'être visuel, est bel et bien palpable, une différence est notable au toucher entre l'épaisseur de l'encre et celle du papier, apportant une valeur supplémentaire à l'objet. Un jeu sur la hauteur et la verticalité, à l'image de cette tour dont le plafond frotte les nuages, est mis en place dans le visuel sérigraphié et dans le pliage du packaging. Dès l'ouverture de l'emballage, un simple pop-up¹², dresse le CD vers nous, comme voulant s'échapper du paquet.

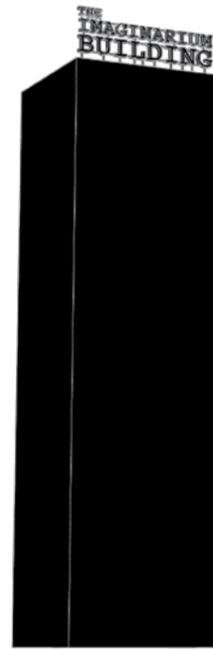
Illustrations :

// Le packaging de CD, Maya et Photoshop, sérigraphie blanche sur papier noir.

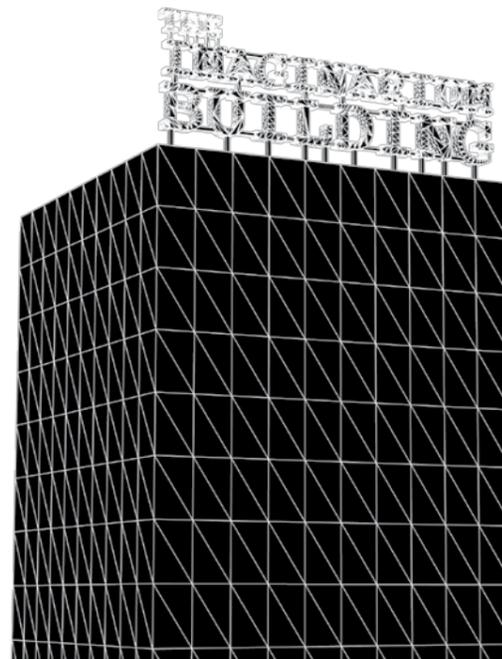




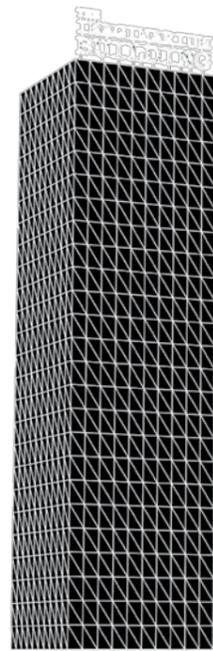
1



2



3



4



5



6

Illustrations :

1,2 // Sortie 3D, maya vector, d'un immeuble en contours.
3,4 // Sortie 3D, maya vector, d'un immeuble wireframe.
5,6 // Assemblage des éléments pour la création des typons de sérigraphie.

Remarque :

On nomme typon en sérigraphie, une feuille transparente sur laquelle est imprimée un motif à l'encre opaque. Les zones noires du typons correspondent aux zones qui seront finalement imprimées. Ceci explique que le visuel du typon soit ici en négatif.

Définitions :

^A Deux figures emblématiques du mouvement pop art à la fin des années 1950 aux États-Unis.

^B Produit chimique séchant sous l'action des rayons UV.

// Petites parenthèses: Compositing VS. Sérigraphie.

Qu'est-ce que la sérigraphie?

La sérigraphie est une technique d'impression manuelle apparue en Chine autour du XI^{ème} siècle. Elle fut largement remise au goût du jour aux États-Unis, au XX^{ème} siècle, notamment par Andy Warhol et Roy Lichtenstein^A.

D'un point de vue pratique, cette technique est très adaptée à des séries en moindres quantités, et permet des impressions sur supports variés. On pense par exemple à des impressions d'encre blanche sur support noir, mais également des impressions sur supports plastiques, métal, bois...

D'un point de vue technique, la sérigraphie va suivre le cheminement suivant :

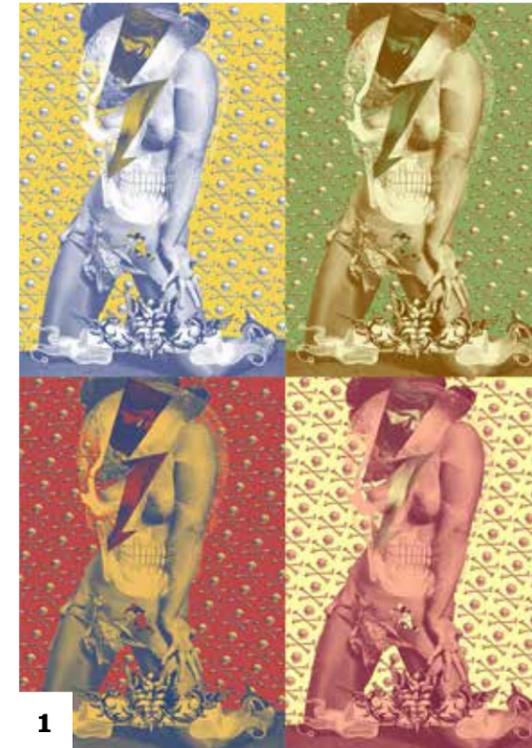
- Nappage d'un produit photosensible^B sur un cadre garni d'une toile à maille fine.
- Insolation du cadre, masqué aux endroits souhaités par une feuille transparente sur laquelle est imprimée une illustration à l'encre opaque. Cette feuille est aussi appelée "typon".
- Rinçage du cadre. Le produit photosensible va s'en aller aux endroits masqués par l'encre opaque. Les parties non masquées, elle, auront séché, sous l'influence des rayons UV.
- l'étape finale d'impression se rapproche beaucoup d'une technique de pochoir. En effet, une fine couche d'encre est déposée sur le cadre, permettant l'impression sur divers supports, par la pression d'une racle.

Il est alors possible, pour un visuel en plusieurs couleurs, de préparer plusieurs cadres et de superposer les couches d'impression.

Qu'appelle-t-on le compositing en image de synthèse?

Le compositing est un procédé numérique consistant à assembler différentes couches d'images pour créer une image finale. Dans un film d'animation par exemple, ce procédé va permettre de rassembler au sein d'une même image les différentes couches de décors et personnages.

Il me semble intéressant de mettre en relation ces deux procédés utilisés dans des domaines très différents et pourtant arborant de véritables similitudes. Ces deux méthodes consistent finalement à l'assemblage de couches d'images pour obtenir un rendu final. Ainsi, on pourrait tout à fait imaginer, à partir d'une image 3D, sortir plusieurs couches (ombre, occlusion, réflexion...) et de les sérigraphier les unes sur les autres. Il sera ainsi possible d'obtenir un aspect plastique et graphique, apportant une dimension manuelle à l'image de synthèse.



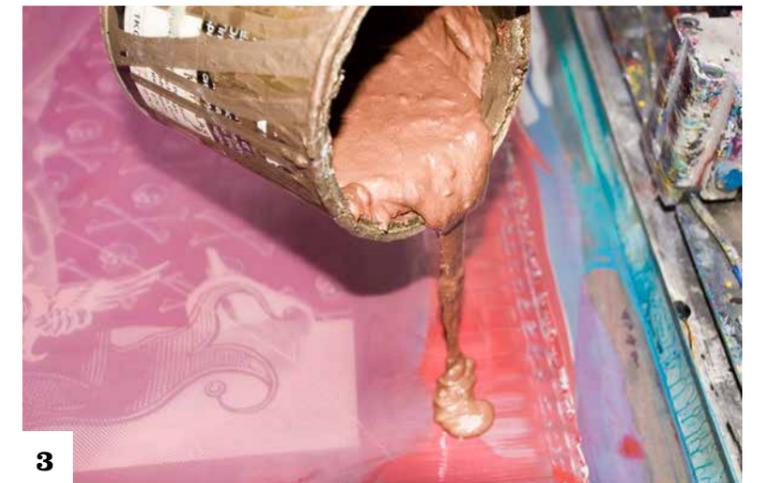
1

1,2,3 // Le principe de couches de couleur en sérigraphie (images extraites du site <http://www.tind.gr>)

Tind, Murphy's law RTFM, 50 x 70 cm, sérigraphie, 2 couleurs ou plus.



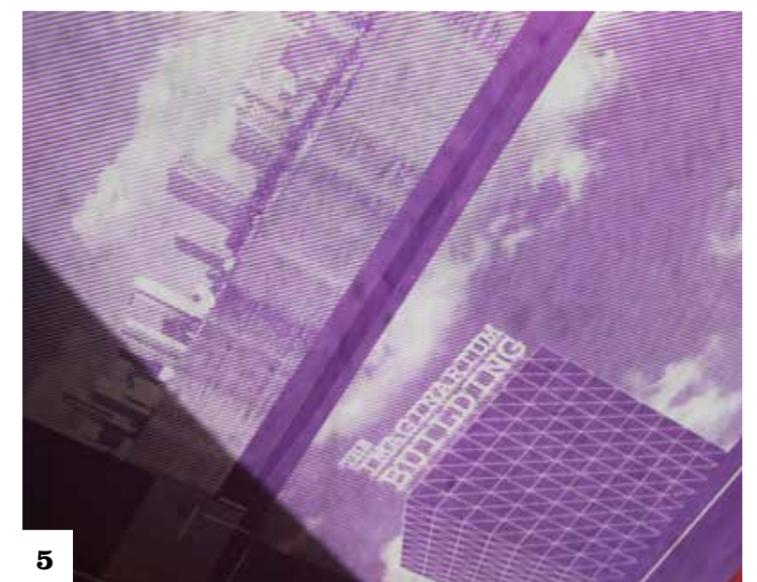
2



3



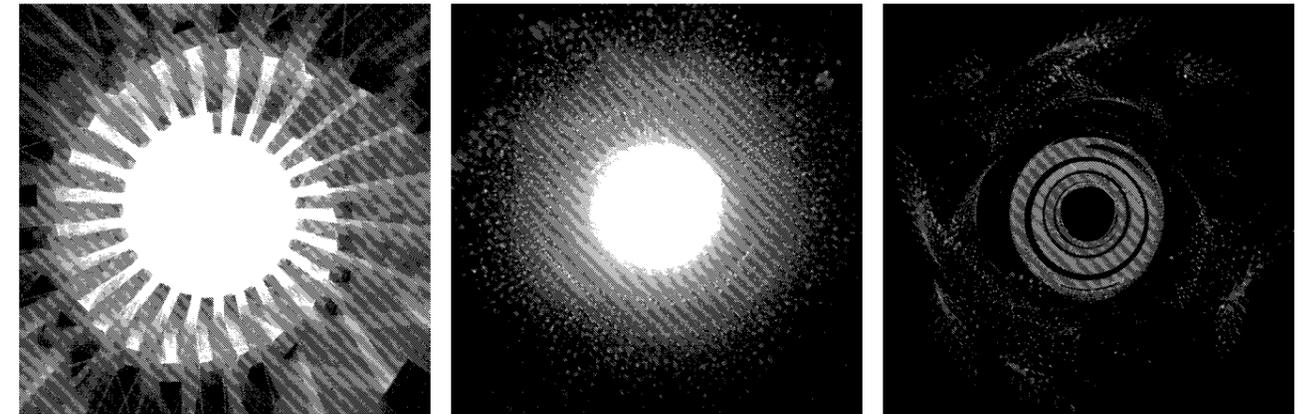
4



5

4,5 // Photographie du cadre de sérigraphie de la pochette d'album de STORY - The imaginarium building.

Concernant le visuel de la galette du CD, j'ai voulu expérimenter une autre technique numérique rarement dédiée à de l'image imprimée. L'illustration a été créée par un mélange d'Adobe After Effects, logiciel dédié plus généralement au compositing vidéo et au motion design, et de Maya. En effet, j'ai réalisé ce visuel au même moment qu'un des plans du clip, je reviendrai plus en détail là-dessus dans la seconde partie du mémoire. Après avoir modélisé une sorte de tunnel sur maya, j'ai injecté l'objet 3D dans le plug-in trapcode form, d'after effects. Ce plug-in instancie à chaque vertex du mesh une particule. Il est ensuite possible d'ajouter des effets tels que la profondeur de champ. Une fois un résultat satisfaisant obtenu, j'ai également rendu un wireframe depuis maya, puis assemblé le tout dans Photoshop, pour le calage final.



Nota bene : Il ne faut pas limiter un logiciel à son utilité primaire. After Effects avait toujours été pour moi un soft d'effets vidéos, je ne l'avais pas envisagé autrement. C'est un tort, il est tout à fait utilisable pour générer des images fixes. L'obtention de certains types d'images ou effets est même plus simple à acquérir par le biais de ce logiciel que par d'autres, comme Photoshop. Il ne faut donc pas le laisser de côté, sous prétexte qu'il a été conçu pour la vidéo.



Illustrations :

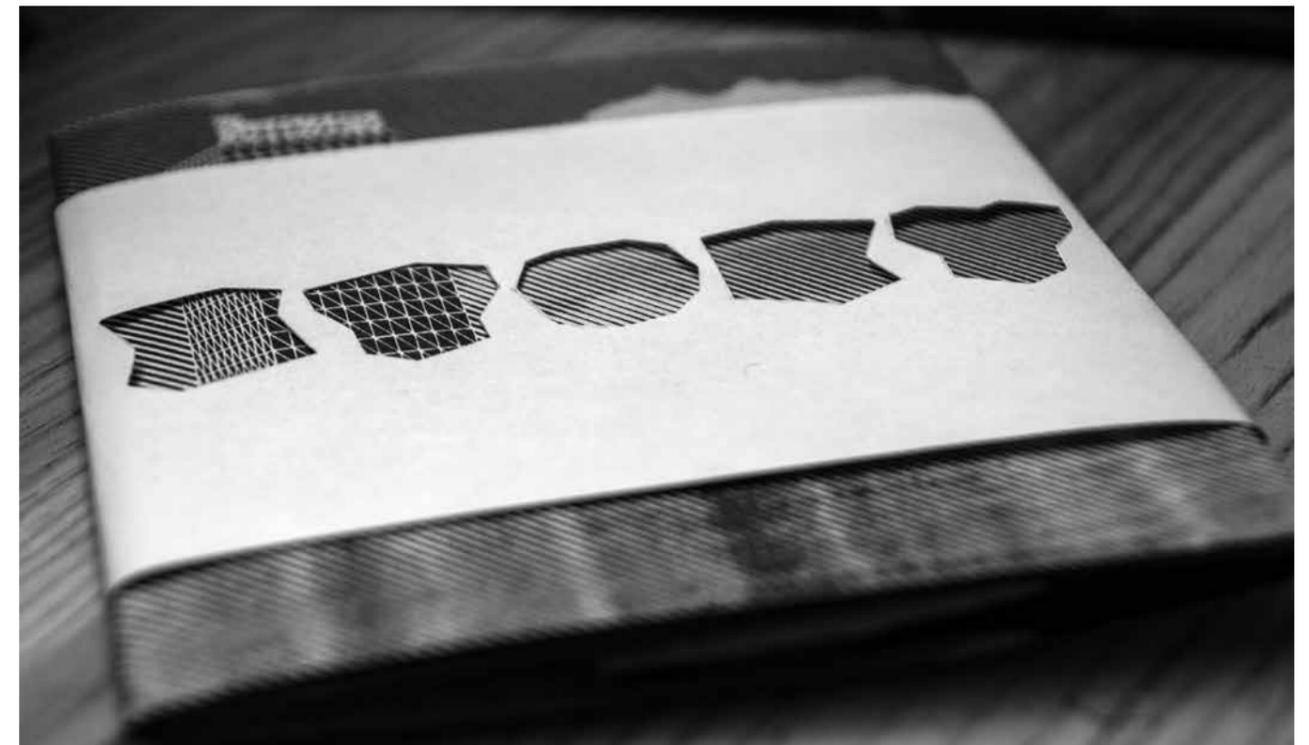
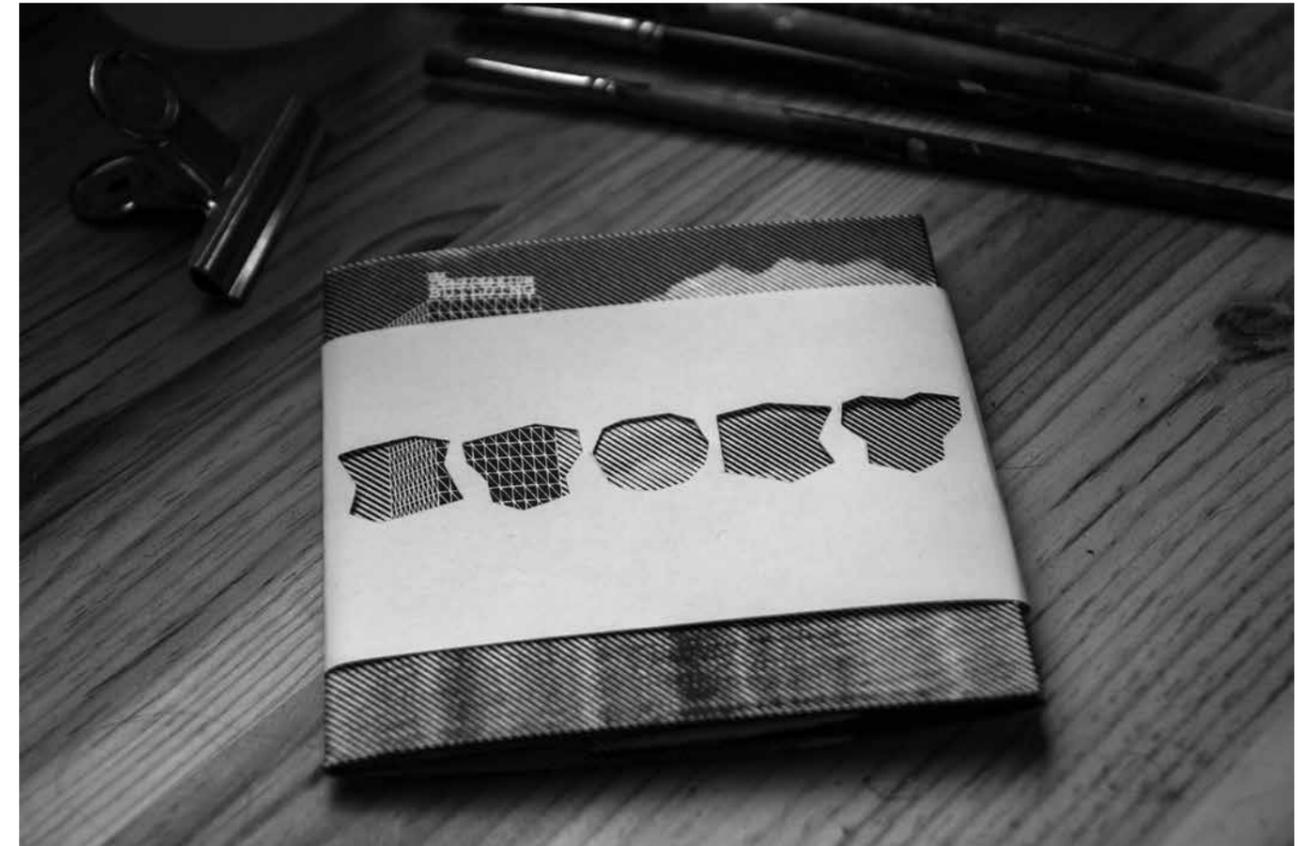
// Trois recherches puis choix final du visuel du CD. Maya + After effects + photoshop.

On remarque que le logo n'intervient pas directement dans le visuel de l'album. J'ai décidé de le faire apparaître sur un objet à part entière qui enveloppe le packaging lui-même. On retrouve alors cette idée de hiérarchie de l'identité, le groupe représenté par le logo, englobe l'univers de l'album The Imaginarium Building.

Pour conclure cette première partie...

J'ai, au cours de cette première partie, essayé de générer une sorte de code visuel organique à l'usage du graphiste en charge de créer des images pour le groupe STORY. Ce ne sont pas des règles absolues, mais plus un genre de guide pratique ou de boîte à outils, comportant de grands principes, ainsi qu'un exemple d'usage : la pochette de l'album. Le rôle du graphiste est ensuite de savoir faire un choix cohérent entre les différents motifs. Il pourra même parfois transgresser ces règles, au service d'un support particulier.

Après avoir traité de l'image imprimée, j'aimerais maintenant m'attarder sur le cas de la création d'un clip vidéo. C'est ce dont nous allons traiter dans la partie suivante.



II | L'Univers visuel du film.

La partie précédente soulève une approche particulière de la direction artistique, qui est celle de « l'identité visuelle ». Cette dernière n'est pas quelque chose que l'on trouve automatiquement dans la réalisation d'un film. Cela induirait, qu'au premier coup d'œil, on peut identifier non seulement le film, mais aussi un projet plus global auquel il appartiendrait.

C'est tout de même un principe qui existe et auquel je souhaite m'intéresser dans cette partie. Pour reprendre un exemple cité précédemment, chaque clip des Daft Punk est une œuvre à part entière, réalisée par un artiste différent, cependant, cette œuvre baigne dans des codes visuels imposés au préalable (le logo, les casques, les influences générales). Nous nous attarderons plus tard sur un de leur clip afin d'essayer de comprendre ce principe.

Dans cette grande partie, en me basant sur les règles visuelles du groupe STORY, définies précédemment, je souhaite m'intéresser à la réalisation d'un clip pour une de leur chanson nommée « Welcome to the Imaginarium building ».

Ce dernier, réalisé en collaboration avec Damien Picard, Adam Bachiri, Guillaume Métais-Lannaud, Ouirich Bounthavy et moi même, a pour vocation d'être une entité propre, mêlant la personnalité de chacun, à des éléments de l'identité du groupe, posée dans la partie précédente, avec, pour principaux enjeux, de garder une cohérence visuelle à l'ensemble.

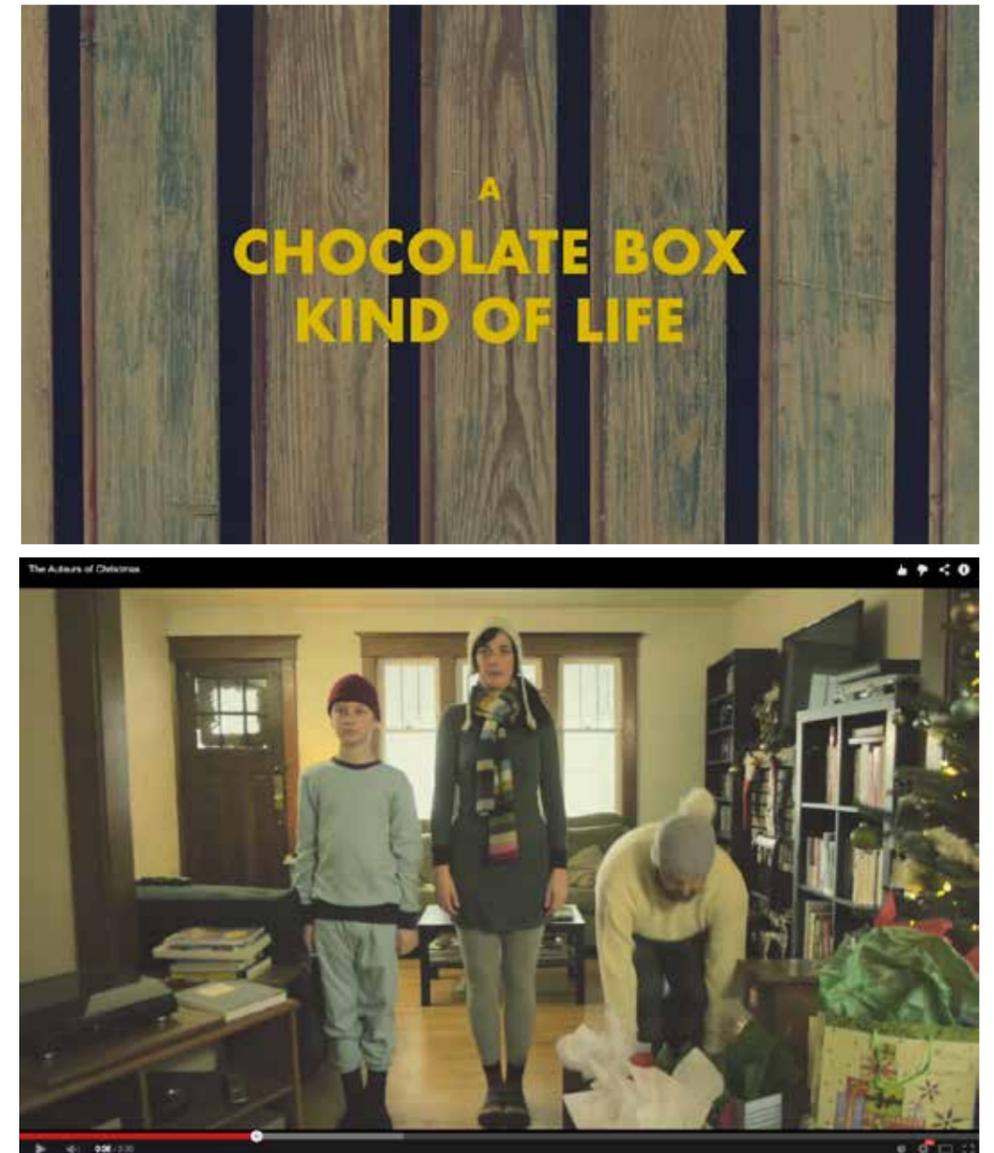
Avant d'entrer dans le vif du sujet, il me semble intéressant d'évoquer l'exemple singulier d'un réalisateur dont l'approche visuelle semble se rapprocher de celle d'un directeur artistique : Wes Anderson.

1) WES ANDERSON, réalisateur graphiste.

Le cas de Wes Anderson au cinéma est assez particulier, il me semble intéressant de le soulever avant de parler de la création du clip « Welcome to the imaginarium building ». Il est connu et reconnu pour ses films très visuels. On lui reproche parfois de faire passer l'image avant le scénario, mais c'est également ce qu'on lui reconnaît comme une force. On qualifie quelquefois son travail de « films de graphiste ». Ce terme s'explique aussi bien d'un point de vue visuel que par sa démarche de réalisateur. En effet, chaque film de Wes Anderson est une œuvre à part entière possédant sa propre narration, ses personnages, son rythme, etc... Cependant, en y jetant un regard plus large, une vision plus globale de l'œuvre du réalisateur, plutôt que d'un seul film, révèle de véritables similitudes avec les fondements de l'identité visuelle soulevés dans la partie précédente. A la manière d'une marque, il est tout à fait possible d'établir la charte graphique de l'œuvre de Wes Anderson. À une telle ampleur, qu'il est quasiment invraisemblable qu'il puisse s'agir d'un acte inconscient de la part du réalisateur. Même si, à la différence d'une marque, cette identité n'a sans doute pas été concrètement posée sous la forme d'un manuel, on peut facilement faire ressortir de grands principes visuels propres au cinéma de Wes Anderson. Cela prouve que le principe d'identité visuelle appliqué dans le domaine du graphisme, peut également être applicable à une œuvre cinématographique, donnant alors une dimension nouvelle à l'œuvre.

Les codes visuels de Wes Anderson sont si reconnaissables qu'ils sont très souvent réutilisés et parfois détournés. De nombreuses vidéos publicitaires, de fans ou encore didactiques, utilisent et traitent de ces caractéristiques visuelles « Andersoniennes ».

Alors quels sont les codes visuels qui permettent à Wes Anderson de donner une telle unité à son œuvre ? Et en quoi cette manière de travailler se rapproche-t-elle de celle d'un directeur artistique créant une identité de marque ? Les paragraphes qui vont suivre tentent d'apporter quelques réponses à ces deux grandes questions, par la description des principaux éléments récurrents des images de Wes Anderson.



Illustrations :

De haut en bas.

Détournement du style de Wes Anderson.

1// Forrest Gump by Wes Anderson, Louis Paquet, 2014.

2// The Auteurs of Christmas, Foregrounds films, 2013.

Définitions :

¹³ Police de caractères conçue par Paul Renner entre 1924 et 1927 pour la fonderie Bauer.

a) La gamme de couleurs :

Dans chacun des films de Wes Anderson, il est possible de dresser une gamme de couleurs très précise et applicable à quasiment tous les plans du film. Il s'agit là d'une gamme propre au film et non à la globalité du travail du réalisateur ; j'en ai sélectionné, à droite, un panel non exhaustif.

Le fait d'utiliser une gamme de couleurs si prononcée, et quasiment applicable à tous les plans d'un film, est une chose que l'on peut facilement mettre en parallèle avec l'exemple d'identité des Daft Punk décrite dans la première partie de ce mémoire. Effectivement, ici, à chaque film sa gamme chromatique, idem à chaque album pour les Daft Punk.

b) La typographie à l'écran :

Dans chacun des films de Wes Anderson, on retrouve une typographie d'accompagnement, la Futura Bold¹³. Cette typographie est aussi bien utilisée pour les titrages, que directement dans les décors du film. Une telle utilisation de la typographie au cinéma est quelque chose d'assez singulier, qui permet réellement de comparer le travail de ce réalisateur à celui d'un graphiste.

Illustrations :

- 1 // Images extraites du site www.moviesincolor.com :
- *The Life Aquatic with Steve Zissou*, 2004, Cinematography : Robert D. Yeoman
 - *Fantastic Mr. Fox*, 2009, Cinematography: Tristan Oliver
 - *Moonrise Kingdom*, 2012, Cinematography : Robert D. Yeoman
 - *The Royal Tenenbaums*, 2001, Cinematography: Robert D. Yeoman.
- 2 // Quelques exemples de l'utilisation de Futura dans le cinéma de Wes Anderson. Ici *The Royal Tenenbaums* (2001) et *Rushmore* (1998) // image extraite du site internet <http://littlegoose-feet.wordpress.com/>



1



2

c) Des motifs récurrents :

Les films de Wes Anderson sont accompagnés de plusieurs motifs incontournables. La terminologie « motif » fait référence à des éléments visuels répétitifs tout au long de l'œuvre. En voici une sélection :

- On y trouve des acteurs présents dans presque tous les films, parfois en apparition très courte, comme un clin d'œil. Parmi eux, on peut citer Bill Murray, Owen Wilson, Jason Schwartzman ou encore Eric Chase Anderson. Ces apparitions, parfois anecdotiques, font vraiment écho à un travail graphique et une utilisation de l'acteur comme un motif visuel.

- On retrouve très souvent un point de vue central, voir même une symétrie. Une vidéo de Kogonada met très bien l'accent sur ce phénomène.

- Les mains vues du dessus sont un autre motif qui revient dans tous les films de Wes Anderson. L'utilisation de ce motif est tellement systématique qu'il est vraiment devenu une marque de fabrique des films de Wes Anderson. A ce stade, il est quasiment impossible que cet usage découle de l'inconscient du réalisateur, il s'agit bel et bien d'un choix de ce dernier.

Il y a sans doute autant de façons de diriger un film qu'il y a de directeurs. L'exemple de Wes Anderson, qui est de fonctionner comme un designer respectant un cahier des charges ou charte graphique, et de s'y tenir sur plusieurs projets, se rapproche tout à fait du travail du créateur de l'identité de marque. On a un véritable parallèle possible entre la filmographie de Wes Anderson et n'importe quelle identité visuelle réussie. Une simple mise en relation avec le projet des Daft Punk permet de noter une certaine similarité. La seule différence ici est que ce n'est pas l'identité d'une marque ou d'un groupe de musique qui est visuellement traduite, c'est le réalisateur lui-même, et les grands thèmes qu'il souhaite évoquer qui le sont. La finalité n'est donc pas la même, mais la méthodologie employée est tout à fait similaire. A partir de cela, il est clair que cette façon de créer et de travailler est compatible avec la création d'un film.

Maintenant cette parenthèse fermée, il est temps de traiter du travail de la cohérence visuelle et de l'intégration de l'identité pour le clip de STORY.

Illustrations :

1,2 // Extraits de la vidéos « Wes Anderson // Centered » par kogonada, 2014.

3,4 // Les mains en plongée, extrait de la vidéo de Kogonada.

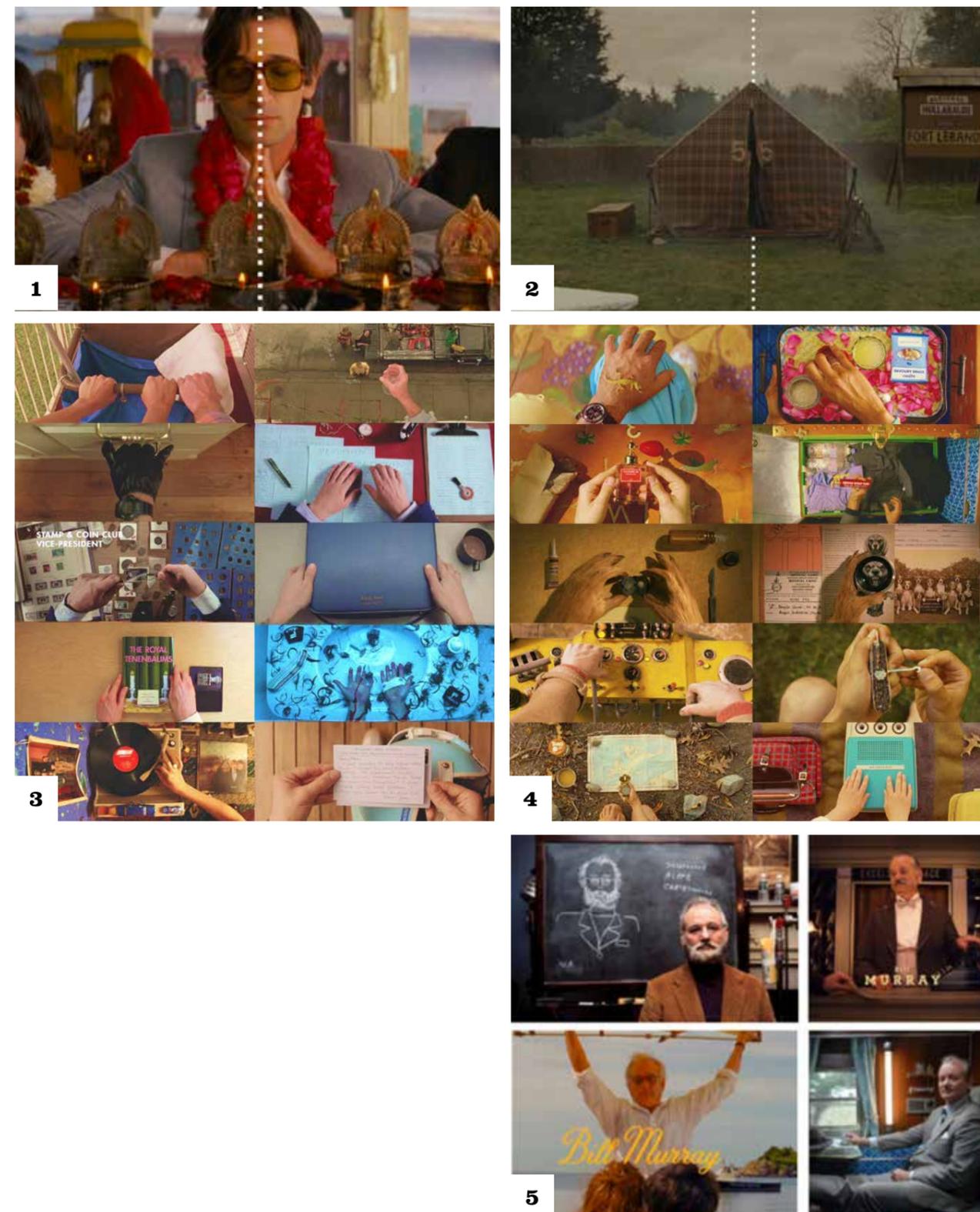
5 // Bill Murray dans les films de Wes Anderson.

-The Royal Tenenbaums, 2001.

-Grand Budapest Hotel, 2014.

-Moonrise Kingdom, 2012.

-The darjeeling unlimited, 2007.



2) L'importance du travail préparatoire:

Après avoir formé un groupe de travail, une première version du clip « Welcome to the Imaginarium building » a été réalisée au cours d'un projet intensif de trois semaines. Une réflexion en équipe, nous a mené à la décision d'articuler notre film autour de plusieurs univers que nous nous sommes répartis et qui s'enchaînent à la manière d'un plan séquence en travelling arrière. Cette structure avait pour but de laisser à chacun une part d'expression personnelle. Par dessus tout cela, mon rôle a été de guider et d'unifier visuellement l'ensemble, et d'y intégrer l'identité du groupe STORY, élaborée durant la première partie de l'année.

La première version de notre film réalisée en 3 semaines, ne remplissait pas pleinement nos objectifs. Elle n'intégrait pas de manière suffisamment notable l'univers du groupe STORY, et la cohérence visuelle entre les plans était assez discutable. Il a donc fallu, tout en gardant la structure de base, faire une refonte globale de chacun des plans du film.

Le principal problème de cette première version découlait du fait que la partie visuelle avait été travaillée par quatre personnes différentes, puis ré-assemblée, sans réelle réflexion au préalable. Cela a entraîné un réel manque d'harmonisation et d'enchaînement. Nous avons alors décidé, pour la version améliorée du clip, que le travail de cohérence visuelle soit fait par une seule et même personne. Le sujet de mon mémoire correspondant, c'est moi qui me suis occupé de cette partie. C'est ce dont je vais traiter dans les paragraphes qui vont suivre en répertoriant les différentes méthodes et les moyens visuels que j'ai mis en place pour tenter de parvenir à un film plus unifié visuellement. C'est aussi une réflexion sur les moyens de travailler à plusieurs sur un même projet tout en conservant une cohérence générale. Une manière de permettre à chacun de s'exprimer avec sa personnalité, tout en donnant une impression de cohérence et d'harmonie entre les plans.

Liste des plans	répartition
Introduction : le plan de la ruelle. Chargé du plan : Ouirich Bounthavy	Émilie : Recherches visuelles, mood-boards. Ouirich : Modélisation, lighting, rendu, compositing. Adam : déchirement de la toile dans houdini.
Plan 1 : Le canyon Chargé du plan : Guillaume Métais-Lannaud	Émilie : Recherches visuelles, concept Art, rendu, compositing. Guillaume : R&D, recherches d'animation sur le son, modélisation du canyon, travail de textures animées.
Plan 2 : form Chargé du plan : Émilie Nicolas	Émilie : création totale d'une séquence en essayant de se baser sur les codes visuels du groupe. Damien : Création du module de rendu blender HQZ.
Plan 3 : le vaisseau spatial Chargé du plan : Damien Picard	Émilie : Recherches visuelles, concept art. Damien : Modélisation, animation, lighting, rendu, compositing.
Plan 4 : la cathédrale. Chargé du plan : Adam Bachiri.	Émilie : Recherches visuelles, lighting, rendu, compositing. Adam : Modélisation, destruction sur houdini, mise en place dans maya.

Illustrations :

// Le tableau de répartition du travail sur chaque plan du film.

a) Le mood-board.

Ce que l'on nomme communément « mood-board », ou parfois « planches tendances », est un document qui a pour but de guider visuellement le projet. Il répertorie les différentes références qui définiront le film : influences visuelles, techniques, gammes de couleurs, styles graphiques, etc... Il est très utile à la création de concept art (notion que nous aborderons par la suite) ainsi que pour guider visuellement le projet, sans trop le contraindre.

Les mood-boards sont utilisés par le graphiste ou le réalisateur, afin d'expliquer en amont d'un projet la direction artistique qu'il recherche. Plus que des planches décrivant des idées visuelles, les mood-boards servent de document informatif à tous les membres d'une équipe de création. Ils ont pour but de poser la "sensation" ou l'ambiance recherchée que devra dégager le projet. La planche tendance, pouvant prendre la forme d'un collage de divers éléments, est plus souvent réalisée au format numérique. Cette méthode entraîne un vrai gain de temps. Cependant, les collages d'objets, de matériaux, d'images, ont parfois un plus grand impact pour certains travaux, notamment dans le milieu de la mode, où la notion de matériaux textiles est importante.

Cette étape de création de planches tendances est en grande partie ce qui a manqué à la première version du film « Welcome to the Imaginarium building ». Nous nous sommes lancés dans la production de certaines images sans le support d'un document pour nous guider. C'est pourquoi j'ai par la suite effectué ce travail pour orienter nos différentes recherches graphiques.

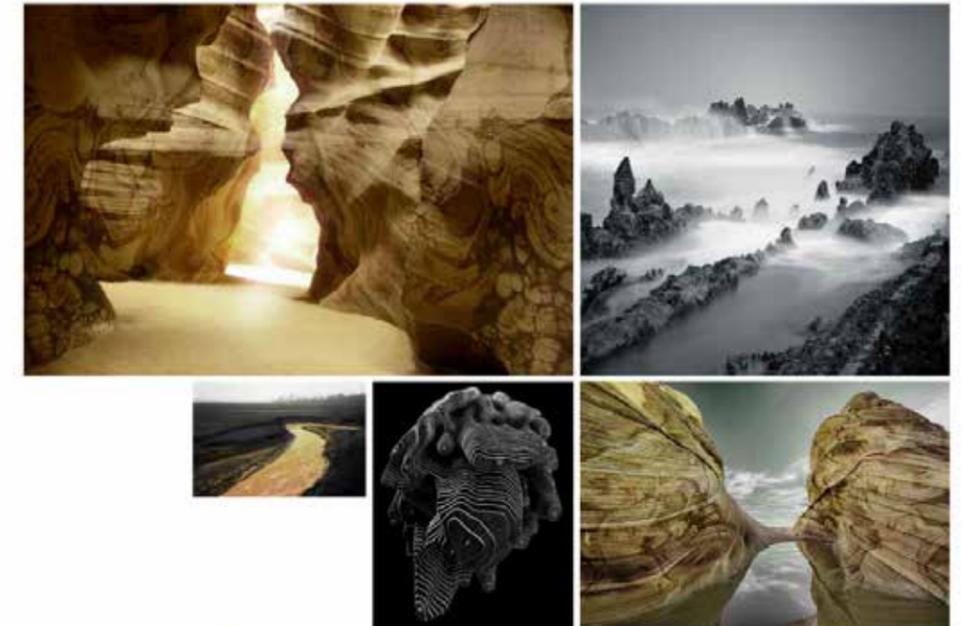
// Moodboard : le plan canyon :

Ce que je nomme « plan canyon » est le second plan du film. L'idée de ce plan, est de créer un canyon sinueux et rocheux, dont les parois vibrent en réaction avec le son. Mon rôle est donc de rechercher visuellement à quoi peut ressembler ce canyon. J'ai pour cela constitué plusieurs mood-boards. Ces planches servent essentiellement à guider le travail des couleurs, des formes des parois, ainsi que des textures. Une fois ces planches créées, je les ai fournies à Guillaume, qui était responsable du plan.

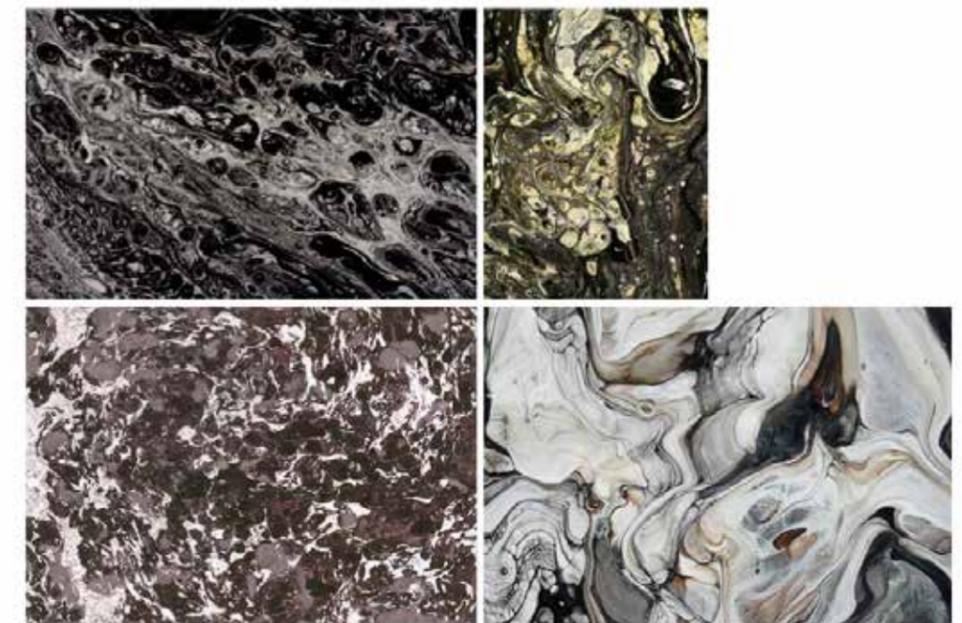
Il est parfois nécessaire de créer plusieurs planches pour un seul plan. Pour le plan ci-dessus, il m'a semblé important ici de spécifier à la fois la forme et l'ambiance globale du lieu, puis, de m'attarder plus en détail sur le genre de textures se prêtant à cette scène. Ainsi, je pose clairement une référence à l'univers du groupe, par l'utilisation de textures marbrées dont j'ai parlé dans la première partie.

Illustrations :

// Extrait des moodboards du plan Canyon.



PLAN 1 - CANYON - REFS globale



PLAN 1 - CANYON - TEXTURES

b) Les concepts arts :

Ces planches de références ont permis d'aboutir au rendu 3D ci-dessus. On se rapproche alors de l'image souhaitée, mais la sensation qui en ressort n'est pas vraiment ce qui était voulu. En effet, la musique à ce moment de la chanson est assez oppressante et angoissante. Or, ce cadrage et cette mise en place, laissant visible le ciel et trop éloigné du sol, retire cette sensation. D'autre part, l'usage du noir et blanc est clairement une solution de facilité, le respect d'une gamme de couleurs plus précise aurait été un plus. Enfin, pour ajouter à l'effet oppressant, les deux parois du canyon auraient gagné à être plus proches l'une de l'autre.

Pour ce plan, il est évident que nous avons manqué de temps, mais aussi que la création de mood-board n'a pas suffi à faire passer l'ambiance souhaitée. C'est pour cette raison que j'ai par la suite poussé ces planches au stade de concept art. Une fois les mood-boards complétés, il est parfois nécessaire de pousser le visuel jusqu'au stade de concept art. Il s'agit d'une image de référence pour le graphiste qui s'occupera de la transposition vidéo. Cette image a pour mission de retranscrire une ambiance générale assez précise, au niveau de la forme, des couleurs, des lumières, etc... Contrairement au mood-board, il ne s'agit pas simplement d'un guide de sensation, de couleurs, et de styles graphiques. L'image finale doit réellement se rapprocher au maximum du concept art qui a été créé. C'est en fait un genre de référent visuel à l'usage du graphiste qui s'occupera du plan. C'est un procédé qui est énormément utilisé dans le cinéma d'animation. En effet, il n'est pas facile, voire impossible, de se lancer sans aucune image de référence dans un logiciel de modélisation et de rendu 3D. Le résultat serait sans doute assez décevant. C'est une technique qui permet de savoir à l'avance quel sera l'aspect visuel du plan, et de ne pas se jeter aveuglément dans la gueule du loup.

Ainsi, pour le plan du canyon, on remarque que le concept art pose directement mieux la sensation d'oppression. Il donne aussi une direction de lumière et de couleur qui n'était pas présente dans les mood-boards. C'est une image assez précise, une référence pour le rendu final. Dans ce plan, l'intégration de l'identité du groupe passe essentiellement par la texture marbrée, sur laquelle j'avais fait des recherches dans la première partie du mémoire.

Illustrations :

De haut en bas :

// Le plan canyon dans la première version du film. Maya, mentalray, after effects.

// Le concept art du plan Canyon. (Maya/photoshop)



- Le plan du Vaisseau Spatial :

Le plan du vaisseau spatial est une bonne démonstration de l'utilité des mood-boards et des concepts arts. Lors de l'écoute de la chanson, ce passage nous a évoqué un intérieur de vaisseau spatial assez vaste, parsemé d'objets qui lévitent. Dans la première version du film réalisée en trois semaines, aucune préparation n'avait été faite en amont concernant ce plan. Il en a résulté un design sans grande cohérence visuelle, à mi chemin entre le réalisme et l'abstraction, assez loin de l'ambiance que dégage la musique à ce moment là. J'ai tenté de réfléchir à un visuel plus cohérent, par la recherche de références, des croquis et la création d'un concept art.

Le vaisseau dans la première version du film (cf. image de gauche), comporte de nombreux problèmes notables. On a dans un premier temps l'usage de couleurs sombres qui rendent l'atmosphère triste et pesante. Or, la musique à cet instant évoque un envol et de la légèreté. On remarque aussi que le visuel n'a pas vraiment de cohérence dans l'ensemble. Il assemble des courbes à des formes anguleuses, du matériel technique et informatique à des jouets pour enfant, etc... On ressent un côté fourre-tout et un manque d'harmonie essentiellement dû au fait que le plan a été créé par plusieurs personnes différentes sans vraiment savoir dans quelle direction partir. C'est dans ce genre de cas que l'utilité de planches références et de concept art se fait réellement ressentir. J'ai donc travaillé sur une ambiance claire, lumineuse et spacieuse. À la différence du visuel ci-dessus, j'ai recherché une manière d'harmoniser l'image par des couleurs, des formes, des matériaux et des objets cohérents.

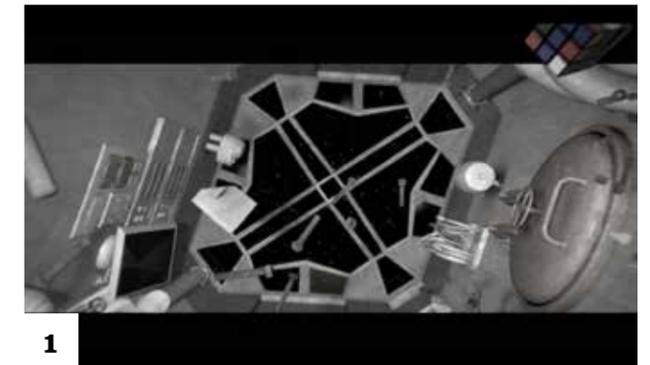
J'ai pour cela axé mes recherches de références sur des designs épurés, des intérieurs assez vastes et lumineux et des couleurs douces comme le beige, le rose pâle et le bleu (cf. mood-board n°3).

La première version du plan contenait un mesclun d'objets disparates. Pour remédier à cela, j'ai répertorié des objets en référence aux trois principales influences du groupe STORY : le cinéma, la pop culture et la musique électronique. Ce choix a permis à la fois de gagner en cohérence visuelle, mais aussi de lancer un gros clin d'œil aux musiciens.

Illustrations :

1 // Première version du plan Vaisseau. Maya, MentalRay.

2,3,4 // Les Moodboards du plan Vaisseau.



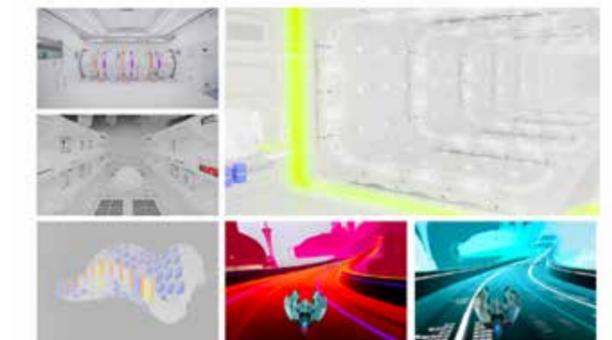
1



2 1 - VAISSEAU - LES OBJETS : REPLETS DES INFLUENCES DU GROUPE...



3 M 1 - VAISSEAU - DESIGN GLOBAL TEXA

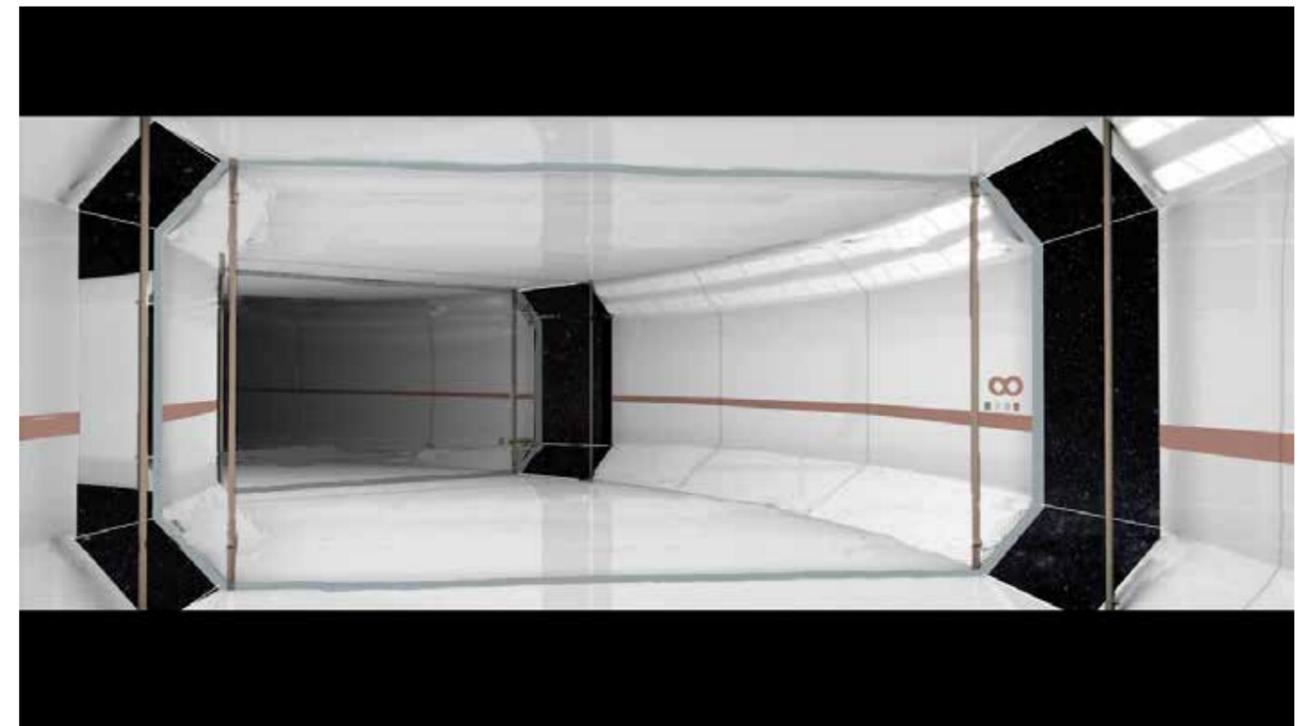
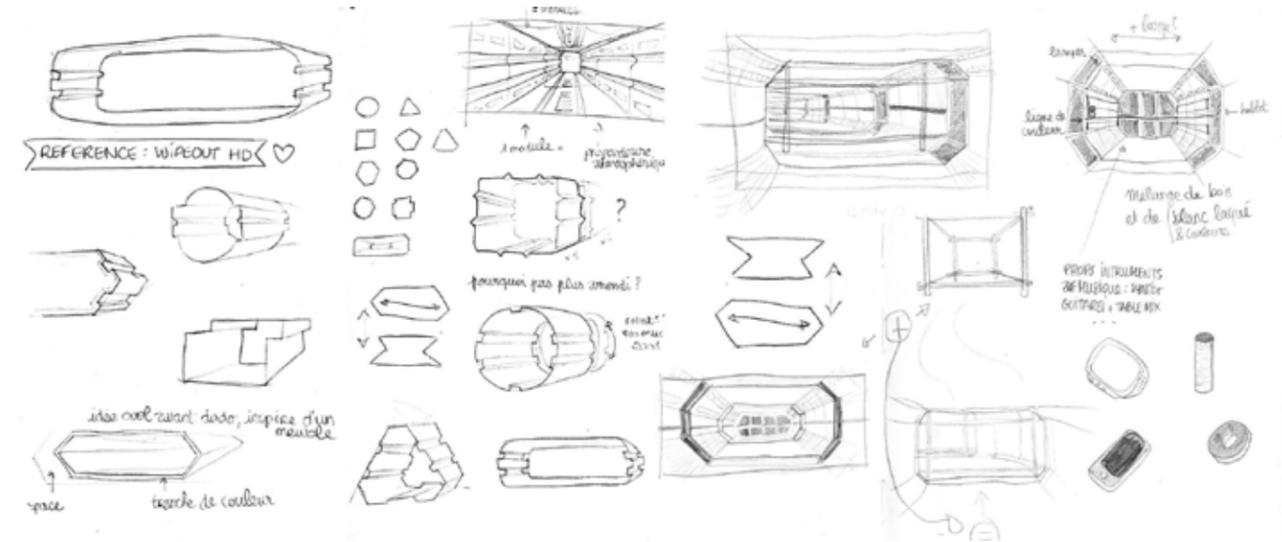


4 AM 1 - VAISSEAU - KEPS PRAKTIUM MKJA COOL

Avant de me lancer réellement dans la création d'un concept art précis, qui servira de référent visuel au plan, j'ai réalisé de nombreux croquis de recherche en collaboration avec Damien, visibles sur la page de droite.

Ma seule contrainte pour ce plan a été de parvenir à dessiner un module qui puisse se répéter, afin de pouvoir faire boucler l'animation du mouvement de caméra. Après plusieurs mood-boards, croquis et recherches, j'en suis arrivée aux concepts arts suivants (cf. page suivante), que j'ai fournis à Damien, chargé du rendu final du plan, comme référence de travail.

J'ai dans un premier temps essayé de mettre en place une forme globale de vaisseau, sans la présence des objets en lévitation. La base est une forme octogonale étirée, qui occupe au maximum le format CinemaScope. D'autre part, j'ai respecté la gamme de couleurs que je me suis fixée au début du projet. Gamme définie par rapport au groupe STORY, et à la musique. Cette gamme chromatique étant assez vaste, je l'ai restreinte à des blancs et quelques couleurs plus saturées que j'évoquais précédemment.



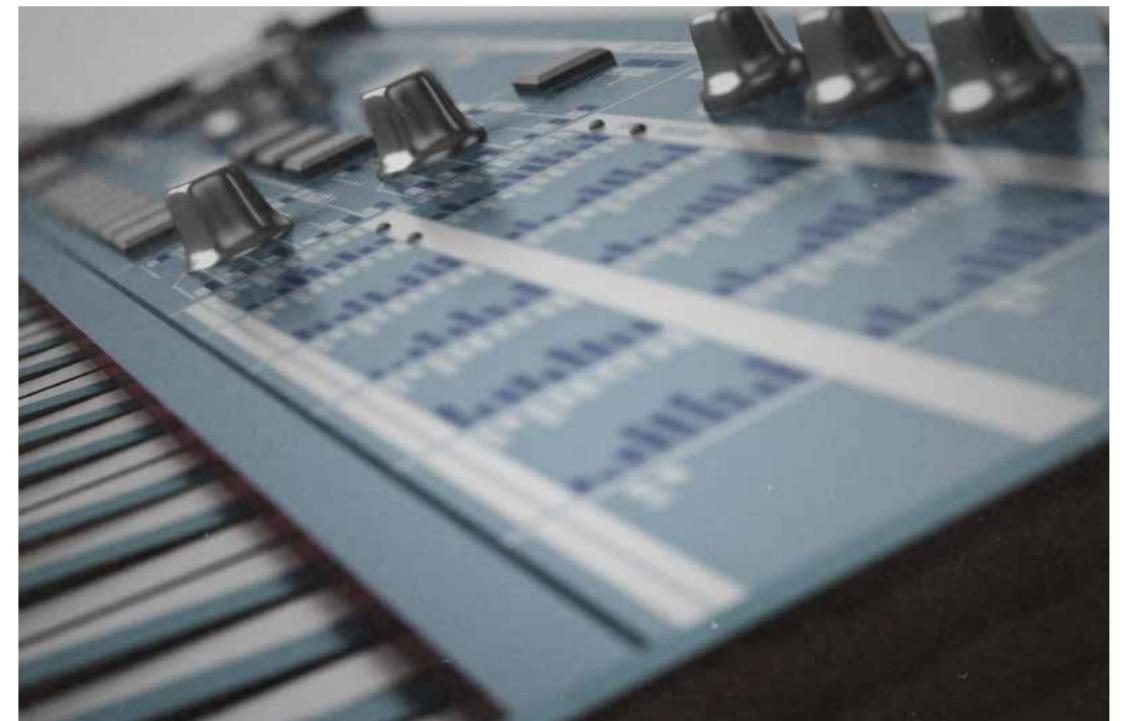
Illustrations :

De haut en bas :

// Croquis de recherches sur la forme de base du vaisseau.

// Premier concept art, sans les objets en lévitation.

Il a ensuite été important de créer des référents visuels pour les objets, dans le but d'avoir une notion des matériaux de base qui reviendront sur tous les objets. J'ai travaillé sur maya et Vray pour créer des shaders et mettre en place des textures de références. On remarque la ligne directrice que j'avais posé lors de la création de l'identité visuelle du groupe, en utilisant les couleurs, le bois, et un contraste réel/imaginaire. Ce dernier est instauré par l'utilisation de matériaux là où on ne les attend pas, la présence du bois sur le corps et l'objectif d'une caméra super 8 par exemple.



Illustrations :

A droite :

// tests de shading et matériaux sur les objets du vaisseau.

Maya / Vray / Nuke.

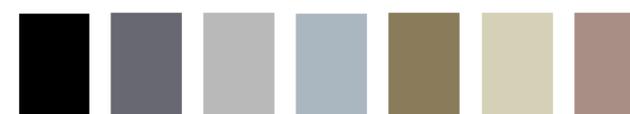
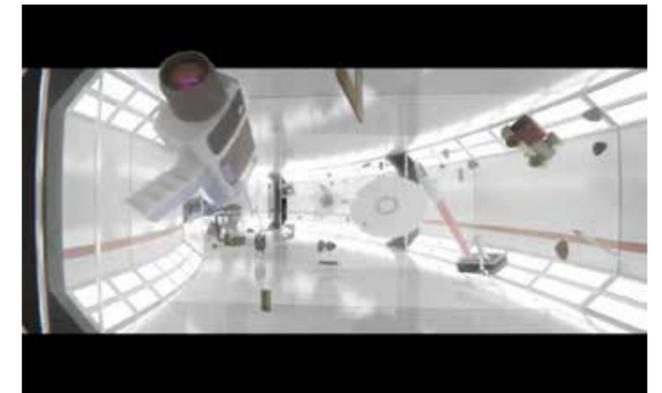
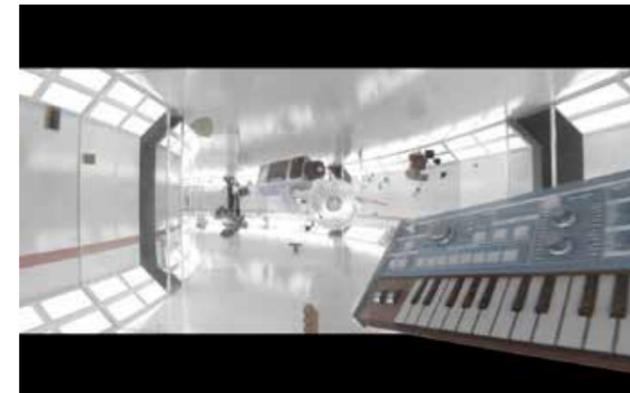
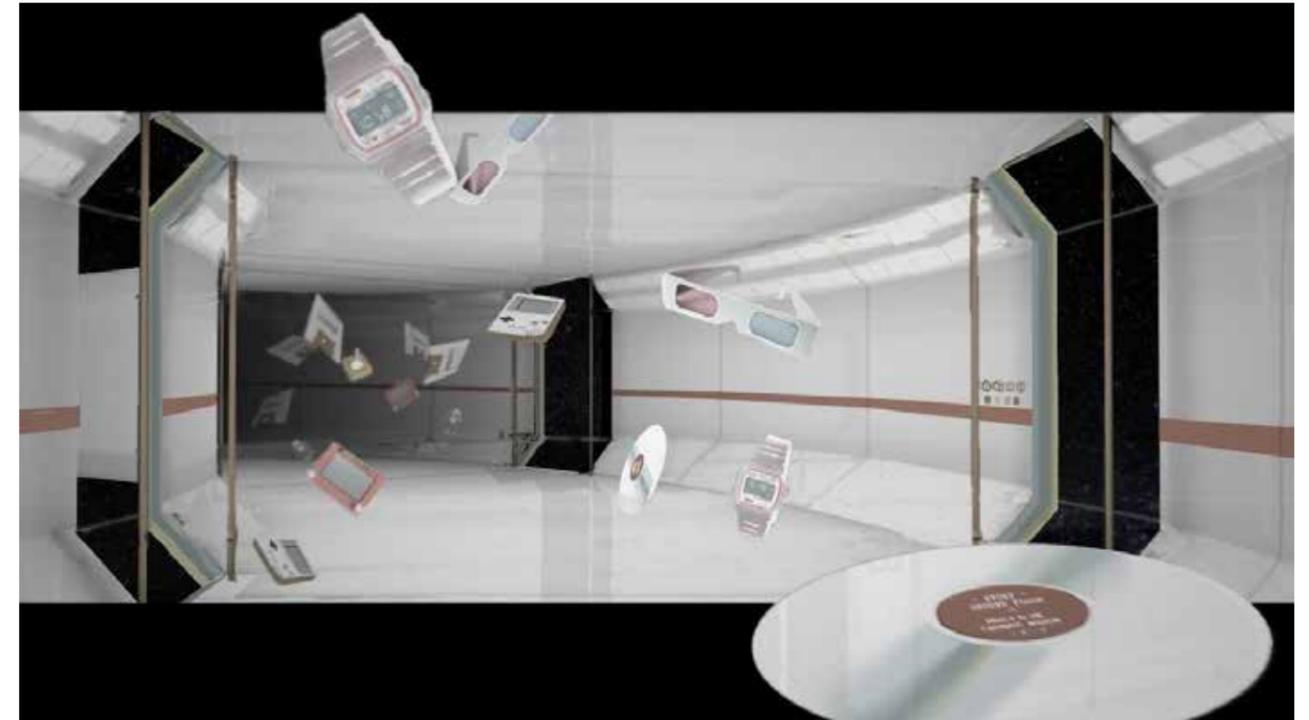
// Respect de la gamme de couleurs imposée dans la première partie.

A Gauche :

// La texture du vinyle qui flottera dans le vaisseau.

J'ai enfin conçu un dernier concept art, avec cette fois la présence d'objets. On pose ainsi une notion d'échelle, de densité et de placement du nuage d'éléments flottant.

Comme on le constate sur les images ci-dessus, la création de ces concepts et mood-boards visuels n'a pas été vaine. Les premiers résultats sortis du logiciel 3D s'accordent plutôt bien au concept art final. Un tel aboutissement n'aurait pas été possible sans ce travail préparatoire, il suffit de comparer la première version du film à l'image obtenue finalement pour s'en rendre compte. C'est également la création de ces images préparatoires qui permet plus simplement de faire référence à l'univers du groupe STORY, avec l'intégration de la gamme de couleurs, et d'objets en références aux influences du groupe.



Illustrations :

De haut en bas :

// Second Concept Art de l'intérieur du vaisseau, avec les objets en lévitation. (Maya/Photoshop)

// Premiers résultats en 3D, créer par Damien Picard à partir des concepts sur Blender, rendu Cycles.

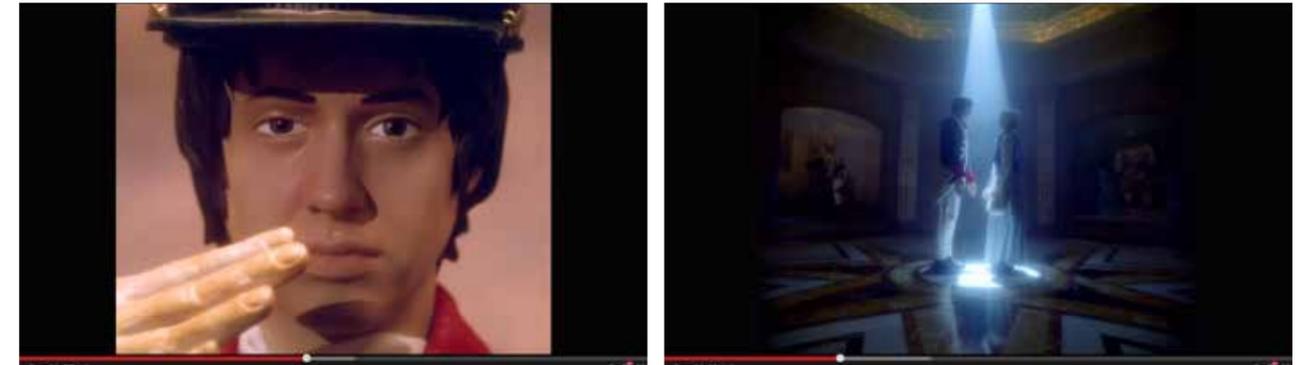
// Respect de la gamme de couleurs imposée dans la première partie.

c) Les références directes au groupe :

“Welcome to the Imaginarium building” est la toute première chanson de l’EP de STORY. Tout est dit dans le titre, elle nous introduit dans l’univers de cet immeuble imaginaire. Nous allons, à l’écoute de cette chanson, pénétrer dans ce fameux building imaginaire. Ce clip a pour vocation d’introduire l’univers de l’EP, par différents moyens tels que des références cinématographiques, des motifs visuels en lien au groupe, des couleurs adéquates, etc... Quelques uns de ces motifs ont déjà été évoqués précédemment, comme l’utilisation de la gamme de couleurs et des matériaux sur les objets du vaisseau. Cela ne suffit pas à relier directement cette vidéo aux musiciens, il est donc nécessaire d’ajouter quelques détails. Avant de les évoquer, il me semble important de soulever l’exemple suivant, qui est simple et efficace.

-Parenthèse, la subtilité d’instant crush :

J’ai réalisé, en regardant le clip de la chanson « Instant crush » des Daft punk, que l’identité du groupe n’était pas forcément un élément qui devait s’imposer directement au spectateur. L’utilisation de simples clins d’œil visuels est aussi une possibilité. C’est d’ailleurs selon moi la possibilité qui laissera le plus de liberté créative au réalisateur. Le clip de la chanson Instant crush des Daft punk, tirée de leur dernier album (dont j’ai soulevé les principales thématiques visuelles au début de ce mémoire) est un parfait exemple pour illustrer ce propos. En effet, ce dernier met en scène une idylle secrète entre deux personnages figés dans un musée. Cette narration dépend uniquement de la vision du réalisateur Warren Fu, c’est l’histoire que cette chanson lui a inspiré. L’identité de l’album est introduite dans cette histoire par plusieurs éléments, notamment l’utilisation du format 4 :3 et d’un grain de pellicule, posant le côté rétro. Mais c’est surtout, par une image, que la référence au groupe est clairement installée, une apparition des deux casques du duo, posés sur une étagère poussiéreuse de l’entrepôt du musée. Cette image est brève, et tout à fait cohérente dans l’ambiance et l’enchaînement des plans.



Illustrations :

//Capture du clip « Instant Crush » des Daft Punk ft. Julian Casablancas, réalisé par Warren Fu. Apparition furtive des casques du groupe.

- la scène d'introduction, typographie :

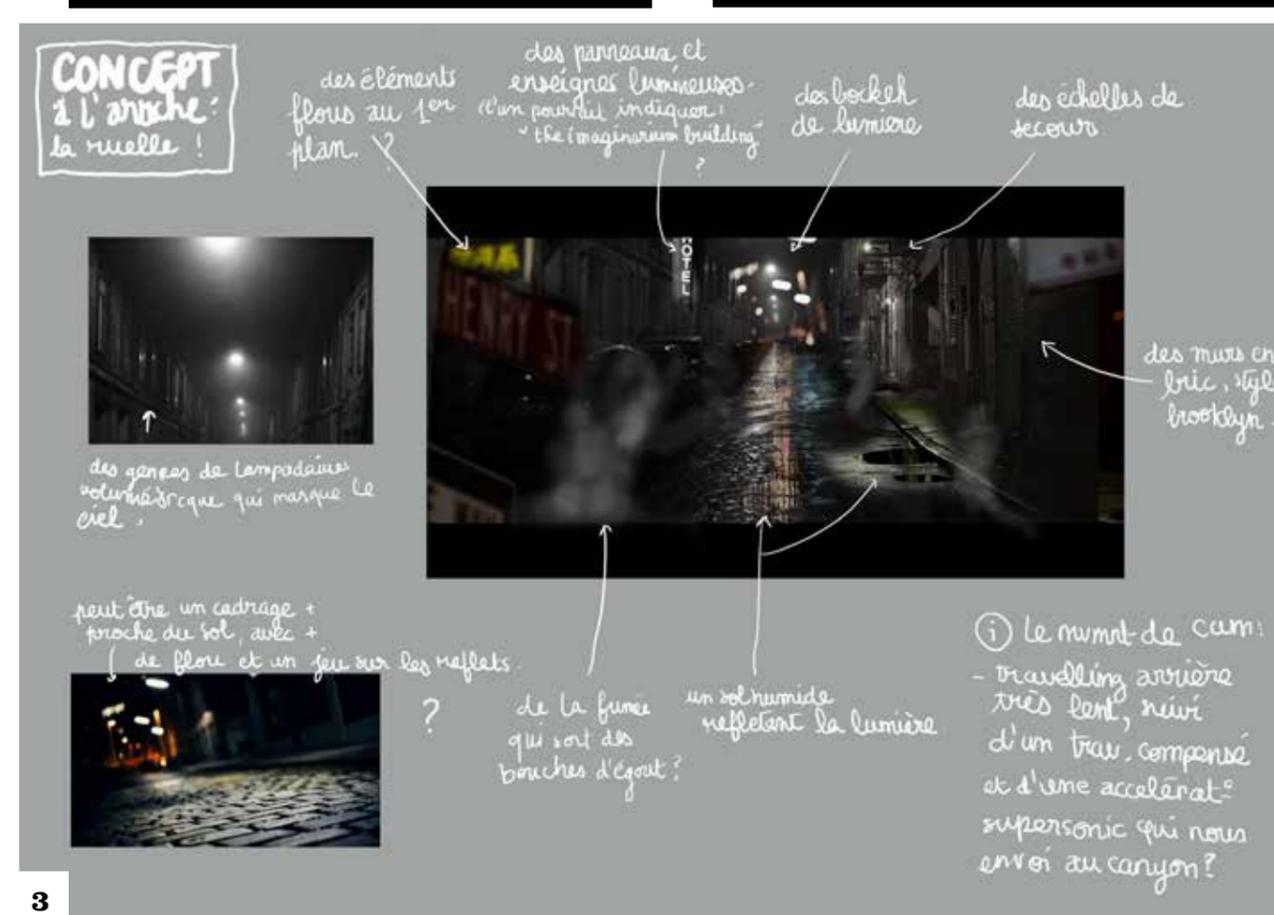
La scène d'introduction de la première version du film (image n°1) est en quelque sorte arrivée par défaut lors du projet de trois semaines. Il s'agissait d'un plan sur le logo STORY en travelling arrière, le logo disparaissant dans la perspective atmosphérique, pour laisser place à un autre décor. Il a été très vite évident, que cette introduction directement centrée sur le logo manquait grandement de subtilité.

En effet, la chanson « Welcome to the Imaginarium building » a pour but de nous emmener peu à peu dans l'univers des musiciens. L'entrée en matière directement sur le symbole du groupe est visuellement vraiment agressive. L'identité de STORY doit être présente dans le clip, c'est un fait, mais elle ne gagne rien à se poser ainsi, avec ses gros sabots, agressant l'œil non préparé du spectateur. J'ai donc fait le choix de totalement revoir ce plan d'introduction, comme un saut du réel à l'imaginaire. Une entrée dans l'univers du groupe et de l'Imaginarium building, plutôt sous forme de clin d'œil et faisant preuve d'un peu plus de subtilité.

Nous avons alors décidé avec Ouirich de travailler sur un décor de ville la nuit, en rendu réaliste, qui pourrait éventuellement faire parti du film. S'en est suivie une période de réflexion, pour en arriver au choix final. La scène d'introduction du clip serait donc une vue de ruelle la nuit (image n°2). Ce choix permet une entrée en matière plus douce, mettant en place un passage du réel à « l'Imaginarium building ». Avant de penser aux moyens d'introduire l'identité du groupe, j'ai d'abord réfléchi à une ambiance traduisant le début de la chanson, ce n'est que par la suite que j'ai songé à insérer des clin d'œil à STORY (image n°3).

J'ai dans un premier temps réalisé un mood-board, afin de poser l'ambiance de ce décor. Puis j'en ai créé un deuxième proposant plus précisément des moyens d'entrer dans l'Imaginarium building. Mon but a été, par ces documents, de penser en terme d'éléments visuels, à des moyens de traduire à la fois la musique, mais aussi d'intégrer des références au groupe.

C'est par l'usage d'enseignes lumineuses qu'un premier clin d'œil à l'identité du groupe définie dans ma première partie va apparaître. C'est un moyen d'implanter à la fois le nom du groupe, mais aussi d'utiliser la typographie d'accompagnement.



Illustrations :

- 1// La scène d'introduction dans la première version du film.
- 2// La scène d'intro dans la seconde partie du film : la ruelle.
- 3// Une planche tedance/concept pour la création du plan de la ruelle.

- La séquence Form :

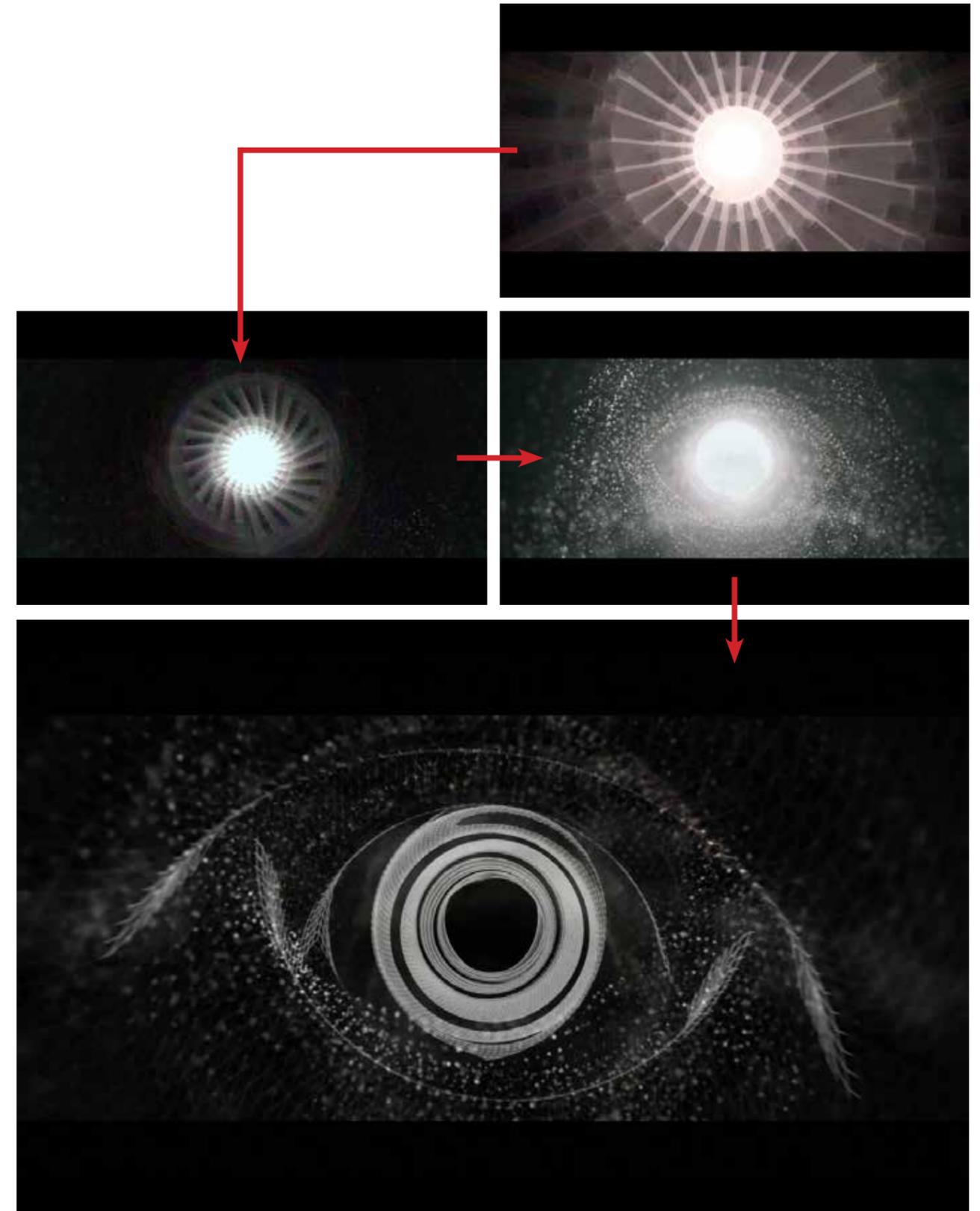
Ce plan est le seul que j'ai réalisé entièrement, de la conception au rendu, me permettant d'opter pour une manière de travailler plus souple. Ayant posé l'identité du groupe moi même, j'ai voulu me lancer dans la création de ce plan sans en passer pas des mood-boards et des concepts arts. Ces images sont uniquement la résultante d'expérimentations personnelles, avec pour contrainte de représenter la musique par des codes qui me semblent en adéquation à l'identité visuelle du groupe, tout en respectant l'idée de couloir en travelling arrière qui dirige tout le film. Les visuels ont été conçus directement dans Maya, blender et dans After effects, sans aucuns croquis préparatoire. L'animation commence sur une spirale de cubes qui s'enroulent et nous entraînent en arrière, cette spirale se transforme en un genre de tunnel composé de petites particules lumineuses, puis, arrive ce tunnel en rendu wireframe qui s'intercale.

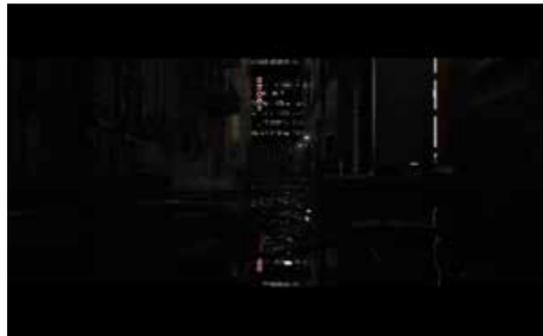
Un autre objectif m'a guidé lors de ce travail, il s'agissait non seulement de créer une séquence animée cohérente, mais également de pouvoir par la suite en sortir une illustration ré-utilisable sur le visuel imprimé du CD. On constate une référence très nette à l'illustration du CD créée dans la première partie. Ceci est tout à fait logique, les deux ont été créés au même moment, le dessin du CD fait parti intégrante du film et inversement. On ne peut donc plus vraiment parler de référence, mais d'avantage d'un lien fort entre les deux supports, qui gagnent en intensité l'un avec l'autre.

Le parallèle entre le clip et la pochette du CD, à l'instar du clip d'Instant crush, pose réellement un lien visuel au groupe STORY, faisant clairement référence à l'album par l'apparition de son illustration. Inutile de poser de lourdes références, en montrant par exemple le logo en gros plan, ici l'allusion reste subtile.

Illustrations :

// L'enchaînement de la séquence form. Apparition de l'illustration de la pochette d'album (image du bas).



Plans	Cohérence et références visuelles au groupe :
Introduction : la ruelle	<ul style="list-style-type: none"> - La typographie d'accompagnement du groupe. - Présence d'affiches en référence aux films qui influencent le groupe. - Le spectateur est plongé dans le réel, assez sombre. - Jeu sur les bandes noires.  <p style="text-align: center;"><i>^Rendu maya/vray, par Ouirich Bounthavy.</i></p>
plan 1 : le canyon	<ul style="list-style-type: none"> - Le spectateur est propulsé vers l'imaginaire. - Présence de la texture marbrée sur les parois du canyon.  <p style="text-align: center;"><i>^Concept Maya, Photoshop, par Émilie NICOLAS</i></p>
Plan 2 Form.	<ul style="list-style-type: none"> - lente progression vers l'illustration du CD. - Progression de la gamme de couleurs.  <p style="text-align: center;"><i>^Rendu Maya/After Effects, par Émilie NICOLAS.</i></p>

Plan 3 Vaisseau	<ul style="list-style-type: none"> - La gamme de couleurs. - Les objets qui flottent dans le vaisseau. - L'étiquette du vinyl. - Le jeu sur le cadrage et les bandes noires  <p style="text-align: center;"><i>^ Modélisation & Rendu blender/Cycles, Par Damien Picard et textures par Émilie Nicolas.</i></p>
Plan 4 Cathédrale	<ul style="list-style-type: none"> - Clôture du film, porte d'ascenseur qui se ferme.  <p style="text-align: center;"><i>^Modélisation & destruction houdini par Adam Bachiri, Rendu Maya/vray, par Émilie Nicolas.</i></p>

Définitions :

¹⁴ Plan court qui s'intercale au montage. Il permet de mieux situer une action par un plan rapproché sur un détail.

¹⁵ Référence au mythe de la boîte de pandore, de la mythologie Grecque. Généralement le symbolique de belles promesses à l'origine de beaucoup de problèmes.

3) L'importance de la transition :

Comme on peut le constater dans les paragraphes précédents, le principe du film est de passer d'un univers à un autre très différent, et ce à 5 reprises. L'étape la plus importante pour rendre tout cela cohérent visuellement est donc de réfléchir à des transitions. J'ai donc recherché des exemples concrets de films mélangeant des univers différents. En voici une sélection :

a) La transition au cinéma

- «Last Action Hero», John McTiernan, 1993.

« Last Action Hero » de John Mc Tiernan relate l'histoire d'un petit garçon fan de films d'action qui va parvenir, grâce à un ticket magique à entrer dans un de ses films préférés. On y voit donc le passage du monde réel au monde de la fiction. Ce passage va être mis en place par l'utilisation de plusieurs procédés visuels. Dans un premier temps, Dany, le héros du film, évolue dans un univers assez sombre, aux décors plutôt tristes, reflets de la dure réalité de son quotidien. Avant de pénétrer dans le film, une succession de plans d'inserts¹⁴ métaphoriques va nous y préparer. Le premier indice visuel posé est un plan montrant une clef, symbole du passage d'un monde à un autre, dans les mains du personnage. Va s'en suivre un plan sur la porte du cinéma, sur laquelle on peut lire le mot « Shooter », qui est une référence à l'homme derrière la caméra et donc au cinéma. Puis, un plan sur le nom du cinéma, qui n'est autre que « Pandore »¹⁵, nous indiquant qu'une porte va être ouverte, vers un univers à l'aspect magique, mais à l'origine de beaucoup de problèmes.

Il s'en suit un dialogue entre le jeune héros et le projectionniste du cinéma. Ce dernier va donner au garçon un ticket d'or. On peut voir ici une référence au livre Charlie et la chocolaterie de Roald Dahl. Cela nous introduit à la notion de magie, et à l'esprit enfantin du protagoniste, justifiant alors tout ce qui va se passer par la suite.

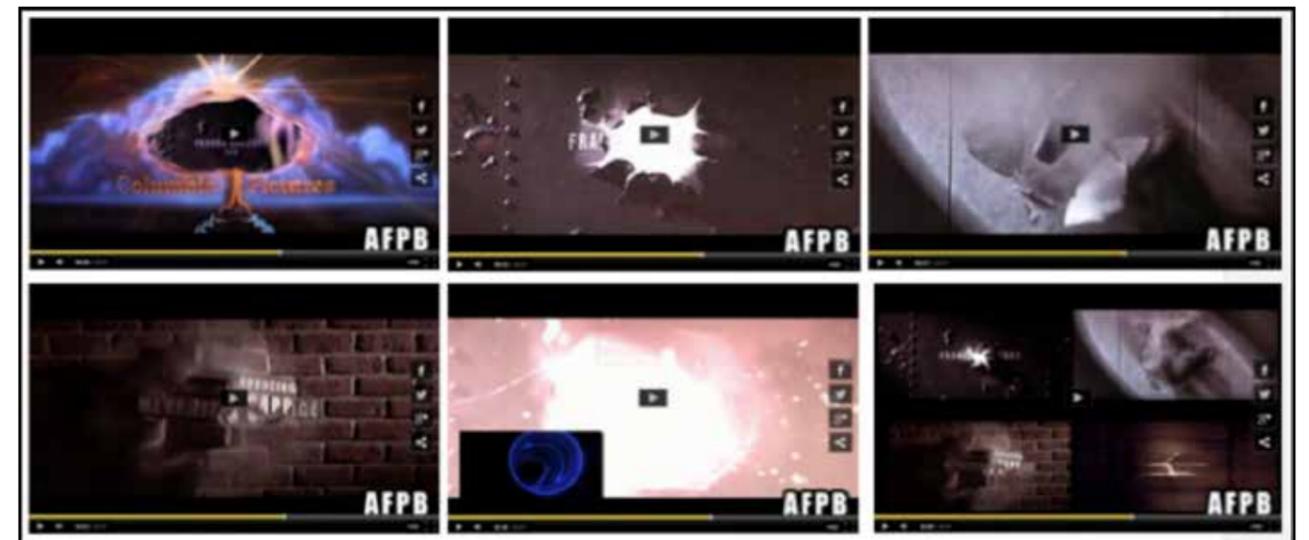
En effet, le héros, envouté par ce ticket, va être directement propulsé dans le film projeté à l'écran. Ce passage du réel à la fiction se fait donc par l'intermédiaire de l'écran de cinéma, au moment de la diffusion du générique du film, comme une fenêtre ouverte sur la fiction. Le choix du générique est clairement justifié, puisqu'il s'agit du moment du film transitoire, qui mêle le nom des artistes aux images qu'ils ont créées.

Comme on peut le voir dans les extraits du générique ci dessus, les noms s'affichent sur des murs qui explosent, formant un genre de couloir vers un autre monde. La matière de ces murs n'est pas choisie au hasard. En effet, on passe du métal, au béton, à la brique, puis au bois, des matériaux de plus en plus fragiles, comme une barrière de plus en plus fine vers la fiction. C'est ainsi que Dany, le héros, va se retrouver propulsé dans un univers beaucoup plus coloré et rempli d'action.



< Carture du film Last Action Hero, John McTiernan, 1993. On y retrouve les 3 symboles :

- la clef,
- l'inscription sur la porte,
- le nom du cinéma, « pandore ».



// Extraits de l'émission AFPB – Allociné – sujet last action hero - 2013

- Dans la peau de John Malkovitch (1999), de Spike Jonze :

L'exemple de « Last Action Hero » est très riche d'un point de vue de la transition. Un nombre important de symboles visuels va permettre de créer ce passage du monde réel à la fiction, sans déconcerter le spectateur. L'un des éléments les plus efficaces, selon moi, est cette notion de couloir ou de vortex vers un autre monde, que l'on trouve également dans d'autres films, tel que « Dans la peau de John Malkovich » (1999), de Spike Jonze.

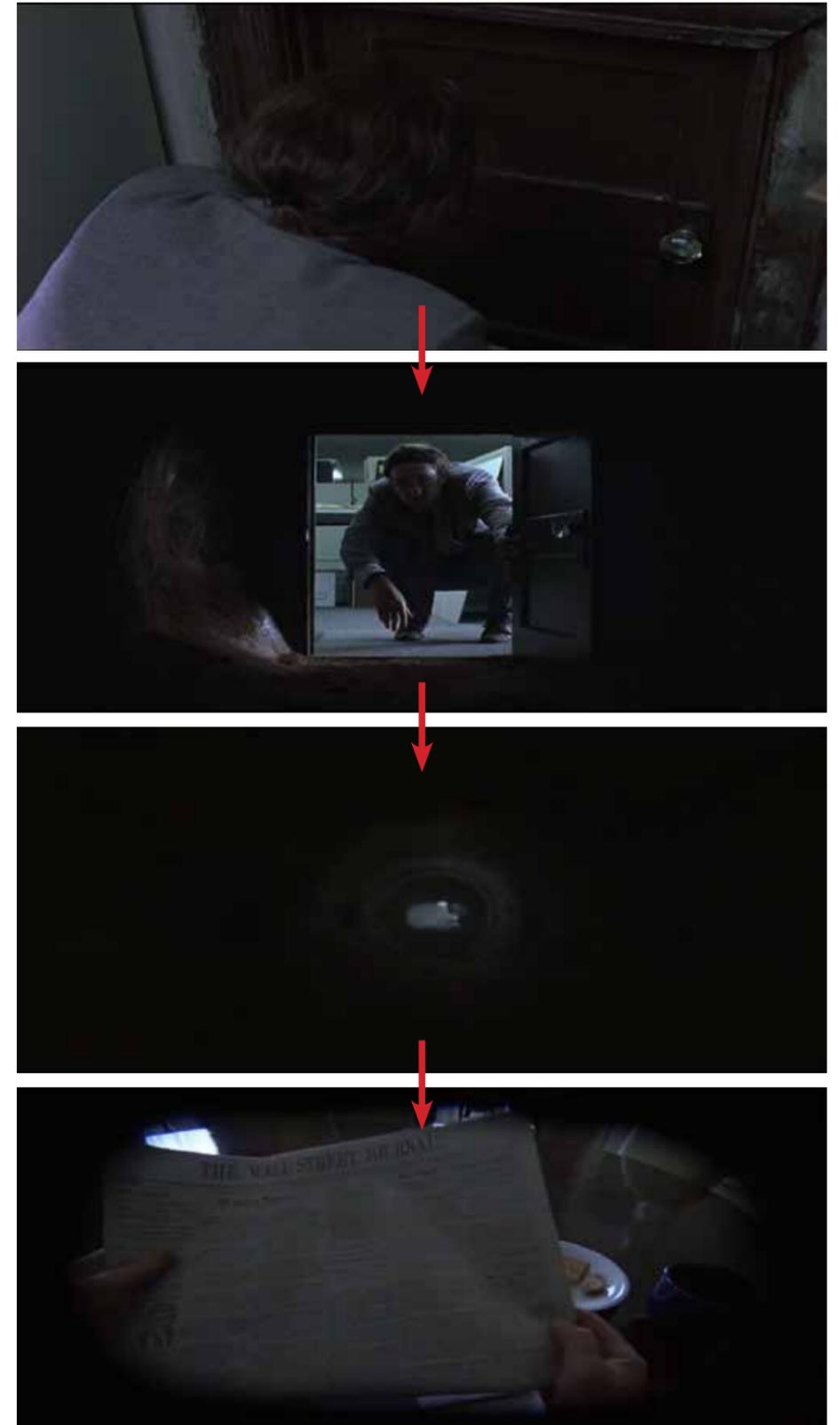
Ce film relate l'histoire d'un marionnettiste, interprété par John Cuzak, qui découvre un portail menant directement à la tête de l'acteur John Malkovich. Visuellement, le passage du monde réel à l'intérieur de la tête de l'acteur va se traduire de la manière suivante.

Le protagoniste va donc trouver et ouvrir une porte, premier symbole du passage, puis se faufiler dans un genre de tunnel terreux, second symbole du passage. On peut apercevoir une petite lueur au bout de ce tunnel. Après avoir légèrement avancé dans ce couloir, l'homme va être littéralement aspiré vers cette lumière. Une fois arrivé au bout, on découvre une forme de paupière donnant sur le monde extérieur. Le marionnettiste est en fait arrivé directement dans la tête de John Malkovich.

On retrouve encore une fois, cette notion de couloir/vortex, comme un élément qui nous aspire, la transition entre deux univers. De la même manière, la porte reflète assez bien cette ouverture sur une autre dimension.

Illustrations :

// Extrait de « Dans la peau de John Malkovitch » de Spike Jonze, 1999. Le passage du monde réel à l'esprit de John Malkovitch.



Définitions :

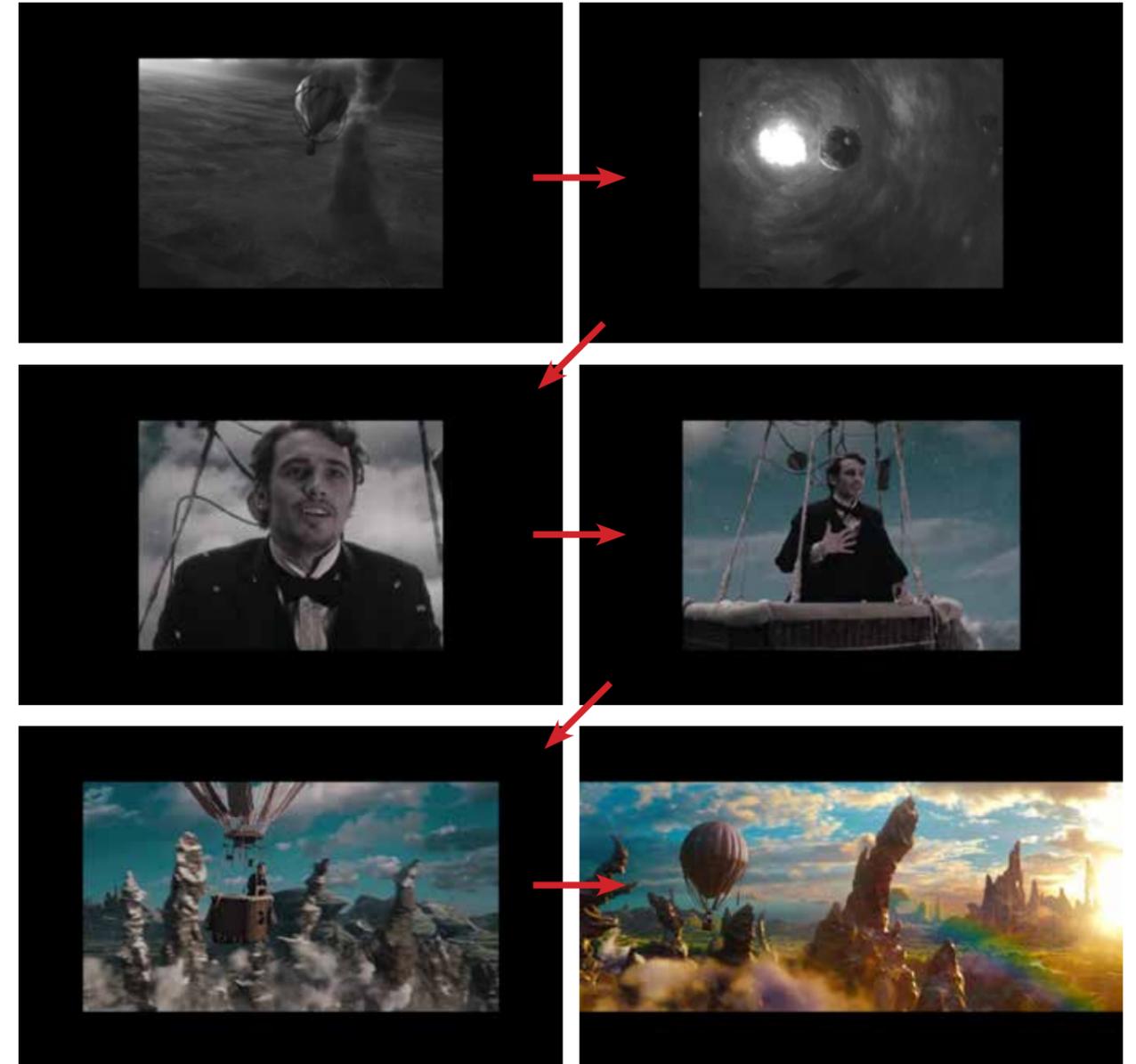
¹⁶ Le format 4/3 est le format natif du cinéma muet (1,33:1). Alors que le CinemaScope a un ratio de 2,55:1.

- Oz, the great and powerful, Sam Raimi, 2013

Dans « Oz the great and powerful », Oscar, un magicien malhonnête interprété par James Franco, est emporté à bord d'une montgolfière, depuis le Kansas jusqu'au fabuleux pays du magicien d'Oz. Cette histoire est inspirée du roman pour enfant « Le magicien d'Oz » écrit par L. Frank Baum en 1900. On y trouve donc un passage d'un Kansas poussiéreux du début du XXème siècle au fantastique et coloré pays d'Oz.

Tout le début du film est présenté au format 4:3¹⁶ et en noir et blanc, un choix justifié par l'époque de la fiction, mais également par la transition qui va arriver ensuite. Le personnage principal, à bord d'une montgolfière, va être entraîné par une tornade. Cette tornade va, sur certains plans, beaucoup rappeler le motif de tunnel que nous avons pu voir dans les deux exemples de transitions précédents. Une fois sorti de cette mauvaise passe, le personnage arrive au pays du magicien d'Oz. Pour représenter cela, Sam Raimi utilise un procédé, selon moi, vraiment intéressant. Le format 4/3 va peu à peu se transformer en format CinemaScope amenant avec lui des couleurs chamarrées et fantastiques.

Les trois exemples que j'ai soulevés précédemment n'ont en aucun cas été choisis au hasard. Ils ont tous les trois un lien étroit avec l'univers et les influences du groupe STORY. Chacun soulève des thématiques et utilise des procédés visuels efficaces et extrêmement cinématographiques. Le travail sur le motif du couloir et du tunnel, qui revient dans chacun de ces films, est quelque chose qui s'est directement imposé à nous lors de notre réflexion sur le scénario du clip. Le moyen qui nous a semblé le plus efficace pour relier ces différents univers, tout en évoquant l'entrée dans un building, a tout de suite été l'utilisation du couloir, sous différentes formes. Il est donc intéressant de constater que mes recherches sur les transitions m'ont tout de suite conduite à des films utilisant ce motif. On se rend compte que certains symboles visuels ne sont pas tellement des choix conscients, mais s'imposent à nous assez intuitivement. Ainsi, toute la structure du film, qui repose sur cette forme de tunnel, a réellement facilité la création de transition. C'est ce que nous allons aborder dans la partie suivante.

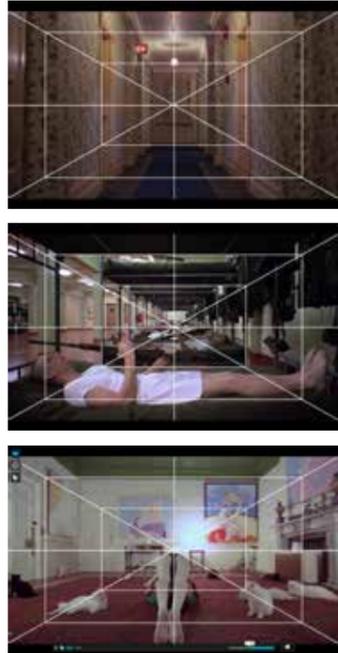


Illustrations :

// Extrait du film Oz, the great and powerful, Sam Raimi, 2013.
Le passage du monde réel au pays d'Oz.

Kubrick, one point perspective

Extrait de la vidéo
Kubrick // One-Point Perspective, Kogonada, 2013.



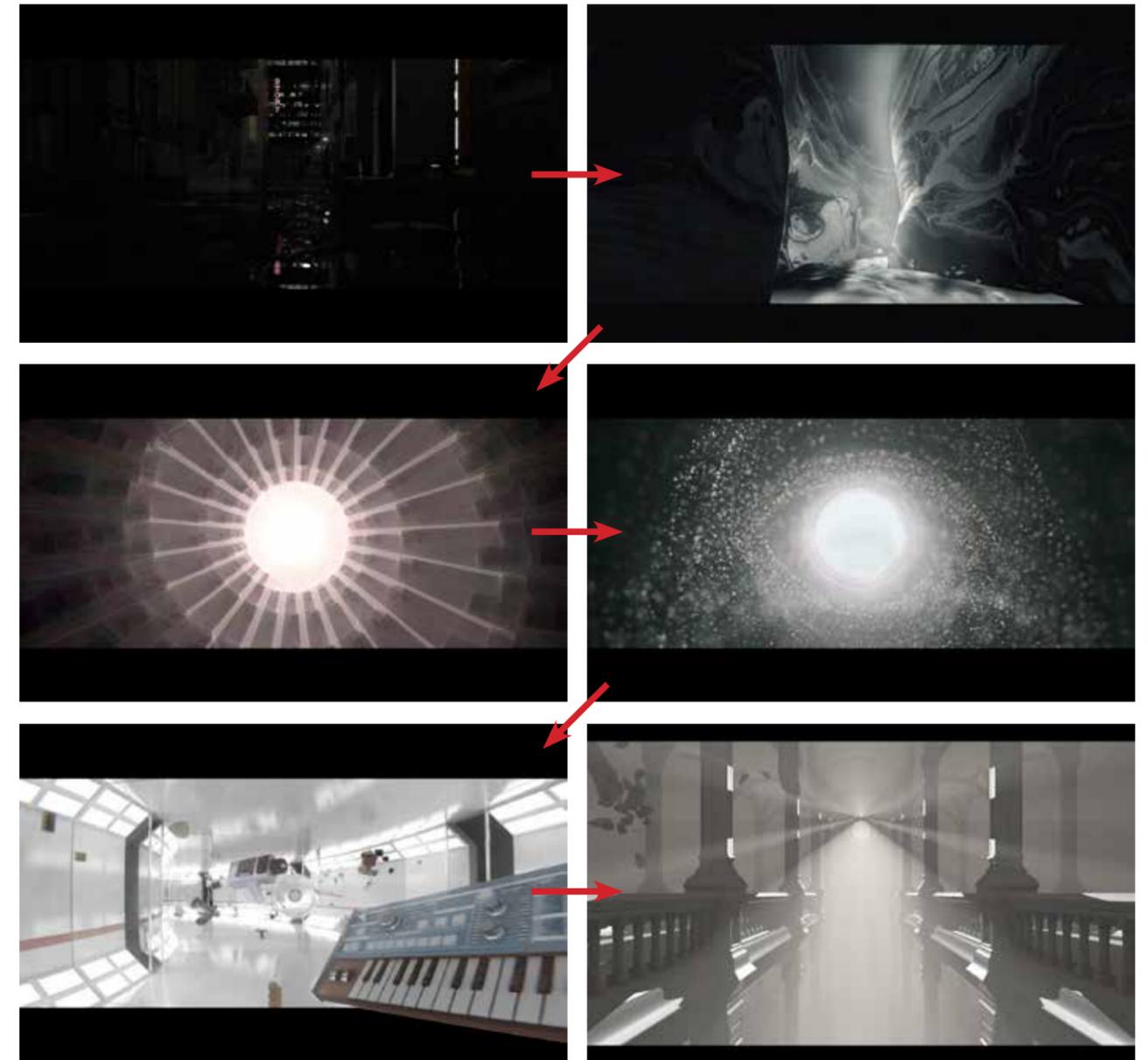
b) Le motif du couloir :

La perspective centrale, et d'autant plus la forme du couloir, facilitent grandement la transition entre les plans du film. Lors d'un travelling avant ou arrière dans un décor à la perspective centrale marquée, un simple cut au montage peut suffire à mettre en place une transition décente. Une vidéo de Kodonga, mettant l'accent sur la récurrence de ce genre de plans dans le cinéma de Stanley Kubrick illustre très bien ce phénomène.

Kubrick, quel que soit le genre qu'il traite (science fiction, comédie, drame, guerre, peplum), a une patte bien à lui. On retrouve notamment un usage, presque automatique, du point de fuite central, portant le personnage vers un but. La vidéo ci-dessus illustre très bien ce fait. Ce qui m'intéresse particulièrement ici, c'est de voir, qu'un montage en cut, de plusieurs films très différents, peut être harmonieux. L'utilisation d'un point de vue central est donc un premier pas vers une transition réussie.

Ce n'est en aucun cas une obligation dans le cas d'un film réunissant plusieurs univers, mais c'est en tout cas ce que nous avons choisi pour notre film.

Le motif du tunnel a également pour effet de fixer le regard vers le centre, et de nous aspirer. On y voit comme une ligne, un chemin à suivre, nous menant vers une destination connue ou inconnue. Cela correspond bien à l'effet recherché par le clip, qui doit nous mener à l'Imaginarium building. C'est donc dès le départ, que nous nous sommes fixés une seule et unique contrainte : l'utilisation du motif du couloir.



Illustrations :

// Extrait du clip "Welcome to the imaginarium building. utilisation de la perspective centrale et du motif "couloir".

Définitions :

La fenêtre d'après le petit Larousse illustré éd. 2001 :

nf 1. ouverture dans un mur pour donner du jour et de l'air ; cadre vitré d'une telle ouverture.

2. Ouverture pratiquée dans un matériau : enveloppe à fenêtre.

3. INFORM zone rectangulaire d'un écran dans laquelle s'affiche les informations.

c) La symbolique de la fenêtre :

Lorsque j'entends le mot fenêtre, cela m'évoque des souvenirs d'enfance. Je dormais parfois chez ma grand-mère où le volet de la fenêtre laissait passer un brin de lumière, dessinant tout un tas de formes sur les murs. J'imaginai des histoires d'animaux et de monstres effrayants qui m'empêchaient de dormir. Ce cadran de bois et de verre, barrière entre moi et l'extérieur était la porte d'entrée d'un imaginaire riche.

J'ai constaté, suite à la réalisation du film, que la notion de fenêtre représentant le passage d'un lieu à un autre était un motif visuel récurrent. Je me suis alors intéressée à la représentation de ce motif au yeux des gens. Dans les pages qui suivent, j'ai interrogé mon entourage, et recueilli leurs réponses à la question « Que t'évoque le mot fenêtre ? ».

Xavier (57 ans, ingénieur électronique)

“Je pense à un écran qui s'ouvre sur mon PC. Et aussi le matin, lorsque j'ouvre ma fenêtre. Finalement, quelque soit le type de fenêtre, je finis toujours par l'ouvrir !”

Pierre (80 ans, retraité architecte)

“Les fenêtres animent les façades, éclairent les demeures, nous projettent vers l'avenir. Sans fenêtre pas de vie, pas d'architecture. À une façade aveugle doit succéder une façade égayée de fenêtres. Une fenêtre abrite du soleil par des fermetures adaptées. Je vous conseille de ne pas trop vous pencher par la fenêtre si vous tenez à la vie. Enfin, même les aveugles ont besoin de fenêtres car les fenêtres ouvertes permettent d'entendre le bruit de la rue.”

Charlotte (21 ans, étudiante)

“ Fenêtre, ça m'évoque un point de vue intérieur/extérieur. L'action d'ouvrir ou de fermer. L'entrée du soleil, les rideaux, les vélux et le produit pour nettoyer les vitres. Bizarrement je pense aussi à la défenestration !”

Camille (24 ans, Graphiste)

“C'est une ouverture sur un ailleurs. La fenêtre permet à celui qui la regarde, d'imaginer ce qu'il y a de l'autre côté. Quand on est à l'intérieur, on se demande ce qu'il se passe dehors. Et quand on regarde une fenêtre de l'extérieur, on se demande ce qui se passe à l'intérieur. On invente par exemple la vie de nos voisins, leurs journées, ... C'est un élément symbolique qui permet de développer l'imagination. Une frontière entre le réel et l'imaginaire. Je pense à l'image de ce rêveur, de ce penseur, de cet artiste, qui réfléchit devant l'horizon”

Alma (8ans)

“Le paysage à peu près, le balcon, les plantes aussi des fois ! Pas vraiment d'autres choses. Ça sert à aérer la maison un peu. C'est un rectangle et il y a des petits carrés dedans. Des fois on peut voir le toit des maisons. J'aimerais pas vivre sans fenêtre, il n'y aurait pas de lumière et pas d'air. Sauf avec les portes peut-être !”

Françoise (80 ans, retraitée)

“Quand j'entends le mot fenêtre je pense bien entendu à une ouverture vers le jour et l'air, mais également une ouverture vers le monde, les gens, le bout d'un tunnel.”

Vincent (47 ans, Enseignant)

« Je pense aux protections en fer forgé des fenêtres en Espagne, au Velux de mes souvenirs, pour voir le ciel et la pluie. Je pense qu'on appelait la télévision, il y a longtemps, une « fenêtre ouverte sur le monde ». Maintenant c'est mon ordinateur, et il est souvent ouvert sur des courants d'air de partout...”

Guillaume (25 ans, illustrateur)

“La fenêtre c'est pour moi assez contradictoire. C'est à la fois un symbole de liberté, mais aussi un symbole d'enfermement. En regardant au travers d'une vitre je me sens libre de sortir, mais confiné à l'intérieur. C'est un hublot vers l'extérieur, une sorte de vue panoramique que l'on aurait de notre cocon, un moyen d'évasion. Ça sépare souvent deux espaces très contradictoires, chaud / froid, jour / nuit ... Et la journée c'est aussi ce qui permet à la lumière de s'infiltrer, ça nous empêche de vivre dans un cube, une grotte sombre. Je pense que même un ermite a besoin de fenêtre !”

MAXIME (23 ANS, Étudiant en Arts)

“Passer par la fenêtre, c'est un peu une transgression, parce que normalement on passe plutôt par une porte. Tout de suite quand j'entends “passer par la fenêtre” je pense à quelque chose de négatif ou d'interdit. Je pense à la fugue ou au suicide. Une fenêtre c'est plutôt ce que l'on utilise pour observer un endroit où on n'est pas censé aller. Ça pousse à imaginer et à créer, même à braver les interdits. Personnellement, plus on me cache quelque chose, plus je veux savoir ce que c'est. Je trouve que c'est un peu le même principe, tout ce qui sort du cadre, c'est ça qui nous intéresse. Ce qui est à l'intérieur on s'en fiche, puisqu'on l'a !”

Nicolas (42 ans, graphiste)

“Je pense à une ouverture sur le large, l'horizon, le ciel, l'envol. Je pense à Yves Klein comme à la chute de Chet Baker. C'est aussi un rétrécissement de l'espace, un recadrage, une fragmentation. La transition entre l'intérieur et l'extérieur, entre l'obscurité et la lumière, bref une frontière, un passage, un espace de frottement, de rencontre, de contraste fort. Et puis là, je pense aussi aux fenêtres de Bonnard et Matisse et au cinéma d'Hitchcock... C'est aussi ça la fenêtre, un élément pictural et un symbole fort. Et ça me rappelle qu'on a tous un voyeur qui sommeille en nous !”

Christine (47ans, sans emploi)

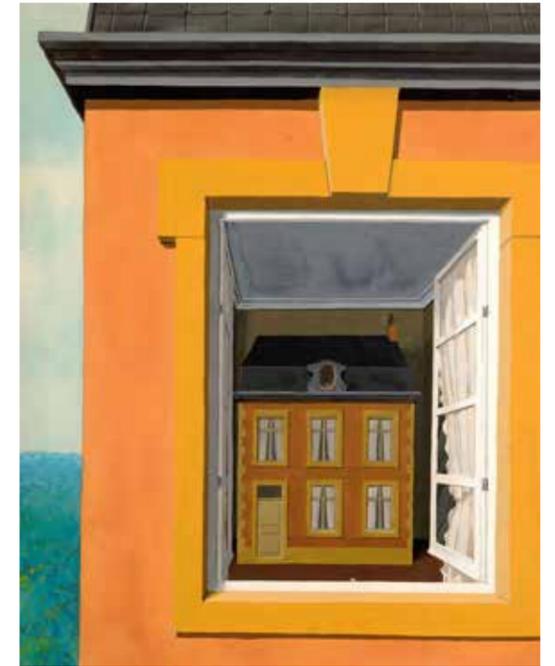
Pour moi une fenêtre c'est forcément une possibilité d'évasion! Une ouverture possible sur l'ailleurs. Et quand je pense à une fenêtre, je pense à mes moments d'écriture assise devant ma fenêtre d'où je vois le ciel et la nature qui s'effacent peu à peu dans mon esprit qui vagabonde.

Bien que chacune de ces personnes soit animée d'un souvenir très personnel, et d'une manière de l'exprimer bien à lui, on retrouve toujours une certaine similitude sur ce qu'évoque l'image d'une fenêtre. Les idées d'ouverture, de passage et de séparation entre le réel et l'imaginaire, sont indéniables. Cette notion de frontière entre deux réalités est très présente, et m'intéresse tout particulièrement dans la thématique du clip. C'est une idée que l'on retrouve d'ailleurs beaucoup dans la peinture surréaliste, notamment dans l'œuvre de René Magritte, qui utilise la fenêtre comme une mise en abyme, un lieu ouvert sur d'autres lieux. La fenêtre est, dans sa peinture, un motif énigmatique, la fusion d'un intérieur et d'un extérieur, pourtant différents.

On retrouve à plusieurs reprises, dans les témoignages, l'idée d'écran, de limites, et de contraste intérieur/extérieur. À la manière d'un cadre ou d'une peinture, la fenêtre délimite un espace, poussant à créer ce qui peut exister au delà. On pense à l'écran de télévision ou de cinéma. Le penseur ou le rêveur, le regard perdu dans le lointain, assis devant sa fenêtre, est une image symbolique, travaillé par de nombreux peintres et écrivains. Alors que le corps reste bloqué derrière le verre, l'esprit divague et se faufile à l'extérieur.

La fenêtre, c'est aussi concrètement et avant tout, un élément architectural. Une forme qui anime la façade d'une maison, d'un immeuble. La différence entre un lieu de vie et un blockhaus !

Il est possible d'établir une corrélation entre tous ces éléments et l'univers du groupe STORY. Alors par quel biais intervient le motif de la fenêtre dans le clip de « Welcome to the Imaginarium building » ? C'est ce que nous allons voir dans cette toute dernière partie.



Illustrations :

//De auche à droite :

//La condition humaine – René Magritte – 1933.

//Loge de la dialectique – René Magritte - 1937.

De la ruelle au Canyon :

L'introduction, passage de la ruelle sombre à cet énigmatique canyon, s'établit par plusieurs procédés visuels. L'image est au départ enfermée dans un format 4 /3, puis au fur et à mesure que la musique s'installe, le cadrage s'élargit au format CinémaScope. Cela prépare en quelque sorte notre œil à l'arrivée d'un changement d'univers. Ce jeu sur le cadre peut être vu comme une ouverture, telle une entrée dans un monde imaginaire.

Par la suite, la musique démarre, et la ruelle se morcelle, comme si son image avait été projetée sur une toile qui se déchire puis se répand dans le canyon. Ce procédé fait clairement référence au film Last Action Hero que j'ai évoqué précédemment. Le déchirement de la toile évoque l'explosion d'un écran de cinéma, symbole fort du dernier élément barrière entre le réel et l'imaginaire.

De façon métaphorique, la fenêtre se fait ressentir dans cette séquence. D'une part par le principe de cadre, de délimitation, mais aussi par cette référence à l'écran de cinéma.

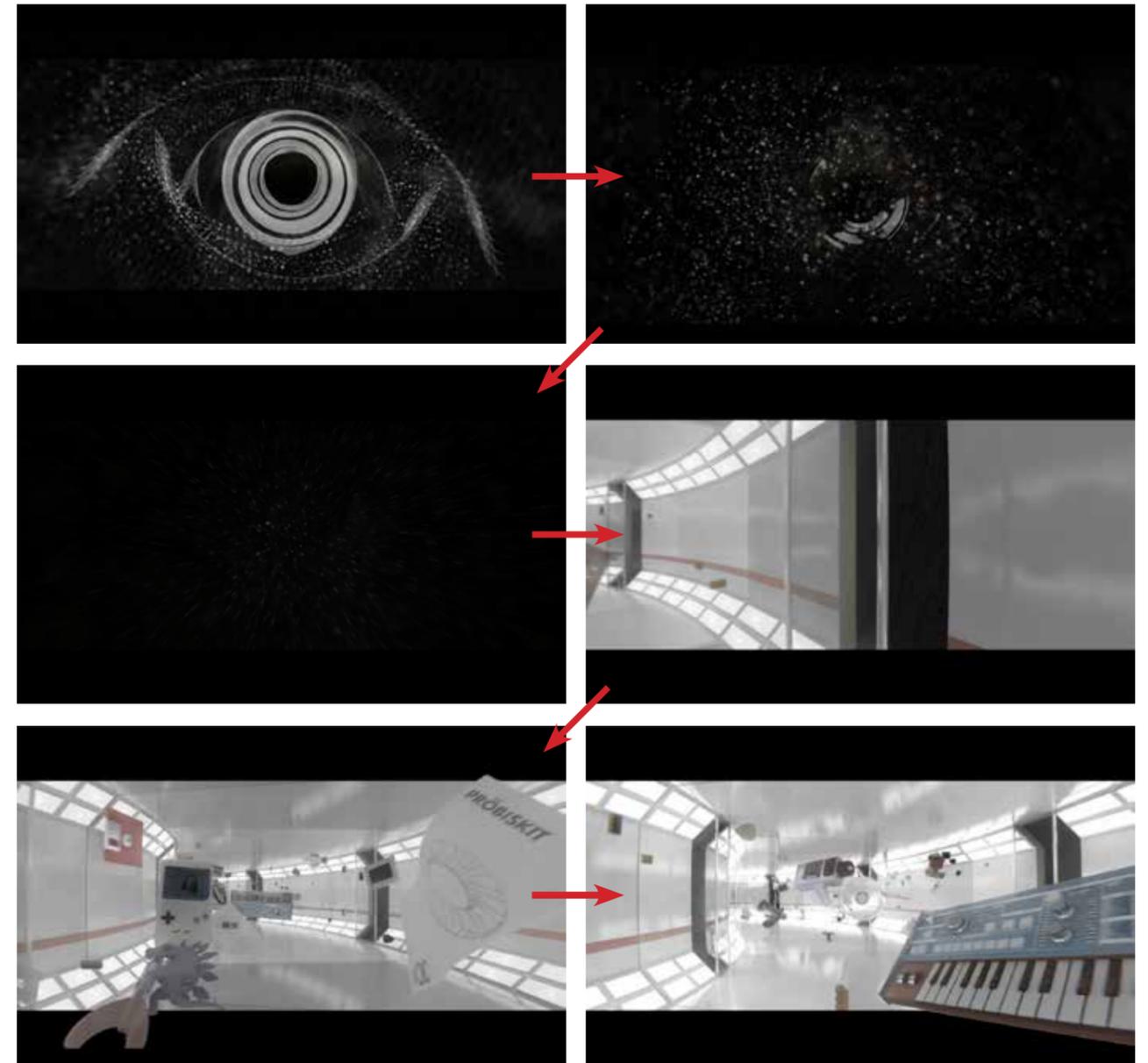


Illustrations :

// Extraits du clip "Welcome to the imaginarium building".
// Le passage de la ruelle au canyon. Déchirement de la toile de cinéma, fenêtre entre la réalité et la fiction.

Des étoiles au vaisseau spatial :

Dans cette séquence, l'abstraction du plan form va se transformer par un éclatement progressif en un ciel étoilé. J'ai mis en place une notion d'accélération par l'utilisation d'un flou radial. Ce flou va créer un étirement des étoiles, à la manière d'un flou de mouvement, entraînant une sensation de vitesse. D'un seul coup, une voix, douce et spatiale intervient dans la musique, c'est le moment d'entrer dans le vaisseau. C'est par une fenêtre que cela va se produire. Cette dernière permet au spectateur de garder un lien entre les deux lieux. D'un côté les étoiles, de l'autre le vaisseau. C'est un lien logique et rassurant. Le rythme de la caméra semble se ralentir, le flou radial s'estompe, les étoiles deviennent plus nettes, et au passage, un élément secondaire du décor. Nous sommes bel et bien entré dans le vaisseau, c'est désormais cela qui nous importe.



Illustrations :

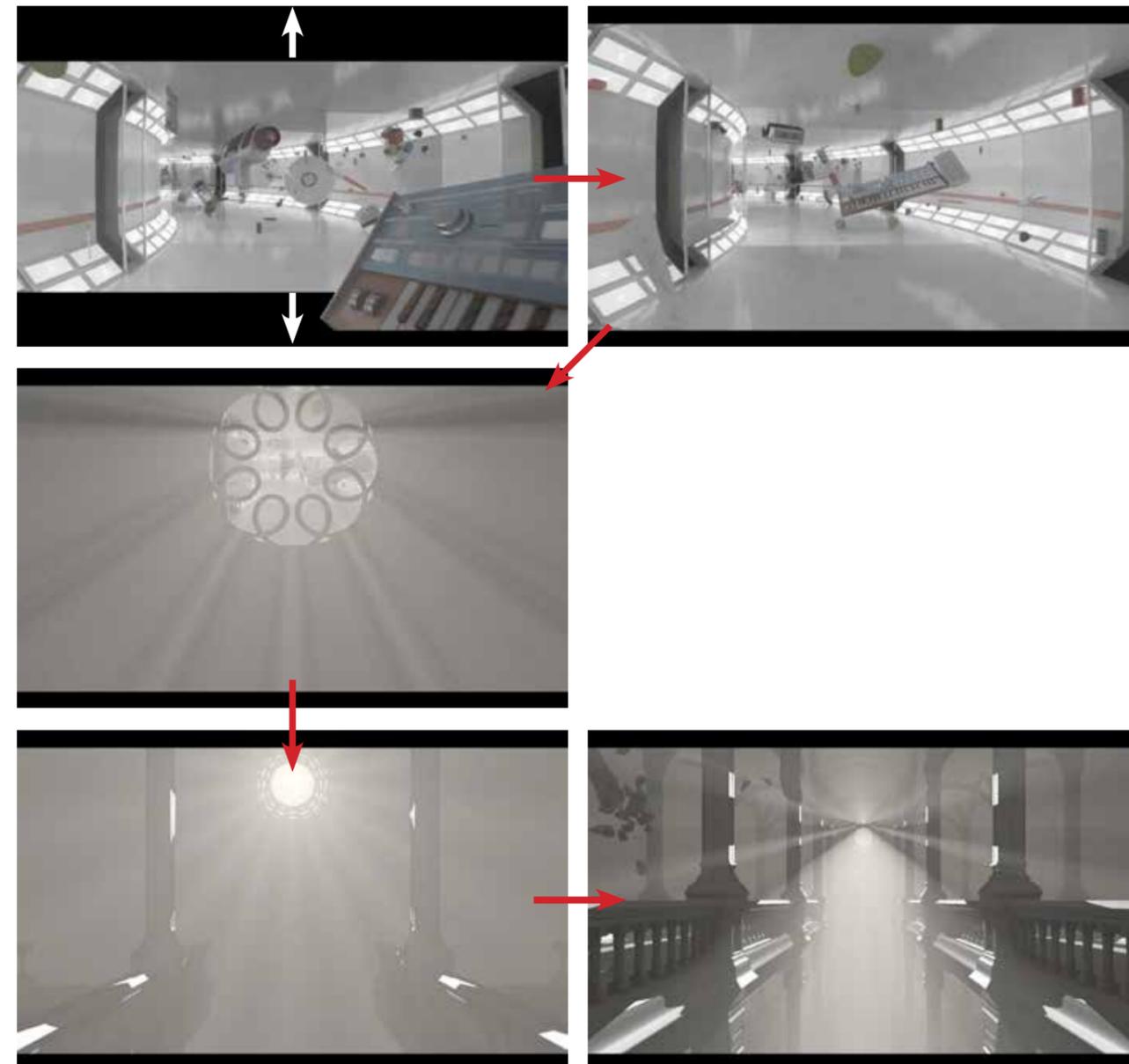
// Extraits du clip "Welcome to the imaginarium building".
// transition de plan form au plan vaisseau. L'abstraction du plan Form explose en ciel étoilé, l'entrée dans le vaisseau se fait par un hublot. La fenêtre utilisée comme un motif de transition.

Du vaisseau à la cathédrale :

Le plan du vaisseau va réutiliser le principe d'élargissement du cadre vu dans l'introduction. Cette fois ci, le procédé est poussé plus loin, puisque les objets à l'intérieur du vaisseau vont dépasser sur les bandes noires avant que celles-ci ne disparaissent totalement.

L'entrée dans la cathédrale va se faire par le biais d'un vitrail. Cette fenêtre va être finalement le seul lien qui réunit le vaisseau et la cathédrale, deux univers très différents. L'ambiance du vaisseau étant blanche et lumineuse, j'ai décidé de travailler une lumière volumétrique dans vray, à la sortie du vitrail. Ce procédé va permettre au vaisseau de disparaître très vite au loin, au profit de rayons de lumières.

C'est finalement assez amusant de constater que ce motif de fenêtre s'est naturellement imposé à moi, de la même manière que l'usage du tunnel. On ne peut pas parler d'un choix clairement réfléchi, mais d'un motif inconsciemment logique. Après avoir enquêté auprès des gens à propos de cette symbolique de la fenêtre, je me suis rendu compte que tout le monde y voyait finalement la même chose. Ce n'est peut être pas un fait universel, mais néanmoins une image qui parlera à notre société occidentale. A partir de cela, j'ai réalisé que le travail de direction artistique, n'était pas de connaître par cœur la symbolique de chaque forme et de chaque couleur, mais surtout de comprendre, à l'échelle d'une société, d'un public, quel motif décrira le mieux une situation. La curiosité d'œuvres, de leur culture, permet de s'imprégner de procédés visuels qui pourront ensuite être réinterprétés et réutilisés. Ainsi, c'est de manière presque inconsciente que le bon choix s'imposera.



Illustrations :

- // Extraits du clip "Welcome to the imaginarium building".
- // Disparition des bandes noires du cadre du vaisseau.
- // Sortie par le vitrail de la cathédrale : la fenêtre comme un motif de transition.

Pour conclure cette seconde partie ...

Lors de la création du film, l'intégration de l'identité du groupe STORY s'est assez naturellement présenté à nous. Le simple fait de vouloir traduire visuellement la musique nous a permis de réutiliser les codes mis en place lors de la première partie de ce mémoire.

Le parallèle entre la création du film, et la création de supports imprimés, m'a permis de prendre conscience que ces deux médium ne sont pas incompatibles. J'envisage désormais les choses sous un autre angle. Il n'est pas exclu de pouvoir créer des images imprimées à partir de techniques habituellement propres au films (l'exemple du CD, crée sur after effects). C'est également la possibilité de créer des film à partir d'images imprimées (dessins, sérigraphies, etc..) que j'aimerais explorer dans des projets futurs.

Lors de mes recherches et de la rédaction de ce mémoire, j'ai aussi réalisé qu'un bon nombre de nos choix visuels se sont fait inconsciemment. Ce facteur a sans doute l'avantage de traduire une certaine spontanéité, et d'utiliser des motifs assez universels. J'ai donc appris à m'imprégner d'un univers afin que mes choix visuels se fassent naturellement, plutôt que d'essayer à tout prix de vouloir respecter des règles et des codes visuels imposés au préalable. Pour cela, la seule méthode que j'ai trouvée, est la curiosité, la recherche de références culturelles, dans le but d'enrichir ma vision des choses.

Conclusion

Nous avons, au cours de ce mémoire, étudié deux cas particuliers de création visuelle. L'un, traitant du rôle de directeur artistique œuvrant à la fabrication d'une identité visuelle, l'autre, concernant l'élaboration de la cohérence graphique d'un film en images de synthèse, et plus particulièrement, l'intégration de cette identité au sein d'un support audiovisuel.

Le rôle d'un directeur artistique dans ces deux cas, est assez similaire en surface. Son but, quoi qu'on en dise, est toujours de veiller aux différents détails visuels du projet, qu'il s'agisse d'un film, d'une affiche, d'une pochette de CD, etc... Il a clairement pour ligne directrice de traduire visuellement et graphiquement une narration. Sa méthode de travail ne varie pas tellement d'un projet à l'autre. On note par exemple, qu'il part toujours d'une phase de recherche de références et de croquis plus ou moins poussés, avant d'en arriver à un support final. Certains grands principes, tels que la typographie, l'usage des couleurs, l'exercice de la composition, sont inévitables, quel que soit le support.

Cependant, une divergence est tout de même clairement remarquable. Ce n'est pas d'un point de vue méthodologique, mais plutôt technique, qu'un problème va se poser. Dans le cas d'un projet imprimé, des connaissances sont nécessaires à propos des divers procédés d'impression, des finitions, des encres, etc... Dans le cas d'un projet 3D, un autre panel de compétences techniques s'impose. Il est nécessaire par exemple, de savoir estimer un temps de travail en amont d'un projet. Un rendu réaliste et un rendu graphique low poly n'induiront pas les mêmes contraintes. Il doit avoir des connaissances suffisamment poussées à propos de modélisation, de lighting, de shading, de texturing, afin de savoir ce qui est réalisable ou non, et quelle technique sera la plus adaptée au projet. Il doit connaître la technique et la dompter afin qu'elle ne devienne jamais une barrière.

La première leçon que je retiens de cette année est que l'habileté à manier deux domaines si différents peut réellement être une richesse dans un travail de création. L'association de l'image de synthèse à des techniques plus traditionnelles est quelque chose vers laquelle je souhaite continuer à me diriger et à me perfectionner.

D'autre part, je fais face à une seconde prise de conscience. Il existait autrefois un Oscar de la meilleure direction artistique qui récompensait le ou les responsables de l'aspect visuel, esthétique et artistique d'un film. Ce dernier a été remplacé au fil du temps par l'oscar des meilleurs décors, généralement attribué au chef décorateur. Or, l'aspect visuel du film, va résulter en fait, de l'association d'un réalisateur, d'un chef opérateur, d'un chef décorateur, etc...

C'est finalement cela, la seconde leçon que cette année m'a enseignée. Moi, qui ai généralement tendance à vouloir toucher à tout et à vouloir tout faire moi même, je comprends maintenant mieux pourquoi, tout ces métiers existent. C'est grâce à l'association habile de ces compétences que de grandes œuvres peuvent voir le jour et tirent leurs richesses. J'espère, tout en poursuivant le développement de mes capacités personnelles, continuer dans le futur, à créer en groupe, car, plus on partage, plus on possède. Voilà le miracle ! Et ce n'est pas moi qui le dis, c'est Léonard Nimoy.

BIBLIOGRAPHIE

Ellen Lupton, *Comprendre la typographie*, Editions Pyramyd.
Bruce Willen & Nolen Strails - *Lettrage et typographie*, Editions Pyramyd.
Eva Heller, *La psychologie des couleurs, effets et symboliques*,
Éditions Pyramyd.
L'intégrale de Reudi Baur
Jane Barnwell, *Les fondamentaux de la réalisation de film*, Éditions Pyramyd.
Damien et Claire Gautier, *Mise en page(s), etc.*, Editions pyramyd.
J. Van Sijll, *Les techniques narratives du cinéma*, édition eyrolles.
Claire Dalquié et Matteo Cossu, *La sérigraphie : Outils, techniques et portraits d'artistes*, Editions Pyramyd.

FILMOGRAPHIE

Sam Raimi - *Oz The Great and Powerful* - 2013
John Mc Tiernan - *Last Action Hero* - 1993
Steven Spielberg - *Jaws* - 1975
Andrew Thomas Huang - *Atoms for Peace - "Before Your Very Eyes"* - 2012
Dvein - *Magma* - 2013
Stanley Kubrick - *2001, a space odyssey* - 1968
Fourgrounds films - *the Auteurs for christmas* - 2013
Wes Anderson - *Bottle Rocket* - 1996
Wes Anderson - *Rushmore* - 1998
Wes Anderson - *La Famille Tenenbaum* - 2001
Wes Anderson - *La Vie aquatique* - 2004
Wes Anderson - *À bord du Darjeeling Limited* - 2007
Wes Anderson - *Fantastic Mr. Fox* - 2010
Wes Anderson - *Moonrise Kingdom* - 2012
Wes Anderson - *The Grand Budapest Hotel* - 2014
Spike Jonze - *Dans la peau de John Malkovich* - 1999
Terry Gilliam - *Imaginarium docteur Parnassius* - 2009
Kogonada - *Kubrick, one point of view* - 2013
Kogonada - *Wes Anderson // Centered* - 2014
Kogonada - *Wes Anderson // from above* - 2012
Michel Gondry - *Daft Punk - Around the world* - 1997
Roman Coppola - *Daft Punk - revolution 909* - 1997
Spike Jonze - *Daft Punk - DaFunk* - 1997
Warren Fu - *Daft Punk - Instant Crush* - 2014
Kazuhisa Takenouchi - *Daft Punk - InterStella 5555* - 2003

ARTICLES

« *Profession directeur artistique* », M le magazine du Monde, 07.09.2012, Par Vicky Chahine
« *14 Whimsical Motifs That Every Wes Anderson Film Has in Common* », Rachel Redfern, March 10, 2014
« *15 Absolutely Necessary Ingredients For Making A Wes Anderson Film* », The Huffington Post, By Lauren Duca, 11/06/2013

WEBOGRAPHIE

<http://www.planetepublicite.fr/thematiques/identite-visuelle/>
<http://moviesincolor.com/>
<http://identitydesigned.com/>
<https://vimeo.com/>
www.behance.net
www.wikipedia.com
www.larousse.fr
www.centrepompidou.fr
www.ffffound.fr
<http://butdoesitfloat.com/>
<http://annys.com/screenshots/>
<http://www.seri-suisse.com/>
<http://www.elshopo.com/>

