

QUI FAIT QUOI



Sodec Europe : approche multilatérale
INIS : cours de rattrapage

Nouvelles couleurs pour l'animation

Le Blu-ray pour les nuls !

«Babine»...
conte pour tous

NOVEMBRE 2008 > 5,95\$ ENVOI DE PUBLICATION ENREGISTRÉMENT NO 40069588



650828 614011



NOUVELLES COULEURS

PAR ROCK PINARD

LIBÉRÉ DES CONTRAINTES IMPOSÉES PAR LA BANDE PASSANTE, LE SECTEUR DE L'ANIMATION MULTIPLATEFORME CONNAÎT UNE CROISSANCE EXPONENTIELLE AU QUÉBEC DEPUIS ENVIRON DEUX ANS. LES PORTES S'OUVRENT À DE MULTIPLES POSSIBILITÉS – MAIS AUSSI À DES ATTENTES PLUS ÉLEVÉES.

Les entreprises approchées par Qui fait Quoi sont unanimes : désormais, le monde de l'animation a franchi les barrières du téléviseur pour voyager librement d'une plateforme à l'autre... et d'un marché à l'autre. Ce que confirme Nancy Savard, présidente de Productions 10^e ave à Québec, dont les capsules de 30 secondes de la série animée « W » sont diffusées sur les ondes de Canal Vie... et sur des téléphones mobiles à Taïwan. « Le fait que la bande passante à haute vitesse ait atteint une masse critique nous a définitivement ouvert la porte à l'international, reconnaît la présidente. Désormais, dès l'étape de création, nous tenons compte de la possibilité que le projet soit décliné sur toutes les plateformes de diffusion. »

PREMIÈRE QUALITÉ

Ces considérations initiales seront notamment de nature technologique et esthétique. « La tendance que j'observe est que la majorité des projets sont d'emblée produits en haute résolution, remarque Daniel Lavoie, président de Skuad Studios. L'idée, c'est d'assurer que le degré de qualité de l'image ne sera pas amoindri, peu importe la plateforme sur laquelle celle-ci se retrouvera. »



LA SÉRIE « HANS HANS »
PRODUITE PAR NDI MEDIA

Lavoie constate alors un changement important qui s'est imposé dans son secteur d'activité, soit l'ajout d'un autre intervenant dans la chaîne de production. « Nous développons chaque projet comme s'il était destiné à la télévision (ce qui demeure souvent le cas), en tenant compte d'une qualité optimale qui peut même aller jusqu'au HD, dit-il. Puis, lorsque vient le temps de décliner les animations sur d'autres plateformes, le tout est remis à une personne que l'on appelle souvent "le gars du web" ou "le gars de Flash" – en l'occurrence la personne qui se chargera de réduire le poids de l'animation et de l'adapter aux autres plateformes sans amoindrir la qualité du produit. »

>



**279 880 polygones, 35 textures
et un brin d'ingéniosité!**

15 ans d'expertise en imagerie de synthèse

- Études en cinéma, télévision, jeux vidéo et compositing numérique
- Plus de 30 formations pour professionnels de l'industrie
- Centre autorisé Softimage, Autodesk, Avid et Eyeon

514-288-3447 www.centrenad.com  **Centre NAD**
ENGINEERING IN ENTERTAINMENT

HBO TRAVERSE LA FRONTIÈRE

Une nouvelle chaîne a fait son entrée sur les ondes télévisuelles canadiennes le 30 octobre dernier. HBO Canada concrétise ainsi le souhait de nombreux téléspectateurs, qui tenaient à ce que la programmation de la populaire chaîne américaine HBO soit diffusée de ce côté-ci de la frontière. Aux États-Unis, HBO est parvenue, grâce notamment à la volonté de ses dirigeants de repousser les limites de la télévision, à redéfinir ce qui constitue des séries de qualité. On lui doit notamment les grands succès publics et critiques « The Sopranos », « Sex and the City » et « Six Feet Under ». Chez nous, HBO Canada se retrouvera au petit écran dans l'Ouest du pays par l'entremise de la chaîne Movie Central de Corus, et dans l'Est par The Movie Network, filiale d'Astral Media. L'une des conditions de licence imposées par le CRTC est que la nouvelle chaîne devra ajouter à sa programmation américaine des séries et films produits ici. En espérant que cela inspirera nos créateurs à sauter sur l'occasion pour viser les mêmes sommets de qualité et d'innovation que ce à quoi HBO nous a habitués... RP

NOUVELLE BERGERIE

Toujours installée dans les locaux de Québec, là où elle avait emménagé à l'époque où le géant des médias québécois en était propriétaire, la chaîne TQS prévoit déménager ses pénates dans des installations, disons, moins intimement liées à la compétition. Au moment de rédiger ces lignes, Remstar étudiait la possibilité de rapprocher sa nouvelle acquisition de ses propres locaux dans le Vieux-Montréal. RP

PLUS DE TÉLÉ, MOINS DE BUDGET

Un rapport déposé par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) a démontré que le nombre de productions télévisuelles en 2007-2008 a augmenté de 21,2 %, pour un total de 274 émissions contre 226 l'année précédente. En contrepartie, les dépenses en production ont maintenu leur tendance à la baisse, déclinant de 0,2 % – soit une troisième baisse en autant d'années. Comme quoi la prophétie de plusieurs gens de l'industrie, à l'effet qu'on devra dorénavant faire plus avec moins, devient effectivement réalité... RP



LA SÉRIE ANIMÉE « W »
PRODUITE PAR PRODUCTIONS 10^e AVE

NOUVELLES COULEURS (SUITE)

BON FLASH

Alors que certains comme Lavoie et Nancy Savard développent leur projet en fonction d'une fenêtre de diffusion télévisuelle, d'autres comme Neil Smolar, président de NDI Media, se tourneront plutôt vers la technologie Flash pour livrer des produits destinés aux nouvelles plateformes. « Flash permet de produire des œuvres animées qui ont l'avantage d'être légères en terme de poids, tout en ayant une qualité esthétique superbe », dit-il, ajoutant que de plus en plus de télédiffuseurs s'assurent d'avoir aussi un canal de diffusion de leur contenu sur le web. « Par contre, un tel phénomène change quelque peu la donne, observe-t-il. Certes, les producteurs de séries animées que nous sommes voyons les opportunités de diffusion de leurs œuvres se multiplier à l'échelle mondiale. En contrepartie, ce qui était



NANCY SAVARD, PRÉSIDENTE
PRODUCTIONS 10^e AVE

SKUADSTUDIOS
EFFETS VISUELS / BROADCAST DESIGN

WWW.SKUADSTUDIOS.COM

UNE BOÎTE  VOS CONCEPTS
réalisation + design + animation + effets visuels
FRAMESTUDIO.TV

« LE FAIT QUE LA BANDE PASSANTE
À HAUTE VITESSE AIT ATTEINT UNE MASSE CRITIQUE
NOUS A DÉFINITIVEMENT OUVERT LA PORTE
À L'INTERNATIONAL ».



DANIEL LAVOIE, PRÉSIDENT
SKUAD STUDIOS

accepté des internautes et des clients il y a quelques années à peine n'a plus le même attrait. Le public sur ces plateformes de diffusion devient plus exigeant en terme de ce qu'il se voit offrir. »

Révolues donc les animations dont l'intérêt provenait surtout du fait qu'elles étaient... animées. Ou même ludiques et interactives. Désormais, un appétit se développe pour des histoires intéressantes. « Un récit captivant, c'est la sauce spéciale qui enrobe la technologie et le

concept », croit Smolar. Une notion endossée par Annie Normandin, productrice chez Frame, qui s'enthousiasme aussi du fait que les nouvelles plateformes révolutionnent la façon même de raconter une histoire. « Au niveau de la conceptualisation, l'expérience en télévision demeure linéaire, ce qui n'est plus le cas avec les médias interactifs, dit-elle. Ainsi, nous avons la possibilité de raconter les histoires différemment, d'introduire des liens et des choix pour l'utilisateur. Même la durée n'est plus une contrainte. »

En effet, comme l'explique Daniel Lavoie de Skuad Studios, une publicité animée conçue d'abord pour le web pourra avoir une durée de 43 secondes, puis être remontée en format 30 secondes pour la télévision, au gré de l'annonceur. « Par contre, je dirais que là où la flexibilité des nouvelles plateformes en terme de durée s'est manifestée de façon plus évidente est par l'émergence de ce qu'on appelle le *webisode* », dit-il.

FAIS ÇA COURT

Les *webisodes* sont en fait des capsules de durée variable (mais généralement entre 30 secondes et deux minutes), conçues spécifiquement pour l'Internet et les plateformes mobiles. « Certes, si les *webisodes* sont si populaires auprès du public, c'est notamment parce qu'ils sont légers et brefs, indique Neil Smolar. Ce qui est encore plus intéressant, par contre, c'est que leur intérêt auprès des diffuseurs provient du fait que les *webisodes* sont flexibles et facilement adaptables à toute forme de diffusion et de déclinaison. On parle lors de *branding*, soit la gestion de la marque – comme c'est le cas dans le marketing d'un produit. »

Quant à la téléphonie mobile, il semble que le Québec demeure encore loin des marchés comme ceux de l'Asie et même des États-Unis. « L'animation sur mobile est pratiquement inexistante ici, affirme Daniel Lavoie. Il y a encore beaucoup de contraintes, notamment en terme de rapidité de téléchargement, et on ne voit pas de changements à ce niveau avant encore quelques années », dit-il. <



NEIL SMOLAR, PRÉSIDENT
NDI MEDIA



Institut Grasset

D.E.C. intensif - Animation 3D et
synthèse d'images

A.E.C. - Composition et effets
spéciaux pour vidéo numérique

A.E.C. - Animation 3D et
effets spéciaux

A.E.C. - Production télévisuelle
et cinématographique

www.institut-grasset.qc.ca

514.277.6053 (poste 204)

mgeneau@grasset.qc.ca

220, rue Fairmount Ouest
Montréal (Québec), H2T 2M7

