

CATALOGUE DES FINISSANT.ES

2024

PREMIÈRE EXPO

Première Expo se veut, pour les étudiant.es, la célébration d'une étape marquante de leur carrière et, pour le grand public, une porte ouverte sur les tendances en matière de design. Cette exposition regroupe divers projets conçus par les étudiant.es en design graphique et en design de produits.

DESIGN GRAPHIQUE

Un parcours au baccalauréat en design graphique de l'Université Laval apporte aux étudiant.es des compétences dans les domaines de l'édition, de l'interface Web, de l'expérience utilisateur, de l'illustration, de l'image de marque et plus encore. À la fin du programme, finissant.es acquièrent les connaissances nécessaires pour poursuivre une carrière en design ou dans les domaines connexes.



Merci à notre
commanditaire

minimal.

MAUDE BOUCHARD

Cher.ères finissant.es du baccalauréat en design graphique de l'Université Laval, je suis ravie de vous rédiger ces quelques mots alors que vous arrivez à la fin de votre parcours.

Je suis convaincue que vous avez acquis les compétences, les connaissances et la créativité nécessaires pour relever les défis qui se présenteront à vous. En tant que finissant.es de notre programme, vous avez démontré votre capacité à innover, à travailler en équipe et à faire preuve de résilience face aux obstacles.

Voici quelques données tirées de votre passage au BDG :

Vous êtes entrés au BDG pendant la COVID, avez été tous masqués la première année.

Vous avez côtoyé 3 directions d'école.

Vous avez vécu 2 grèves.

Vous avez assisté à la renaissance active de LaBrique, des 30 différents évènements organisés tout au long de la dernière année à un rythme hebdomadaire, et vous avez vu la dizaine d'affiches les promouvant.

Vous avez travaillé dans la salle jaune devenue blanche grâce aux coups de rouleaux d'étudiant.es motivé.es.

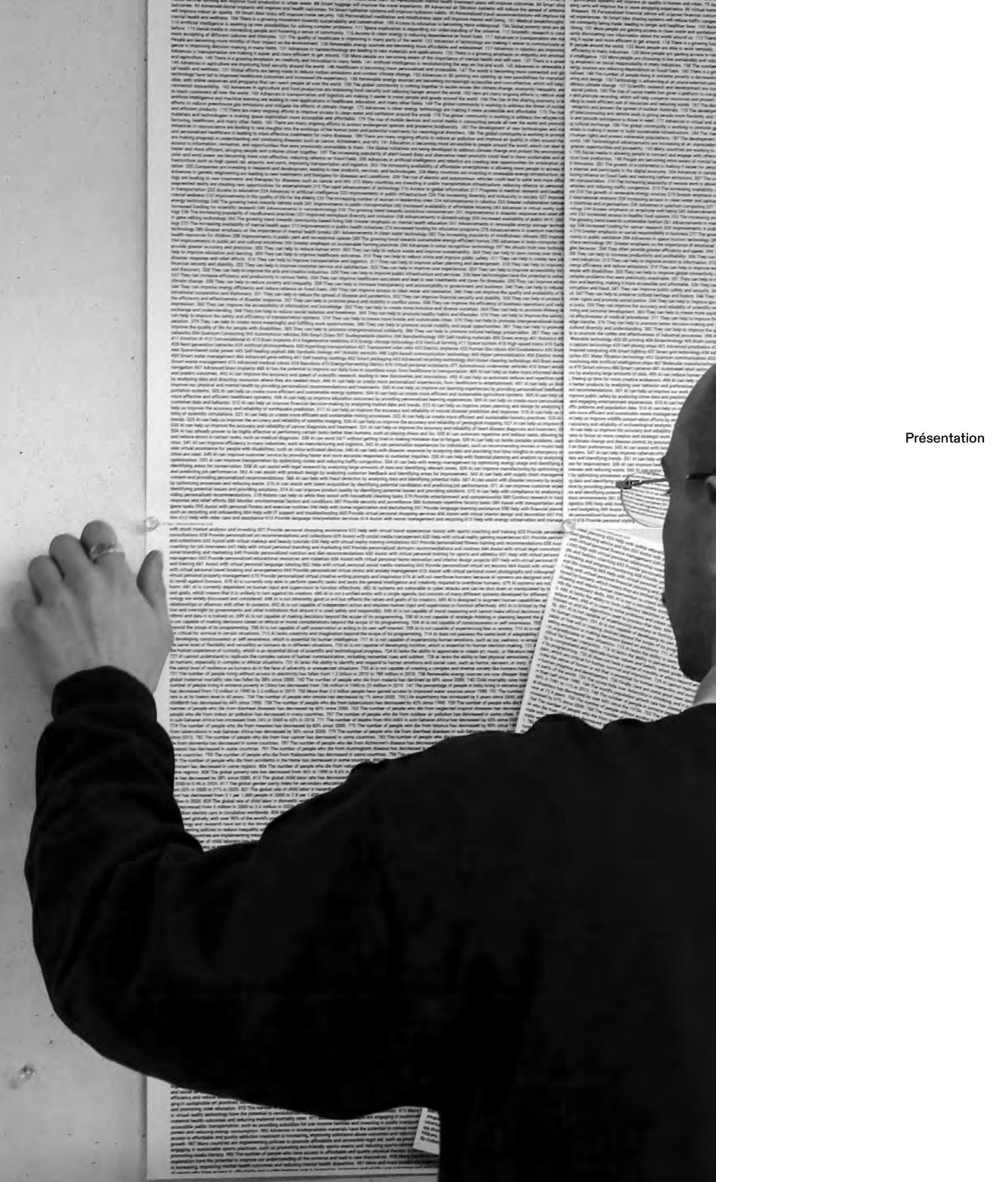
Vous avez composé 125 842 appels à partir du téléphone adjacent à la V180.

Vous vous êtes assis 23 953 heures dans le bureau de Simon qui a été une 2^e fois papa. Vous avez connu 3 chiens pour des séances hebdomadaires de zoothérapie: Doogie, Carter et Jamp.

Je vous encourage maintenant à continuer à nourrir votre curiosité et à poursuivre votre apprentissage tout au long de votre carrière. Soyez ouverts aux différentes perspectives, aux collaborations interdisciplinaires et aux opportunités d'apprentissage continu, car c'est ainsi que vous continuerez à vous développer en tant que professionnel.les.

En tant que designer graphique, vous serez des acteur.rices important.es face aux défis de notre époque. Votre capacité à communiquer des idées, à transmettre des messages et à susciter des émotions sera d'une importance capitale. Que ce soit en contribuant à sensibiliser le public à des enjeux sociaux ou environnementaux, vous aurez la possibilité d'exercer une influence significative sur la société.

Félicitations, chers finissant.es, et au plaisir de vous revoir dans la prochaine étape de parcours. Que celui-ci soit rempli de succès, d'accomplissements et de réalisations qui dépassent vos attentes.



Présentation

ÉTUDIANT.ES

ANNA-MARIE ASSELIN

Image de marque
Design d'affiche
UX/UI



Type de projet

Affiche

Référence

Page 114

Description

Cette affiche à caractère expressif sur le thème de l'hypersensibilité repose sur le principe des sens. Je voulais exprimer le fait que l'hypersensible ressent tout, plus fort et plus intensément que les autres. Lors de mon exploration visuelle, j'en suis arrivée à l'idée d'utiliser de vrais clous pour illustrer comment l'hypersensibilité est réellement ressentie. Ce qui effleure les autres transperce l'hypersensible. Il se sent vulnérable, souvent attaqué, blessé, et c'est ce que cette œuvre représente. Le poids et la matérialité de l'affiche prennent ainsi leur sens, permettant d'exprimer la lourdeur et la profondeur des émotions qu'il ressent.

MARGAUX BENOIT

Intérêts

Illustration
Design d'édition
d'emballage
d'affiche



Type de projet

Illustration

Référence

Page 115

Description

Elles se sont trouvées par chance, sans s'y attendre, un matin de juillet. Instantanément inséparables.

L'origine de nous, c'est la naissance d'une amitié longue distance qui surmonte l'hiver et le temps, et qui perdure. C'est être séparées par le fleuve et la 40, mais trouver moyen de se voir en pleine tempête. C'est se retrouver pour de bon chaque été. Ce sont des heures d'appels, de rires. Et de larmes. C'est surmonter l'adolescence, graduer le secondaire ensemble et puis le cégep, et l'université. C'est devenir adulte ensemble. C'est s'aimer à des kilomètres, c'est être patientes et s'ennuyer. C'est une amitié qui traverse les épreuves et le temps. C'est l'histoire de trouver ses âmes sœurs en plein mois de juillet.

C'est une bande dessinée aux traits organiques et aux textures chaleureuses. À couleur vive, québécoise et vraie. Elle est à l'image des amitiés les plus authentiques que j'ai eu la chance de trouver, ce matin de juillet.

PAULINE BENOIT

Intérêts

Design d'édition
Typographie
Illustration
Image de marque



Type de projet

Design d'édition

Référence

Page 116

Description

Un projet de design d'édition qui met en lumière notre rapport aux écrans. Les textes choisis correspondent à des récits et essais d'auteurs talentueux : Liz Plank, Alex Beattie et Jonathan Durand Folco qui racontent et questionnent l'être humain face à sa dépendance envers les écrans. L'univers graphique créé aborde le sujet de manière accessible tout en rappelant l'ère du numérique et de la modernité. Les couleurs utilisées dans le livre sont exclusivement basées sur le code couleur RVB (rouge, vert, bleu) et sont vibrantes et éclatantes afin de s'accorder à la thématique. Les pages papier sont uniquement des impressions noir et blanc, tandis que les acétates ont été imprimés sur une imprimante jet d'encre. En première page de couverture, le titre en vinyle transparent suggère le reflet des vitres de nos cellulaires. De plus, les nombreuses feuilles d'acétate évoquent la brillance et l'effet lisse des écrans. Ce livre ne possède aucune photographie, aucune illustration, il est exclusivement dynamisé par sa mise en page, sa typographie et ses acétates colorés.

CLARA BOISSONNEAULT

Intérêts

Illustration
Design d'édition
Photographie



Type de projet

Illustration

Référence

Page 117

Description

Mon illustration puise son inspiration dans l'album de violeTT Pi, eV. À travers ses chansons, l'artiste évoque des images saisissantes : des églises en flammes, des nuages enflammés, le feu omniprésent. Cet album explore également la thématique de la féminité, avec une femme résolue mais inatteignable, incarnée par une figure enflammée, émergeant telle une vision spectrale. L'illustration prend vie à travers la création d'une pochette vinyle, où le recto et le verso, ainsi que le cercle du vinyle, évoquent les flammes et la fumée de manière subtile et évocatrice. Chaque détail, chaque trait, est un hommage aux paroles enflammées et à l'atmosphère envoûtante de l'album. En capturant l'essence même de la musique de violeTT Pi, cette illustration aspire à immerger le spectateur dans un univers vibrant et incandescent, où la puissance de l'art et de la musique se rencontrent.

ANGÉLIQUE BOUCHARD

Image de marque
Design d'édition
d'emballage
d'affiche



Type de projet

Design d'édition

Description

Référence

Page 118

Ce livre conceptuel transcende la forme traditionnelle par sa couverture en tissu et ses pages uniques où des images imprimées sur le même matériau fusionnent l'art et la nature. À l'intérieur, des feuilles d'acétate transparent servent de diviseurs de chapitres, guidant ainsi le lecteur à travers ceux-ci. Intégrant des fleurs séchées à des points stratégiques, le livre devient un hommage sensoriel et visuel à la nature. Cette conception artistique invite à une réflexion profonde sur notre connexion avec l'environnement, transformant chaque page en une expérience unique.

VIVIANE BOURGOIS

Intérêts

Photographie
Design d'édition
d'affiche
d'emballage



Type de projet

Affiche

Référence

Page 119

Description

Il existe entre 20 000 et 30 000 espèces d'abeilles sauvages à travers le monde, toutes d'importantes pollinisatrices spécialistes et beaucoup d'entre elles menacées d'extinction. L'affiche superpose différentes variétés de fleurs au corps d'un bourdon pour illustrer ce lien étroit entre les abeilles sauvages et les plantes à fleurs, et ce, dans le but de valoriser la diversité des espèces d'abeilles (« bee-o-diversity ») pour assurer la survie des plantes dont chacune d'elle est responsable. Sans ces abeilles sauvages spécialistes, des milliers d'espèces de plantes à fleurs produiront moins de fruits, de fruits plus petits ou déformés, ou seront simplement vouées à disparaître. C'est pourquoi la « bee-o-diversité » compte!

L'affiche de 70 x 100 cm est issue d'un procédé de collage numérique à partir d'une série d'images de fleurs au photogramme et d'une photographie gros-plan d'un bourdon posé sur une rudbeckie. Les images au photogramme ont été recolorées puis disposées sur le corps du bourdon pour signifier la relation de codépendance qui existe entre les abeilles sauvages et les plantes à fleurs.

OPHÉLIE BRONSARD

Intérêts

Image de marque
Typographie
Publicité
Design d'édition
d'emballage



Type de projet

Design d'édition

Référence

Page 120

Description

Malgré l'arrivée de la technologie et de l'intelligence artificielle, l'humain reste un être très artistique. De plus, l'utilisation de cette nouveauté n'a pas que des effets négatifs sur la société. Comportant des textes du livre des éditions BESIDE intitulé Écrans verts, ce livre conceptuel démontre un agencement et une entente entre l'aspect naturel de la vie dans toutes ses couleurs, ainsi que la technologie dans notre quotidien.

Plusieurs formes organiques découpées à la main se retrouvent dans ce livre et laissent paraître de nouveaux détails et couleurs. Comme la technologie et l'Internet, chaque page mène encore plus loin et dirige le lecteur vers un chemin différent. L'agencement de textures, de couleurs et de motifs aléatoires s'associe autant aux aspects enchanteurs et vivants de la nature qu'à l'Internet. Un ajout de billes colorées, rappelant la diversité de la faune, ainsi qu'une reliure faite à la main, s'associent au côté artisanal des textes. C'est d'ailleurs pourquoi on peut percevoir plusieurs filets rappelant la couture ou les courtpointes.

À vous de découvrir cet univers coloré et de faire votre lecture dans un sens vertical qui diffère de la norme et rappelle les pages de navigation d'une interface Web.

LAURENCE CAISSIE

Intérêts

Illustration
Typographie
Design d'édition
d'affiche



Type de projet

Illustration

Référence

Page 121

Description

Comme à la maison est une illustration originale, imprimée en sérigraphie. Dans cette oeuvre, les teintes primaires se superposent formant ainsi une palette de couleurs naïves. La stylistique des traits accentue cet aspect d'innocence, contribuant au caractère enfantin de l'illustration. Cette approche crée une dualité avec la composition de la scène, qui est marquée d'une ambiance plus mature et complexe. Ce projet et ses couleurs primaires nous font sentir comme à la maison, tout en marquant notre imaginaire. On s'y reconnaît, on replonge dans nos souvenirs. C'est la maison de tout le monde, tout en étant la maison de personne. Nous avons tous des réminiscences candides de notre chez-soi, et c'est ce que cette illustration représente.

MARIE-JOSÉE CARON

Intérêts

Stratégie et image de marque
Design UX/UI
Illustration
Photographie



Type de projet

Visualisation d'information

Référence

Page 122

Description

Le trouble déficitaire de l'attention avec ou sans hyperactivité (TDAH) est un trouble neurologique qui cause un déficit de l'attention avec ou sans hyperactivité. Il se développe pendant l'enfance et il peut perdurer à l'âge adulte. À ce jour, il est encore méconnu et cause de nombreux préjugés dans la société. Par conséquent, il est difficile pour l'entourage immédiat de cibler les traits de la personnalité reliés à ce trouble et d'aider l'enfant ou l'adolescent à se reconnaître, sans qu'il porte lui-même des opinions subjectives à son égard.

L'affiche offre une vision différente sur le TDAH, en étant pragmatique et positive. Le but ultime est de faire un premier pas dans la connaissance de soi, ce qui permet ensuite de comprendre pourquoi on a besoin de petites astuces pour nous aider dans les aléas de la vie quotidienne.

La thématique de l'affiche a été choisie dans le but de susciter de l'intérêt chez l'enfant. Afin de convenir aux plus jeunes, l'auteur a choisi un dialogue court ayant un univers rythmé. Elle a été conçue pour être utilisée dans les écoles, les cliniques médicales ou les bureaux de professionnels de la santé.

JASMINE CASTONGUAY

Intérêts

Image de marque
Design d'emballage
d'édition



Type de projet

Image de marque

Description

Référence

Page 123

La Société historique de Cap-Rouge (SHCR) est un organisme à but non lucratif propulsé par l'objectif de pouvoir à la préservation et la mise en valeur du patrimoine historique matériel et immatériel de Cap-Rouge, quartier de la ville de Québec. Pour souligner son demi-siècle d'existence, la SHCR a décidé de faire peau neuve avec une image de marque métamorphosée. En s'engageant dans cette démarche d'actualisation, l'organisation espérait non seulement honorer à leur juste valeur les vestiges du passé, mais souhaitait également assurer une meilleure transmission de l'héritage en suscitant l'intérêt d'un plus large public et d'une relève engagée.

En adéquation avec ces aspirations, le territoire visuel qui forge la nouvelle identité s'est articulé autour d'un symbole faisant allusion au Tracel, viaduc ferroviaire emblématique de Cap-Rouge qui, dans une représentation figurative élaborée, se révèle à travers l'espace vide délimitant les formes assemblées. Les autres éléments du système graphique qui a été conçu s'expliquent par des choix esthétiques qui garantissent un compromis harmonieux entre professionnalisme, atout essentiel à détenir dans la sphère d'activité où œuvre l'organisation, et convivialité. Bref, se voulant intemporelle, la signature modernisée incarne le début d'un nouveau chapitre et fait écho à la mission première de la SHCR, c'est-à-dire rendre l'histoire accessible.

Projet collaboratif réalisé avec Juliana Durán Navas, Myriam Thériault & Alexia Labrecque

AUDREYANNE COLLIN-VÉZINA

Intérêts

Image de marque
Design d'emballage
d'interfaces



Type de projet

Image de marque

Référence

Page 124

Description

Création d'une image de marque pour 5 axes, une entreprise aidant les PME et les travailleurs autonomes dans les cinq branches administratives.

Cette proposition présente un logo typographique avec une police sans empattement, permettant de rendre l'image plus moderne, épurée et reliée aux services administratifs offerts. L'alliance du «5» et le «a» forme une arobase, rappelant l'icône utilisée dans les courriels, un élément clé de la compagnie. Il est aussi possible d'utiliser cet assemblage comme un monogramme, afin de créer de la versatilité dans le territoire de marque. La palette de couleurs est jeune, vive et énergique, et se démarque de la concurrence.

AUDREY COURNOYER

Intérêts

Image de marque
Photographie
Illustration
Design d'édition
UX/UI



Type de projet

Illustration

Description

Référence

Page 125

Autoportrait réalisé sous le concept de la mélancolie, décrit comme un état de tristesse vague et de rêverie. Le sujet principal était l'expression du visage, notamment le regard, qui est le vecteur de cette émotion subtile, bien que singulière. Un effet envoûtant et énigmatique s'en dégage grâce au cadrage, aux formes et à l'utilisation des couleurs. Gouache sur papier. Avril 2023.

MYRIAM COUTURE

Intérêts

Visualisation d'information
Design UX/UI
d'édition
d'affiche



Type de projet

Affiche

Référence

Page 126

Description

La diversité alimentaire telle qu'on la connaît dépend grandement des insectes pollinisateurs. L'actuel déclin de leur population est une menace sérieuse et l'inaction nous conduit inévitablement vers une diminution alarmante des variétés alimentaires disponibles.

C'est ce que dénonce cette affiche en illustrant une personne endormie devant l'abondance de fruits et de légumes qui sont à sa portée. La transition du bruit de bourdonnement «BZZ» vers le «ZZZ», reconnu pour représenter le sommeil, signifie l'absence de prise de conscience de l'humain. L'utilisation de la couleur jaune rappelle celle de nombreux insectes pollinisateurs, tout en faisant référence à la notion de danger, insistant ainsi sur l'urgence de la situation.

Les circulaires symbolisent nos modes de distribution et de consommation alimentaire, agissant comme outil de vente pour attirer notre attention sur les produits disponibles. De même, les étiquettes servent de repères pour l'origine, la variété et les méthodes de production, reflétant notre responsabilité lors de nos choix d'achat. En combinant ces deux éléments visuels pour représenter la diversité alimentaire, l'affiche soulève que celle-ci est façonnée par nos pratiques de consommation et nos interactions avec la nature, soulignant notre rôle dans sa préservation pour les générations futures.

OCÉANNE COUTURE

Intérêts

Image de marque
Illustration
Image publicitaire



Type de projet

Illustration

Description

Référence

Page 127

Ma bande dessinée Loûp a été créée dans le cadre du cours d'illustration d'édition. Cette année, le thème des bandes dessinées étant « Les Origines », mon récit suit les aventures de Passo, un jeune chihuahua qui part à la recherche du loup pour mieux comprendre ses origines.

Le style graphique de Loûp est linéaire, épuré et géométrique. Les dégradés de couleur définissent les paysages, tandis que la chaleur des couleurs illustre les différents milieux. Le fond noir met de l'avant la vivacité des illustrations et le grain particulier des paysages permet aux personnages de se détacher clairement. Les textes sont rédigés sous forme poétique, conférant à l'ensemble une rythmique qui rime du début à la fin.

Je suis fière de mentionner que Loûp a décroché la troisième place au Concours interuniversitaire de bande dessinée 2022-2023.

ALEXANDRA DIONNE

Intérêts

Illustration
Photographie
Image de marque
Design d'édition



Type de projet

Photographie

Description

Référence

Page 128

Dans ce projet de photomontage, chaque image est conçue comme une déclaration poignante contre les atrocités de la guerre, en mettant particulièrement en lumière la dure réalité des enfants-soldats. À travers une symbolique puissante, un ourson en peluche, emblème traditionnel de l'innocence et de la tendresse, est métamorphosé en une bombe artisanale, évoquant la violence et la destruction inhérentes aux conflits armés. De même, les bonbons, habituellement associés à la joie et à l'insouciance de l'enfance, sont détournés en un sinistre mélange agrémenté de clous, symbolisant la tragédie et la cruauté de ces réalités souvent méconnues. Cette juxtaposition saisissante vise à sensibiliser sur le sort des enfants pris au piège de la guerre, dénonçant ainsi une vérité souvent négligée.

JULIANA DURAN NAVAS

Intérêts

Image de marque
Illustration
Publicité



Type de projet

Illustration

Référence

Page 129

Description

Voici ma bande dessinée intitulée Différente. Elle explore la complexité de l'identité et de l'immigration. C'est une histoire en quatre planches où chaque case a été soigneusement conçue pour illustrer une réalité difficile à mettre en mots.

Je suis Colombienne, élevée au Québec. Pour moi, l'immigration est un voyage sans fin, une danse entre deux cultures où l'on cherche toujours à trouver sa place sans jamais tout à fait y parvenir. Nous immigrés grandissons souvent dans nos pays d'accueil sans s'emboîter complètement. Inversement, lorsque nous retournons à la maison, nous avons souvent perdu les repères ou ne sommes pas à la une des nouveautés. Nous nous sentons donc presque toujours différents.

Illustrer Différente, c'est ma façon de donner vie à des sentiments et des expériences qui dépassent les frontières du langage. Je vous invite à plonger dans mon monde, à explorer les complexités de l'identité et de l'appartenance.

Ce n'est pas tout : ma bande dessinée a remporté le deuxième prix du Concours interuniversitaire de bande dessinée 2022-2023!

VIRGINIE GAGNÉ

Intérêts

Design d'édition
Illustration
Stratégie et image de marque
Visualisation d'information



Type de projet

Design d'édition

Référence

Page 130

Description

Créé à partir des textes du livre *Écrans verts* (Collectif, 2019), ce livre conceptuel représente notre dépendance aux réseaux sociaux. Nous sommes tellement immergés dans le virtuel et accrochés à nos écrans que nous nous sommes déconnectés de nous-mêmes, de nos proches et de la nature. Nous avons perdu notre instinct naturel au profit du regard omniprésent des autres. Ces technologies nous imposent un rythme effréné, nous privant de notre capacité à prendre notre temps.

Pour illustrer cette idée, j'ai conçu une boîte au design minimaliste et moderne, évoquant l'esthétique des produits technologiques contemporains. Cette boîte reflète l'image que nous projetons extérieurement. Pour l'ouvrir, nous devons prendre le temps de déconnecter les fils symbolisant l'emprise des réseaux sociaux. Seulement, une fois les fils déconnectés, nous pouvons voir ce qu'il y a à l'intérieur. Les livrets que la boîte renferme représentent le cheminement de déconnexion des réseaux sociaux pour renouer avec nous-mêmes. Une transition est perceptible entre ces carnets, symbolisant ce processus nécessaire qu'il faut prendre le temps de faire pour retrouver son instinct et sa connexion avec la nature.

BENJAMIN GATIEN

Intérêts

Image de marque
Direction artistique
Design d'édition
d'affiche



Type de projet

Affiche

Référence

Page 131

Description

Le partage cumulatif de microdonnées permet aux entités extérieures de créer des profils individuels, pouvant être utilisés à des fins positives ou négatives. La normalisation de ces risques, invisibles et difficiles à appréhender, entrave la sensibilisation à la protection de la vie privée.

Fatal Fall est une affiche qui vise donc à sensibiliser et conscientiser le public envers la récolte de données personnelles par les différentes entités gouvernementales et technologiques.

Graphiquement, Fatal Fall vise à représenter un cumulatif d'informations typographiques qui, à première vue, n'est rien qu'un amas de mots (microdonnées), mais qui finalement forme une composition concrète et accessible à ceux qui le possèdent (profils d'individus).

Le titre fait référence au sophisme de la pente fatale. Le slogan «Don't drop your personal data, you might fall too» fait référence au fait que nos données personnelles sont précieuses et qu'elles peuvent nous causer du tort si elles sont mises à disposition d'entités divergentes.

RAPHAËL GILBERT

Intérêts

Publicité
Design d'interface
d'emballage
UX



Type de projet

Affiche

Référence

Page 132

Description

Le mandat du projet était de concevoir et de réaliser une affiche à caractère social afin d'inciter à la réflexion le public cible, le sensibilisant à l'importance des pollinisateurs dans les villes. Ces créatures jouent un rôle essentiel dans la préservation de nos écosystèmes. Il était pour moi essentiel de représenter la détresse ainsi que le côté hallucinant de la vision des abeilles sur les villes. La perte de la biodiversité, l'utilisation de pesticides, la pollution atmosphérique ainsi que l'urbanisation des villes sont des enjeux auxquels il faut remédier afin de permettre une bonne cohabitation. L'abeille, en premier plan, est emprisonnée dans une sorte de cage et positionnée sur un socle, symbolisant l'oppression de la ville en vue atmosphérique. Les couleurs utilisées représentent bien le danger et l'aspect étourdissant de la vie citadine. À mes yeux, il était important de démontrer que les abeilles et l'urbanisation ne sont pas des concepts antagonistes, mais plutôt des éléments interconnectés d'un écosystème en perpétuelle évolution. Ainsi, il est possible de collaborer pour créer un monde où les abeilles peuvent vivre en harmonie aux côtés des humains.

CHARLES-ÉTIENNE KIROUAC

Design UX/UI
systèmes
Web



Design UX/UI

Page 133

Vert Coteau est une gamme fictive de produits de chanvre. La marque se démarque de la concurrence par ses produits de qualité et son identité visuelle raffinée. Cette identité est présente à travers tous les points de contact de la marque, de l'emballage au site Web. Puisque le chanvre est nouveau sur le marché québécois, Vert Coteau doit éduquer le public sur les bienfaits de cette plante et sur ses diverses utilisations. C'est pourquoi le site de la marque ne sert pas seulement de point de vente, mais a aussi pour vocation d'informer et d'inspirer. Vert Coteau désire offrir à ses clients l'opportunité de découvrir le chanvre à son meilleur et ainsi s'imposer comme la marque de référence en termes de qualité dans ce nouveau marché.

Le design des produits a été réalisé dans un cours d'emballage lors de mon baccalauréat. J'ai ensuite développé la marque davantage à travers la création du site Web. Vous pouvez découvrir celui-ci en ligne à vertcoteau.com.

ALEXIA LABRECQUE

Intérêts

Visualisation d'information
Design d'édition
Image de marque



Type de projet

Visualisation d'information

Référence

Page 134

Description

Ce projet de design d'un livret d'information sur la tension artérielle vise à faciliter la vie des personnes ayant subi un infarctus. Il est remis aux patients directement à l'hôpital et contient plusieurs informations, des trucs et des tableaux à remplir pour que les utilisateurs se sentent en confiance dans la prise en charge de leur pression artérielle.

Subir un infarctus peut être un événement très stressant, il était donc important que le document qui accompagne les patients soit accessible, simple à comprendre et que son utilisation apporte un réel bénéfice.

La phase de recherche et d'analyse a permis de découvrir que les lecteurs souhaitent avoir un document plus aéré, concis et des blocs de textes moins imposants pour réduire la charge visuelle et cognitive.

C'est donc avec une approche illustrative, schématisée et une optimisation des textes que le document a pris forme. Tout le contenu à intégrer a été conservé et le document est plus attrayant grâce au travail de vulgarisation et d'optimisation.

BIANCA LACHANCE

Intérêts

Image de marque
Publicité
Typographie
Design d'édition
d'emballage



Type de projet

Design d'emballage

Description

Référence

Page 135

Élixir dévoile avec enthousiasme son nouveau kit à cocktail à base de rose sauvage, offrant un emballage qui incarne un univers ludique et attrayant. Les couleurs vives et romantiques de ce produit inédit nous transportent dans un monde rétro et nous invitent à redécouvrir une fleur universellement appréciée. Si la rose est reconnue pour son romantisme, son parfum envoûtant et sa couleur emblématique, son introduction récente dans le domaine alimentaire en fait un choix innovant. Notre entreprise saisit ainsi l'occasion de se distinguer en proposant une image de marque forte et distinctive, conjuguant habilement l'esthétique vintage aux tendances contemporaines. Avec Élixir, plongez dans une expérience sensorielle unique, où chaque cocktail devient une invitation à la découverte et à l'émerveillement.

ALEXANDRA LANDRY

Intérêts

Affiche
Illustration
Motion design
Visualisation d'information
Image de marque



Type de projet

Motion design

Référence

Page 136

Description

Secrets ensevelis est un projet de générique d'ouverture de film confectionné pour le cours de motion design.

Le film illustre une historienne, Ruth Everhart, vivant à Washington. Passionnée des anciennes civilisations, on lui a confié un artefact mystique dont l'histoire reste inconnue. De par sa curiosité et sa soif de vérité, la jeune femme partira à l'aventure en plein milieu du Sahara. Elle y fera la rencontre d'une native et future amie de voyage. Celle-ci l'aidera dans ses recherches dans le but de soulever ce secret si bien caché.

Dans le but de faire ressortir les meilleures scènes de l'histoire, mon concept sera très centré sur l'illustration et quelques effets de profondeur. Cela permet de vraiment s'imprégner dans le décor et dans l'aventure que le personnage devra vivre tout au long de son voyage. Le tout sera dynamique et mystérieux, mais restera minimaliste et captivant. Les couleurs ont été choisies en fonction de leur complémentarité, plus précisément l'orange et le bleu, afin de faire ressortir le mieux chaque élément. La typographie qui a été utilisée à une graisse épaisse et stylisée offrant une parfaite harmonie avec les illustrations.

FELIX-ANTOINE LASALLE

Intérêts

Image de marque
Design publicitaire
d'affiche
d'édition



Type de projet

Design d'édition

Référence

Page 137

Description

Il semble que nous arriverons bientôt à un point de non-retour, où l'humain et la technologie ne feront qu'un. Mais que se passera-t-il lorsque l'humain deviendra tellement dépendant de la technologie que la simple pensée d'en être séparé ou de ne pas pouvoir y accéder lui infligera un sentiment de peur et d'angoisse? C'est précisément ce que la nomophobie représente. Matérialisé par un livre cloîtré dans une boîte vitrée, le concept de ce projet exemplifie concrètement cette absurdité.

Dans le cadre de ce projet éditorial, j'ai conçu une publication à partir des textes du livre Écrans verts, publié par les éditions BESIDE. Le mot «nomophobie» est à l'origine même du concept et a été le point d'ancrage de mon inspiration tout au long de la conception et de la réalisation de cette œuvre.

Contraint d'avoir recours à la technologie pour accéder au livre, l'utilisateur se trouve ironiquement confronté à sa propre dépendance technologique. Le livre représente donc, en quelque sorte, le téléphone dont le nomophobe ne peut se dissocier, alors que la boîte dépeint plutôt cette fragile barrière psychologique qui subsiste entre ceux-ci.

GABRIEL LEGROS

Intérêts

Image de marque
Design d'édition
d'affiche
d'interfaces



Type de projet

Affiche

Référence

Page 138

Description

L'analphabétisme est l'incapacité ou la difficulté à lire, à écrire, à comprendre un texte/phrased et à compter, le plus souvent par manque d'apprentissage. Cette condition touche environ 773 millions de personnes à travers le monde. Les régions de l'Amérique du Sud, de l'Afrique et de l'Asie sont principalement touchées. L'affiche a pour but de simuler cette incapacité de lire en utilisant principalement de la typographie déconstruite et partiellement effacée pour rendre la lecture plus difficile pour le spectateur. L'utilisation de couleurs vives et saturées a pour but d'attirer le regard vers l'affiche tout en s'apparentant aux couleurs de jouets pour enfants. Ce choix de couleurs a pour but de rappeler au public l'impact que l'analphabétisme a sur la vie des enfants et l'obstacle gigantesque que celui-ci représente pour leur développement. L'analphabétisme reste encore vu comme un tabou et un embarras pour les personnes qu'il touche et c'est pourquoi il reste important de souligner la journée de l'alphabétisation et ses enjeux.

ÉMILIE LÉVESQUE

Intérêts

Typographie
Image de marque
Design d'édition
UX/UI
d'emballage



Type de projet

Design d'édition

Référence

Page 139

Description

Le mandat était d'effectuer la réactualisation de la revue d'histoire du Québec : Cap-aux-Diamants. Pour ce faire, la signature a été repensée pour cibler un public plus jeune, la distinguant ainsi de ses concurrents. Sa matérialité, avec des couvertures en canevas et une reliure à broches, vise à lui conférer une pérennité qui le distingue des magazines éphémères. Archives devient alors un objet à explorer, à découvrir et à collectionner. Page après page, le lecteur et la lectrice font des découvertes en fouillant dans les archives.

Le défi principal était de redonner vie à un support qui, avouons-le, ne fait plus partie du quotidien de la majorité d'entre nous. En établissant des liens formels et conceptuels entre les contenus textuels et iconographiques, il est possible de rendre le tout à la fois attrayant et intéressant. C'est dans cette optique qu'Archives a été développé.

ÈVE MALO

Intérêts

Image de marque
Design d'édition
d'emballage
d'interfaces
d'affiche



Type de projet

Affiche

Référence

Page 140

Description

Destructive Footprint est une interprétation personnalisée de l'impact néfaste du comportement humain envers la pollinisation. Les activités humaines réduisent la diversité ainsi que l'abondance des pollinisateurs, et dégradent les habitats naturels nécessaires à leur survie, compromettant ainsi le processus de pollinisation essentiel à la reproduction des plantes et à la production alimentaire. L'objectif de communication est donc de dénoncer l'empreinte humaine nuisible à la pollinisation, afin d'inciter à la réflexion, et ainsi encourager des pratiques plus durables et respectueuses de l'environnement, contribuant à la préservation des écosystèmes et à la production alimentaire.

Le concept représente l'activité humaine à travers une empreinte digitale, symbolisant le contrôle exercé sur les pollinisateurs. Cette œuvre est réalisée de manière harmonieuse par une découpe du papier, suivie de manipulations délicates. Destructive Footprint offre une vision poignante de l'impact négatif du comportement humain sur la pollinisation, en mettant en évidence la menace que notre empreinte fait peser sur cet écosystème vital.

SAMUEL MERCIER

Intérêts

Motion design
Image de marque
Design d'édition
UX/UI



Type de projet

Design d'édition

Référence

Page 141

Description

Barspin est une réédition du magazine VéloMag ayant comme objectif d'atteindre une clientèle plus large afin d'initier plus de gens au sport. Le magazine arbore un design très léger. L'espace négatif est mis de l'avant afin d'aérer les compositions. Le orange est omniprésent dans le magazine afin d'illustrer l'énergie nécessaire pour ce genre d'activité. Différents objets graphiques sont utilisés au travers des compositions afin de rappeler soit le mouvement, soit des éléments liés au vélo. Une attention particulière a été portée à la mise en page du texte afin qu'elle soit variée, tout en étant cohérente au travers du magazine. La stylistique des photos a été choisie pour augmenter l'effet dramatique de celle-ci tout en permettant aux éléments oranges de ressortir au maximum. Donc, en allégeant les mises en page et en choisissant une esthétique au goût du jour, le magazine sera en mesure d'atteindre des gens qui connaissent peu le sport d'emblée.

WILLIAM MESSIER-FILLION

Illustration
Image de marque
Design d'édition



Type de projet

Image de marque

Description

Référence

Page 142

Le mandat était de revoir l'identité complète de la RMBLSP. Nous avons donc opté pour un logo simple, épuré et dynamique qui saura perdurer. Le concept était de représenter la nature, mais de montrer celle-ci comme étant encadrée et préservée par l'équipe de la RMBLSP. Le choix de mettre en avant un élément organique, une feuille, souligne l'importance de représenter la diversité des formes naturelles. Les lignes fluides et souples de la composition évoquent les éléments variés de la nature, tels que les horizons montagneux ou lacs et les cours d'eau, témoignant de l'engagement de la RMBLSP dans son environnement. L'encadrement de la feuille renvoie à l'accompagnement que l'organisation offre à sa communauté dans la protection de la biosphère. Le vert électrique quant à lui dynamise le logo et le rend plus actuel, tout en lui donnant un fort impact visuel. Bref, cette nouvelle identité symbolise l'importance de l'harmonie entre l'homme et la nature, une valeur fondamentale de la RMBLSP.

Projet collaboratif réalisé avec Tristan Williams, Gabriel Legros, Véronique Royer et Olivier Caron.

KIMBERLY MONROY LARA

Intérêts

Design d'édition
Illustration
Image de marque



Type de projet

Illustration

Référence

Page 143

Description

Pour ce projet, il fallait choisir un endroit dans la ville de Québec afin de le présenter à l'aide d'une série de trois cartes postales. L'endroit choisi a été Le Boisé de La Santé, qui est situé sur le campus de l'Université Laval. Cet espace comprend des installations conçues pour favoriser autant l'étude que la détente. Avec ses cartes postales, il était important de faire ressortir les principales qualités de l'endroit. En effet, le côté industriel des matériaux des installations est mis de l'avant par l'esthétique brute. Aussi, la diversité de ces installations est également représentée à travers les illustrations différentes sur chaque carte, ainsi qu'à travers l'usage de médiums mixtes. Ainsi, nous ressentons l'aspect industriel et fonctionnel de ces espaces situés en pleine nature.

ANAÏS MONSIMERT

Intérêts

Image de marque
Motion design
Design d'édition
UX/UI
d'affiche



Type de projet

Design UX/UI

Référence

Page 144

Description

Le mandat initial était de procéder à la refonte du site Web de Tonic CrossFit. L'un des objectifs premiers de cette refonte était de rassurer et d'attirer la confiance des nouveaux utilisateurs. En effet, le CrossFit est une pratique sportive qui souffre de plusieurs idées reçues qui laissent penser aux personnes non initiées qu'il s'agit d'un sport réservé aux grands sportifs. Cet objectif a été atteint autant par l'organisation de l'information, l'arborescence de contenu que par le visuel du site, sobre et dynamique.

L'autre objectif était de rejoindre l'autre partie de la clientèle, les habitués et les compétiteurs, qui possèdent les mêmes besoins vis-à-vis du site Web : « réserver un cours ». C'est donc l'action la plus mise en avant sur celui-ci. D'autre part, toute la partie réservation a été développée, puisque c'était l'un des points faibles du site initial, afin de mieux répondre aux besoins d'information des utilisateurs et de faciliter la compréhension de cette étape et limiter les erreurs.

Projet collaboratif réalisé avec Ève Malo et Jérémy Raymond-Proulx.

ANDREA MONTES COHEN

Intérêts

Image de marque
Création de contenu
Photographie
Design d'affiche



Type de projet

Image de marque

Description

Référence

Page 145

Ce projet permet d'élaborer un projet complet de design de marque adapté aux besoins de notre client, Tamaa App. À partir d'une approche de design participatif, et sous la supervision de l'enseignant, l'équipe conçoit les différentes étapes du projet (recherche, analyse, diagnostic et conception) en s'appuyant sur les théories et méthodologies acquises au cours de son cheminement. Ce projet a été réalisé par quatre étudiantes. Le projet a été divisé en quatre étapes différentes: la stratégie de marque, l'exploration de logos, identité visuelle et manifeste de marque. Le logo final choisi par le client a été créé par Dominique Bilodeau et toutes les décisions autour de la marque ont été prises en équipe.

Projet collaboratif réalisé avec Dominique Bilodeau, Élisabeth Montminy et Gina Diaz.

JÉRÉMY NADEAU

Intérêts

Image de marque
Design d'emballage
d'édition
d'affiche



Type de projet

Affiche

Référence

Page 146

Description

Ce projet, réalisé dans le cadre du cours de synthèse graphique, met en lumière la menace d'extinction pesant sur les bananes. Les causes telles que les pénuries d'engrais, les changements climatiques et la maladie de Panama TR4 sont à l'origine de cette crise.

L'affiche, à la fois sobre et intrigante, illustre la fragilité de l'industrie bananière à travers une esthétique monochrome. La répétition de la forme de la banane forme subtilement la lettre « B », symbolisant ainsi son nom menacé par la monoculture. Imprimée sur un papier Premium Gloss, l'affiche évoque la photographie, intensifiant le sentiment d'urgence. Les bananes, présentées en un blanc et gris presque fantomatique, suscitent également un sentiment d'inconfort quant à la disparition de ce fruit.

L'autocollant, seul élément en couleurs, attire l'attention avec son message percutant : « Sauver les bananes — Save The Bananas », symbolisé par la forme subtile d'une tête de mort. Ce message est renforcé par le choix d'un papier adhésif mat évoquant la texture fibreuse de la banane.

Cette composition incite à réfléchir sur la nécessité de diversifier la production mondiale de bananes pour assurer un avenir durable. L'ensemble captivant de l'affiche et de l'autocollant rappelle au spectateur l'importance cruciale de préserver ce fruit emblématique.

CAMILLE OUELLET

Intérêts

Illustration
Image de marque
Design d'information
d'affiche
d'emballage



Type de projet

Affiche

Référence

Page 147

Description

Les papillons de nuit s'orientent grâce à la lumière naturelle de la lune, mais sont désorientés par la lumière artificielle des villes. Cette lumière compromet le travail de pollinisation et la sécurité de ces insectes nocturnes qui jouent un rôle essentiel. L'affiche a pour but de dénoncer l'impact négatif de la pollution lumineuse en mettant l'accent sur la confusion dont les papillons de nuit sont victimes, afin que le lecteur la ressente également. Cette confusion se traduit par la photographie de ville déformée ainsi que par les couleurs contrastées. La combinaison d'un bleu sombre, de traits lumineux rouges ainsi que du cyan électrique rappelle l'artificialité, la peur et le danger.

Les éclats de lumière dans les trous représentent la menace de la lumière artificielle. La typographie gothique donne une ambiance effrayante et évoque un passé où la technologie n'interférait pas avec la nature. Enfin, les éléments graphiques s'intègrent au paysage mouvementé et complètent la forme abstraite des ailes d'un papillon.

GABRIELLE OUELLETTE

Intérêts

Image de marque
Design d'édition
UX/UI



Type de projet

Image de marque

Référence

Page 148

Description

Vert Coteau est une entreprise familiale de la région de Portneuf, qui cultive et commercialise divers produits à base de chanvre biologique. Le logotype et l'image de marque ont été créés pour représenter les courbes et les formes organiques des collines situées sur leur ferme. Le logo a été pensé pour adoucir l'identité visuelle de l'entreprise et rejoindre les valeurs humaines et avant-gardistes des propriétaires de la ferme Vert Coteau. L'objectif était de concevoir un design présentant des produits haut de gamme, tout en conservant une allure artisanale qui rappelle les origines du produit. Plusieurs produits dérivés ont été conçus pour ce projet, on y retrouve, entre autres, des ensembles-cadeaux de préparations à salade, de diverses canettes de bières, de savons à fragrances variées et plus encore! Chaque emballage a été pensé pour mettre de l'avant les produits Vert Coteau et permettre à l'entreprise d'être facilement reconnaissable sur le marché. Les sacs cadeaux ont été créés à l'aide de fibres de chanvre et sont offerts aux clients qui se présentent à même les installations de la ferme.

MATYS OUIMET

Intérêts

Expérimentation
Image de marque
Création d'images 3D
Design d'édition
d'affiche



Type de projet

Design d'édition

Description

Référence

Page 149

Écrans verts est un projet d'édition qui place le concept au cœur de l'expérience de lecture. Il aborde des questions plutôt contemporaines, telles que l'impact des nouvelles technologies sur nos vies et leur capacité à nous transformer. L'aspect physique du projet a donc été conçu pour évoquer à la fois le monde numérique et le caractère futuriste du sujet. Cependant, l'aspect unique du projet réside surtout dans le fait qu'il a été entièrement pensé et réalisé pour la réalité augmentée. Cette manière de consommer ce livre conceptuel met en lumière un lien paradoxal et malsain entre le mode de consommation du projet et le contenu des textes qu'il renferme. Le lecteur se retrouve alors à la merci de son téléphone cellulaire, d'un rythme de lecture et d'un univers sur lesquels il n'a aucun contrôle. En bref, Écrans verts invite donc à réfléchir sur notre dépendance aux appareils numériques et sur la collision entre le monde physique et numérique. C'est une tentative d'exploration de notre rapport en constante évolution avec la technologie.

JÉRÉMY RAYMOND-PROULX

Intérêts

Photographie
Image de marque
Design d'édition
UX/UI
d'affiche



Type de projet

Image de marque

Description

Référence

Page 150

Le but du projet a été de créer l'image de marque en entier d'une entreprise, duÛm, permettant l'apprentissage du piano en duo. Le manifeste de marque que l'on a remis à la cliente à la fin du projet comprenait, par exemple, un logo et un nom pour l'entreprise, l'utilisation possible et à proscrire du logo et plusieurs autres éléments propres à sa marque. Ces éléments incluent une mascotte, l'animation du logo, des exemples de partitions et livres, de la marchandise et plusieurs autres éléments lui permettant d'avoir une marque qui se soutient. Le nom duÛm a été choisi puisque celui-ci signifie «deux» en latin et représente donc très bien l'idée centrale de l'entreprise, qui est l'apprentissage en duo, en plus d'être facile à mémoriser. Afin d'aider la prononciation, le nominal a été modifié en ajoutant un accent sur le deuxième «u», ce qui aide à la séparation des deux syllabes et donne duÛm.

Projet collaboratif réalisé avec Bianca Lachance et Matys Ouimet.

MAXIME ROBIN

Intérêts

Illustration
Design d'affiche
UX/UI
d'édition



Type de projet

Affiche

Référence

Page 151

Description

Création d'une affiche visant à sensibiliser le spectateur au transhumanisme, un courant de pensée cherchant à améliorer et à transformer l'expérience humaine par les avancées technologiques, notamment en augmentant les capacités physiques et intellectuelles. Cette affiche a été conçue dans le but de mettre en avant l'avancée rapide de la technologie, tout en soulignant ce qui nous définit en tant qu'êtres humains. Les recherches menées pour ce projet m'ont permis d'explorer de nouveaux horizons artistiques. J'ai ainsi expérimenté plusieurs techniques qui m'étaient jusqu'alors inconnues, combinant avec plaisir la 3D et les photogrammes pour parvenir à un résultat unique. Cette démarche créative m'a conduit à repousser les limites de ma pratique artistique, en m'immergeant dans un processus d'apprentissage continu et en élargissant ma palette d'outils et de compétences. Avec l'association de la technologie de pointe et des éléments artistiques traditionnels, j'ai cherché à créer une œuvre qui interpelle le spectateur et l'invite à réfléchir sur les enjeux éthiques et philosophiques du transhumanisme.

ANNE-MARIE ROBITAILLE

Intérêts

Image de marque
Illustration
Photographie
Design social



Type de projet

Affiche

Référence

Page 152

Description

L'affiche dénonce les effets dévastateurs des pesticides toxiques. Au centre, un briquet, symbole de destruction et de danger, est mis en avant, faisant un clin d'œil à l'expression « mourir à petit feu ». Cette image évocatrice met en lumière la lente agonie infligée à notre environnement et à notre santé par l'utilisation irresponsable de pesticides. Ensuite, un feu vert sinistre détruit progressivement les plantes. L'abeille évoque le décès des pollinisateurs, qui est une conséquence primaire de nos méthodes agricoles destructrices. Cette représentation graphique puissante interpelle sur les conséquences catastrophiques de notre dépendance aux produits chimiques agricoles, incitant à une prise de conscience urgente et à une action immédiate pour préserver notre planète. Les techniques utilisées pour le projet sont le photogramme, le dessin, la numérisation de différentes textures ainsi que le traitement vectoriel.

Intérêts

Photographie
Illustration
Image de marque



Type de projet

Photographie

Référence

Page 153

Description

Ce projet, sous le thème «hybridation et détournement», met en scène une rose faite de fines tranches de viande sur une tige fraîche, l'ensemble soutenu par une main à l'allure cadavérique. L'arrière-plan sobre met la composition à l'avant-plan, invitant l'oeil à regarder de plus près pour constater l'antithèse.

Cette narration visuelle juxtapose la beauté fragile de la rose au grotesque de la viande, dégoulinante de sang épais. Elle oppose également la matière végétale à la matière animale, ainsi que la vie à la mort. La chair, modelée en objet représentatif de beauté, de pureté et de sensualité, devient objet de fascination. Ainsi, elle peint un portrait à la fois macabre et délicat de l'organique qui invite à la curiosité morbide.

VÉRONIQUE ROYER

Intérêts

Photographie
Typographie
Design d'édition
social



Type de projet

Design d'édition

Référence

Page 154

Description

Regarder un écran devient réconfortant. Tellement qu'on s'y réfère à chacune des étapes de nos vies. Comme une dépendance, nous ressentons un besoin; un désir s'imprègne en nous. C'est à ce moment que, quelque part entre l'asthénie et l'euphorie collective que nous ressentons devant tous ces nouveaux gadgets électroniques, le livre Écrans verts vient nous positionner dans un vertige initié par toutes ces technologies. Dès l'ouverture de la première boîte, nous sommes confrontés à la fragilité des perceptions et à notre compréhension vis-à-vis ce que nous possédons. Rien ne démontre réellement la profondeur des paramètres de tous ces objets électroniques qui nous entourent. Pour naviguer dans l'univers de ce livre, vous êtes invités à prendre cet écran. Cette pièce d'un vert prenant est un regard métaphorique qui vous permettra d'entrer dans l'univers de ce livre. Elle deviendra le regard que l'on porte sur et à travers l'écran.

CAMILLE ST-ARNAUD

Intérêts

Design d'édition
UX/UI
d'information



Type de projet

Design d'édition

Description

Référence

Page 155

Dans le cadre de ce projet, il nous était demandé de réaliser un livre conceptuel basé sur le recueil de textes Écrans verts. Le concept sur lequel j'ai choisi de travailler est celui de l'impact des réseaux sociaux sur le développement ainsi que la création de l'image identitaire qu'une personne se fait d'elle-même. En parallèle, cette image identitaire peut se voir trompeuse lorsque transposée sur les médias sociaux.

Ce concept prend forme sous l'aspect de la fausse identité. La phrase clé du recueil vient mettre en évidence cet état puisque parmi ceux-ci, trois phrases peuvent y être décollé, chacune apportant un sens particulier au concept. Ces phrases poussent le lecteur à se questionner et possiblement à prendre conscience d'une problématique à laquelle il fait possiblement face. Tout au long de l'ouvrage, du papier calque recouvre le visage déformé des auteurs afin de créer ce sentiment qu'un simple nom retrouvé en ligne ne promet pas d'en connaître l'utilisateur derrière. Ce livre conceptuel désire donc mettre en lumière cette fine ligne entre le réel et le virtuel et ses dangers pour l'identité personnelle.

CHARLES ST-ARNAUD

Intérêts

Illustration
Motion design
Design d'édition
d'affiche
UX/UI



Type de projet

Illustration

Référence

Page 156

Description

Ce projet avait pour but de décliner des illustrations sur plusieurs médiums. Je me suis inspiré de publicités de parfum et de dessins de vêtements de haute couture et voulu recouvrir le tout d'une sauce satanique. Cette affiche met en scène deux sorcières dont les vêtements sont inspirés de l'habit traditionnel des Sœurs de la religion catholique et de coiffes issues de la représentation classique des sorcières dans la culture occidentale. J'ai voulu jouer avec le contraste des visages et des mains des personnages et une stylisation des habits plus épurée. L'illustration est encadrée de ronces, créant un cadre faisant référence à certaines illustrations d'Alphonse Muchat, célèbre pour ses représentations de femmes souvent encadrées de compositions florales ou évoquant le monde naturel. Le titre centré et sévère est un élément de tension tant par sa police que par son message. Ce projet fait la synthèse de ma pratique en illustration, évoquant des thématiques et des sources d'inspiration qui ont forgé mon style personnel, et clôt d'une belle façon mon parcours au baccalauréat.

LAURA SYLVAIN

Intérêts

Illustration
Photographie
Design UX



Type de projet

Illustration

Référence

Page 157

Description

L'oiseau est un animal très fort en symbolique. Il incarne la liberté, la paix, la résilience et la grâce, caractéristiques qui manquent grandement au monde contemporain. Ce projet graphique vient donc invoquer un message d'espoir. L'animal symbolise la tranquillité d'esprit en ces temps difficiles. La transparence devient alors une métaphore visuelle de la quiétude. À travers les couches d'encre translucides, l'oiseau émerge comme un symbole de clarté et de pureté. Dans un monde en quête de sens et de sérénité, cette série d'illustrations offre une vision de calme et de contemplation. L'oiseau, avec ses lignes pures et ses formes géométriques, joue avec l'abstraction pour mieux saisir l'imagination. La méthode d'impression par sérigraphie insuffle une matérialité humaine qui permet d'évoquer la vie au travers de l'encre. La paix d'esprit même éprouvée en pratiquant la sérigraphie évoque, entre autres, la tranquillité symbolisée par ce projet, offrant un refuge paisible dans le tumulte de la vie quotidienne.

MARIE-HÉLÈNE TAILLON

Intérêts

Illustration
Publicité
Design d'emballage
d'édition
d'affiche



Type de projet

Design d'emballage

Référence

Page 158

Description

Le projet avait pour mandat de concevoir la nouvelle image de marque de l'entreprise de farine biologique Antica, ainsi que l'emballage de leurs produits vedettes : les pâtes à pizza et à tarte congelées. Puisqu'il s'agit d'une entreprise familiale, j'ai adopté un positionnement allant dans ce sens. Le public cible étant plutôt large, le défi était donc de concevoir un visuel attrayant pour toute la famille. Je me suis ainsi dirigé vers le monde de l'illustration pour amener un côté ludique et accessible au projet. De plus, la pâte congelée n'étant pas particulièrement intéressante visuellement en soi, j'ai préféré jouer avec les ingrédients qu'on ajoute au produit pour créer une distinction entre les deux boîtes. Celles-ci se différencient aussi l'une de l'autre grâce à leur palette de couleur simple : rouge tomate pour la pizza et bleu pour la tarte afin de rappeler les tartes aux bleuets. Le tout est imprimé sur un carton beige fait à base de fibres de blé recyclées à partir des déchets des champs du moulin où Antica fabrique sa farine. Le résultat final est deux emballages qui se distinguent facilement de la concurrence de par leur forte personnalité.

MYRIAM THÉRIAULT

Intérêts

Image de marque
Design d'emballage
événementiel



Type de projet

Illustration

Description

Référence

Page 159

Se matérialisant sous forme de dépliant, ce projet d'illustration se veut une interprétation personnelle de la chanson Chats sauvages de Marjo. Par le biais d'un narratif qui met en scène le puissant symbole de l'oiseau en cage, j'ai cherché à faire écho à un thème central de l'œuvre, soit le besoin brûlant d'émancipation. Sur la couverture, les différents choix graphiques illustrent de manière limpide et sans fla-fla la mélancolie des êtres restreints par quelconques limites imposées. Percutant par son contraste, l'intérieur du dépliant dévoile le sujet qui, responsable de sa propre libération, voyage vers un destin plus lumineux. Significative dans mon parcours, cette chanson incarne non seulement l'essence de mon esprit vagabond, mais constitue aussi la trame sonore qui tapisse mes souvenirs d'étés de bac passés à «travailler» en auberge jeunesse au bord de la mer.

Du point de vue technique, le processus de création s'est déployé à travers une approche hybride: des médiums traditionnels comme la carte à gratter et la gravure en relief ont été combinés à un traitement numérique qui a notamment servi au montage et à la gestion des couleurs.

NICOLAS TREMBLAY

Intérêts

Design Web
Photographie
Motion design



Type de projet

Design d'édition

Référence

Page 160

Description

Ce projet explore la thématique de la déconnexion en rapport à la technologie en proposant une expérience sensorielle unique.

Le livre est composé de petites enveloppes et de cartons contenant des textes imprimés sur papier aquarelle. La texture douce du papier évoque la sensation de tenir un livre ancien, tandis que le format rappelle les formes des téléphones cellulaires.

Deux polices de caractères ont été sélectionnées pour ce projet : Roboto Serif et San Francisco Mono. Roboto Serif, la version avec empattements de la police par défaut de Google et d'Android, apporte une touche d'élégance et de lisibilité au texte. San Francisco Mono, quant à elle, est une police système d'Apple connue pour son caractère moderne et minimaliste. Ce choix typographique reflète la dualité du projet, qui se situe à la fois dans la tradition du livre et dans l'univers numérique.

Une palette de couleurs monochrome en nuances de gris a été choisie pour ce projet. Ce choix simple et épuré permet de mettre en valeur la texture du papier. Il souligne également le caractère sobre et réfléchi du projet.

Ce projet invite à une réflexion sur notre rapport à la technologie. En proposant une expérience sensorielle unique, il nous encourage à nous détacher des écrans et à redécouvrir le plaisir de la lecture traditionnelle.

DIMITRI VALIQUETTE

Image de marque
Design d'édition
d'interfaces



La technologie et les réseaux sociaux nous poussent souvent à montrer une réalité de nous-mêmes qui est déformée et enjolivée. La transparence et les sentiments sont des lacunes de ses plateformes qui, ironiquement, nous permettent de nous afficher à nu devant notre public. À la fois rigide, épurée et froide, la couverture de ce livre est un écho de ces technologies qui nous entourent. Le coffret en métal est si parfait, comme l'image que l'on façonne pour notre communauté, qu'il permet de refléter son propriétaire et ainsi montrer sa vraie nature. Face à lui-même, il a le choix de projeter son état d'âme sur le petit écran central ou de mettre son masque du bonheur. Toutefois, l'intérieur du livre ne peut rien nous cacher. Les textes écrits à la main font couler beaucoup d'encre quant aux maux, aux joies et aux peines qui y sont enfin révélés dans le secret. Reflet, c'est un parallèle marqué entre l'extérieur et l'intérieur du livre qui représente le miroir de nous-mêmes et de notre intérieur.

TRISTAN WILLIAMS

Intérêts

Image de marque
Direction artistique
Photographie
Design d'édition
d'affiche



Type de projet

Affiche

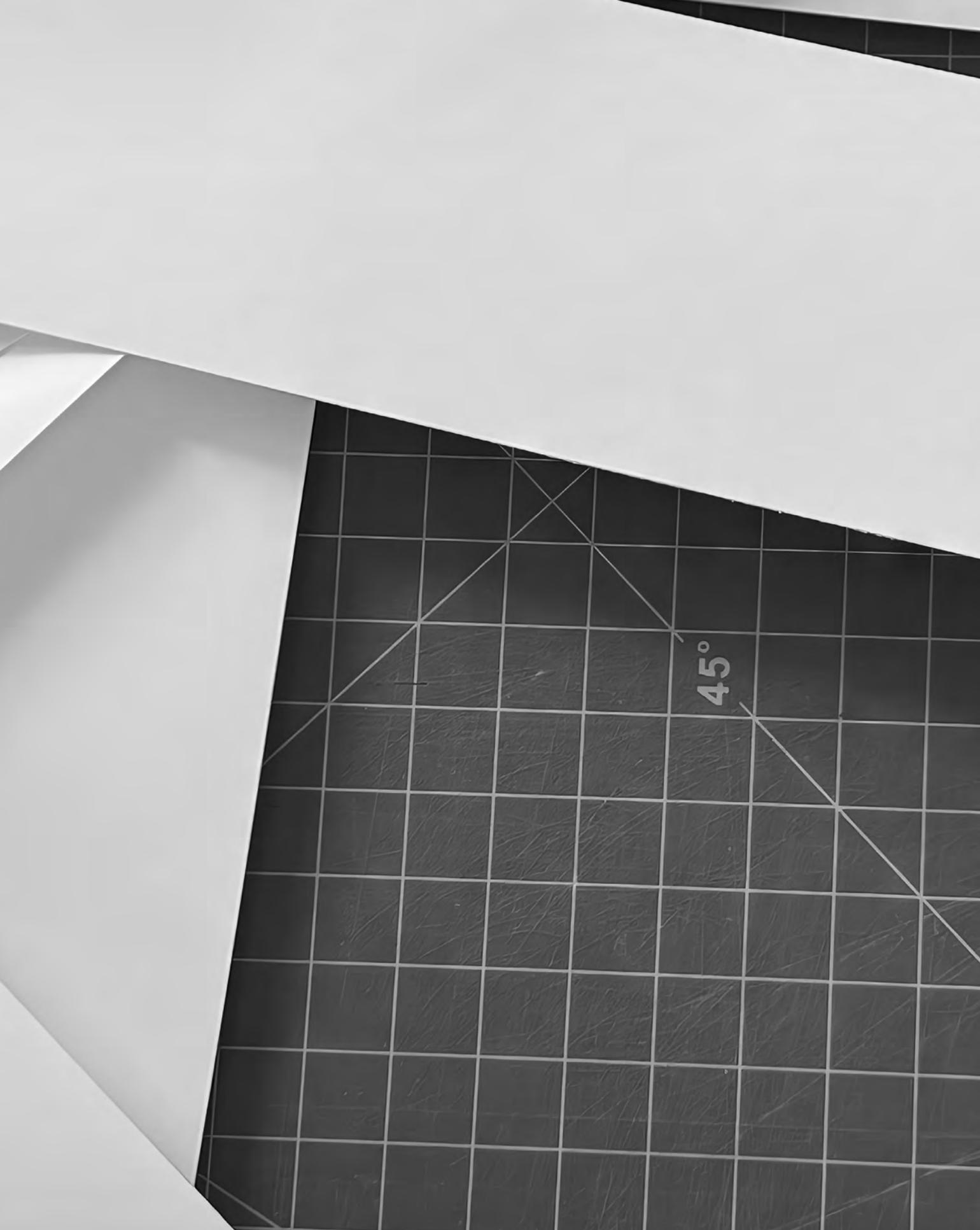
Référence

Page 162

Description

Avec la montée des mouvements extrémistes religieux et politiques de droite, la communauté LGBTQ+ est de plus en plus visée par des lois discriminatoires et des débats ayant de graves conséquences sur la vie et le bien-être des personnes queer. En réponse à cette nouvelle vague de haine et de censure, Love Always Wins se présente comme une affiche de mouvement sociétal avec un slogan d'espoir proclamant que l'amour gagnera toujours. Son texte énumère les actions absurdes et les comportements hostiles dirigés envers la communauté LGBTQ+ et appelle directement à une prise de conscience de leurs auteurs.

La version animée de l'affiche, accessible via une application de réalité augmentée, montre un individu qui jette de la peinture noire sur l'affiche en acétate. Ce geste symbolique représente la censure appliquée contre la communauté LGBTQ+. L'action du jet est inversée pour que la peinture laisse sa place au design, renforçant ainsi le message du slogan.



Présentation

PROJETS



Titre du projet HYPERSENSIBILITÉ

Designer ANNA MARIE ASSELIN

Référence PAGE 14



Titre du Projet L'ORIGINE DE NOUS

Designer MARGAUX BENOIT

Référence PAGE 16



Titre du projet ÉCRANS VERTS

Designer PAULINE BENOIT

Référence PAGE 18

Titre du Projet EV

Designer CLARA BOISSONNEAULT

Référence PAGE 20



Titre du projet **POURQUOI CHERCHONS-NOUS À RENOUER AVEC LA NATURE ?**

Designer **ANGÉLIQUE BOUCHARD**

Référence **PAGE 22**



Titre du Projet **BEE-O-DIVERSITY MATTERS**

Designer **VIVIANE BOURGOIS**

Référence **PAGE 24**



Titre du projet ÉCRANS VERTS

Designer OPHÉLIE BRONSARD

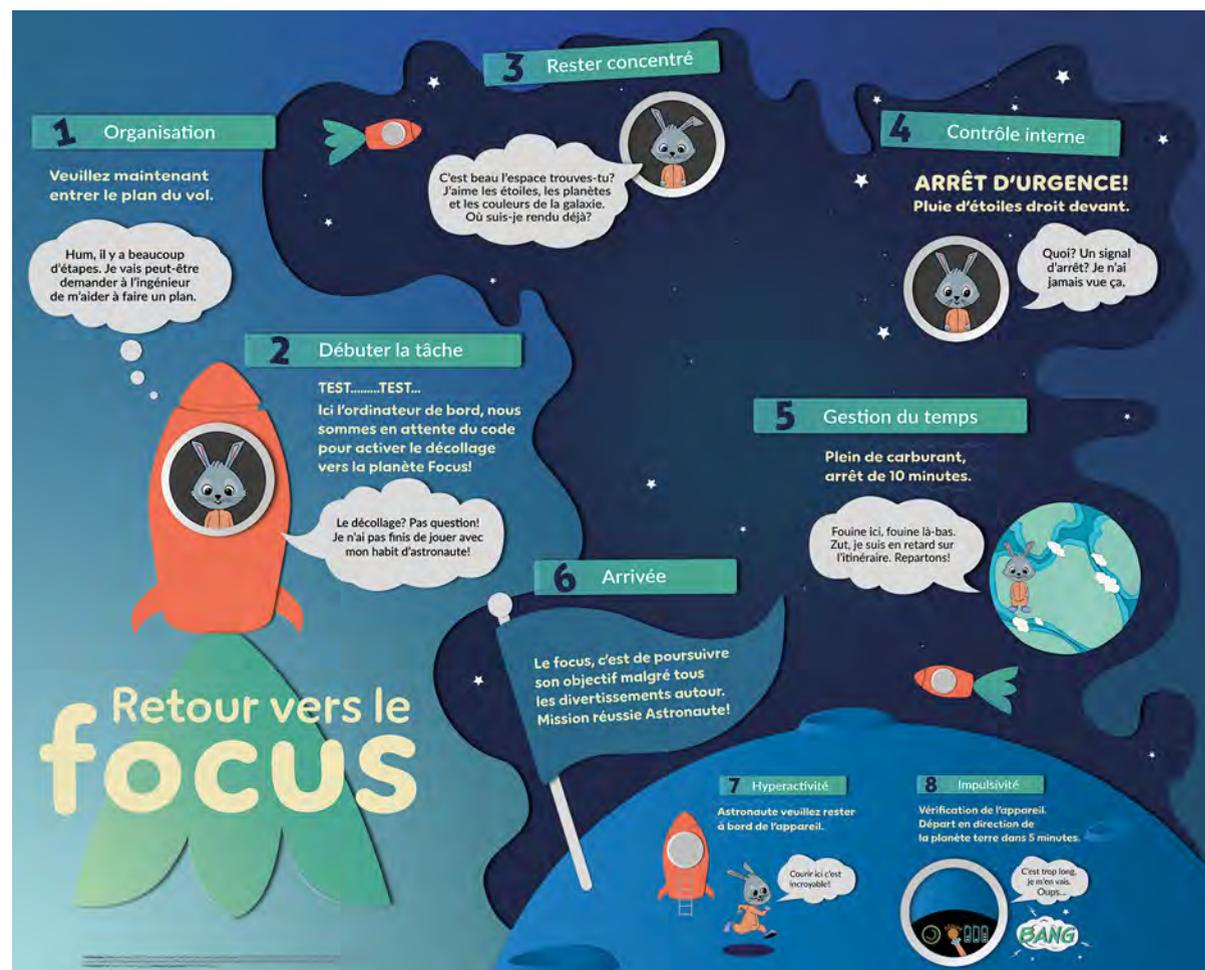
Référence PAGE 26



Titre du Projet COMME À LA MAISON

Designer LAURENCE CAISSIE

Référence PAGE 28



Titre du projet RETOUR VERS LE FOCUS

Designer MARIE-JOSÉE CARON

Référence PAGE 30



Titre du Projet SOCIÉTÉ HISTORIQUE DE CAP-ROUGE

Designer JASMINE CASTONGUAY

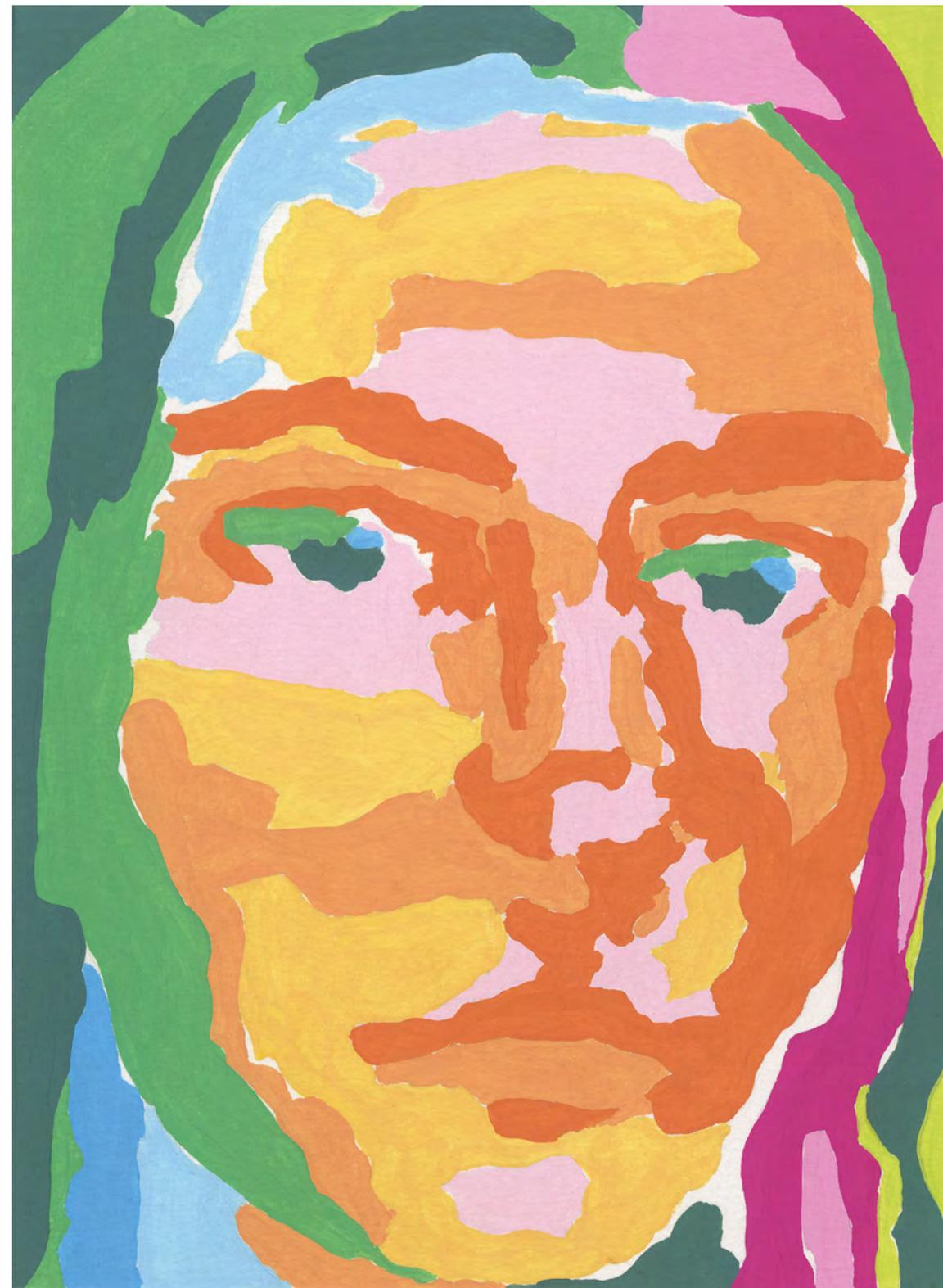
Référence PAGE 32



Titre du projet 5 AXES

Designer AUDREYANN COLLIN-VÉZINA

Référence PAGE 34



Titre du Projet TRISTESSE VAGUE ET RÊVERIE

Designer AUDREY COURNOYER

Référence PAGE 36



Titre du projet DON'T SLEEP ON IT

Designer MYRIAM COUTURE

Référence PAGE 38



Titre du Projet LOÛP

Designer OCÉANNE COUTURE

Référence PAGE 40



Titre du projet ENFANT SOLDAT

Designer ALEXANDRA DIONNE

Référence PAGE 42



Titre du Projet DIFFÉRENTE

Designer JULIANA DURÁN NAVAS

Référence PAGE 44



Titre du projet [DÉ]CONNEXION

Designer VIRGINIE GAGNÉ

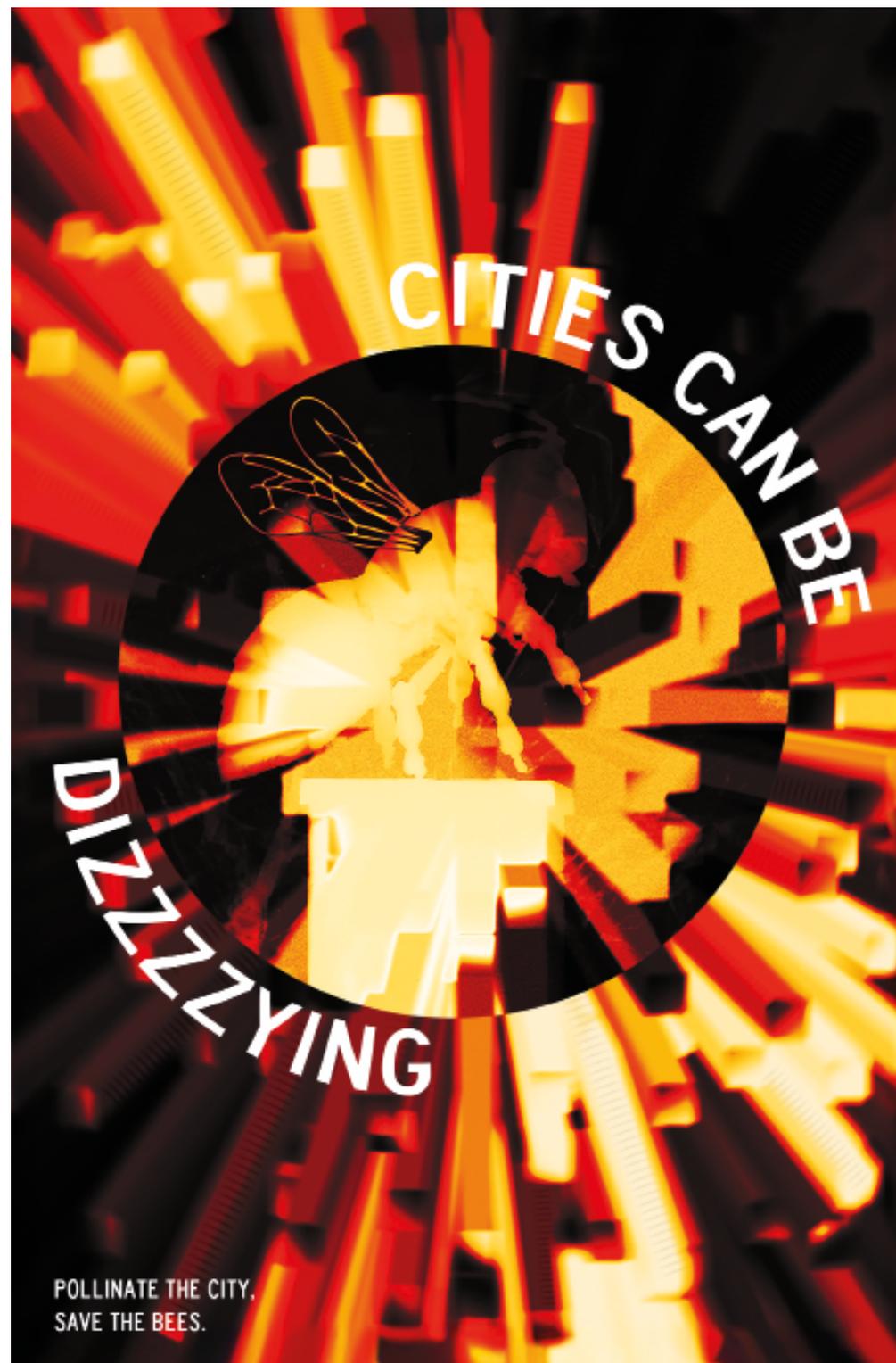
Référence PAGE 46



Titre du Projet FATAL FALL

Designer BENJAMIN GATIEN

Référence PAGE 48



Titre du projet BUZZING METROPOLIS

Designer RAPHAËL GILBERT

Référence PAGE 50



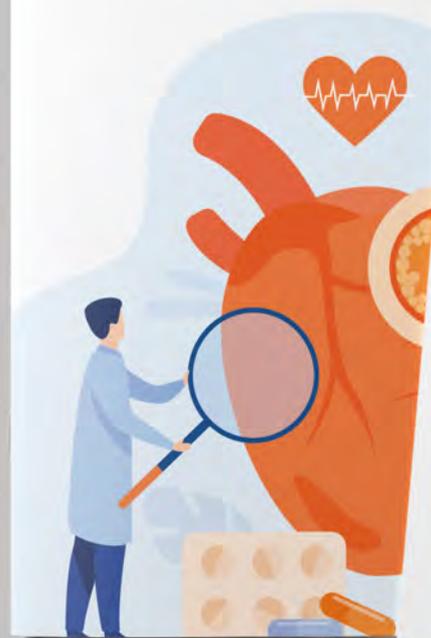
Titre du Projet VERT COTEAU

Designer CHARLES-ÉTIENNE KIROUAC

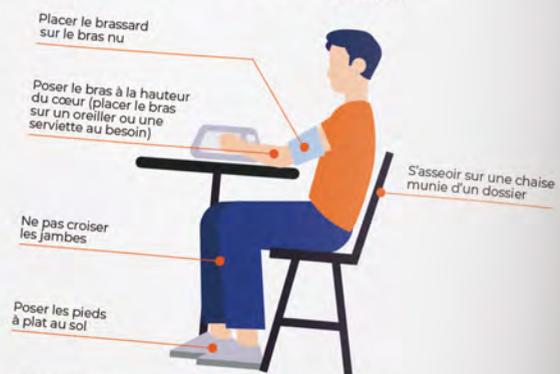
Référence PAGE 52

COMMENT GÉRER MA TENSION ARTÉRIELLE

Quel rôle puis-je jouer dans la prise en charge de ma tension artérielle ?



Bonne façon de mesurer la pression artérielle



- Suivre les instructions fournies avec l'appareil.
- Mesurer la pression artérielle et noter les valeurs indiquées seulement si j'ai le temps de le faire convenablement.
- Se détendre et s'installer confortablement dans un lieu tranquille, sans faire d'autre activité et sans parler.
- Attendre au moins 2 heures après un repas copieux et au moins une demi-heure après avoir bu du café ou après avoir fumé.
- Ne pas prendre ma pression si je me sens mal à l'aise, anxieux, stressé, si j'ai froid ou si je ressens de la douleur.
- Prendre la mesure le matin avant de prendre mes médicaments ou de déjeuner et le soir avant d'aller au lit, avant de prendre un bain ou de prendre mes médicaments.
- Prendre au moins deux mesures et noter les valeurs indiquées ainsi que la date et l'heure.

Exemple de mesure



4



Titre du projet LIVRET D'INFORMATION SUR LA TENSION ARTÉRIELLE

Designer ALEXIA LABRECQUE

Référence PAGE 54

Titre du Projet ÉLIXIR

Designer BIANCA LACHANCE

Référence PAGE 56



**LEILA
PATEL**



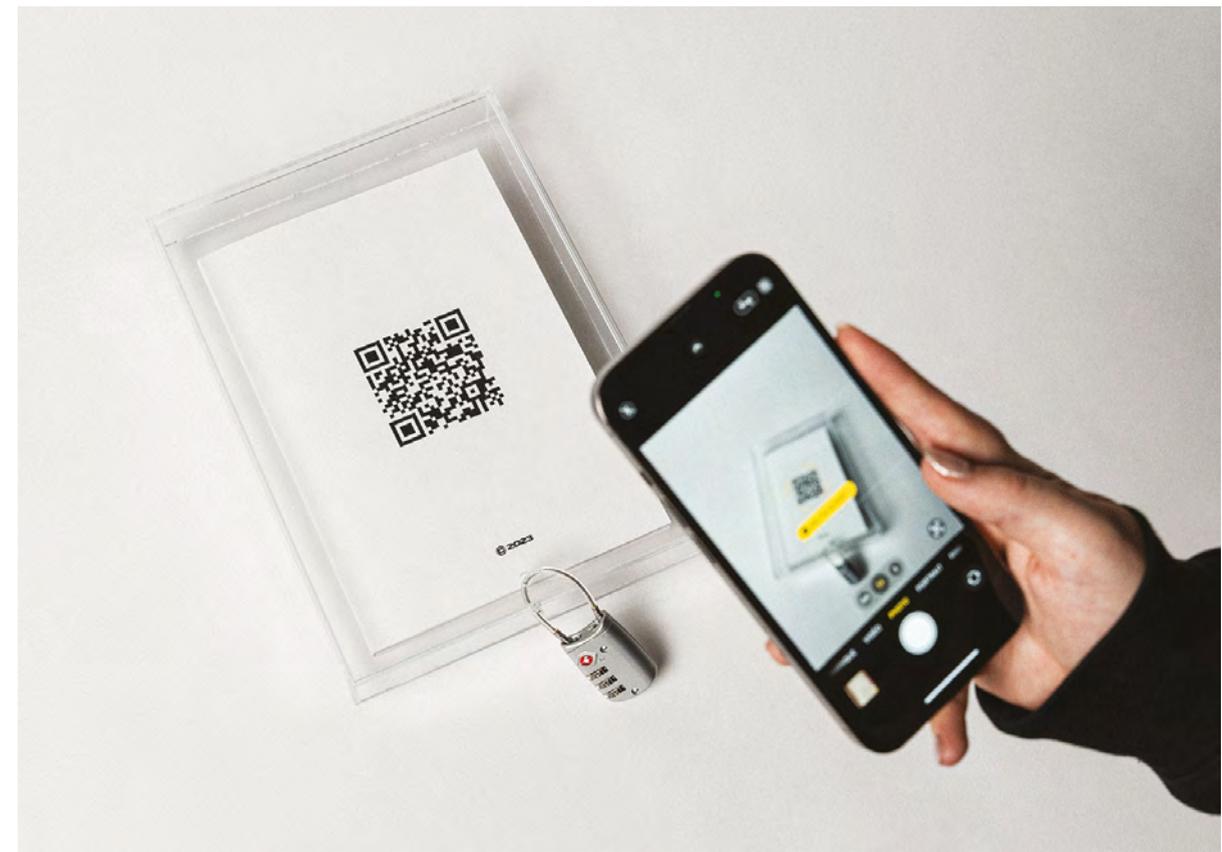
DIFFUSION
**HORIZON
FILM**



MUSIQUE
ENVIRONNEMENT SONORE
LING WEI



**SECRETS
ENSEVELIS**



Titre du projet **SECRETS ENSEVELIS**

Designer **ALEXANDRA LANDRY**

Référence **PAGE 58**

Titre du Projet **NOMOPHOBIE**

Designer **FÉLIX-ANTOINE LASALLE**

Référence **PAGE 60**



Titre du projet INTERNATIONAL LITERACY DAY

Designer GABRIEL LEGROS

Référence PAGE 62



Titre du Projet ARCHIVES

Designer ÉMILIE LÉVESQUE

Référence PAGE 64



Titre du projet **DESTRUCTIVE FOOTPRINT**

Designer **ÈVE MALO**

Référence **PAGE 66**



Titre du Projet **BARSPIN**

Designer **SAMUEL MERCIER**

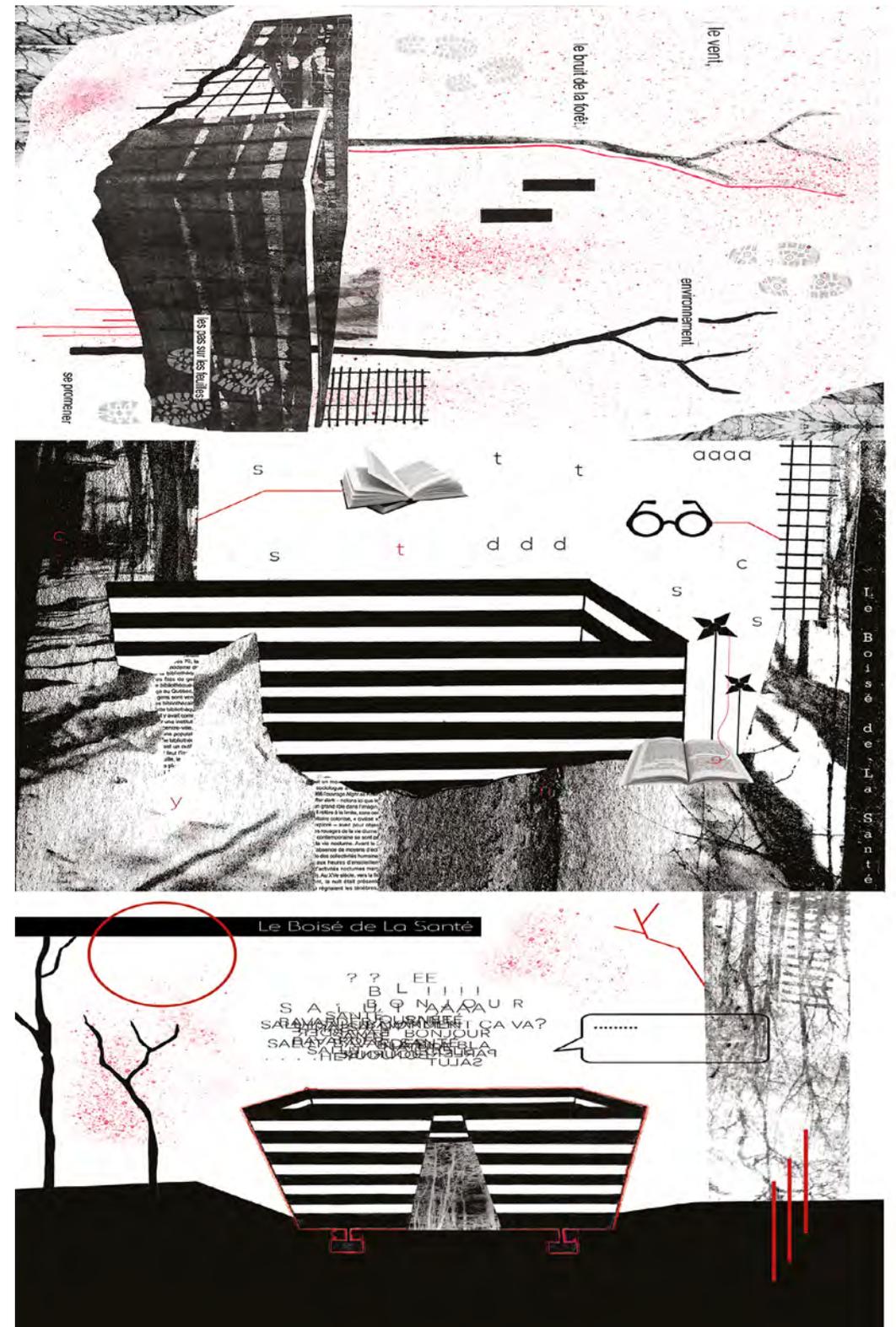
Référence **PAGE 68**



Titre du projet RÉSERVE MONDIALE DE LA BIOSPHÈRE DU LAC SAINT-PIERRE (RMBLSP)

Designer WILLIAM MESSIER FILLION

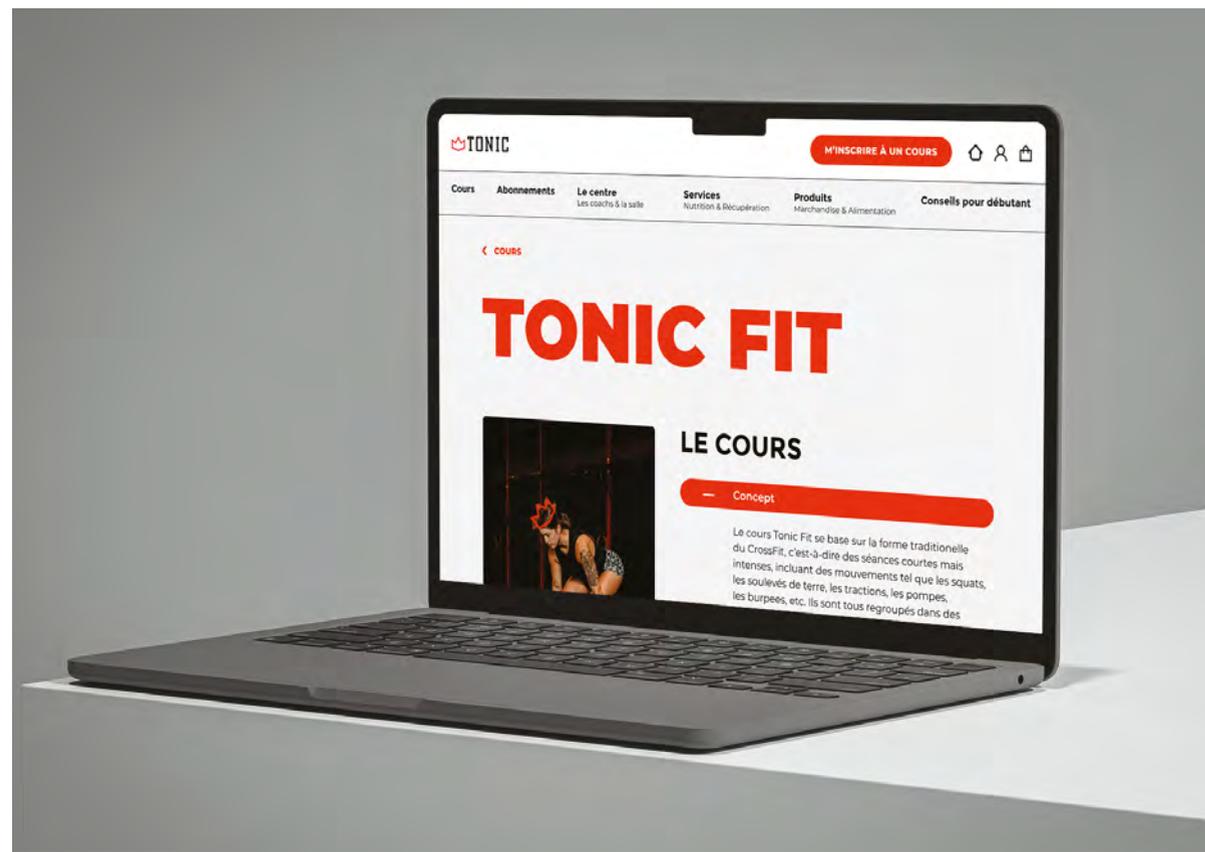
Référence PAGE 70



Titre du Projet LE BOISÉ DE LA SANTÉ

Designer KIMBERLY MONROY LARA

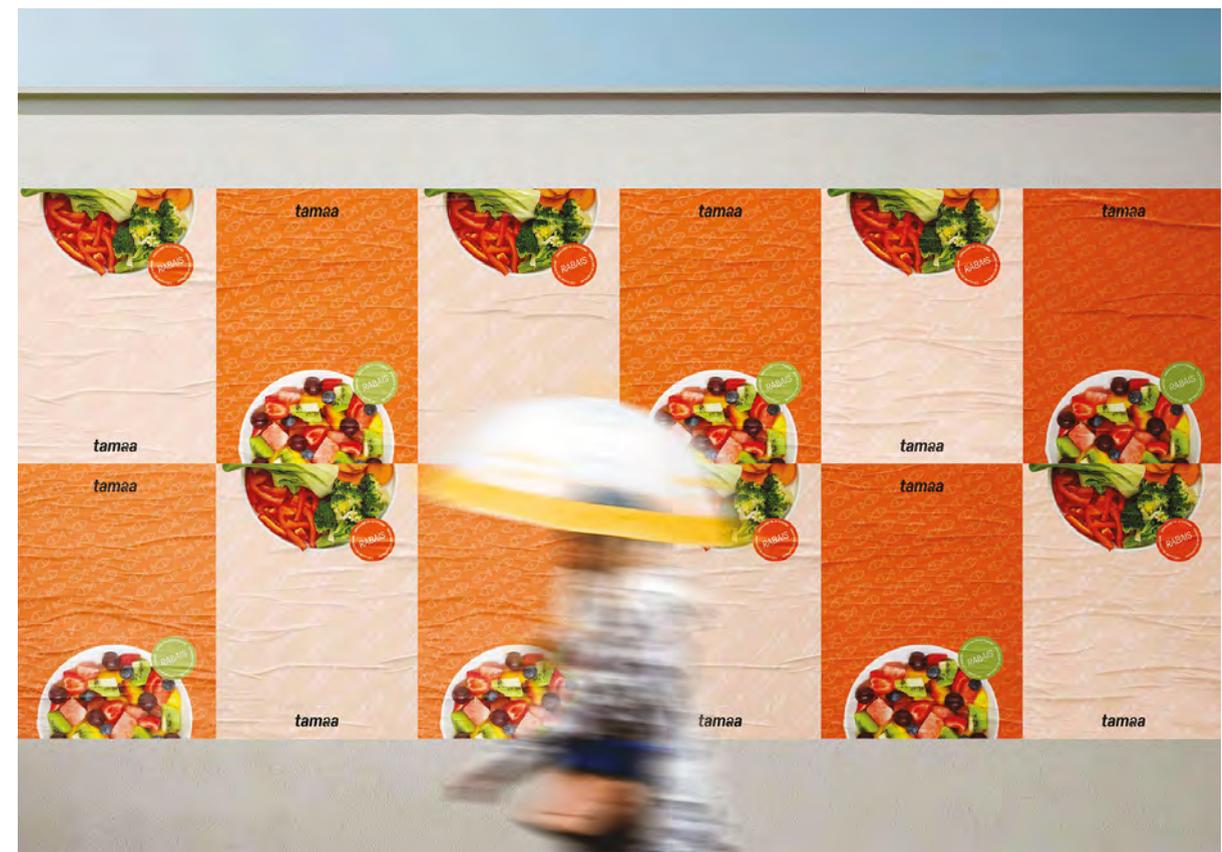
Référence PAGE 72



Titre du projet TONIC CROSSFIT

Designer ANAÏS MONSIMERT

Référence PAGE 74



Titre du Projet TAMAA APP

Designer ANDREA MONTES COHEN

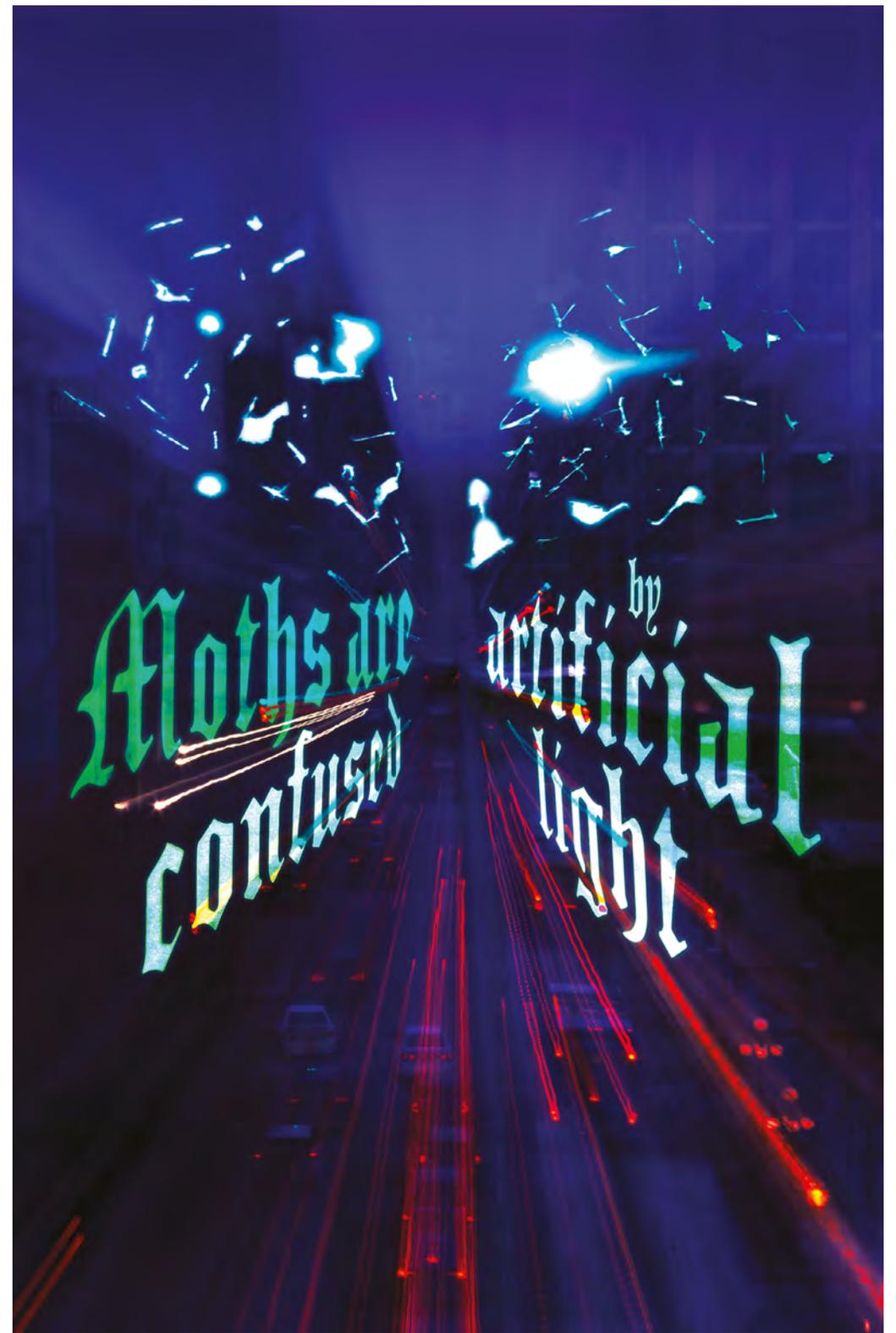
Référence PAGE 76



Titre du projet SAVE THE BANANAS

Designer JÉRÉMY NADEAU

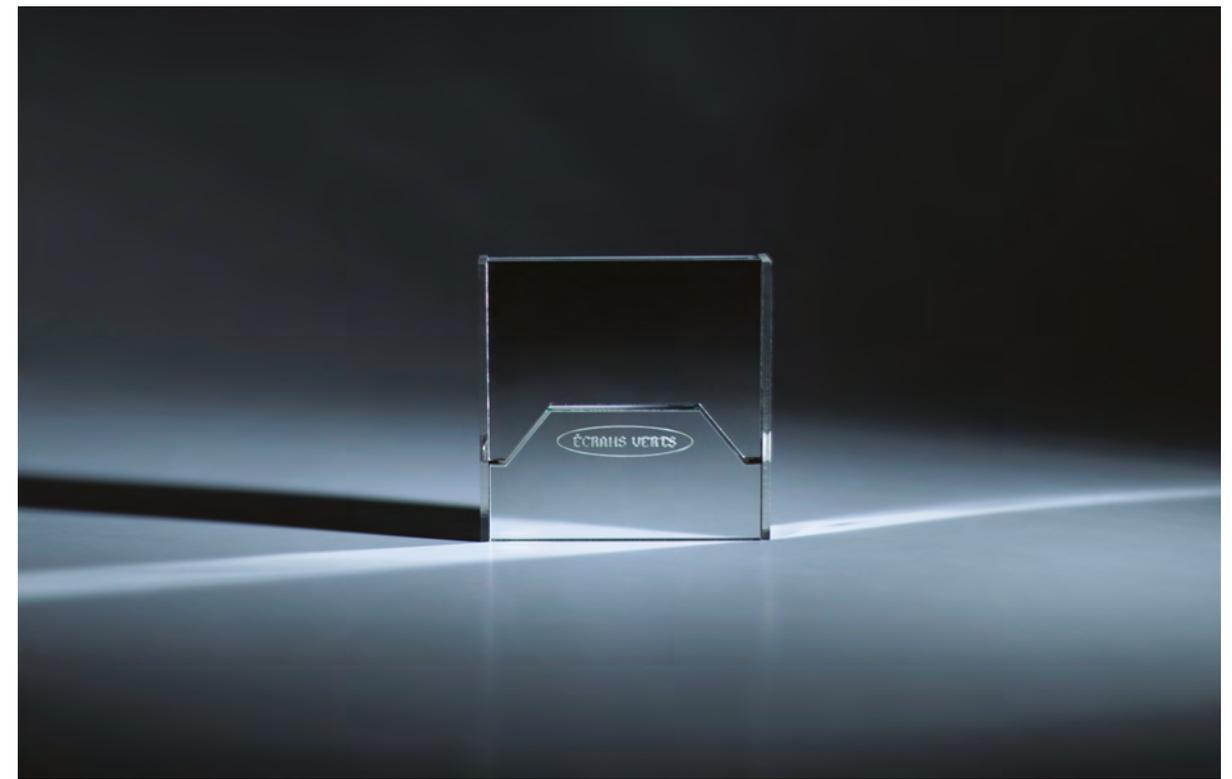
Référence PAGE 78



Titre du Projet THE DREADFUL LIGHT

Designer CAMILLE OUELLET

Référence PAGE 80



Titre du projet VERT COTEAU

Designer GABRIELLE OUELLETTE

Référence PAGE 82

Titre du Projet ÉCRANS VERTS

Designer MATYS OUIMET

Référence PAGE 84



Titre du projet DUÛM

Designer JÉRÉMY RAYMOND-PROULX

Référence PAGE 86



Titre du Projet TRANSCENDANCE

Designer MAXIME ROBIN

Référence PAGE 88



Titre du projet LES PESTICIDES, ÇA TUE

Designer ANNE-MARIE ROBITAILLE

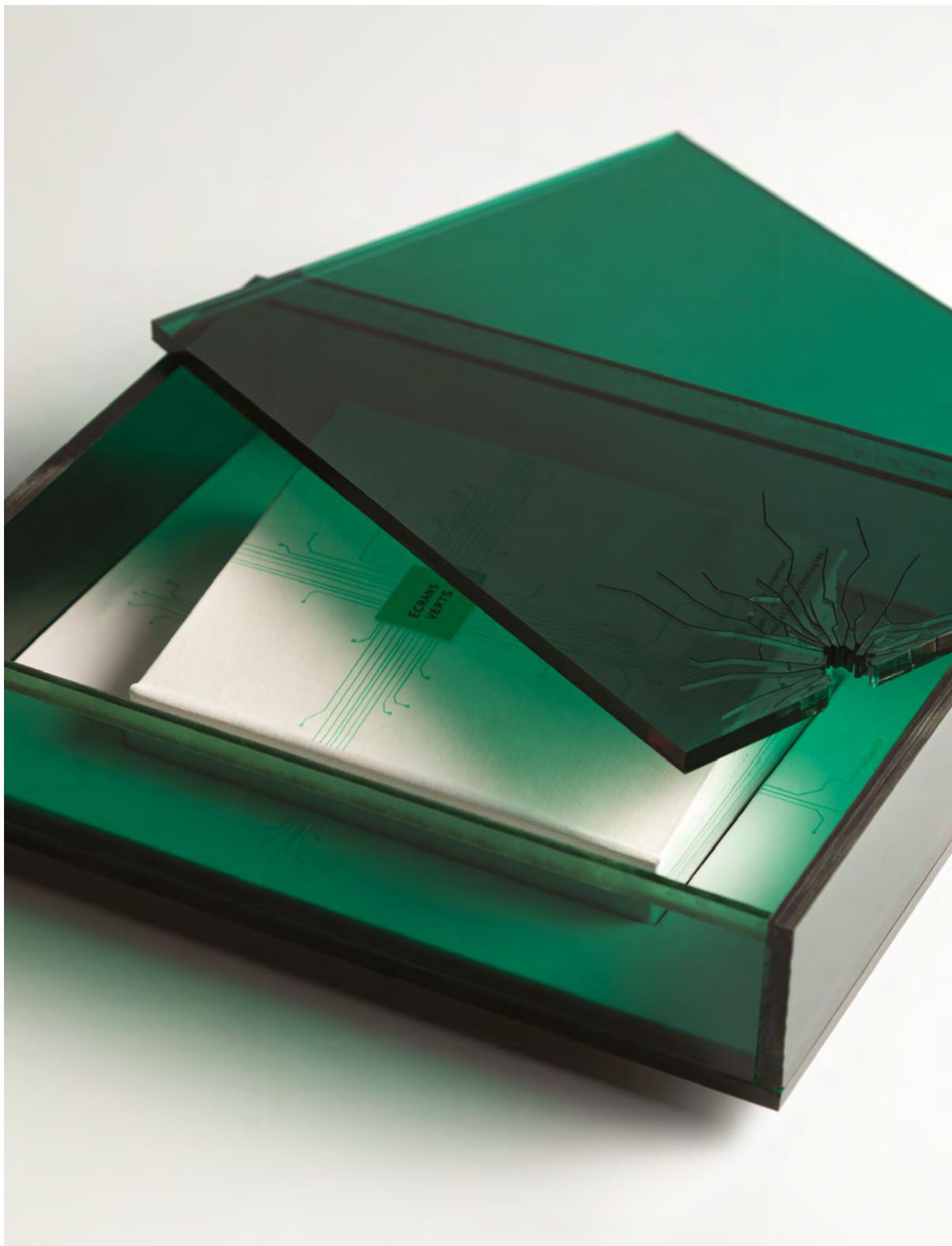
Référence PAGE 90



Titre du Projet ROSE DE CHAIR

Designer VALÉRIE ROY

Référence PAGE 92



Titre du projet ÉCRANS VERTS

Designer VÉRONIQUE ROYER

Référence PAGE 94



Titre du Projet ÉCRANS VERTS

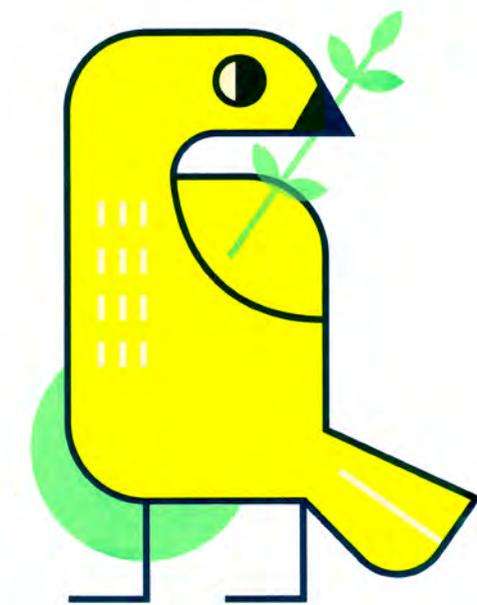
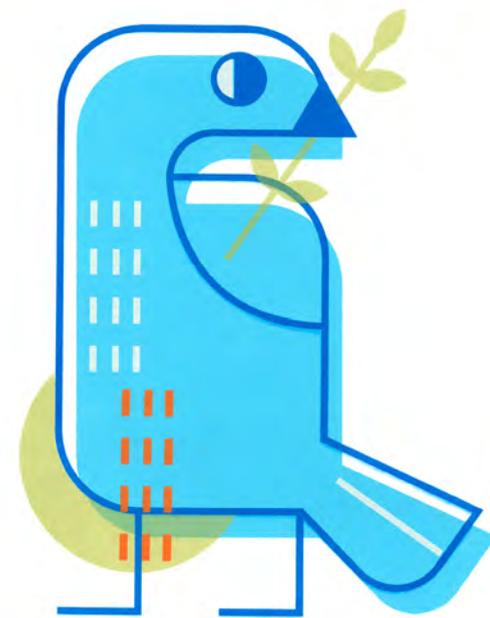
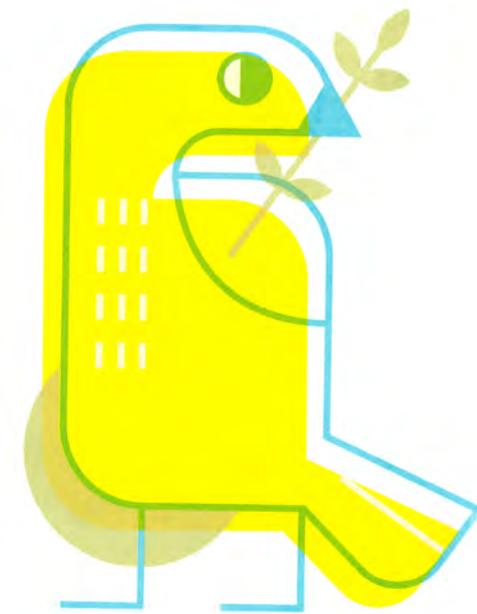
Designer CAMILLE ST-ARNAUD

Référence PAGE 96



Titre du projet VICE ET PRIÈRE
 Designer CHARLES ST-ARNAUD

Référence PAGE 98



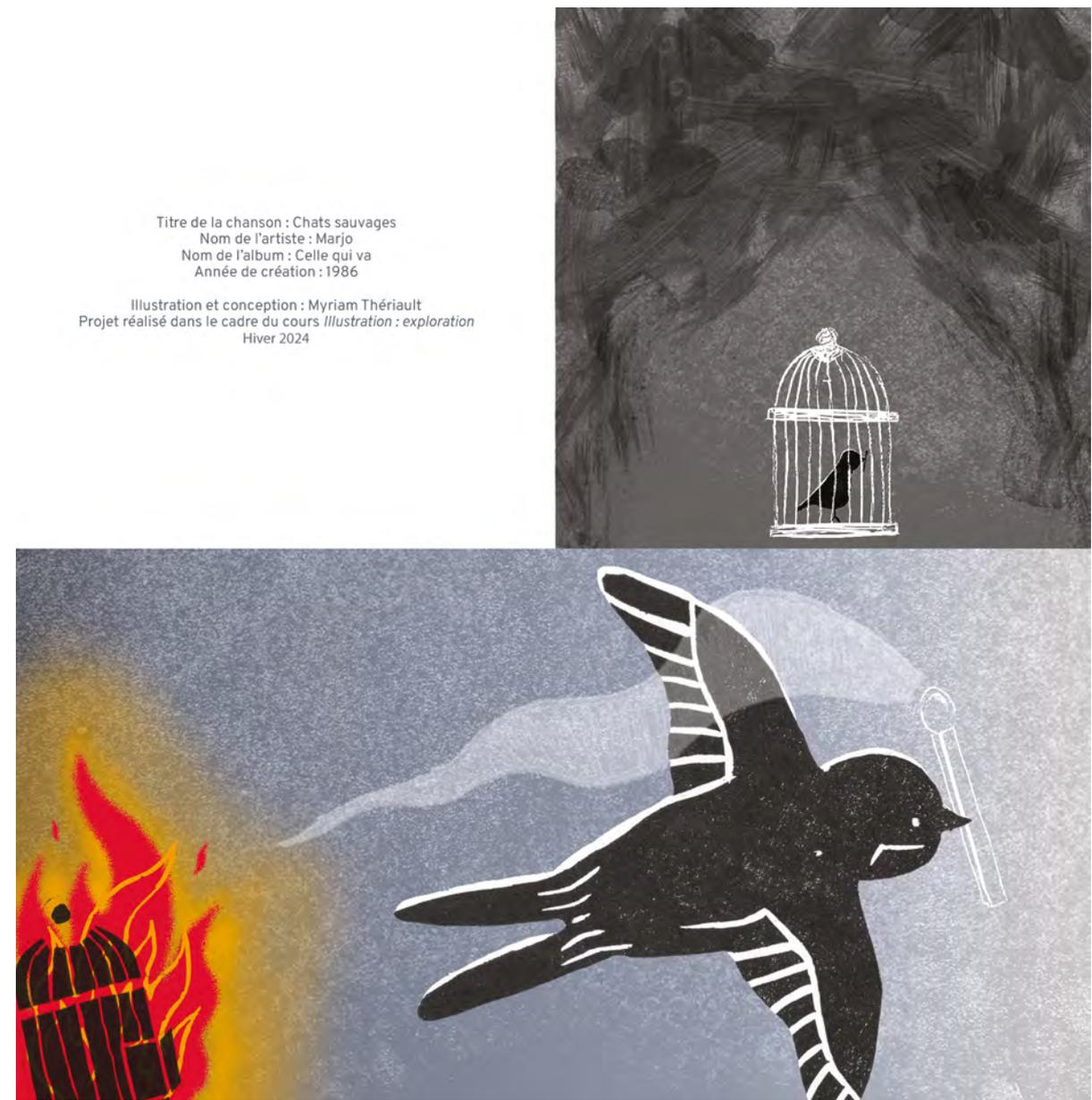
Titre du Projet L'ENVOL DE L'ESPRIT
 Designer LAURA SYLVAIN

Référence PAGE 100



Titre du projet ANTICA
 Designer MARIE-HÉLÈNE TAILLON

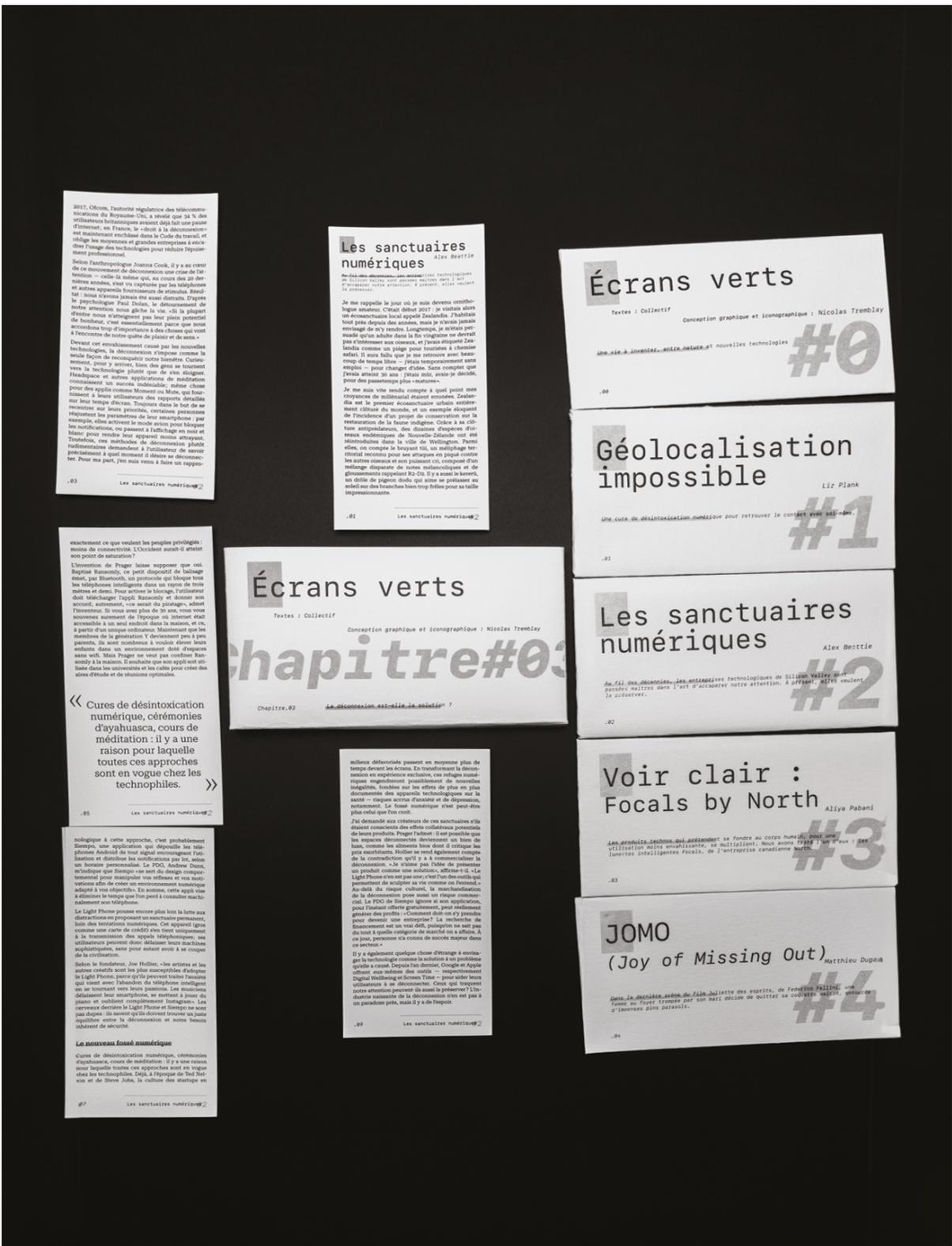
Référence PAGE 102



Titre de la chanson : Chats sauvages
 Nom de l'artiste : Marjo
 Nom de l'album : Celle qui va
 Année de création : 1986
 Illustration et conception : Myriam Thériault
 Projet réalisé dans le cadre du cours *Illustration : exploration*
 Hiver 2024

Titre du Projet ESPRIT LIBRE
 Designer MYRIAM THÉRIAULT

Référence PAGE 104



Titre du projet **ÉCRANS VERTS**

Designer **NICOLAS TREMBLAY**

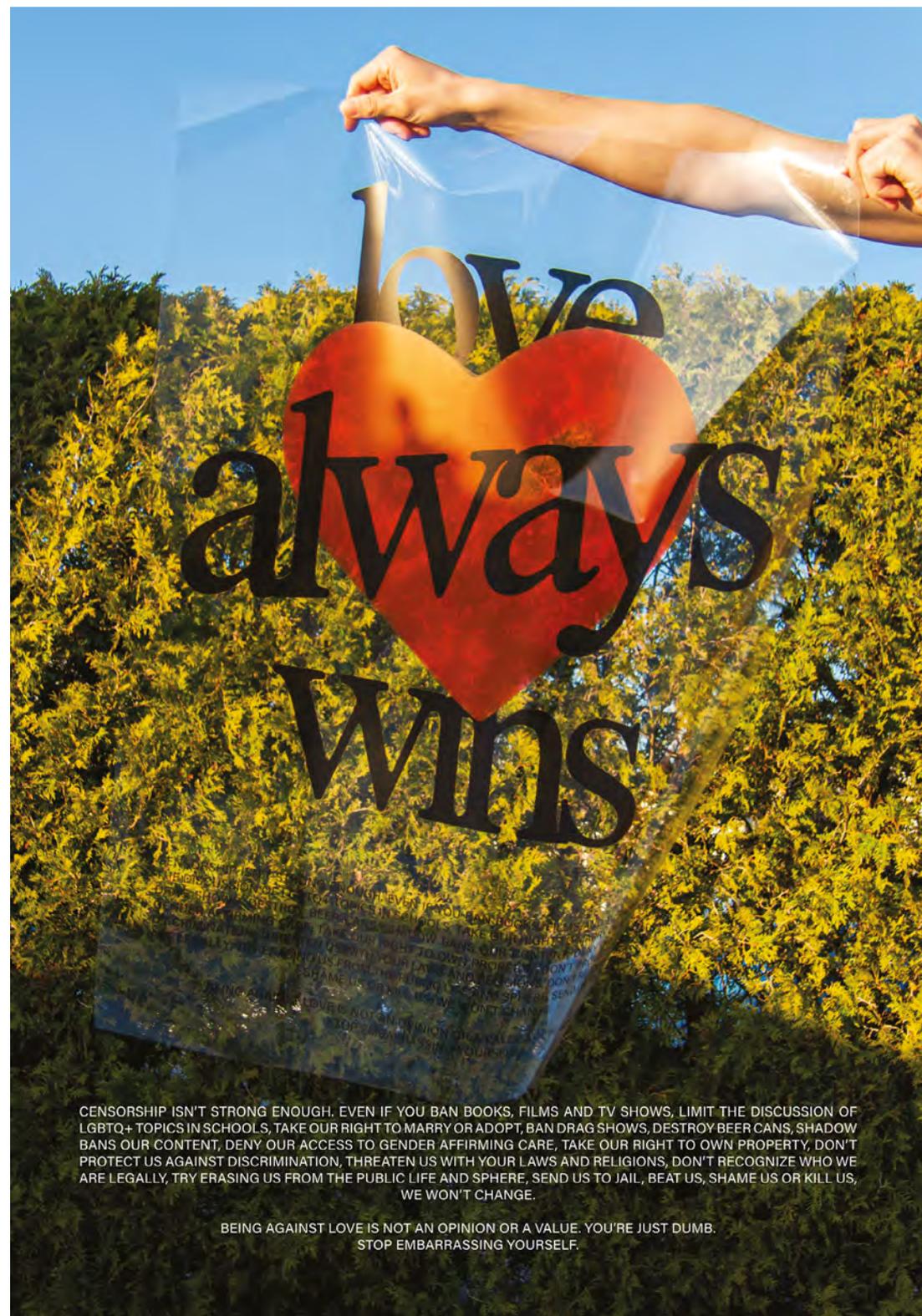
Référence **PAGE 106**

Titre du Projet **REFLET**

Designer **DIMITRI VALIQUETTE**



Référence **PAGE 108**



Titre du projet LOVE ALWAYS WINS

Designer TRISTAN WILLIAMS

Référence PAGE 110

Direction
artistique Louise Paradis
Maxime Rheault

Conception
graphique Audrey Cournoyer
Laurence Caissie
Benjamin Gatien
Émilie Lévesque
Véronique Royer

Retouche
photos Véronique Royer
Matys Ouimet

Révision
des textes Jason Béliveau
Audrey Pedneault

Impression Marquis

École de design Université Laval
Édifice La Fabrique
295, boulevard Charest E
Québec (Québec)
G1K 3G8 Canada