CHÉRIR LE SOLEIL

PETER BRIGGS

CORVUS DESIGN

FR_

ÉTABLIS DANS LE NORD, nous avons affaire à un marché unique, où l'on valorise les initiatives locales. Souvent, l'équipe de hockey de telle ou telle communauté est commanditée par une firme de la région. Il ne s'agit pas tant de marketing que d'implication sociale; pourtant, il me semble que ça peut aussi être la plus efficace méthode de marketing. Les gens considèrent que vous faites partie de la communauté et ça, c'est important… Notre jeune firme tente donc de soutenir les communautés locales de différentes façons, des dons au bénévolat en passant par nos immanquables vœux pour la nouvelle année. Quand décembre arrive et que le facteur nous apporte une ribambelle de cartes de souhaits, celles qui nous touchent le plus sont celles où l'on constate que l'auteur a mis du sien. Depuis quelques années, nous recevons des cartes électroniques, et certaines témoignent d'une grande ingéniosité. Nous avons donc eu envie de réaliser notre propre carte, et d'en profiter pour encourager les artistes d'ici. C'est pourquoi on a demandé à un artiste de faire une œuvre qui représenterait notre firme – ou plus précisément, notre corbeau, Tim, qui a inspiré notre logo. (Le nom Corvus Design provient de Corvus corax, qui en latin signifie grand corbeau. Plusieurs raisons justifient ce choix, l'une d'entre elles étant que le corbeau a la réputation, dans différentes cultures, d'être particulièrement rusé. Il a aussi apporté aux humains le soleil, astre que l'on chérit en ces terres nordiques). L'objectif était d'offrir un peu de visibilité à un artiste de la région, de réaffirmer notre côté créatif, et de démontrer que la communauté nous tenait à cœur. En prime, on se trouvait à partager quelque chose d'unique et de franchement réussi. Nous en sommes fiers! Nous avons même reçu plusieurs courriels de félicitations, et l'on nous demande régulièrement des copies de l'œuvre! C'est d'ailleurs la prochaine étape : travailler avec l'artiste à un tirage limité, pour remercier nos clients et partenaires.

Et en 2009 aussi: **http://corvus-design.com/happyholidays2009/**

LE CORBEAU DE PAT RACE, 2010

http://corvus-design.com/happyholidays2010/

RESTAUREZ-VOUS

PETER SOLAND

URBAN SOLAND (CIVILITI)

VOEUX POUR 2011 ET 2012 D'URBAN SOLAND

FR_

TROUVER L'IMAGE appropriée qui résume une année de travail Choisir un projet qui illustre la pratique professionnelle particulière de la firme. Trouver le ton juste pour évoquer le temps des fêtes et le côté ludique que ces moments inspirent. Inventer, finalement, un jeu de mots habile qui renvoie au projet et à son sens… Voilà les principales activités mentales qui entrent en jeu dans la fabrication d'une carte de Noël. Dans notre cas, il s'agit aussi de montrer comment l'espace public peut être au coeur des célébrations urbaines : la convivialité des lieux, l'appropriation de l'espace et la place que prennent les paysages urbains dans le quotidien des gens. Dans ce cas-ci, en 2011, le projet s'imposait par lui-même : la réalisation de la restauration et la mise en valeur des fortifications de Montréal représentent notre intervention urbaine la plus visible, au coeur de Montréal, au coeur de son histoire, et au coeur de l'identité française de la ville. Le choix de l'image est souvent plus difficile, quoiqu'ici la chance nous a souri : un groupe de jeunes qui trainait aux abords du site et, surtout, la présence de cette jeune femme qui, le temps d'un texto, a pris place sur le mur dans une pose si naturelle, à quelques mètres de moi. Le temps de demander la permission et la photo était prise. Dans ce paysage urbain qui s'étend sur plus de 200 mètres, et dont la géométrie étendue des murs évoque la science des défenses urbaines, ce cliché rapproché résume tout de même l'échelle et la matérialité de l'ouvrage : la pierre ancienne, le couronnement contemporain et la lumière événementielle. L'ajout de la tuque de Noël : la simplicité dans le détournement de l'image. Finalement quelques mots clés qui illustrent comment langage et constructions humaines sont si intimement liés. Une image qui résume une vision de la ville le temps des festivités.

info@urban-soland.com