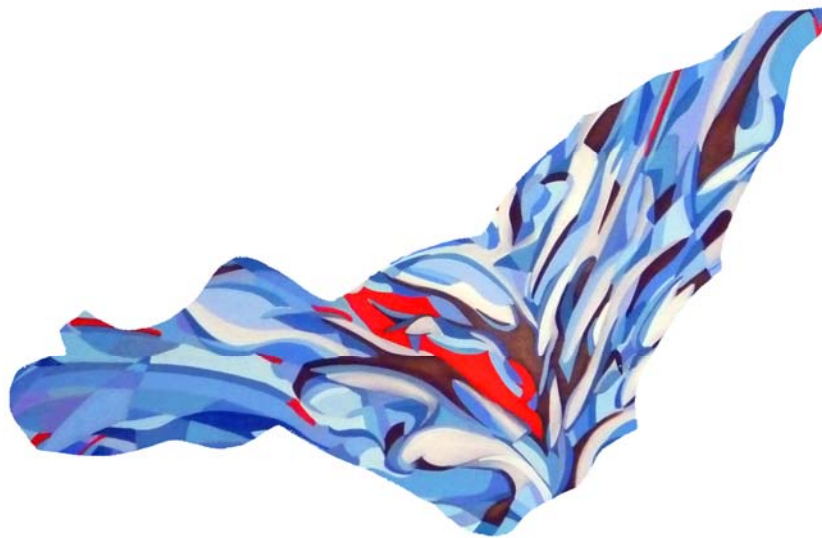


L'ENVOI DE L'ÎLE...

UNE ÎLE À L'IMAGINAIRE SANS FRONTIÈRES.

L'ÉTENDARD

*DE L'ÂME CRÉATIVE DE LA RÉGION DE
MONTRÉAL EN SON CORP INSULAIRE.*

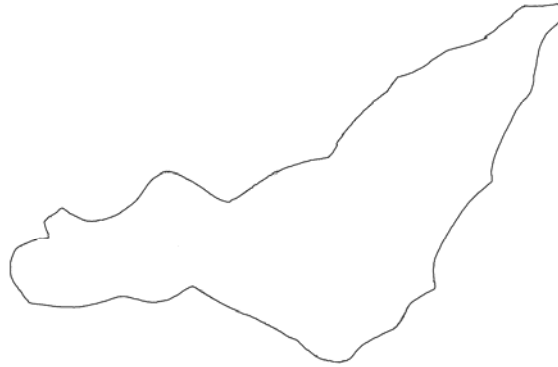


*Une proposition d'identité visuelle pour
les résidents et toute créativité en représentation
sur l'île de Montréal ou représentant l'île.*

CAMERON/OTIS
Branding artistique

(Version en anglais incluse)

Voici un concept d'identité visuelle sous forme d'étendard pour représenter l'âme créative de la région de Montréal en son corps insulaire. En effet, l'île de Montréal possède une forme heureuse qui évoque aisément un envol.



L'évocation de ce contour particulier, surtout isolé mentalement de son archipel, hantait mon imagination. Or, étant collectionneur d'œuvres du peintre montréalais Pierre Otis, je mis peu de temps à réaliser que le feu, l'intensité, la modernité et le joyeux raffinement de sa dévotion assidue pour l'art, exprimeraient avec éloquence l'âme raffinée, mais bien jeune et vibrante de tensions créatives, qui plane avec insistance sur l'île.

Pour visionner la toile choisie et une partie de son œuvre, voir : www.pierreotis.com, (portfolio, première page, première toile : Rimbaud, huile sur toile, 2008, 90cmX180cm). Le choix de la section de la toile illustrée dans une forme de l'île légèrement stylisée, accentue d'ailleurs à souhait l'évocation d'un envol et même d'un oiseau alors que la section rouge du centre devient le bec. Et, cet envol suggère à son tour l'âme voyageuse de l'île qui rayonne, et rayonnera davantage, bien au-delà de son horizon.

Puis, le choix de l'étendard s'est imposé pour permettre à cette image d'un envol de logiquement flotter dans le ciel. D'ailleurs, emmêlée, tiraillée dans la multiplication des structures, l'île a vraiment besoin d'un symbole de ralliement *régional* apte à flotter au vent sur toute son étendue, par-dessus tous les clivages politiques, linguistiques, religieux, culturels et autres : Une île, un imaginaire sans frontières.

Les drapeaux ont en commun l'approche héraldique. Pourtant, il n'en fut pas toujours ainsi et il existe de forts précédents historiques pour une approche plus artistique avec l'étendard, cette enseigne de forme rectangulaire (en italien, *STANDARDO*) en toile, en soie ou en velours, que les confréries et les communes portaient en procession lors d'une fête ou

d'une calamité publique. En Italie, notamment à la Renaissance, les étendards qui pouvaient être brodés ou tissés furent aussi peints comme de véritables tableaux, et leur exécution était souvent confiée à des artistes de premier rang. Ce fut le cas de l'étendard de Julien de Médicis, peint par Botticelli en 1475, et, de l'étendard à sujet religieux peint par Raphaël pour la confrérie de la Sainte-Trinité de Città de Castello (source : encyclopédie Larousse).

Ici, pour L'envol de l'île, une version contemporaine du STANDARDO artistique, l'art conceptuel ou l'art message, utilise un tableau d'art abstrait en le jouant sur un plan figuratif.

Voici donc un BRANDING, simple, pertinent, artistique et original, qui se porte candidat comme symbole identitaire de ralliement *régional* pour toute créativité en représentation sur l'île de Montréal, ou, en provenance de l'île, à l'extérieur.

Cette identité visuelle peut évidemment se retrouver sur d'autres supports : enseignes, affiches, ticheurtes, et autres. Mais, nous proposons aussi l'étendard virtuel, soit une diffusion permanente sur écran géant, en hauteur, aux entrées de l'île. L'œuvre de Pierre Otis invite la lumière et s'y épanouit. Je vous invite à le constater sur le site [http:// www.colada.ca/envol](http://www.colada.ca/envol). L'Envol de l'île, flottant au vent ou sur écran de lumière, s'imprimerait dans les mémoires.

Les droits sur L'envol de l'île devraient idéalement appartenir à une fiducie sans but lucratif qui exploiterait les produits dérivés, et des événements comme une fête de l'île, pour financer la diffusion locale et internationale de ce BRANDING : Une incitation au ralliement pour une conquête pacifique de la planète, une carte de visite et une invitation à choisir l'île de Montréal comme destination internationale incontournable sur le plan culturel

Jacques Cameron

Mai 2009.

404-704 Notre-Dame O.

Montréal, Q.C. H3C IJ2

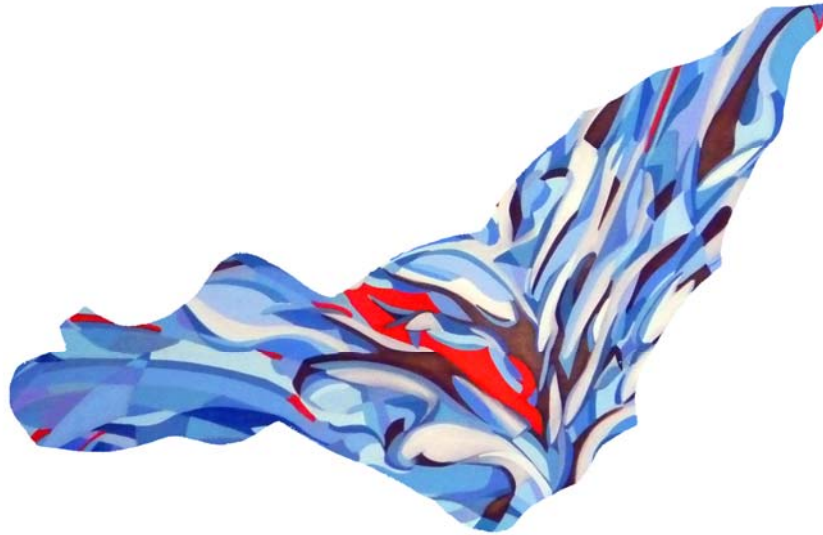
info@cameronetleca.com

ISLE IN THE SKY...

ONE ISLE, ONE BORDELESS IMAGINATION.

THE STANDARD

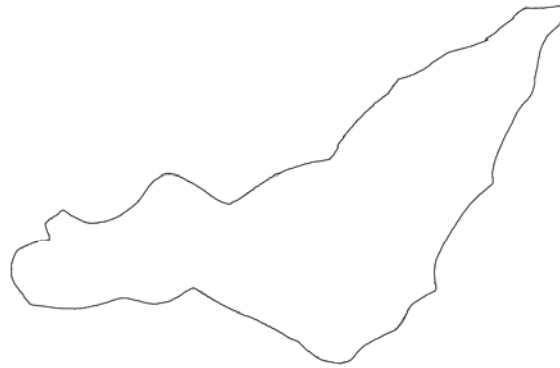
*OF THE CREATIVE SOUL OF THE
MONTREAL REGION IN ITS INSULAR BODY.*



*A visual identity project for the people and
for any manifestation of creativity on the island
of Montreal or, from the island, abroad.*

**CAMERON/OTIS
BRANDING ARTISTIQUE.**

I am proud to present this visual identity standard concept to express the creative soul of the Montreal region in its insular body. It so happens that the geography of the island easily reminds one of soaring wings.



My imagination was tattooed by this particular contour, accentuated when considered apart from the archipelago: Then the wings are all alone in the vastness...of the sky. This image and the style of the abstract paintings of Pierre Otis (some hanging on my wall) soon crossed and the two just matched: The intensity of the modern approach and the buoyant refinement of a profound passion matches the refined, young, and vibrant soul, under creative tensions, that hovers above the island with the air we breathe. The *region* of Montreal does have an affair going on with culture.

The chosen painting and some of the artist's work can be seen on w.w.w.pierreotis.com (portfolio, first page, first picture, Rimbaud, oil on canvas, 90cmX180cm). The chosen section of the painting as shown in the island shape adds to the soaring wings effect (it even looks like a bird with the red beak in the center), and, emphasizes the island's travelling soul exerting its influence way pass the horizon.

Those wings had to float in the sky so the standard was the logical conclusion to support the concept. Besides, trapped and squeezed in so many governing structures, be they justified, the island really needs a *regional* rally symbol, one flying above every square inch of its surface, way above every divide, be they political, linguistic, religious, cultural and sorts.

Flags are mainly based on the heraldic approach but history recalls a different artistic practice with the standard, a rectangular ensign (STANDARDO in Italian) made from canvas, silk, or velvet, the brotherhoods and the communes bore in procession to celebrate or mourn a

public calamity. In Renaissance Italy, the standards, sometimes embroidered or woven, were also painted like regular canvasses, sometimes by renowned artists. Such is the case with the Medicis standardo painted by Botticelli in 1475, and, of the religious standardo by Raphael for the Holy Trinity Friary from Città de castello (source Larousse Encyclopedia).

Our contemporary version of the standardo results from conceptual art using an abstract painting in a figurative subject. This simple, relevant, artistic, and original branding is therefore candidate as a rallying visual identity for any manifestation of creativity on the island of Montreal, or from the island, abroad.

Of course, this branding can appear on signs, posters, t-shirts and the like. But, we have a particular suggestion where the standard also becomes virtual on a giant screen beaming high at the island's incomings.. The work of Pierre Otis thirsts for light as you can witness at <http://www.colada.ca/envol> The ISLE IN FLIGHT to the wind, or on a luminous screen, would be hard to ignore or forget.

The rights to ISLE IN FLIGHT should ideally be owned by a non profit institution that would perceive royalties from by-products and events such as an island day. Such funds would then be invested in the local and international promotion of the branding: An incentive to rally and creatively conquer the planet, a visiting card and an invitation to choose the island of Montreal as an international destination that cannot be ignored.

Jacques Cameron
May 2009

404-704 Notre-Dame Ouest
Montréal, Q.C. H3C IJ2
514-803-9720
Info@cameronleca.com