Document généré le 23 avr. 2024 20:30

Liaison

Liaison
La revue des arts | Acadie | Ontario | Ouest

Parler avec les lignes

Claudette Paquin

Numéro 41, hiver 1986–1987

L'image, la lettre et la ligne

URI : https://id.erudit.org/iderudit/43469ac

Aller au sommaire du numéro

Éditeur(s)

Les Éditions l'Interligne

ISSN

0227-227X (imprimé)
1923-2381 (numérique)

Découvrir la revue

Citer cet article

Paquin, C. (1986). Parler avec les lignes. *Liaison*, (41), 32–34.

Tous droits réservés © Les Éditions l'Interligne, 1986

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/

érudit

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

https://www.erudit.org/fr/

Parler avec les lignes

par Claudette Paquin

Utiliser la ligne pour accrocher l'œil puis le regard, choisir le mot et voilà que se crée l'intérêt pour le message tel que voulu par le graphiste qui en est responsable.

Cet artiste franco-ontarien, dont on remarque rarement le nom sur le produit fini, qui est-il au juste? On admire ses belles affiches, on les encadre même parfois, on remarque le slogan accrocheur, le dépliant professionnel, l'annonce publicitaire nationale, la mise en page aérée, mais on connaît peu l'auteur de cette communication visuelle.

Pour approfondir davantage le sujet, j''ai rencontré quatre artistes professionnels qui travaillent dans la région d'Ottawa : Louise Gallant, Donald Desmarais, Diane Dauphinais (de Nunacom) et Jean-Pierre Béland, des Illustrateurs de l'Outaouais.

Louise Gallant obtient 40 % de ses contrats au travers du réseau des femmes.
(Photo : Jules Villemaire)

Gallant

Gallant, design graphique, nous annonce sa carte d'affaires, d'un style très doux. Organisée, sachant où elle va, Louise Gallant me raconte que ses débuts en graphisme ont été marqués par l'incertitude. C'est alors qu'elle était étudiante en biologie à l'Université de Moncton, il y a plus de quinze ans, que le dessin animalier la porte à s'intéresser aux arts. Elle complètera sa formation par des études au département des beaux-arts à l'Université d'Ottawa, puis recherchera ensuite du travail : « *Tes amis le savent, alors tu développes un petit réseau de contrats.* »

Louise développe son marché pendant trois ans avant de décider d'ouvrir son propre atelier-bureau. C'est ainsi que depuis un an, **Gallant** a pignon sur rue Dalhousie.

Gallant est la business d'une seule personne. Louise porte seule la responsabilité de son entreprise, quoiqu'elle partage certaines tâches avec une « collègue »: administration du bureau, gestion, promotion. Elle vit de son travail mais la compétition est forte, ce qui fait que ses préoccupations, en plus d'être artistiques, sont celles d'une gestionnaire : garder ses clients, garder la qualité et l'efficacité, développer son marché. Et ce marché, quel est-il? « *À peu près soixante pourcent francophone et quarante pourcent anglophone. Le réseau des femmes est important car il représente quarante pourcent des contrats que j'ai.* » Soulignons d'ailleurs qu'une des belles affiches de Louise Gallant est celle qu'elle a conçue pour la Semaine internationale des Femmes '85.

Le style est sobre, dénudé. « *C'est mon style. Ce n'est pas trop chargé; il faut qu'on reste à l'essentiel, que l'important ressorte.* »

Elle y reste fidèle, quoiqu'il y a toujours des modifications apportées par le souci de répondre aux besoins du client. De plus, il faut respecter les exigences budgétaires du client. Par contre, « *je suis très consciente de ce que je produis et des valeurs sociales que cela véhicule. Et puis j'ai des goûts personnels aussi.* »

Chez **Gallant**, on produit : dépliants, cartes d'affaires, trousses de conférences, illustrations pour livres, affiches. Ces deux dernières sont quand même plus motivantes pour Louise. Et que fait-on pour se changer les idées, après le bureau? « *Le soir, je retourne chez moi et je dessine. C'est ma nourriture.* »

Demographics

Donald Desmarais est graphiste au département de géographie de l'Université d'Ottawa. Il est aussi pigiste depuis 1979 et c'est de cet aspect de son travail que nous avons discuté. Il faut dire qu'il ne s'agit pas de quelques petits contrats à l'occasion, mais d'une activité importante et soutenue. **Demographics** participe même aux compétitions internationales de graphisme. Donald y voit là l'opportunité de donner son maximum, une forme d'auto-perfectionnement.

Comment décrire son style? « *Mon style est linéaire. Mais attention, la ligne a une grande qualité : avec elle, tu as un choix illimité car elle est courbe, droite, brisée, etc.* » Ceux et celles qui ont admiré et acheté le macaron de l'édition 1986 du Festival franco-ontarien d'Ottawa ont tous un exemplaire du travail de Donald.

Il obtient souvent ses contrats par des contacts personnels qui entraînent ensuite de nouveaux clients. Sa clientèle est plus anglophone que francophone : « *Je travaille plus, en proportion, en anglais, car c'est là que la demande est plus grande. C'est aussi un domaine très compétitif et c'est un grand avantage d'être bilingue.* » Tout comme les autres graphistes, il a noté depuis quelques années un changement chez les organismes franco-ontariens face au graphisme professionnel. À l'instar des autres graphistes que nous avons rencontrés, il reconnaît que les organismes franco-ontariens recherchent de plus en plus à professionnaliser leur image afin de mieux se faire connaître et de rejoindre un plus grand public.

Quand on a recours aux services de **Demographics**, c'est pour lui confier la production de cartes d'affaires et de dépliants. Il conçoit un grand nombre d'annonces publicitaires et il exécute aussi le montage de revues spécialisées.

Tout en étant sensible aux besoins et aux désirs du client, il accorde une grande attention à l'esthétique du produit fini. Évidemment, il y a des contrats plus stimulants que d'autres : il travaille présentement à créer le design d'un nouveau jeu, du genre de « *Quelques arpents...* »

Donald estime que la combinaison emploi/pigiste lui permet de faire ce qu'il aime. Il n'exclut pas la possibilité de faire le grand saut, « *dépendamment des contrats, bien sûr!* »

Jean-Pierre Béland : le réseau des organismes communautaires. (Photo : Jules Villemaire)

Les Illustrateurs

Les Illustrateurs de l'Outaouais Inc., de Rockland, fait figure de PME bien établie avec ses trois associés, Jean-Pierre Béland, Stéphanie Pelot et Jean-Emmanuel Allard, ses employés réguliers et à temps partiel. Elle semble même capable de prendre encore plus d'ampleur. Il n'en a pas toujours été ainsi. Les débuts ont été modestes en 1980 : petits locaux, un équipement restreint, de petits contrats... Il y a deux ans, suite au changement de gouvernement et, conséquemment, du gel des dépenses publiques, les associés décident d'émettre des actions. Cela marche et cette mesure permet non seulement de survivre mais aussi de diversifier la clientèle. **Les Illustrateurs** fonctionnent mieux que jamais. On vient d'ouvrir une succursale à Hull.

Les Illustrateurs ont aussi élargi leur champ d'action : on ne se limite plus à l'imprimé puisqu'on produit du matériel audio-visuel. « *La plupart de nos contrats nous viennent des organismes sociaux comme le Mouvement d'implication francophone d'Orléans, le Collège d'Alfred, l'Association canadienne-française de l'Ontario, la Fédération des élèves du secondaire franco-ontarien, etc. Nous avons aussi des contrats du gouvernement. Nous travaillons donc surtout sur un produit francophone ou bilingue.* »

Pour ces organismes, ils produisent dépliants, affiches, documents de réflexion et de travail, illustrations de livres, etc. Quelques exemples : le document sur l'enseignement postsecondaire de la Fédération des francophones hors Québec, une affiche pour Théâtre-Action et, un favori, le dépliant touristique pour la région de Prescott-Russell.

Les Illustrateurs sont bien conscients que certains organismes doivent travailler avec un budget restreint. Souvent, la clientèle ne veut qu'un petit tirage d'affiches. Pour répondre à ces besoins, « *l'usage de l'équipement moderne s'avère trop coûteux et alors nous produisons ces affiches par la technique de sérigraphie* ».

Les associés déplorent le manque de professionnalisme d'une partie de leur clientèle, particulièrement là où on travaille en comités et où tout est toujours à remanier : « *Nous sommes les experts; on nous donne un contrat, il faut nous faire confiance.* » Par contre, étant donné que l'entreprise est en contact étroit avec le milieu franco-ontarien, Jean-Pierre Béland constate que, depuis quelques années, les organismes franco-ontariens deviennent plus professionnels et il trouve cela encourageant pour l'avenir d'une entreprise comme celle des **Illustrateurs**!

Nunacom

Rue York, à Ottawa. L'affiche à la porte nous indique : « Nunavut Communications Inc. » Hum...Nunavut ou Nunacom? En Inuit, **Nunavut** signifie « chez nous » (s'appliquant à un territoire) et **Nunacom**, c'est, bien sûr, le condensé de Nunavut et Communications. Diane Dauphinais a, de toute évidence, acquis l'habitude de répondre à ces questions. Admettons que c'est une excellente introduction pour parler de l'entreprise, où elle s'est associée avec deux partenaires : « *Il y a sept ans, nous avons commencé une compagnie de communications. Il y a Jim McDonald qui s'occupe surtout de stratégie, Jacques Ménard qui travaille le côté informatique et je m'occupe surtout de l'aspect promotion et publicité.* »

Diane Dauphinais : « Pas de délicats, de flous . . . le message ressort ». (Photo : Jules Villemaire)

Tous les trois sont parfaitement bilingues et ils utilisent la connaissance des deux langues et des deux cultures à leur avantage commun. La sphère des contacts d'affaires est plus étendue et la production d'une promotion bilingue reflète plus fidèlement les valeurs des deux cultures qu'une simple traduction. D'ailleurs, à son avis, « *la traduction, ça ne marche pas. L'information reste l'information, mais il y a une différence dans la façon de la véhiculer et cela s'exprime intuitivement.* »

Nunacom est une PME; les associés embauchent du personnel dont le nombre varie selon les contrats. Les bureaux sont bien aménagés; le coup d'œil y est agréable; on y respire une atmosphère d'organisation et de professionnalisme. Ici, on touche à tous les aspects de la communication : production de films et de vidéos, de dépliants, annonces publicitaires, conception d'une campagne de marketing, traitement et transmission de données informatisées et j'en passe.

Les contrats viennent du secteur privé (en majorité anglophone) et du gouvernement. Il y a quelques années, **Nunacom** a notamment produit des annonces publicitaires pour le ministère de la Santé (sous Monique Bégin) dans le cadre d'une campagne pour publiciser les bienfaits de l'assurance-santé. Ce genre de promotion demande de concevoir plus qu'un slogan ou du texte; il faut embaucher des figurants pour des photos et une coordination de l'ensemble de la production d'une série d'affiches.

Il arrive que **Nunacom** agisse à la fois comme stratège/consultant et producteur. Le client élabore l'idée générale de son produit et/ou de sa campagne à **Nunacom** qui, de là, conçoit et réalise la campagne publicitaire complète. Selon Diane, « *ce sont là les contrats les plus satisfaisants parce qu'ils nous permettent d'être plus créateurs* ». Elle donne l'exemple de la campagne d'abonnement qu'elle a conçue pour le compte du *Financial Post* auprès des femmes d'affaires. L'idée, la conception et la production sont au crédit de **Nunacom**. La campagne elle-même fut un succès pour le *Post*.

Lorsqu'on lui demande de décrire le style de son entreprise, Diane répond : « *Nous avons un style ouvert, qui est graphiquement fort. Il n'y a pas de délicat, de flou; nos angles sont bien découpés et le message ressort.* »

Claudette Paquin *complète présentement sa maîtrise en administration à l'Université d'Ottawa.*

Les
ILLUSTRATEURS
DE L'OUTAOUAIS INC.
Jean-Pierre Béland
Tél. : (613) 446-5431
645, ure Edwards • C.P. 1215
ROCKLAND (Ontario) K0A 3A0

NUNACOM
NUNAVUT COMMUNICATIONS INC.
Diane Dauphinais
C.P./BOX 361, SUCCURSALE/
STATION A, OTTAWA,
ONTARIO K1N 8V3 •
(613) 230-7676

DEMOGRAPHICS
Donald Desmarais
Graphic Designer
P.O. Box 7425
Vanier Terminal
Vanier, Ontario
K1L 8E4
(613) 745-6277

GALLANT
design graphique
240 Dalhousie Ottawa Ontario
K1N 7E2
563-0633