



Document d'information au sujet de « l'étiquette Nuna » – la marque des œuvres d'art du Nunavut

La création d'une marque pour les œuvres d'art et d'artisanat du Nunavut avait été recommandée dans la stratégie Sanaugait du gouvernement du Nunavut publiée en 2007 visant à promouvoir le développement du secteur de l'art et de l'artisanat au Nunavut. Le quatrième objectif consistait à accroître la part de marché des artistes du Nunavut au moyen d'une marque reconnue sur la scène internationale. Le lancement de cette marque est un premier pas afin d'assurer la reconnaissance instantanée des œuvres d'art et d'artisanat du Nunavut partout dans le monde.

Le travail en vue de créer cette nouvelle marque a commencé en mai 2008. Le ministère du Développement économique et des Transports a consulté des artistes vivant dans 12 communautés du Nunavut. Plus de 200 artistes ont contribué à la conception de l'image représentant le mieux l'art et l'artisanat du Nunavut.

Des groupes témoins ont été organisés à Toronto, Boston et Vancouver avec des marchands d'œuvres d'art familiers avec le milieu artistique du Nunavut. Un sondage en ligne a permis d'obtenir les opinions de propriétaire de galeries d'art, de grossistes et d'amis du monde des arts du Nunavut. À la suite de ces consultations, le « logo Nuna » a été approuvé en janvier 2009 comme marque des œuvres d'art et d'artisanat du Nunavut.

Des brochures expliquant la symbolique de la nouvelle marque ont été produites. Des casquettes, des tee-shirts et des sacs imprimés du logo du Nunavut ont été distribués lors du Festival des arts du Nunavut. Plus de 100 autocollants et 50 étiquettes ont été remis à chaque artiste présent au festival.

Les artistes inuit du Nunavut continueront d'utiliser l'étiquette illustrant un igloo du ministère des Affaires indiennes et du Nord canadien conjointement avec le logo du Nunavut. L'étiquette illustrant un igloo confirme l'authenticité des œuvres d'art inuit exécutées au Canada.