

design

L'importance du design

NE
CESSE DE CROÎTRE AU
QUÉBEC. SOUCIEUSES
DE LA QUALITÉ DE
LEURS PRODUITS, DE

LEUR UTILISATION OU
DE LEUR IMAGE, LES
ENTREPRISES FONT
PLUS QUE JAMAIS APPEL
À DES DESIGNERS.

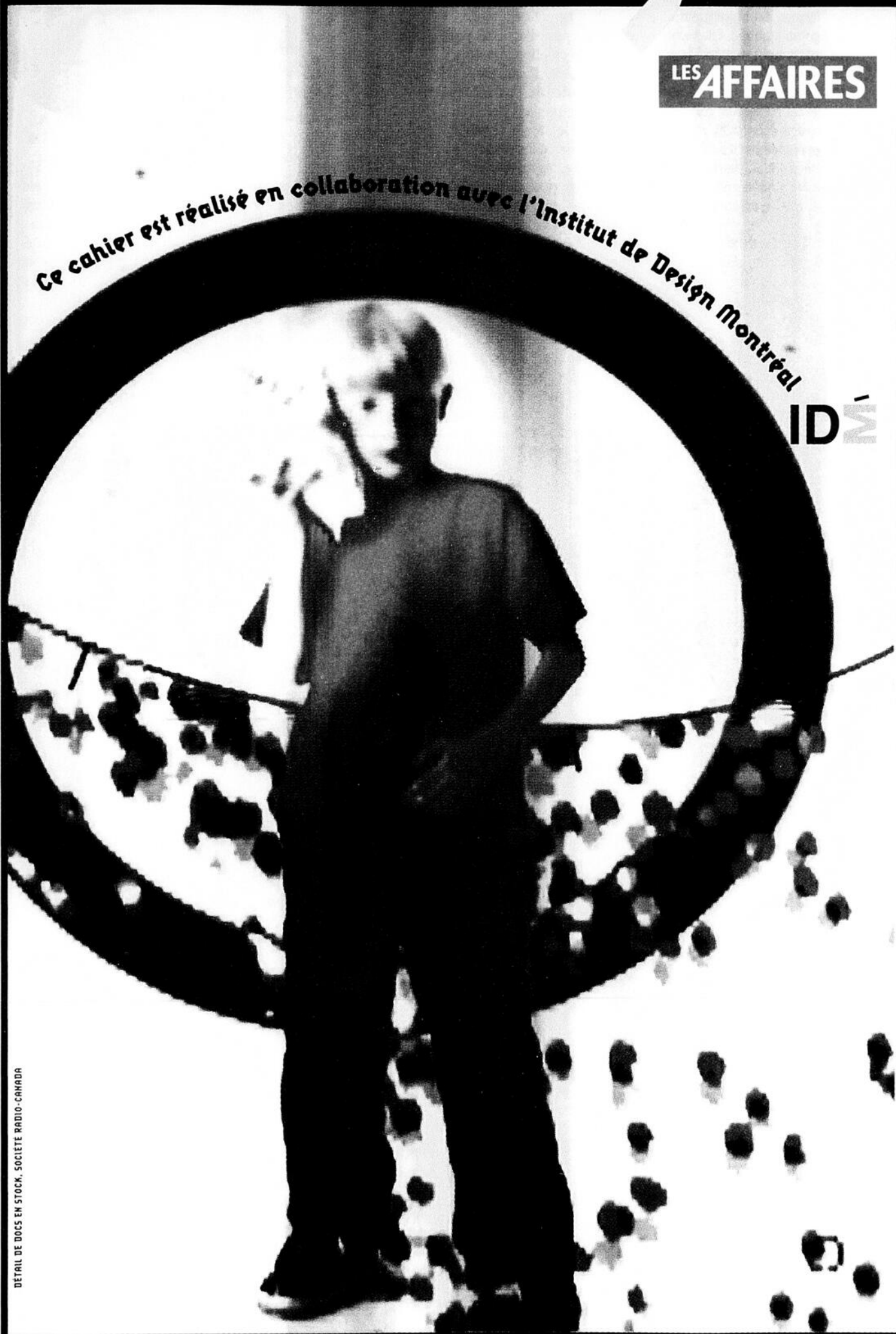
EN PLUS DU DESIGNER
ATTITRÉ À UNE ENTRE-
PRISE ET DU CONSUL-
TANT, UN TROISIÈME
MODÈLE D'INTÉGRATION
DU DESIGN EST PRÉSENT
SUR LE MARCHÉ

QUÉBÉCOIS : L'ENTRE-
PRENEUR QUI DIRIGE SA
PROPRE ENTREPRISE DE
DESIGN GRAPHIQUE, DE
DESIGN D'INTÉRIEUR,
D'ARCHITECTURE OU DE
MODE. LE JOURNAL
LES AFFAIRES
PROPOSE UNE INCUR-
SION AU CŒUR DES
STRATÉGIES D'AFFAIRES
DE PLUSIEURS
ENTREPRISES QUI ONT
INTÉGRÉ LE DESIGN
À LEURS PRATIQUES
INDUSTRIELLES.

LES **AFFAIRES**

Ce cahier est réalisé en collaboration avec l'Institut de Design Montréal

IDM



DÉTAIL DE DOCS EN STOCK. SOCIÉTÉ RADIO-CANADA

Les finalistes aux prix québécois du design, pages 6 et 7

Le design

AU CŒUR DES STRATÉGIES D'AFFAIRES

TEXTES ET ENTREVIUES
DANIELLE TURGEON
dossiers@transcontinental.ca

En dix ans, l'importance du design n'a cessé de croître dans les entreprises au Québec. Mieux encore, le niveau d'intervention du designer est plus défini et l'éthique professionnelle qui y est associée se bâtit assurément. Sans compter que le design contribue de plusieurs façons à faire rouler l'économie québécoise.

« Dans plusieurs entreprises, le design est au cœur du processus de création de nouveaux produits. Nous voulons en estimer l'impact économique et notre analyse permet d'identifier les différents modèles d'intégration



TIRE-BOUCHON
AUTOMATIQUE
TRUDEAU DE
CLAUDE
MAUFFETTE

du design en entreprise. » Celle qui s'exprime ainsi est Diane Bisson, professeur adjointe à l'École de design industriel de l'Université de Montréal qui, en compagnie de Lydia Sharman, Ph. D., directrice du département Art Design de l'Université Concordia, a rencontré des designers industriels, cer-

tains travaillant au sein d'entreprises et d'autres à leur compte, pour rendre compte de l'impact économique du design au Québec. Elles ont pu notamment mesurer le rôle grandissant du designer dans l'économie.

Dans cette étude en cours sur les impacts économiques du design menée par les deux professeures, on analysera aussi différents modèles d'intégration de design en entreprise.

Le rôle du designer

Mais avant de tirer des conclusions quant à la rentabilité du design, il leur a fallu définir ce qu'est un designer. Lorsqu'une entreprise contacte un designer industriel, c'est qu'elle cherche la solution à un problème, qu'elle souhaite devenir plus

concurrentielle ou innover.

Le designer est celui qui peut intervenir, un peu à la façon d'un gérant de projet, dans tous les volets d'un processus de création. À partir d'un concept, d'une idée, il évalue toutes les possibilités de lui faire prendre vie. Cela passe par le dessin, le choix des matériaux, les modes de production, les méthodes d'assemblage et de transport.

« Un designer n'est pas uniquement un dessinateur, dit Claude Mauffette, designer honoré pour un tire-bouchon automatique conçu pour la firme Trudeau, spécialisée en accessoires pour le vin. Le dessin vient souvent à la toute fin et sert à transmettre les données relatives au produit. C'est notre façon de transposer le concept en lan-



DIANE BISSON

gage visuel. »

A priori, pour le designer, rien n'est impossible. Et si les entreprises ont recours à eux, c'est qu'elles y voient un avantage financier.

Michel Dallaire, designer industriel, dira à la blague que personne n'engage un designer par altruisme. « Les entreprises savent très bien que nous pouvons concevoir des objets fonctionnels qui se distinguent et surprennent. Ils

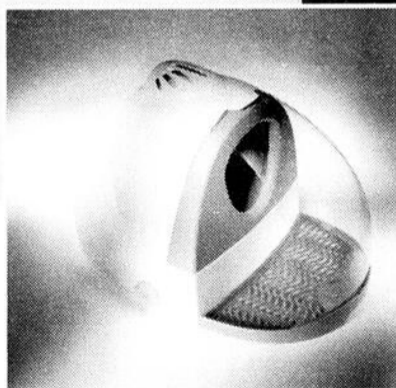


LYDIA SHARMAN

sont souvent réalisables à un bon prix et capables de déloger les concurrents. En plus de la connaissance des machines, des outils, des matériaux, nous pouvons faire jaillir l'émotivité face à un objet. C'est important quand les consommateurs se trouvent en mode achat. »

Pour être bien reçu, un produit doit s'adapter à la culture du moment et devenir synonyme de plaisir.

Design stratégique POUR CHATS



Rolf C. Hagen
litière pour chat

Analyse de marché

Développement de produits

Ingénierie

Fabrication de prototypes

1 . 888 . 735 . 9570
www.gadshaanandesign.com

Montréal • San Diego

GadShaananDESIGN



LA RÉOLUTION DE PROBLÈMES: LE GRIL À BOIS PORTABLE. UN DESIGN DE LA FIRME ALTO DESIGN POUR WOODFLAME GRILL.



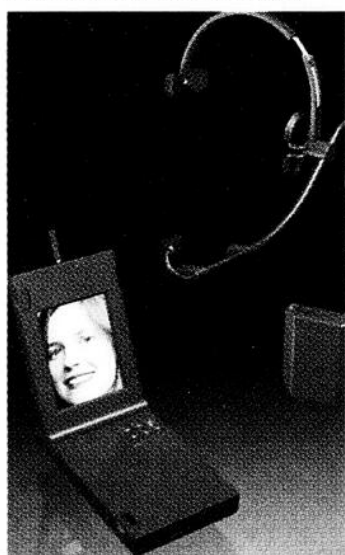
L'ESTHÉTISME: LE SUPPORT À CÉDEROMS DE MICHAEL SANTELLA.

DES AVANTAGES FINANCIERS

Un designer permet d'assurer la croissance économique des entreprises. Diane Bisson, professeure à l'École de design industriel de l'Université de Montréal, nous présente cinq avantages du design qui peuvent résulter en des avantages financiers.

LA RÉOLUTION DE PROBLÈMES. Si les consommateurs sont réticents à l'achat d'un produit, en raison de son prix, de sa durabilité, de son impact sur l'environnement, le designer qui se penche sur le problème peut le solutionner et redonner vie au produit. Du coup, l'image de l'entreprise s'en trouve rehaussée. Il en va de même lorsqu'on a une bonne idée de produit mais qu'il semble difficile de la mener à terme. Un designer peut trouver différentes façons d'y arriver.

LES INNOVATIONS. Certains designers apprécient également de pouvoir créer leurs propres objets ou donner une nouvelle vie à des objets qui existent déjà. Il se crée parfois toute une industrie autour de ces nouveaux produits : conception, usine de fabrication, vente et marketing du produit, transport. Il en résulte de la création d'emplois. ▶



AUDISEE, DE L'AIDE POUR LES ÉTUDIANTS MALENTENDANTS. UN DESIGN DE MICHEL DALLAIRE DESIGN INDUSTRIEL POUR AUDISOFT TECHNOLOGIES.

L'ESTHÉTISME. Il serait faux de croire que le rôle du designer se résume à créer de beaux objets. Par contre, un objet ou un vêtement qui a un look attirera davantage l'attention des acheteurs s'il répond aux mêmes critères de fonctionnalité que les autres. Les designers pensent au plaisir de l'achat dans leur conception, ce qui se traduit par des ventes.



LES JEUX EXTÉRIEURS TECH-PLUS, UN DESIGN DE CAROLE LACASSE, ALAIN MICHAUD ET SERGE MORIN, POUR LES APPAREILS DE JEUX TECHNO INC., FABRIQUÉS PAR FABRI-MÉTAL LTÉE.

LE BIEN-ÊTRE.

Outre les designers industriels, il y a tous ceux qui participent au bien-être de leurs clients. Les designers d'intérieur, graphiques, ou ceux davantage liés à l'environnement, à l'urbanisme et au paysage contribuent à améliorer l'image des entreprises et des lieux.



STRUCTURE DE LIT FLOU PAR FLOU CANADA INC. : DESIGNER CHARLES GODBOUT.

L'ÉCONOMIE DE MOYENS.

Souvent le designer revoit les modes de production d'un produit. Il peut suggérer des matériaux moins coûteux pour arriver au même résultat ou diminuer le nombre de pièces requises lors de la fabrication. Résultat : des économies de coûts et un assemblage plus simple. ♦

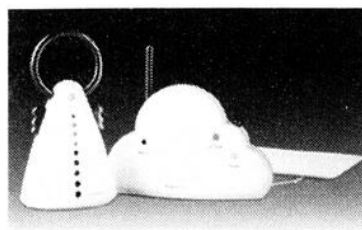
Angelcare®

remercie ses partenaires ayant contribué au succès de son produit (maintenant vendu dans plus de 40 pays) :

- BDC
- Banque Laurentienne du Canada
- Développement Économique Canada
- Fonds régional de solidarité Montérégie
- Garantie Québec
- Institut de Design Montréal
- Michel Dallaire Design

Moniteur de mouvements et sons

Soyez rassurés lorsque votre bébé dort...



550, chemin du Golf, bureau 202, Île des Sœurs (Québec) Canada H3E 1A8
Tél. : (514) 761-0511 • Fax : (514) 761-4618 • www.angelcare-monitor.com

Ædifica

Ædifica développe des solutions stratégiques, créatives et techniques pour les environnements bâtis et visuels d'entreprises visant l'excellence dans un monde d'opportunités en émergence.

4521, rue Clark
Suite 300
Montréal, Québec
H2T 2T3
T 514.844.6611
F 514.844.7646
E ml@aedifica.com
www.aedifica.com

Locoshop Angus Architecture 1
1e 1000 de La Gauchetière Communication graphique 2
Sylvan Ventures, Baltimore Environnements de travail 3
1e 1000 de La Gauchetière Aménagement commercial 4
Omer DeSerres Génie électromécanique 5



ORAGE, UN LOGO RENOUVELÉ PAR EPOXY

LES PORTES S'OUVRENT POUR LES DESIGNERS

Les designers ont plus d'une porte d'entrée sur le marché du travail. Encore trop peu d'entreprises ont un service interne de design, certes, mais la situation change peu à peu. Si un designer aime la résolution de problèmes, il pourra travailler au sein d'une firme de consultants designers. Et si le cœur lui en dit, il pourra même devenir entrepreneur ! Voici trois modèles d'intégration de designers que l'on retrouve dans les entreprises.



MOBILIER DE BUREAU DU GROUPE LACASSE

GROUPE LACASSE : UN CAS RARE D'EMBAUCHE INTERNE

Fabricant de meubles depuis 1956, c'est en 1981 que le Groupe Lacasse a pris le virage du mobilier de bureau. Aujourd'hui, l'entreprise compte 800 employés et vend ses produits en Amérique du Nord, en Amérique centrale et au Mexique.

Ses designers ont développé au fil des ans deux types de produits : la gamme *Lacasse*, du mobilier vendu par

catalogue par les distributeurs de mobilier de bureau, et la série *Avenue*, qui s'adresse plutôt aux architectes et designers. En tout, une quinzaine de lignes de produits qui comptent entre 30 et 200 articles.

Lacasse a choisi d'avoir un groupe de designers à l'interne. « C'est très rare dans notre domaine, dit Patrick Ferro, vice-président corporatif, marketing et ventes. Les fabricants optent plutôt pour des projets ponctuels ou co-

meilleurs vendeurs conçus par d'autres. Malheureusement, c'est très courant dans notre industrie. »

Pourquoi investir dans le design ? Selon M. Ferro, le design est une profession et les gens qui la pratiquent pensent en termes de fonctionnalité des produits. À court terme, leur apport est moins évident. Mais une entreprise y gagne à long terme.

« Nous avons de la constance dans nos produits, dit M. Ferro, et d'une année à l'autre, il existe une interrelation entre eux. La continuité dans une ligne, qui dépasse souvent l'aspect visuel, est un avantage certain. »

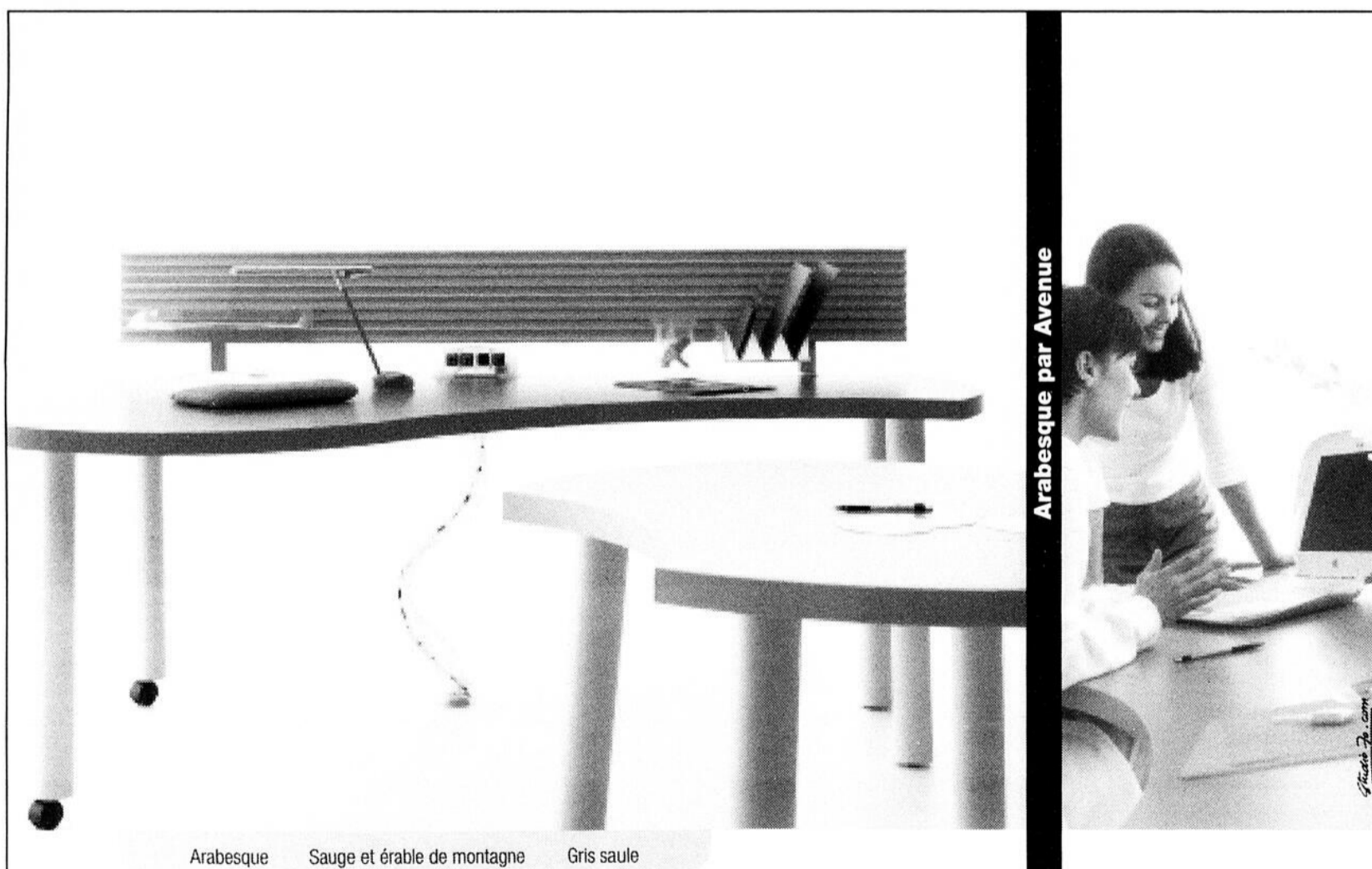
Le service de design est un investissement. La société évolue et les façons de travailler changent. Les designers visitent les expositions, dénotent les tendances mondiales et les arrivent à leur créativité.

« Ils comprennent bien la structure du groupe, dit M. Ferro, et connaissent les contraintes pour que tous les produits soient faits chez nous, avec nos matériaux de prédilection, et à l'intérieur d'un certain budget. »

ORAGE ET EPOXY : DES PARTENARIATS STRATÉGIQUES

Lorsque la firme Orage, un fabricant de vêtements de sports a mandaté Epoxy, spécialisée en design graphique, elle voulait faire un virage substantiel. Mise sur le marché par la confection de vêtements de plein air destinés aux gens d'environ 35 ans, Orage souhaitait se repositionner chez les jeunes de 18-24 ans, plus spécifiquement dans les vêtements pour le ski de type *New School*, un sport à la popularité croissante. Ce sport se pratique avec des skis plus courts, recourbés de chaque côté.

Epoxy a une grande expérience dans les produits dits de nouvelle culture, qui cherchent à rejoindre les 18-34 ans. Ce groupe d'âge est très



Arabesque Sauge et érable de montagne Gris saule
Évolution...Innovation | Collection Avenue

Un Art de Vivre

1 888 522.2773 www.grounelacasse.com

GROUPE
LACASSE

sensible à l'image. Quand quelque chose devient *in*, donc accessible à la masse, ils n'en veulent plus.

Sur les conseils d'Epoxy, Orage a donc opté pour devenir un chef de file crédible et respecté par les jeunes du ski *New School*.

« Nous avons d'abord refait le logo, explique Jacinthe Figueredo, vice-présidente stratégie-développement d'Epoxy. La nouvelle identité a été intégrée aux vêtements, sur le matériel promotionnel, dans les expositions, les rencontres d'acheteurs et dans les commandes liées à ce sport. »

Du logo d'un petit arbre, l'entreprise en est arrivée à un logo qui reprend le nom Orage de façon stylisée avec la lettre *a* reprise en trame de fond. Epoxy a également donné son avis sur les couleurs et les lignes de vêtements. Il y a deux types de skieurs *New School*, les pros, du genre vedettes, et les autres. Ne pas en tenir compte aurait démontré une méconnaissance du sport.

L'image de la marque, établie par un design graphique correspondant aux produits et à ses destinataires, fait ou non la crédibilité d'une entreprise.

MOUREAUX HAUSPY: LE GOÛT DE L'ENTREPRENEURIAT

En février 2000, Moureaux Hauspy Design, spécialisée en design d'intérieur, fêtait son 25^e anniversaire. Alain Moureaux et Georges Hauspy, d'origine belge, ont décidé de fonder leur entreprise à leur arrivée au pays.

« À l'époque, c'étaient les vendeurs de meubles qui s'occupaient du design intérieur. Il n'y avait pas de firmes de services-conseils comme en Europe. Encore imprégnés de l'atmosphère européenne et de notre formation professionnelle, nous avons convaincu les dirigeants d'entreprise que des conseillers indépendants auraient une vue plus objective. »

En 1976, le bureau fut chargé d'implanter un système de signalisation sur le site des Jeux Olympiques. Les 18 000 panneaux conçus devaient permettre aux gens de toutes les nationalités de se retrouver. « Il fallait structurer l'espace de façon logique : où installer des panneaux, de quelle dimension, quand les répéter et choisir le message à y inscrire », se souvient Alain Moureaux.

Par la suite vinrent des contrats d'aménagement avec différents défis : regrouper tous les employés de plusieurs édifices en un seul lieu, créer un environnement

pour une entreprise qui paraît de zéro, donner une image personnalisée à plusieurs bureaux de comptables et d'avocats d'ici et d'ailleurs.

Moureaux Hauspy a déjà eu quatre bureaux, à Calgary, Toronto, Ottawa et Montréal, et une soixantaine d'employés. Aujourd'hui, ils préfèrent couvrir le territoire de Montréal avec une trentaine

d'employés pour éviter de s'expatrier.

Considérée comme un chef de file en design intérieur, la firme a grandement contribué à la mise en place d'un programme universitaire de formation en design intérieur. Le Québec était l'un des rares endroits en Amérique du Nord où il n'y en avait pas. ♦

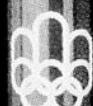
C. S. LANGLOIS



L'AMÉNAGEMENT DU BUREAU DU CABINET D'AVOCATS FASKEN, MARTINEAU, DU MOULIN PAR MOUREAUX HAUSPY

IDM
DESIGN INDUSTRIEL

Ville de Montréal



25 ANS DÉJÀ

Le grand symbole Olympique

Torche officielle des Jeux de la XXI^e Olympiade

Un design de Michel Dallaire CM, CO, RCA pour le Comité Organisateur des Jeux Olympiques de 1976 Montréal, Québec

Ses lignes simplissimes rappelaient irrésistiblement l'Antiquité et ses flambeaux de bois résineux coiffés d'un tortis en feuillage imbibé de paraffine.

Petit clin d'oeil à la Grèce, elle était alimentée à l'huile d'olive... suractivée. De son fourneau ajouré, conçu en soufflerie, jaillissait une flamme spectaculaire, mais néanmoins sans danger pour le coureur: du jamais vu de mémoire d'Olympiades qui se déroulerent sans le moindre cheveu roussi.

Deux mille exemplaires de la torche furent fabriqués pour l'événement.

Collections permanentes:

Musée Olympique, Lausanne, Suisse
Musée du Québec, Québec, Canada

MICHELDALLAIREDESIGN INDUSTRIEL INC.

322, rue Peel, Montréal, Québec, Canada H3C 2G8, T : 514 282-9262 F : 514 282-9975 www.dallairedesign.com

Photo: François Blais - Texte: Michel Dallaire

UNE BONNE CUVÉE !

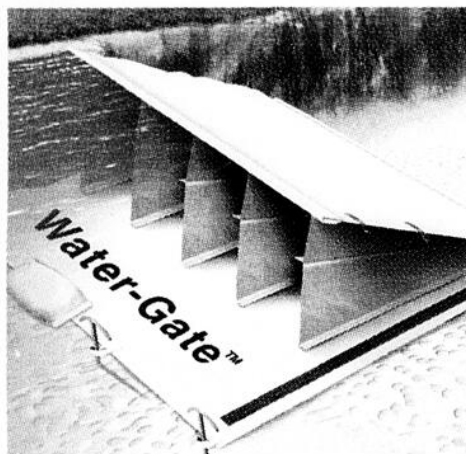
Les finalistes aux Prix de l'Institut de Design Montréal 2001

ANNÉE APRÈS ANNÉE, L'INNOVATION EST AU RENDEZ-VOUS ! CETTE ANNÉE ENCORE, LE CONCOURS LES PRIX DE L'INSTITUT DE DESIGN MONTRÉAL VISE À RÉCOMPENSER LA QUALITÉ DU DESIGN EN SOULIGNANT L'EXCELLENCE DES RÉALISATIONS DES ENTREPRISES ET DES DESIGNERS QUÉBÉCOIS. UN LAURÉAT EST CHOISI DANS CHACUNE DES CATÉGORIES ET UN GRAND PRIX EST ACCORDÉ, TOUTES CATÉGORIES CONFONDUES.

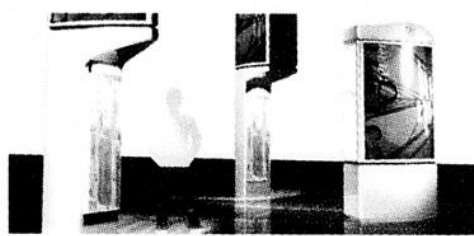
EN TOUT, QUELQUE 134 DOSSIERS DE MISE EN CANDIDATURE ONT ÉTÉ SOUMIS À CETTE QUATRIÈME ÉDITION DES PRIX DE L'IDM; 35 PROJETS ONT ÉTÉ SÉLECTIONNÉS PAR LES JURYS SPÉCIALISÉS ET 13 FINALISTES ONT ÉTÉ RETENUS. NOUS VOUS LES PRÉSENTONS ICI.

CATÉGORIE

PRODUITS SPÉCIALISÉS



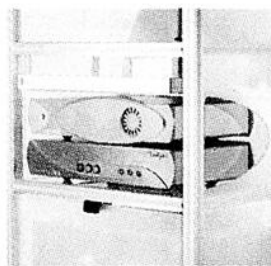
PRODUIT : Barrière d'eau Water-Gate
DESIGNER : Daniel Déry
CLIENT : MegaSecur inc.
 La barrière d'eau Water-Gate remplace les sacs de sable et elle constitue un barrage instantané contre les inondations ou les déversements toxiques. Cette barrière bloque aussi les cours d'eau pour créer des réserves pour les feux ou faire des travaux d'infrastructure qui demandent une mise à sec. Elle peut être fabriquée en différentes hauteurs et longueurs.



PRODUIT : Médiacolonne
DESIGNERS : Morley L. Smith, Jacques Mayrand, Éric Belleau
FIRME DE DESIGN : G.S.M. Design, Produit et Transport inc.

CLIENT : Médiacom inc.
 La Médiacolonne est une colonne publicitaire pour les parcs d'automobiles des centres urbains. Elle permet d'optimiser le potentiel de visibilité des publicités qu'elle affiche et de minimiser l'encombrement urbain.

PRODUIT : Système urodynamique Dorado
DESIGNER : Lyne Noisieux
CLIENT : Laborie Medical Technologies inc.
 Dorado est le nom d'un système utilisé en urodynamie qui comprend un nouveau cha-



LE JURY EST PRÉSIDÉ PAR BERNARD ROY, ASSOCIÉ PRINCIPAL DE OGLIVY RENALT; HELEN STAVRIDOU, DIRECTEUR EXÉCUTIF DE L'IDM AGIT À TITRE DE MEMBRE OBSERVATEUR. LES AUTRES MEMBRES DU JURY SONT : MADELEINE ARBOUR C.M., C.Q., S.D.I.Q., DESIGNER D'INTÉRIEUR; CLAUDE BENOÎT, PRÉSIDENTE ET CHEF DE LA DIRECTION À LA SOCIÉTÉ DU VIEUX-PORT DE MONTRÉAL; DANIEL BUCHNER, DIRECTEUR, DESIGNER INDUSTRIEL CHEZ DESIGN CONTINUUM INC. DE BOSTON; IRÈNE CINQ-MARS, DOYENNE DE LA FACULTÉ D'AMÉNAGEMENT DE L'UNIVERSITÉ DE MONTRÉAL; PIOTR KOSAK, DIRECTEUR DU PROGRAMME DE DESIGN DE PRODUITS AU CENTRAL SAINT MARTINS COLLEGE OF ART & DESIGN À LONDRES; GILLES ROBERT, DESIGNER GRAPHIQUE ET MEMBRE DE L'ACADÉMIE ROYALE.

riot sur lequel on retrouve un appareil d'acquisition de données (l'appareil central Dorado), un ordinateur avec logiciel, une pompe miniaturisée, des capteurs et un appareil de rééducation et de biofeedback appelé Urostym. Le Dorado et l'Urostym sont composés du même boîtier sous l'habillage. Une pompe miniaturisée est intégrée dans le chariot.

CATÉGORIE

DESIGN INTÉRIEUR



PROJET : Aménagement des bureaux de Alto Design inc., Locoshop Angus
DESIGNER : Normand Pilon
FIRME DE DESIGN : Turcotte-Pilon architectes
CLIENT : Alto Design inc.
 Le projet est l'aménagement de nouveaux bureaux à l'intérieur d'un bâtiment industriel datant du début du siècle, Locoshop Angus, et récemment transformé en de

grands espaces de type loft, avec une facture contemporaine. Ont été revus : le bureau du président, 15 postes ouverts, une salle de conférence, deux ateliers, une cuisine et dînette. Une nouvelle mezzanine a été aménagée de même que le design de tout le mobilier.



PROJET : Aménagement des nouveaux locaux dans la Cité Multimédia
DESIGNER : Marcel Parent
FIRME DE DESIGN : Inter Plan Design
CLIENT : SAP Labs (Canada)
 Le projet consiste en la conception, la planification, l'élaboration de détails, le choix des couleurs et du mobilier pour la réalisation des aménagements de SAP Labs dans la Cité Multimédia.

Le design scientifiquement vôtre !

CENTRE DES SCIENCES DE MONTRÉAL

Canada

Gottschalk + Ash
 International Design et communication
 Montréal Toronto Zürich

Peter Steiner
 ps@gottshmtl.com
 Hélène L'Heureux
 hl@gottshmtl.com
 Tél 514 844-1995

L'ASSOCIATION DES FABRICANTS DE MEUBLES DU QUÉBEC présente

LE DESIGN DE PRODUITS EN BOIS

Un séminaire d'une journée à Montréal, à l'hôtel Vogue

Mercredi 13 juin 2001

Ce séminaire a pour objectifs de susciter l'intérêt de l'industrie du meuble et les industries de produits d'apparence en bois en général à propos de l'importance du design comme facteur de compétitivité et d'initier ces industries aux divers aspects et approches du design de produits en bois.

» DESIGN POUR LA RESSOURCE
 » DESIGN POUR LA FABRICATION
 » DESIGN POUR AUGMENTER LA VALEUR DES PRODUITS

Date limite d'inscription
 » le 31 mai 2001

Pour inscription et renseignements :
 L'Association des fabricants de meubles du Québec
 Tél : (514) 866-3631 / 1-800-363-6681 Téléc : (514) 871-9900
 Courriel : info@afmq.com Site web : www.afmq.com

Avec la collaboration de:



BENOIT ROQUIN

PROJET : Communications Voir, Montréal
DESIGNERS : Loukas Yiakovakis et Marie-Claude Hamelin, Paul Bernier et Ghyslaine Pelletier
FIRME DE DESIGN : Atelier YH2
CLIENT : Communications Voir
 L'aménagement des nouveaux bureaux de Communications Voir, éditeur des hebdomadaires culturels VOIR et HOUR, est un projet d'ensemble qui permet d'intégrer tous les départements de l'entreprise sur un seul et même plancher d'une tour de bureaux du centre-ville.

CATÉGORIE

PROJETS MULTIDISCIPLINAIRES



GÉNIÈVE BPR

PRODUIT : Passerelle de la Rivière-aux-Sables
DESIGNERS : Jean-Yves Bouchard, Alain Bourassa, Frédéric Simard et Nathalie Bourrelle
FIRME DE DESIGN : Le Groupe Leblond Bouchard
CLIENT : Ville de Jonquière
 Située au cœur de la ville, la passerelle s'inscrit dans la troisième phase d'aménagement d'un parc urbain destiné à la famille. En plus de revaloriser l'usage de la rivière, la passerelle renforce la valeur récréative du voisinage en permettant aux piétons et cyclistes de boucler un circuit parcourant les deux rives.

CATÉGORIE

DESIGN GRAPHIQUE



PRODUIT : Deus Ex Machina
DESIGNERS : Isabelle Drouin et Gaston Côté
FIRME DE DESIGN : Paquebot Design
CLIENT : Rolland inc.
 (Division des papiers fins)
 Deus Ex Machina - Dieu descendu du ciel au moyen d'une machine - a été produit dans le cadre de Rolland Evolution, un concours organisé par les papiers Rolland. Les lauréats avaient le mandat de réaliser une pièce promotionnelle, en 5 000 exemplaires, pour la compagnie de papier. Le contenu et la forme étaient laissés à l'entière discrétion des concepteurs. Bref, une carte blanche, le rêve de tout designer graphique !



W. JARRET, M. LARPOINTE, M. TOUCHETTE

PROJET : Programme de branding : Baronet inc.
DESIGNERS : Louis Gagnon, François Turgeon, Bob Beck et Isabelle D'Astous
FIRME DE DESIGN : Paprika Communications
CLIENT : Baronet inc.
 Paprika s'est vu confier le mandat de développer un programme de branding pour la société Baronet. La première phase consistait en la conception et la réalisation d'un catalogue de produits destiné aux détaillants et aux consommateurs. La phase suivante consistait à déve-

opper une campagne pour les magazines spécialisés, une série d'affiches magasins pour les principaux détaillants nord-américains, et finalement l'aménagement d'une salle de montre permanente de Baronet, à l'occasion du plus important salon du meuble américain, le High Point en Caroline du Nord, édition Printemps 2000.

PROJET :

Signalisation au 1000 de La Gauchetière
DESIGNERS : Réal Séguin, Paul-André Urbain, Colombe Boudreau, Stéphane St-Denis
FIRME DE DESIGN : Cabana, Séguin Design inc.
CLIENT : Édifice 1000 de la Gauchetière O. inc.



YVES BERLITTEU

Analyse, conception et réalisation d'un système complet de signalisation au niveau de la mezzanine, du rez-de-chaussée et des cinq niveaux de stationnement au 1000 de la Gauchetière. Plans et devis, graphisme, coordination et supervision de la fabrication et de l'installation.

CATÉGORIE

DESIGN ET NOUVELLES TECHNOLOGIES



SRC

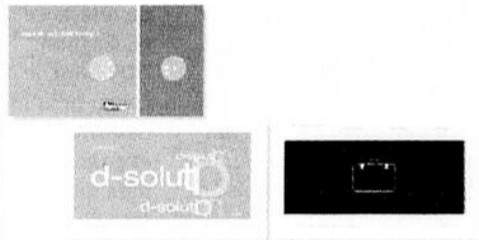
PROJET : Docs en stock
DESIGNERS : Michel Mercier et Alain Provost
CLIENT : Société Radio-Canada
 Docs en stock est un programme documentaire d'une heure télédiffusé par Radio-Canada dans tout le pays. Cette émission a

nécessité la production d'une ouverture graphique de 30 secondes et de plusieurs transitions de huit secondes. La firme a développé un design qui s'adresse plus spécifiquement au documentaire d'auteur.

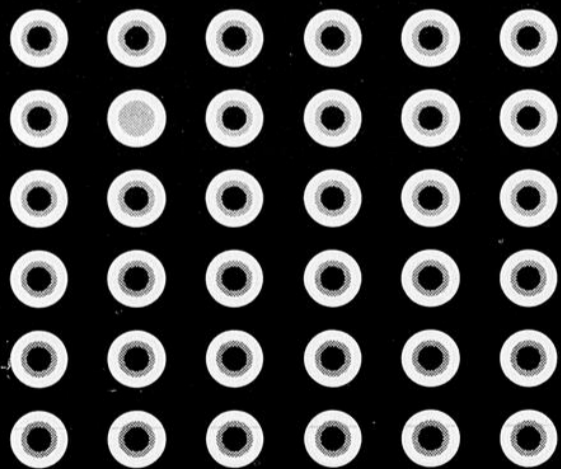


SRC

PROJET : Le Canada, une histoire populaire
DESIGNER : Alain Provost
ENTREPRISE : Société Radio-Canada, Canadian Broadcasting Corporation
 Le projet, soit l'émission Le Canada, une histoire populaire, retrace certains faits historiques dans cette série télévisée produite par la Société Radio-Canada. Le documentaire a nécessité une ouverture graphique d'introduction et plusieurs reconstitutions historiques faisant appel à différentes techniques qui relèvent de l'infographie.



PROJET : Site Web : Nordic Attitude Design
DESIGNER : Ronald Filion Mallette jr
CLIENT : Nordic Attitude Design inc.
 Développement du site corporatif et promotionnel de l'entreprise Nordic Attitude Design inc. Cette entreprise est un studio de design et de communication spécialisé dans le développement d'identité et d'image pour les entreprises sur différents supports de communication, qu'ils soient traditionnels ou électroniques.



CABANA. SÉGUIN
 La gestion totale de l'image

2055, rue Peel, bureau 900, Montréal (Québec) H3A 1V4
 Téléphone : (514) 285.1311 Télécopieur : (514) 844.4541
 www.cabana-seguin.qc.ca

Mois de mai,
 mois du design !

Je suis heureuse de présider le Mois du design 2001 et je tiens à remercier l'Institut de Design pour cette initiative qui contribue au rayonnement de la métropole sur la scène locale et internationale comme pôle incontournable de l'industrie du design.

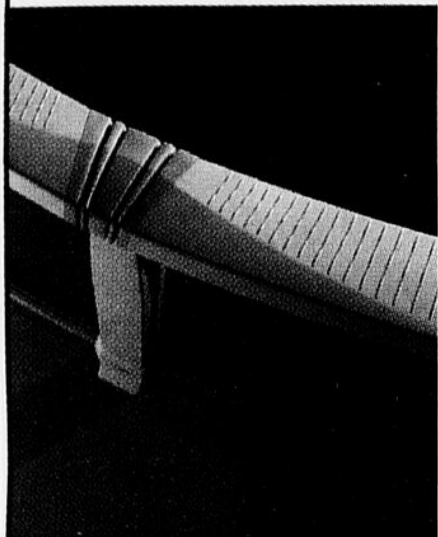
Le mois de mai se dessine sous plusieurs formes selon les différents angles qui s'offrent à nous. Que la perspective soit architecturale, graphique, d'ameublement, de mode ou multimédia, le choix est vaste et témoigne de l'originalité des designers québécois.

Je profite de l'occasion pour féliciter les organisateurs pour le dévouement dont ils ont fait preuve et je suis confiante que cette manifestation culturelle aura un succès retentissant. Gala, salon international, exposition et conférences, voilà autant d'événements qui ne manqueront certainement pas d'éveiller notre imaginaire.

Bon printemps et bon design !

Louise Harel
 Ministre d'État aux Affaires municipales et à la Métropole





LA PISCINE AQUALEADER PAR ALTO DESIGN A BOULEVERSE LES NORMES ÉTABLIES.

DENIS GAGNON

LES DÉFIS D'UNE PISCINE DE RÉSINE

Le cas des piscines de résine du fabricant *Aqualeader* montre bien comment le design peut réduire les coûts de fabrication.

Si *Aqualeader* est maintenant le chef de file des piscines hors terre, c'est que l'entreprise a misé sur le design. Elle a fait appel à Mario Gagnon, d'*Alto Design*, pour le développement d'une piscine de résine hors terre.

« L'idée est venue du président de l'époque, Fernand Brouillette, qui croyait en ce matériau pour remplacer le produit traditionnel de métal. À l'origine, son idée paraissait farfelue et faisait plutôt rire dans les salons internationaux. Mais en douze ans, nous avons entièrement changé la norme de référence du produit », dit M. Gagnon.

D'abord, le design a été conçu pour prouver la haute performance de ce matériau et gagner la crédibilité auprès du milieu. Deux ans plus tard, la piscine était redessinée.

Sa forme est devenue simple et organique et son installation plus facile. « Au départ, il fallait compter 14 vis par section pour le montage. Ce nombre est passé à deux. Ce faisant, nous facilitons la tâche des installateurs dans tous nos marchés. Aux États-Unis, l'installation est confiée aux distributeurs dans 80 % des cas alors qu'en Europe, c'est 95 % des consommateurs qui installeront leur piscine eux-mêmes. »

Un produit solide, qui s'assemble facilement et coûte moins cher à produire; voilà ce qu'est devenue la piscine de résine.

LE DESIGN, C'EST PLUS QUE L'IMAGE

Innover tout en proposant des solutions à des problèmes concrets, voilà ce qui intéresse les designers avant tout. Et ils réussissent à le faire tout en gérant une foule de contraintes liées au coût, à la faisabilité, aux échéanciers, à l'ergonomie et à l'esthétique. En bout de compte, c'est l'entreprise qui y façonne. En voici la preuve.

DES EXIGENCES EN MATIÈRE DE SÉCURITÉ CHEZ BOMBARDIER

Le designer peut se pencher sur des problèmes précis pour y trouver des solutions. Ce fut le cas à la division des produits récréatifs de Bombardier (*Ski-Doo*, *Sea-Doo*).

Le *Sea-Doo* a fait l'objet de plusieurs améliorations depuis sa création. Lancé dans les années 1970, il a été retiré du marché pour revenir à la fin des années 1980 plus près des besoins des consommateurs. Depuis, il est redéfini sans cesse pour le rendre plus pratique, sécu-



BOMBARDIER

LE SEA-DOO : DES ANNÉES DE RECHERCHE POUR EN FAIRE UN PRODUIT PLUS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT.

ritaire et respectueux de l'environnement.

Depuis 1999, il est équipé d'un système qui réduit l'émission d'hydrocarbures

de 75 % et diminue la consommation d'essence de 30 %. Un système le rend moins bruyant et un autre contrôle limite électronique-



Morelli Designers Inc.



Charriot de diagnostic chirurgical pour Orthosoft / Suzer Medica

stratégie
technologie
faisabilité



Programme de siège pour Train Haute-Vitesse Acela Bombardier / Amtrak

une équipe flexible
à l'écoute de vos besoins

Design industriel
Design mécanique
Maquettes et prototypes

514 287 3344
studio@morelidesigners.com

GSM DESIGN pour LE MONDE



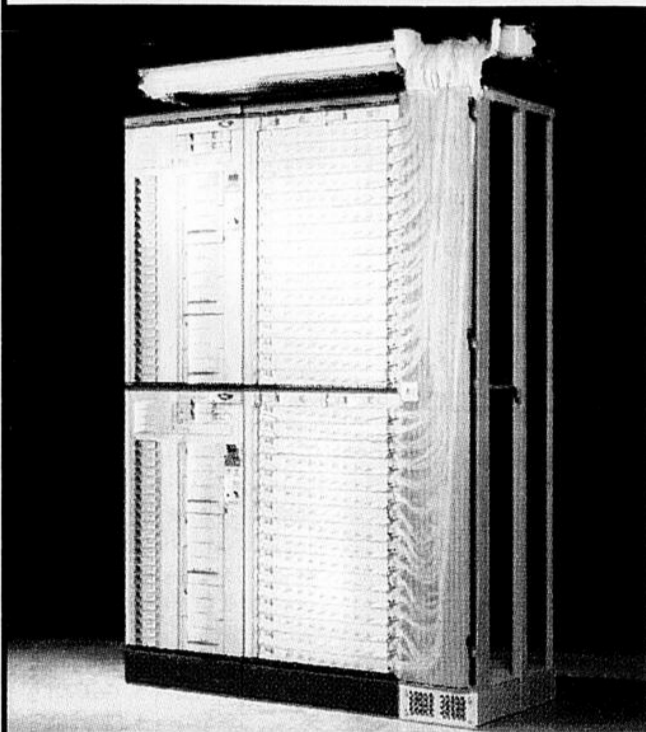
Conception et développement de produits divers

Prototypage virtuel, rapide et conventionnel

Fabrication en série

GSM DESIGN
PRODUIT ET TRANSPORT INC.

2400, rue Guénette
Saint-Laurent (Québec) H4R 2H2
(514) 337-3041 gsmdesign@gsm.ca



OPTERA CONNECT HDX. MULTI-TERABIT SYSTÈME FIBRE OPTIQUE. UN PRODUIT DE NORTEL NETWORKS.

NORTEL NETWORKS

ment la vitesse pour que les débutants puissent apprendre en toute sécurité. Dans l'étude de Mmes Bisson et Sharman, Benoît Lafortune, vice-président ventes et communications chez Bombardier, estime que cette position de chef de file en matière de sécurité et de respect de l'environnement est un des facteurs importants du succès de l'entreprise. Les consommateurs sont plus enclins à acheter les produits. Le Sea-Doo s'est également distingué dans l'industrie en recevant de nombreux prix de design. Évidemment, toutes les unités de l'entreprise travaillent de concert pour respecter le design graphique des produits. Les consommateurs peuvent associer rapidement les couleurs jaune, gris et blanc à Bombardier.

PAS DE PLACE À L'ERREUR

Plus de 100 personnes travaillent en design chez Nortel Networks. Le service a main-

tenant un budget annuel au même titre que les autres. « Avant, nous obtenions des budgets par projets ce qui nécessitait de toujours revenir à la charge et renégocier, dit Jacques Gagnon, chef principal, groupe des produits d'infrastructure, service du design, de Nortel Networks. Depuis 1992, nous avons une position stratégique au sein de l'entreprise car nous définissons les lignes directrices de la nouvelle génération de produits. » Le groupe des produits d'infrastructure au sein de *Design Interpretive* chez Nortel Networks fait le design industriel des composants de réseaux de téléphonie sans fil et des appareils de réseaux optiques. Ce sont des produits complexes et, selon M. Gagnon, une simple petite erreur peut engendrer de grandes répercussions sur l'ensemble du réseau. Depuis que Nortel Networks a pris le virage Internet, l'entreprise ne conçoit plus d'appareils téléphoniques rési-

dentiels; leur dernier-né a été le téléphone à écran Vista 350. On pousse très loin les recherches pour s'assurer que les nouveaux produits plaisent aux utilisateurs. Une équipe d'analystes testent leur interface et leur fonctionnalité sur le plan technique. « Il peut s'agir de groupes de discussions que nous tenons avec des utilisateurs. Parfois même les designers accompagnent les installateurs des produits et les filment au travail. Ainsi, nous pouvons détecter rapidement les hésitations des gens et les améliorations à apporter. »

La philosophie de design chez Nortel Networks est menée par trois valeurs fondamentales, d'ailleurs inscrites dans une politique d'entreprise. Ce sont la simplicité, l'intuition et l'évidence. Les utilisateurs doivent comprendre le produit sans franchir une foule de barrières, pouvoir rapidement s'en servir et apprécier sa valeur et obtenir exactement le résultat souhaité en l'utilisant. « Le design est très respecté chez Nortel Networks, il est au coeur des stratégies d'affaires, explique M. Gagnon. Nous définissons l'apparence des produits et leur interface physique. »

LE PRODUIT PERSONNIFIE L'ENTREPRISE

Connaissez-vous le jeu de *Paint-Ball*? Il s'agit d'un sport d'équipe qui se joue avec des fusils à air comprimé et des masques de sécurité. Pour conquérir le drapeau de la victoire, chaque équipe doit éliminer ses adversaires en les atteignant avec des balles faites de peinture encapsulée, insérées dans le fusil. Pas moyen de tricher lorsqu'on a été atteint!



UN MASQUE SIGNÉ KATZ DESIGN À L'ALLURE DES VAINQUEURS.

KATZ DESIGN

Le client de Katz Design, Procaps/Airtech Industries, déjà dans la commercialisation d'articles de sport, voulait pénétrer ce marché de plus en plus imposant aux États-Unis et au Canada. Pour y entrer et déloger les concurrents en place, son produit devait être révolutionnaire. Richard Katz a d'abord étudié les concurrents. « Le design visuel des masques n'était pas propre au jeu. Leur style était plutôt

emprunté au domaine de l'aviation ou du ski. Nous avons voulu exprimer plus de méchanceté et respecter le langage du jeu. » Grâce à un procédé d'injection de plastique poussé au maximum, Katz Design a changé les paramètres de production en arrivant à fabriquer le masque d'une seule pièce sans faire aucun compromis sur la forme. Après un prototype en glaise et un modèle tridimensionnel testé sur une

tête de mannequin aux normes standard, le niveau de confort avait été atteint. L'arrivée du masque a bouleversé les habitudes. Il est devenu en peu de temps le produit «hot» que tous les jeunes veulent posséder. De plus, son prix est le plus bas sur le marché, grâce à son faible coût de production. Nul doute que devant ce masque, les concurrents ont aussi une allure méchante! ♦

L'Art de vivre

AU TRAVAIL



À TABLE



AU LIT



Découvrez la salle d'exposition virtuelle d'Amisco, où vous trouverez la gamme complète des magnifiques meubles Amisco.

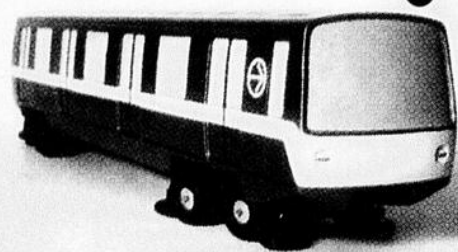
www.amisco.com



ALTO Alto Design Inc.

Quand il faut plus que de l'inspiration...

www.alto-design.com
2600 William-Tremblay, Bureau 220, Montréal, (Québec) H1Y 3J2 T: 514.278.3050 F: 514.278.3049



METRO

PLUSIEURS LE RECONNAISSENT, LA GRANDE FORCE DE JACQUES GUILLON A ÉTÉ DE CONCEVOIR DES PRODUITS QUI NE VIEILLISSENT PAS : LA CARROSSERIE DES TRAINS DE MÊME QUE LA SIGNALISATION DU MÉTRO DE MONTRÉAL.

« LES DESIGNERS DU QUÉBEC sont talentueux et créatifs. Mais un beau design doit pouvoir se vendre et doit être adapté aux besoins des clients. On ne travaille pas pour la gloire. »

Jacques Guillon n'a pas de gêne à parler ainsi, lui qui,

au cours de sa carrière d'architecte et de designer, s'est toujours assuré de l'efficacité des concepts.

L'an dernier, l'Institut de Design Montréal l'honorait en lui remettant le premier Prix Sam-Lapointe, destiné à un designer québécois pour l'ensemble de son oeuvre.

« Il avait un oeil sur tous les projets, indique Michel Swift, designer industriel de Swift Design et ancien employé. Il nous livrait sa façon de voir les choses et sa vision avait le mérite de nous faire réfléchir. »

C'est en 1952 que sera mis sur pied Jacques S. Guillon &

JACQUES GUILLON : POUR LA RECONNAISSANCE DU DESIGN

Venez voir les nouveautés ! Le SIDIM réunit pour vous, pendant trois jours seulement, les conseillers de plus de 300 entreprises | Rencontrez-les en personne pour trouver des solutions à vos projets d'aménagement de résidence, de bureau et de commerce.

200 000 pi² d'activités | 300 exposants

Accessoires | Appareils sanitaires | Architectes | Armoires de cuisine | Arts et métiers d'arts | Audio, vidéo et informatique | Boiseries, escaliers, portes et fenêtres | Designers | Éclairage | Électroménagers | Institutions d'enseignement | Matériaux | Mobilier | Quincaillerie et robinetterie | Revêtements de fenêtre, muraux et tissus | Revêtements de sol

SIDIM

LE DESIGN EN PERSONNE

Le 13^e Salon International du Design d'Intérieur de Montréal :
24, 25 et 26 mai 2001, Place Bonaventure, Montréal.

- 24 mai 10 h à 18 h Professionnels et gens d'affaires
- 25 mai 10 h à 15 h Professionnels et gens d'affaires
15 h à 20 h Ouvert à tous
- 26 mai 10 h à 18 h Ouvert à tous

514.284.3636 | www.sidim.com



JACQUES GUILLON

Associates et son fondateur deviendra ainsi l'un des premiers praticiens en design industriel au pays. Sa firme offre aussi des services d'architecture, de design d'intérieur et de graphisme. Lorsqu'il prendra sa retraite, il laissera une entreprise parmi les plus renommées au Canada : G.S.M. Design (maintenant scindée en deux filiales, communication et produits de transport), un nom formé des initiales des trois principaux designers: Guillon, Smith et Marquart.

Plusieurs le reconnaissent, la grande force de Jacques Guillon a été de concevoir des produits qui ne vieillissent pas. La signalisation du métro de Montréal, entre autres, les trains eux-mêmes ou encore les panneaux lumineux pour les publicités.

« Ailleurs dans le monde, les métros ont l'air vieux alors que les équipements de M. Guillon ont gardé leur jeunesse », dit Michel Dallaire, qui a travaillé pour Jacques Guillon à des projets d'Expo 67 : le pavillon *L'Homme et la Vie* et *Habitat 67*.

« C'est un homme qui ne se satisfaisait jamais de la première idée, dit-il, il était très exigeant et amenait ses projets à un haut niveau. Son

objectif, c'était l'excellence. Je crois qu'en ce sens, il a été un modèle pour moi et beaucoup d'autres. »

Au long de sa carrière, Jacques Guillon a effectué plusieurs aménagements en design d'intérieur, a conçu une vaste gamme de meubles, dont la chaise Nylon, une chaise faite d'érable lamellé et de corde de nylon, et réalisé des programmes d'identité corporative et des produits reliés au transport.

On pourrait croire que sa plus grande fierté est l'aménagement de A à Z, fabrication de meubles inclus, du siège social d'Alcan à la Place Ville-Marie qui a lancé sa carrière. Ou encore le design de la carrosserie des trains du métro de Montréal, ce qui a permis de garder au Québec un contrat qui était destiné à des fabricants français.

Mais non, ce dont il est le plus fier, c'est la création de l'Association de design industrielle du Canada, fondée avec Julien Hébert et Henry Finkle, deux autres pionniers du design.

« Nous voulions donner un sens à cette profession. L'Association est toujours active, quoique divisée en

sections provinciales. Mais il reste encore du chemin à faire pour que les entreprises reconnaissent l'importance du design et cessent de s'en approprier le crédit au détriment des designers », de dire en terminant M. Guillon. ♦

PRIX SAM-LAPOINTE 2001

Le *Prix Sam-Lapointe* sera remis à un designer qui s'est illustré dans l'une des disciplines du design. Du nom de Anselme Lapointe, qui obtenait en 1984 le prix *Excellence de Design Canada* après une carrière de plus de 40 ans, ce prix remis par l'Institut de Design Montréal en collaboration avec la fondation J. Armand Bombardier vise à honorer un designer pour le caractère novateur, le dynamisme et la qualité du design de ses réalisations. Le jury est composé des personnes suivantes : Michel Branchaud, président du jury, président du Groupe Montaigne; Paul Bourassa, conservateur du Musée du Québec, Irène Cinq-Mars, doyenne de la faculté de l'aménagement de l'Université de Montréal; Jacques Lachapelle, vice-doyen aux études de l'École d'architecture de l'Université de Montréal; Gilles Robert, membre de l'Académie Royale du Canada et designer graphique; Lydia Sharman, Ph. D., *Chair of the Department of Design Arts and Associate Professor*, Université de Concordia; France Van Laethem, professeure au département de design de l'Université du Québec à Montréal. ♦

Les technologies de l'information appliquées aux solutions d'affaires

Certifiée ISO 9001

L'engagement c'est...

la **volonté de faire rayonner**
notre **créativité à travers le monde**

CGI est la plus grande entreprise canadienne indépendante de services en technologies de l'information et la 5^e plus importante en Amérique du Nord. Nous avons des bureaux aux États-Unis, au Royaume-Uni et dans plus de 20 pays à travers le monde. Plus de 10 000 professionnels, dont plus de 4 000 travaillent ici, au Québec, font partie de notre équipe. Ils offrent des services de qualité à plus de 2 500 clients provenant des secteurs privé et public.

Ce succès est largement attribuable à la place qu'occupe la créativité dans les solutions technologiques et d'affaires que nous proposons. L'innovation fait partie de l'engagement quotidien de nos professionnels envers nos clients. Nous avons à cœur de faire rayonner le savoir-faire des gens d'ici dans le monde entier.



erc e e c o m m e r c e e c o



25
ANNÉES
D'ENGAGEMENT

La force de l'engagement

Internet : www.cgi.ca
Montréal : (514) 841-3200

LES AFFAIRES

Le journal LES AFFAIRES est publié par :
Publications Transcontinental inc.
1100, boul. René-Lévesque Ouest,
24^e étage, Montréal H3B 4X9
Téléphone : (514) 392-9000
Télécopieur publicité : (514) 392-4723
Télécopieur rédaction : (514) 392-1586
Courriel pub. : pub@lesaffaires.com
Courriel réd. : redaction@lesaffaires.com

Ce cahier spécial est une
réalisation du journal LES AFFAIRES.

Éditeur et rédacteur en chef :
Jean-Paul Gagné

Directrice des cahiers spéciaux :
Claude-Sylvie Lemery

Conception graphique : Louise Rouleau
Textes et entrevues : Danielle Turgeon

Publicité :

Directrice des ventes : Joanne Proulx
Adjoint administratif : Normand Bergeron
Responsable aux ventes : Gyslaine Saucier
Téléphone : Montréal : (514) 392-9000
Toronto : (416) 340-8000
Vancouver : (604) 984-7176

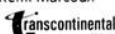
Tirage :

Directeur à l'abonnement :
François Blondin

(514) 392-2010 ou 1-800 361-7215
LES AFFAIRES (52 fois l'an) 1 an : 48,45 \$
2 ans : 72,68 \$ / LES AFFAIRES (52 fois
l'an) et Affaires PLUS (12 fois l'an) 1 an :
68,96 \$ 2 ans : 103,47 \$ (taxes incluses)

Administration :

Président : André Préfontaine
Vice-présidente, finances et
administration : Ginette Roy
Président du conseil : Rémi Marcoux



Membre du Groupe Transcontinental
G.T.C. Ltée

Impression : Imprimerie Transmag,
Division d'Imprimerie Transcontinental inc.

Répertoire dans l'Index des périodiques
canadiens. Envoi de Poste-publications-

Enregistrement n° 08185 Dépôt légal, biblio-

thèque du Québec : ISSN 0229-3404 Second

class USPS 004582, Champlain, N. Y.,

12919-1518. Il nous arrive de mettre notre

liste d'abonnés à la disposition d'entreprises

ou d'organismes qui proposent des produits

ou des services qui pourraient intéresser nos

lecteurs. Si vous ne voulez pas que votre

nom y figure, faites-le nous savoir par écrit,

en joignant une étiquette d'envoi de votre

journal ou magazine.

Exemplaires additionnels : (514) 392-2010

IDM

Institut de Design Montréal
Institute of Design Montréal

2001

PROMOTION

- > Prix IDM
- > Conférences
- > Expositions
- > Mois du design
- > Portail du design
- > Publications
- > Cité du design
- > SIDIM

VALORISATION

- > Recherche appliquée
- > Maillage
- > Expérimentation
- > Innovation
- > Éco-design

RAYONNEMENT
INTERNATIONAL

- > Conférences internationales
- > Genève
- > New-York
- > Séoul
- > Centres internationaux
- > Publications
- > Concours

IDM / 2001

PARTENAIRES PRINCIPAUX



COMMANDITAIRES



COLLABORATEURS

