

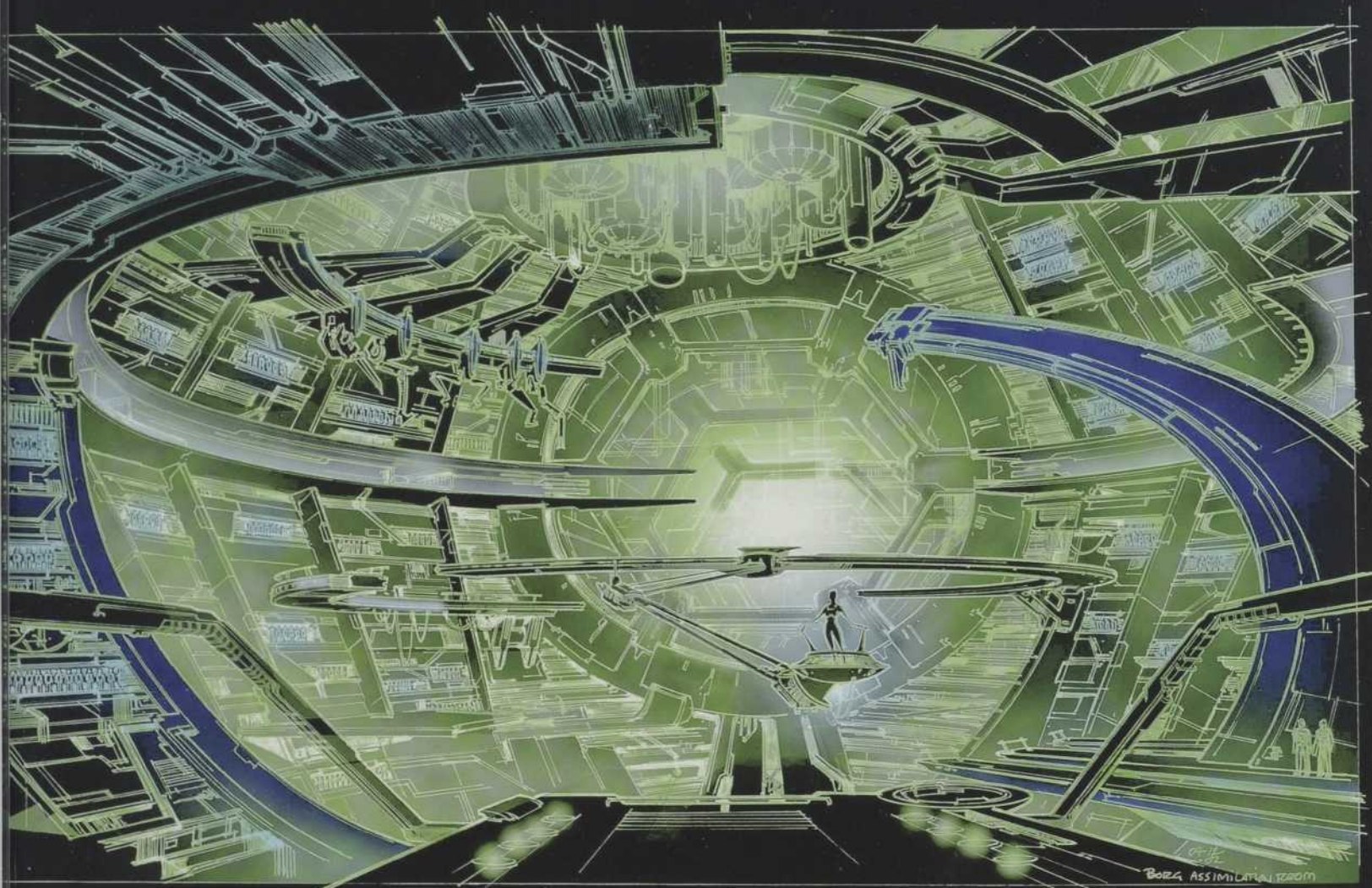
PER

7-799

BAnQ

AIRC

ARCHITECTURE-QUÉBEC



ARCHITECTURE, PAYSAGE & DESIGN

LE SAVOIR-FAIRE QUÉBÉCOIS À L'ÉPREUVE INTERNATIONALE

DEUXIÈME PARTIE

LE DESIGN INDUSTRIEL

LE DESIGN D'INTÉRIEUR

L'ARCHITECTURE DE PAYSAGE

153

NOVEMBRE 2010

Bon pour vos économies. Bon pour la planète.

Un pas de plus vers une belle planète en bonne santé

*Réduction de chauffage et de climatisation = Réduction de Co₂



Le seul système complet de fenêtres R5

L'ÉCO
FENÊTRE^{MC}

L'ingénierie
au service de
la nature^{MC}


Profils de portes et fenêtres Royal
La loi des 500000 grammes

1.800.361.9261 thermoplast.com



LE SOMMAIRE

5

ÉDITORIAL : LA MESURE DU SAVOIR-FAIRE QUÉBÉCOIS À L'ÉPREUVE INTERNATIONALE

VIRGINIE LASALLE & JEAN THERRIEN

L E D E S I G N I N D U S T R I E L

9

BIXI PARTOUT

YVES DESCHAMPS

10

LOUIS MORASSE, RENAULT, FRANCE

PIERRE BOYER-MERCIER

12

FRANCIS CAYOUILLE, IKEA, DANEMARK

PIERRE BOYER-MERCIER

14

DESIGN+COMMUNICATION

JEAN-FRANÇOIS MAJOR

16

LUC MAYRAND, CALIFORNIA, USA

PIERRE BOYER-MERCIER

23

LE DESIGN INDUSTRIEL AU QUÉBEC

CLOÉ ST-CYR

L E D E S I G N D ' I N T É R I E U R

25

JAIME BOUZAGLO : LA PETITE HISTOIRE D'UN GLOBE TROTTEUR QUI TRACE LÀ OÙ IL SE DOIT...

JEAN THERRIEN

29

TABLE RONDE : LE DESIGN D'INTÉRIEUR QUÉBÉCOIS SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE

VIRGINIE LASALLE & JEAN THERRIEN

34

ÆDIFICA

JEAN THERRIEN

L ' A R C H I T E C T U R E D E P A Y S A G E

40

L'ARCHITECTURE DE PAYSAGE AUX PORTES DU MONDE

JONATHAN CHA

Éditeur : PIERRE BOYER-MERCIER. COLLABORATION SPÉCIALE : JEAN THERRIEN, VIRGINIE LASALLE, JONATHAN CHA.
Membres fondateurs de la revue : PIERRE BOYER-MERCIER, PIERRE BEAUPRÉ, JEAN-LOUIS ROBILLARD et JEAN-H. MERCIER.
Comité de rédaction : PIERRE BOYER-MERCIER, RÉDACTEUR EN CHEF ;
JONATHAN CHA, YVES DESCHAMPS, STEPHAN KOWAL.
Production graphique : CÔPILIA DESIGN INC. / Directeur artistique : JEAN-H. MERCIER.

Représentants publicitaires (Sales Representatives) : SYLVIE LAUZON ET ASSOCIÉS.

Montréal : 32, de Matagami, Blainville, Québec, J7B 1W2 / Téléphone : (514) 747-0047 / Télécopieur : (450) 434-0051 / Sans frais (Toll Free) : 1-888-547-0047.

La revue ARQ est distribuée à tous les membres et stagiaires de L'ORDRE DES ARCHITECTES DU QUÉBEC,
aux membres de L'ASSOCIATION PROFESSIONNELLE DES DESIGNERS D'INTÉRIEUR DU QUÉBEC et aux étudiants en architecture au Québec.
Dépôt légal : BIBLIOTHÈQUE NATIONALE DU QUÉBEC et BIBLIOTHÈQUE NATIONALE DU CANADA. ISSN : 1203-1488.

© CÔPILIA DESIGN INC. : Les articles qui paraissent dans ARQ sont publiés sous la responsabilité exclusive de leurs auteurs.

Envois de publications canadiennes : contrat de vente #40037429.

ARQ est publiée quatre fois l'an par CÔPILIA DESIGN INC.

Les changements d'adresse et les demandes d'abonnement doivent être adressés à : CÔPILIA DESIGN INC., 21760, 4^e avenue, Saint-Georges, Québec, G5Y 5B8.

Téléphone pour la rédaction : (514) 343-6276, pour l'administration et la production : (418) 228-2269.

Abonnement au Canada (taxes comprises) : 1 an (4 numéros) : 36,12 \$ et 56,44 \$ pour les institutions et les gouvernements. Abonnement USA 1 an : 50,00 \$. Abonnement autres pays : 60,00 \$.

ARQ est indexée dans «Repères».

ARQ

ARCHITECTURE-QUÉBEC

NOVEMBRE 2010
NUMÉRO 153

Sur la page
couverture :
Star Trek The
Experience Borg,
dessin de Luc Mayrand.

Panneaux
architecturaux
de Vicwest

Une entière
liberté
de design



N'hésitez pas : mettez-nous au défi! Les panneaux et solins métalliques de Vicwest vous proposent une liberté totale de conception pour donner à tout bâtiment la finition qui le distinguera des autres. Avec des investissements considérables dans des installations clés d'un bout à l'autre du pays, nous pouvons vous offrir des bordures de toit, avant-toits et systèmes de gouttières dissimulés, avec rebords arrondis. Et qui plus est, dans une grande variété de matériaux et de finis. Communiquez avec l'équipe de concepteurs de Vicwest ou visitez notre site vicwest.com et cliquez sur « Design ».

Les possibilités de conception sont, pour le moins que l'on puisse dire, illimitées.



vicwest.com

 **vicwest**

RBQ: 8256-5821-32

[Sûr et Certain]^{MC}

de l'efficacité énergétique



CertainTeed fabrique et offre une gamme complète de produits d'isolation éconergétiques en fibre de verre ici au Canada. Cela inclut des isolants en nattes et en rouleaux, des isolants en vrac à souffler et des produits pour CVCA avec un minimum de 65 % de contenu recyclé et qui sont munis de la membrane pare-vapeur et pare-air intelligente révolutionnaire MemBrain^{MC}.

Avec plus de 100 ans d'expérience produisant des matériaux de construction de qualité, vous pouvez être **sûr et certain** que nos produits d'isolation vous offriront une performance exceptionnelle et l'efficacité énergétique peu importe le climat.

800-233-8990 • becertain.ca • <http://blog.certainteed.com>

TOITURES • PAREMENTS • GARNITURES • FENÊTRES • PATIOS • RAMPES • CLÔTURES
ISOLATION • GYPSE • PLAFONDS • FONDATIONS • TUYAUX

CertainTeed
SAINT-GOBAIN



Centura est ici.

CENTURA
Céramique | Porcelaine | Vinyle | Tapis

Architectes et designers, voici notre nouvel espace de travail et de présentation qui saura assurément vous inspirer pour créer, inventer et mieux penser. Unique à Montréal, uniquement chez Centura.

Design, déco, etcentura...

LA MESURE DU SAVOIR-FAIRE QUÉBÉCOIS À L'ÉPREUVE INTERNATIONALE

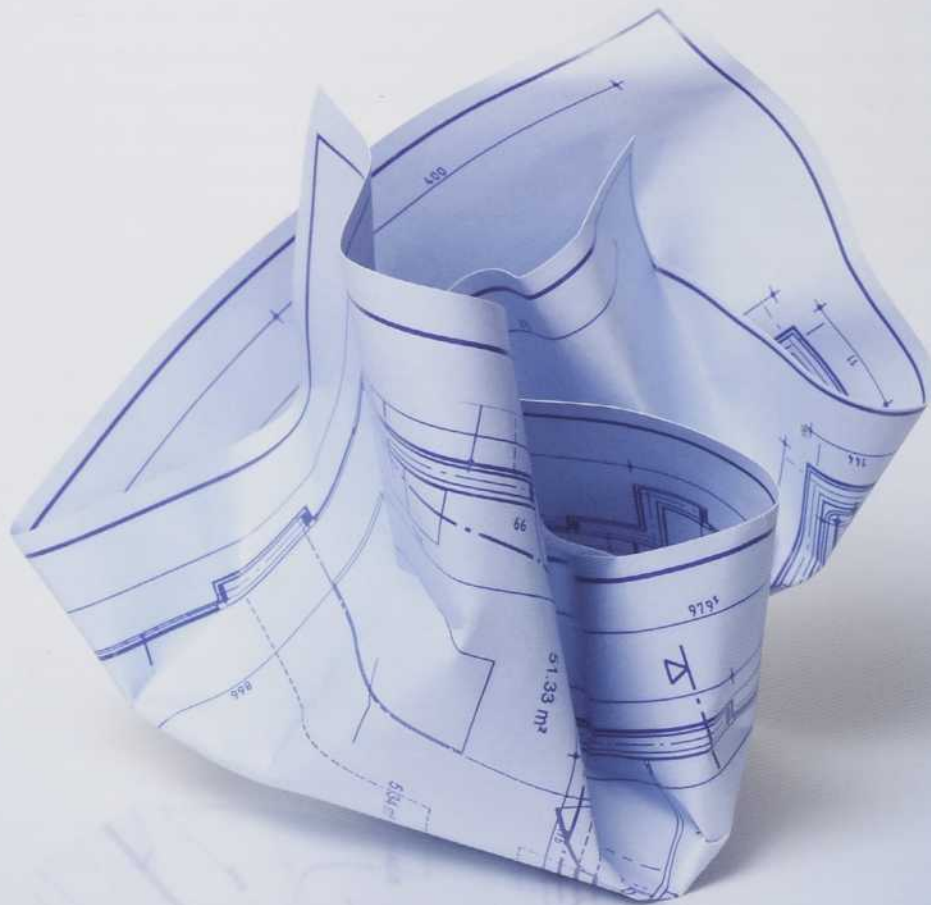
VIRGINIE LASALLE & JEAN THERRIEN

Le parcours engagé à la préparation du présent numéro de la revue *ARQ* avec thème *Le Québec à l'épreuve internationale* nous dirige tout droit en préalable au questionnement de la présence et de l'ampleur : sommes-nous véritablement sur la scène internationale, de quelle manière s'affirme-t-on et quelle est l'importance de l'exportation de nos savoirs en considération des marchés ouverts qui sont par définition partagés par une offre, elle-même définie par un spectre de haut niveau également issu de l'horizon international? On pourrait ainsi croire que notre expertise se mesure à l'étendue de l'autre dans un contexte d'économie globale et dans une certaine mesure, relativement fidèle aux attentes des prospectives les plus assidues. Nous nous sommes aventurés sur le potentiel à notre disposition pour essayer d'en dégager un niveau de réponse. Les prémisses nous semblent dégagées, l'investigation se détourne de sillon sur sillon et les issues acceptent aussi une part d'incertitudes. Nous avons pris le parti de la présomption en nous offrant une investigation ouverte à des tribunes variées et attribuées plus particulièrement au regard bilatéral de la condition du local vers l'international en sachant par ailleurs que les constats se mutent parfois en attributs de l'essor.

Nous posons le guide sur l'attitude et la posture de l'international en soulevant la notion de marché mis en relief par une capacité d'en morceler l'analyse pour en extraire les potentialités et se mettre au diapason de l'autre, de répondre à ses attentes en soulevant les impératifs de sa différence. Tous les interpellés sont unanimes face aux nécessités du langage universel et celles, tout aussi importantes, de la compréhension des enjeux reliés aux conduites du projet. Dans les prérogatives internationales, l'ère des communications dans laquelle nous sommes sollicite une disposition à s'élever au dessus de la médiane et nous avons très bien senti que les interlocuteurs portent cet appel à la distinction qui les attire indiscutablement sur le terrain de la concurrence internationale. Bien sûr, les facteurs de distinction vont toucher des variances d'échelles, d'attributs et de significations : la signature et sa convenance à la prestation de design, l'expertise dans un domaine directement touché par l'intervention de design, la capacité de résilience associée à l'efficacité de l'ensemble d'une opération. Elles sont toutes et parties assujetties aux impératifs de l'économie mercantile et bien au-delà des prétentions vertueuses, le succès de l'un se mesure aussi au succès de l'aboutissement. Indiscutablement, la compétence et l'expertise coffrent les assises du combattant et s'en dégage en termes de valeur, la capacité de l'expertise d'ici à livrer la marchandise à l'intérieur des prescriptions de l'efficacité. Plus encore, les défis de la complexité actuelle des adresses du projet de design régissent une expertise qui se noue à l'infrastructure des réseaux, interconnectée tout autant aux marges du projet qu'aux effectifs de nécessité de l'instrumentation de l'intervention projetée. La vitesse de réaction a ses exigences de résultat et l'opération internationale va également concourir à la maniabilité des communications sous toutes ses formes. Leur domestication ouvre la voie du labyrinthe au déploiement de diffusion sans frontières et d'issues exponentielles. L'œuvre devient elle-même circonscrite dans l'orchestration médiatique, devenue nécessité de la consécration et source de régénération de la prochaine destination. Ceux qui saisissent cette amplitude se dévoilent au statut de l'universel en adoptant aussi son langage, ses codes et ses représentations.

Nous considérons désormais l'unité de la diversité en soutien de l'aventure d'ailleurs pour en débusquer le secret et s'en emparer au profit de l'authenticité pour que rejaillisse au lointain le fruit cultivé avec beaucoup d'ardeur.

Les «blues»?



**INSPIRATION^{MD} PAR JELD-WEN,
POUR LES ARCHITECTES.**

Des Centres de Design et un site Internet conçus pour maximiser votre productivité. Alimenter votre inspiration avec des produits et des outils développés pour innover et performer.

INSPIRATION



www.jwinspiration.ca

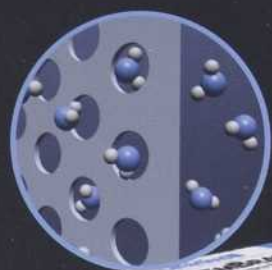
JELD-WEN
PORTES ET FENÊTRES

800-233-
EXTÉRIE
INTÉRIE



NE RETENEZ PAS VOTRE SOUFFLE

Voici **MEMBRAN**. La solution de recharge intelligente au poly de 6 mil.



MemBrain^{MC} est le seul pare-vapeur qui permet à l'excédent d'humidité de s'échapper.



MemBrain^{MC} est un pare-vapeur et pare-air novateur conçu pour permettre à l'humidité de s'échapper et garder les murs au sec toute l'année.

Le poly de 6 mil traditionnel n'étant pas perméable, l'humidité est donc emprisonnée dans les cavités murales. Lorsque le taux d'humidité augmente dans ces cavités, MemBrain^{MC} s'adapte en devenant plus perméable, ce qui permet à l'humidité de s'échapper et réduit la moisissure et les risques qui y sont associés.

Cette technologie éprouvée en Europe depuis plus de dix ans a récemment été introduite au Canada (CCMC 13278-R).

MemBrain^{MC} est une solution de recharge intelligente au poly. Il peut être utilisé comme pare-vapeur et comme pare-air intérieur continu. Ne vous en faites donc plus avec la moisissure. Prenez une grande inspiration, demandez MemBrain^{MC} et **soyez certain** d'avoir fait le bon choix.

[**Sûr et Certain**]

800-233-8990 • certainteed.com/membrain

CertainTeed
SAINT-GOBAIN

EXTÉRIEUR : TOITURES • PAREMENTS • FENÊTRES • CLÔTURES • RAMPES • MENUISERIE PRÉFABRIQUÉE • PATIOS • FONDATIONS
TUYAUX

INTÉRIEUR : ISOLATION • GYPSE • PLAFONDS

UNE MAISON ÉCOÉNERGÉTIQUE ET DOUILLETTE COMMENCE AVEC LE ROSE



- Idéal pour la rénovation, les rallonges et les constructions neuves
- Résistance à l'humidité et durabilité exceptionnelles
- Économisez jusqu'à 28 % sur les coûts de chauffage et de climatisation*
- Admissible aux subventions offertes par les gouvernements fédéral et provinciaux
- Pouvoir isolant éprouvé
- Efficacité énergétique exceptionnelle
- Plus de 70 % de matières recyclées
- Améliore le confort de la maison
- Facile à installer
- Non combustible
- La tranquillité d'esprit pour votre famille

Pour savoir pourquoi l'isolant FIBERGLAS® ROSE™ est l'isolant préféré[†] de la plupart des propriétaires au Canada, communiquez avec le directeur des ventes Owens Corning de votre localité.

www.owenscorning.ca



MIEUX VIVRE GRÂCE À L'INNOVATION™

† Étude: Léger Marketing 2009. LA PANTHÈRE ROSE™ & © 1964-2010 Metro-Goldwyn-Mayer Studios Inc. Tous droits réservés. La couleur ROSE est une marque déposée d'Owens Corning. * Les économies réelles dépendent du niveau d'isolation original, du climat, de la taille de la maison, des fuites d'air ainsi que des habitudes d'utilisation d'énergie et de vie personnelles. Le contenu de 70 % de matières recyclées est basé sur le contenu moyen en verre recyclé de tous les isolants en fibre de verre en matelas, en rouleaux et en vrac sans liant d'Owens Corning fabriqués au Canada. Le logo GREENGUARD Qualité de l'air des locaux certifiée® est une marque de certification enregistrée utilisée sous licence par le biais du GREENGUARD Environmental Institute. L'isolant ROSE d'Owens Corning est certifié par GREENGUARD pour la qualité de l'air à l'intérieur des locaux, à l'exception des isolants en vrac avec liant. ©2010 Owens Corning. Tous droits réservés.

BIXI PARTOUT

YVES DESCHAMPS, HISTORIEN DE L'ARCHITECTURE



Ce numéro d'ARQ ne prétend pas épuiser le sujet de la pratique des concepteurs québécois à l'étranger. Bien des champs restent à explorer, tant les domaines du design se sont élargis au cours des dernières décennies. Cela nous fournira peut-être l'occasion d'autres incursions sur des territoires proches de l'architecture, notre port d'attache. En effet, le phénomène est intéressant en soi, mais en outre, il pose fréquemment le problème des frontières disciplinaires et professionnelles de plus en plus souvent franchies dans toutes les directions par des pratiques mixtes.

Même dans le champ, déjà ancien, du design industriel, il aurait sans doute fallu évoquer la pléiade de designers québécois qui occupent une place appréciable dans l'industrie automobile mondiale : Simon Lamarre chez Volvo, Karim Habib chez Mercedes, Dany Garand chez Audi et d'autres...

ARQ a consacré à Michel Dallaire l'essentiel de son numéro 151 (avril 2010), pourtant, il est impossible de ne pas rappeler ici l'un des succès les plus évidents du design québécois à l'échelle mondiale. Ce succès appartient sans doute à la Société de vélo en libre-service de Montréal qui a conçu et lancé l'opération Bixi et qui, désormais, poursuit à travers le monde l'expansion de ce que Jonathan Cha appelait l'«univers Bixi»¹, mais le travail de Dallaire a notablement contribué au succès de ce système de transport urbain public, souple et non-polluant en lui donnant une forme concrète à la fois pratique, discrète et harmonieuse.

En collaboration avec plusieurs firmes québécoises : Cycles Devinci pour la conception des bicyclettes et de nombreuses autres pour les composantes électroniques et métalliques des autres éléments du système².

Appuyé sur un succès montréalais qui ne se dément pas depuis l'inauguration de 2008, la Société a lancé, à l'échelle mondiale, une opération de recherche de marchés qui a donné plusieurs résultats positifs... et, de nouveau, du travail à plusieurs de ses partenaires québécois dont le designer Michel Dallaire.



Bicyclettes du Barclays Cycle Hire Scheme, la version londonienne de Bixi

À ce jour, les villes étasuniennes de Boston, Minneapolis et Washington/Arlington, ainsi que le campus de Washington State University, à Pullman, état de Washington et la ville australienne de Melbourne, se sont équipées du système montréalais de vélos en libre service, mais le succès le plus remarquable et le plus prometteur est celui du Barclays Cycle Hire qui a été inauguré le 30 juillet dernier dans la métropole et capitale du Royaume-Uni.

Londres dispose, dans un premier temps, d'environ 6000 vélos répartis dans 400 stations et le réseau sera vraisemblablement élargi dans l'avenir. Semblable, en gros, au système montréalais, son frère londonien a pourtant exigé de nombreuses modifications pour s'adapter au climat et à d'autres conditions particulières. Par exemple, le Cycle Hire fonctionnera toute l'année. Ses stations ne sont pas mobiles, mais installées à poste fixe. Elles sont branchées sur le secteur et ne comportent pas de panneaux solaires. Il a donc fallu reprendre leur dessin et c'est Michel Dallaire qui en a de nouveau été chargé.

Bixi n'est pas la première incursion de Michel Dallaire hors des frontières du Québec. Dès 1987, il dessinait la lampe «Picolo» pour la société Luxo de Suède et, plus récemment (1998-2005), un moniteur de son et de mouvements pour la société étasunienne Angelcare ou un spectromètre infrarouge pour la suédoise ABB.

NOTES

1. Jonathan CHA, «Michel Dallaire : Designer de l'univers Bixi», ARQ n° 151, mai 2010, p. 22-25.
2. Ibid. p. 24.

LOUIS MORASSE, DESIGNER INDUSTRIEL RENAULT, FRANCE

PROPOS RECUEILLIS PAR PIERRE BOYER-MERCIER

Louis Morasse a reçu le titre de bachelier en design industriel de l'Université de Montréal en 1984. Ses premières expériences dans le domaine du design industriel se sont déroulées chez Bombardier de 1985 à 1987. Il y a été le concepteur de l'intérieur et de l'extérieur du projet Venus, une micro-automobile de 2+1 passagers installée sur une plateforme de voiture japonaise. Il est également, chez Bombardier, l'auteur d'une motomarine Sea-Doo à deux places, du design intérieur du BR-400, une dameuse de pistes de ski. Il a aussi collaboré au concept et au développement du véhicule «Half-Track» pour l'Expo 86 de Vancouver. Promu vice-président de la division Design de produits récréatifs de 2001 à 2005, il assumait la charge de 5 studios de design au Québec et en Floride avec un effectif de 35 personnes et un budget annuel de 3,5 millions de dollars. Ces studios étaient affectés au développement de concepts avancés, de nouveaux produits, de la coloration et de la maintenance annuelle des lignes de produits.

ARQ

Louis Morasse, comment votre parcours vous a-t-il amené à l'étranger?

LOUIS MORASSE

Comme j'avais conçu trois projets de transport à l'université et qu'à ce moment-là l'École de design industriel était affiliée à l'Université de Technologie de Compiègne en France, j'ai bénéficié d'un stage d'études de 6 mois chez Peugeot à Cergy-Pontoise en France. Cette expérience m'a confirmé dans mes intentions de poursuivre éventuellement ma carrière en Europe. Suite à ma première expérience chez Bombardier, j'ai donc expédié une vingtaine de portfolios en France et en Italie où j'ai été invité à l'automne 1987 à passer plusieurs entrevues. Suite à ces entrevues, j'ai été embauché en 1988 chez Renault à Rueil-Malmaison en France où pendant 5 ans j'ai travaillé au design de l'intérieur de la première Renault Mégane Berlina, Coupé et Familiale. Tout a débuté, en somme, par ce stage chez Peugeot.

ARQ

Avez-vous reçu une formation particulière qui vous a dirigé vers votre travail ou vos responsabilités actuelles?

LOUIS MORASSE

Non. Par contre j'ai travaillé dans des grandes entreprises où j'ai reçu de la formation dans divers domaines : techniques, management, qualité...

ARQ

Dans votre domaine, quelles sont les écoles les plus reconnues dans le monde?

LOUIS MORASSE

À l'international, le *Art Center College* de Pasadena et le *Center for Creative Studies* de Détroit se situent parmi les meilleures mais elles sont rapidement rattrapées par d'autres écoles comme le *Strate Collège* de Paris ou le *Pforzeim* en Allemagne. Les écoles asiatiques sont en plein essor...

ARQ

...et la suite de votre parcours?

LOUIS MORASSE

De 1994 à 2001, toujours en France, j'ai été employé chez *General Electric Medical Systems* (maintenant connu sous le nom de *GE Healthcare*) à Buc en région parisienne. Là, j'y ai travaillé au concept d'équipement de radiographie, de radiologie vasculaire, de mammographie, d'échographie et d'interfaces utilisateurs. Après mon deuxième passage chez Bombardier, j'ai réintégré la France où, chez Renault, je suis devenu directeur design des véhicules utilitaires qui comprennent trois lignes de produits : la Kangoo, la Trafic et la Master.

ARQ

Pouvez-vous comparer les conditions de travail dans lesquelles vous avez travaillé au Québec avec celles qui sont les vôtres actuellement?

LOUIS MORASSE

Dans le domaine de l'automobile, le design est vraiment stratégique et la concurrence énorme : les studios de design sont pourvus d'un nombre impressionnant de designers et de maquettistes (physique et numérique) avec tous les moyens de support nécessaires. Les moyens techniques sont énormes en termes de calculateurs d'ordinateurs et de surfaces en mètres carrés alloués à ces studios. La position que j'occupais chez Bombardier Produits récréatifs pouvait s'en approcher mais à une tout autre échelle : c'est comme tenter de comparer la Ligue de hockey junior-majeur à la Ligue Nationale. Les moyens mis à notre disposition sont incomparables, les produits sont plus complexes, la réglementation est plus contraignante et les exigences des clients en matière de style, de qualité perçue, de robustesse et de durabilité sont plus grandes. Et ce, sans compter les multiples exigences supplémentaires dictées par les clients professionnels des véhicules utilitaires.





ARQ
Le savoir-faire québécois est-il reconnu à l'Étranger?

LOUIS MORASSE

Dans le domaine de l'automobile pas vraiment. Mais il faut dire que la nationalité des designers n'a pas d'importance de toute façon. Seuls le talent et les compétences acquises par la suite ont une réelle importance. Par contre la formation que j'ai reçue à l'Université de Montréal où se confrontaient la théorie et la pratique m'a beaucoup servi en comparaison des cursus formatés qui sont enseignés dans les écoles vouées exclusivement au design de l'automobile.

ARQ

Pouvez-vous me décrire brièvement l'entreprise où vous travaillez présentement?

LOUIS MORASSE

Renault est un fabricant d'automobiles de 120 000 employés dont 460 sont affectés à l'équipe de design. Renault affiche trois marques : Renault, Dacia et Renault Samsung Motors située en Corée. Notre compagnie fait partie de l'Alliance Renault-Nissan, elle possède 25% d'AvtoVAZ (Lada) en Russie et, plus récemment, elle a signé un accord stratégique avec Daimler pour la construction d'une petite voiture, de véhicules utilitaires et pour la fourniture de moteurs. La division de Design Renault est installée au Technocentre près de Paris où travaillent environ 350 personnes. Les autres sont réparties dans nos centres de design à l'international, à Sao Paolo, à Mumbai, Bucarest et Séoul. Là, une centaine de designers internationaux et autant de maquetistes physiques et numériques travaillent à l'élaboration de prototypes. Le Technocentre de Paris accueillera à terme près de 14 000 personnes qui se consacreront à la recherche, au développement, au marketing et à la construction de prototypes.

ARQ

Quelle est la spécificité de votre travail?

LOUIS MORASSE

La direction du design est centrée autour des métiers de design intérieur et extérieur, des couleurs et matières, du graphisme et HIM. J'anime donc «transversalement» ces différents métiers qui conçoivent les véhicules utilitaires de Renault. La gestion des programmes est exécutée par un directeur de programmes qui anime ses quatre «mousquetaires» : le directeur de la gamme de produits, le directeur du design, le directeur

technique et le directeur marketing. Une planification de développement s'étend sur environ 36 mois et constitue en elle-même un sacré exercice de compromis, d'arbitrages, de gestion des priorités... entre le ticket d'entrée, le prix des pièces, la faisabilité technique et l'industrialisation. Je suis membre du comité de direction du Design industriel ainsi que du comité de direction des véhicules utilitaires. Le Fourgon Renault Master qui existe en 3 longueurs, 3 hauteurs, 25 silhouettes et plus de 350 versions en tout est mon dernier produit mis en marché : sacré casse-tête...

ARQ

Quel est le plus grand défi que peut rencontrer un designer dans votre domaine?

LOUIS MORASSE

Dans le domaine de l'automobile, la place du style est prépondérante : le premier défi d'un designer est d'abord celui d'acquiescer toutes les compétences techniques au fur et à mesure des développements des projets pour pouvoir sans cesse progresser. Le deuxième est celui de garder à l'esprit que le style, si important, est souvent l'affaire de jeunes designers qui créent sans se préoccuper à priori des contraintes techniques liées à la production. Savoir gérer l'alliance «junior/sénior» est la clé du succès pour des organisations comme la nôtre.

ARQ

Quels sont les designers qui vous ont le plus inspiré dans votre domaine?

LOUIS MORASSE

Durant ma formation, Alain Dardenne, Michel Swift et Jean Labbé m'ont fortement inspiré. Jean Labbé, chez Bombardier m'a montré à dessiner. Gérard Asensio et Milen Milenovich chez Renault et Lawrence Murphy chez GE Healthcare ont été des grands inspirateurs. Tous ces hommes savaient partager leur savoir et m'ont surtout appris à constamment me remettre en question.

En haut de la page ;

- Intérieur Renault Kangoo be bop

En bas, de gauche à droite :

- Gamme Renault Kangoo Utilitaires

- Renault Master

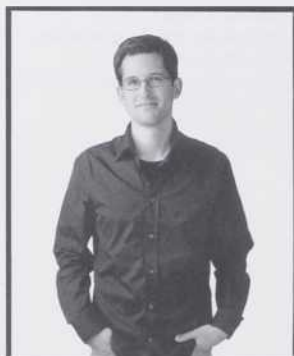
- Renault Master

- Renault Kangoo be bop



PROFIL D'UN DESIGNER
FRANCIS CAYOUCETTE
UNIT 10 DESIGN / IKEA, DANEMARK

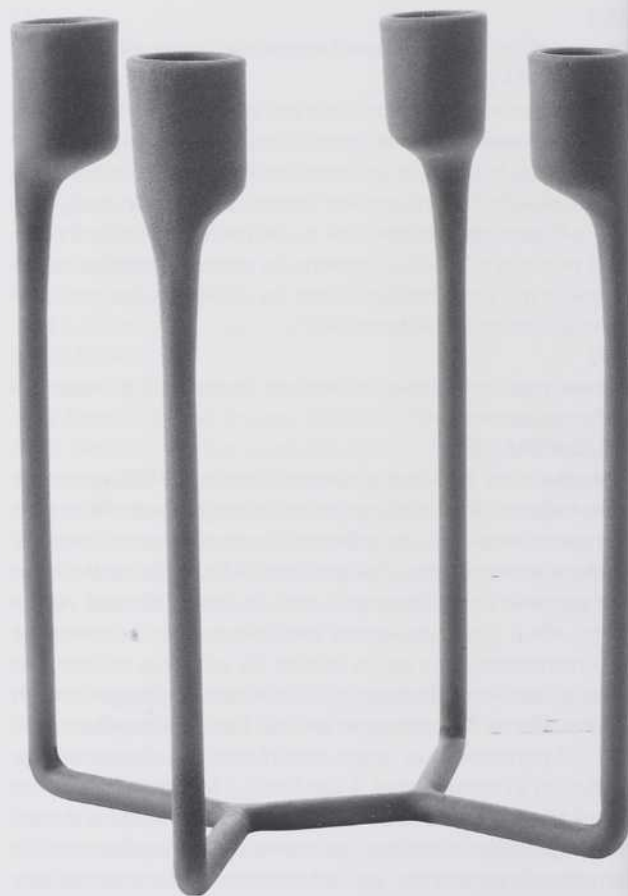
PROPOS RECUEILLIS PAR PIERRE BOYER-MERCIER



Francis Cayouette, après une technique de Design industriel au Cégep du Vieux-Montréal, s'est inscrit à l'École de design industriel de l'Université de Montréal d'où il a diplômé en 1994. Au cours de ses études il s'est retrouvé à ENSCI Les Ateliers à Paris pour y effectuer un stage de 6 mois et de même il a travaillé à temps partiel chez Morelli Designers, une agence de Montréal. «Mon expérience à Montréal a été des plus enrichissantes, précise-t-il. C'est là que j'ai acquis un sens plus global du développement du point de vue du langage commercial et technique, ce qui me permet aujourd'hui d'intervenir à un niveau beaucoup plus stratégique avec mes clients». Après l'obtention de son diplôme en 1994, il poursuit cette fois à plein temps, à l'agence de Michel Morelli jusqu'en 1999.

Paradoxalement, ce n'est ni son grand intérêt pour le design et la culture scandinave ni une grande envie d'aventure qu'il voulait assumer qui l'amènera à Copenhague, mais la venue d'un premier enfant avec son épouse danoise qui désirait se rapprocher de sa famille. Il devient, dès son arrivée au Danemark, designer consultant pour IKEA of Sweden où il travaille, en collaboration avec la marque Normann Copenhagen, au design de divers produits de mobilier et d'accessoires pour la maison. Il participe également, à travers sa firme indépendante Unit_10 design au développement stratégique de projets à long terme.

Pour Francis Cayouette, le travail de designer au Québec doit souvent s'accompagner d'un travail d'éducation pour expliquer les bénéfices du design auprès des compagnies : on s'attend à ce que celui-ci prenne aussi le rôle de promoteur pour la mise en marché et celui de technicien pour résoudre les moindres détails de la production. Il en est tout autrement en Scandinavie qui jouit d'une longue tradition en la matière et où le rôle du design est reconnu et bien intégré dans le processus de développement des objets. Les compagnies font généralement appel à un designer et possèdent, à l'interne, une équipe qui s'occupe du développement des produits et même de la formation des techniciens. Les designers peuvent ainsi consacrer leur temps à ce qu'ils savent le mieux faire c'est-à-dire concevoir. Chez IKEA le plus grand défi auquel Francis Cayouette se mesure demeure celui de créer, par son travail, un réel impact sur le développement durable et sur la société.



Sur cette page, divers éléments de la collection de chandeliers HEIMA, pour Ikea





DESIGN+COMMUNICATION

JEAN-FRANÇOIS MAJOR

DE TERRE DES HOMMES À SHANGHAI

Après plus de quarante ans d'expérience, la firme Design+Communication s'est taillée une réputation de chef de file international en planification et en design d'environnements interactifs dédiés à l'éducation dans les musées, centres de sciences et expositions universelles.

Design+Communication a été fondée en 1970 suite à Expo 67, par Jean St-Cyr qui était le designer responsable des pavillons restants et Jacques Roy, un de ses collègues à l'époque. Dès lors, et encore aujourd'hui alors que de nouveaux partenaires ont pris l'agence en charge, D+C s'est mis en quête d'expertises diversifiées et de concepteurs reconnus dans leur champ de pratique respectif et c'est avec le soutien de gestionnaires et d'administrateurs chevronnés que l'agence s'est développée. Le bureau de Montréal est aujourd'hui dirigé par trois associés : André Bilodeau, président, Jean-François Major, vice-président / design et développement, associés à D+C en 1989 et Hélène Bertrand, vice-présidente / gestion de projet et administration, associée depuis 2000. D+C compte une quinzaine d'employés à Montréal et deux à Shanghai.

L'EXPÉRIENCE DE D+C À L'ÉTRANGER

L'aventure internationale de D+C débute à la fin des années 1980, d'abord en Europe puis rapidement aux États-Unis, à la suite d'une étude de marché qui conduira à un partenariat avec une firme américaine durant une quinzaine d'années et qui permettra à D+C d'établir une forte présence sur le marché américain. Déjà à la fin des années 1990, l'essentiel des activités du bureau portait sur des projets muséaux implantés en sol américain.

L'exposition *Our Lives* présentée au *National Museum of the American Indian* situé tout près du Capitole à Washington et parrainé par le Smithsonian Institution est sans doute l'une des réalisations dont nous sommes les plus fiers.

Avec le nouveau *Please Touch Museum at Memorial Hall* de Philadelphie, récipiendaire du prestigieux *Themed Entertainment Association Award (TEA)* en 2010, le *Museo de Los Ninos* de Buenos Aires, *Exploris* à Raleigh en Caroline du Nord et plusieurs autres musées du genre, D+C a acquis la position enviable de grand spécialiste nord-américain des musées pour la famille et les enfants.

L'expertise acquise lors du mandat de réalisation des aménagements muséographiques inauguraux de *Insectarium de Montréal*, du *Biodôme* et du pavillon d'accueil du *Jardin Botanique de Montréal* est à l'origine du mandat octroyé à la firme pour la conception de *Insectarium Audubon* de la Nouvelle-Orléans, pour lequel D+C a reçu le TEA Award en 2009. La chaîne de télévision CNN lui a aussi décerné un prix en 2010 en désignant *Insectarium* comme l'un des cinq meilleurs centres de science en Amérique.

Depuis la création de la Biosphère, premier centre de veille environnementale sur le Saint-Laurent et les Grands Lacs, D+C s'affaire à développer une pratique de design plus verte et à parfaire ses connaissances en matière de développement durable. Cette expertise sera mise à profit dans la création des outils d'interprétation de la future Maison du développement durable qui ouvrira ses portes en 2011.



INNOVATION DANS L'APPLICATION DES OUTILS TECHNOLOGIQUES

Le temps et les efforts investis par D+C dans la recherche et le développement constituent une des assises de l'expertise de l'entreprise et de son succès à l'étranger.

Ainsi D+C s'est taillée, au fil des ans, une réputation enviable dans le domaine des technologies de diffusion. Notre équipe demeure à la fine pointe des innovations en participant régulièrement aux événements et foires technologiques internationales et en expérimentant et développant de nouveaux médias.

Membre de l'association des producteurs multimédias du Québec depuis sa fondation, D+C a aussi conçu et produit plusieurs spectacles multimédias d'envergure dans des musées tant au Canada qu'à l'étranger.

Les nouvelles expositions présentées aux visiteurs du Technoparc agroalimentaire international du Yunnan (Qujing en Chine) dont l'ouverture est prévue au printemps 2012 sont un excellent exemple des approches préconisées par D+C. Ces expositions, qui totalisent plus de 8000 m² et qui sont implantées dans plus d'une vingtaine de pavillons ainsi qu'un village chinois traditionnel, seront sensibles aux principes du développement durable afin de respecter et refléter les approches prônées par les différents professionnels et entreprises canadiennes et européennes associés au projet. Les expositions sont conçues comme des plateformes interactives destinées à expliquer et faire comprendre ces différentes technologies, à faire saisir les réalités environnementales associées à celles-ci et leur impact sur la productivité agroalimentaire dont un des principaux objectifs est l'amélioration du bien-être et de la qualité de vie des citoyens du Yunnan.

PLANIFIER AUJOURD'HUI LES MUSÉES DE DEMAIN

D+C croit à l'importance de définir une approche globale, un fil conducteur cohérent qui rassemble toutes les composantes au profit d'une meilleure communication des messages et du contenu thématique pour créer une expérience intégrée.

Parce que «faire c'est apprendre», les expositions de D+C sont conçues comme des plateformes dotées de stimulateurs ou de manipulations interactives individuelles ou collectives, et de jeux multimédias qui favorisent la participation du public. Ces plateformes sont conçues comme des théâtres où se déroulent des scénarios plutôt que des expositions statiques. Des dispositifs évolutifs assurent un maximum de connectivité et de polyvalence pour s'adapter à des utilisations non prévues au programme fonctionnel initial ainsi qu'à l'évolution même des institutions muséales.

D+C valorise l'utilisation des technologies numériques qui ont le potentiel de personnaliser la visite muséale. Dans des expositions, D+C met en valeur les médias qui initient, prolongent et complètent cette expérience. Le visiteur peut ainsi prendre des photos, des capsules vidéo et autres contenus et les envoyer chez lui ou les partager par courriel avec des amis à partir des plateformes d'exposition. Cet échange d'information sur mesure assure la fidélisation de la clientèle des musées en l'incitant à renouveler régulièrement son expérience en la continuant à la maison à partir de son ordinateur personnel. Cette expérience hypermédia déborde du cadre physique du musée en s'adressant à la communauté internationale des internautes pour l'inviter à demeurer en contact avec l'institution en entretenant des liens et des échanges soutenus avec elle. Planifier aujourd'hui, c'est aussi contribuer à l'évolution des musées de demain.

1. Exposition Our Lives, National Museum of the American Indian, Washington (DC)
2. Le spectacle From Yunnan to you présenté au futur Technoparc agro-alimentaire du Yunnan
3. Zone d'introduction du pavillon d'accueil du futur Technoparc agro-alimentaire du Yunnan
4. Matrice de conception des activités de la plateforme d'exposition de la Cité Innovation, Grenoble, 2005
5. Exposition The Street, Peoria Riverfront Museum



3



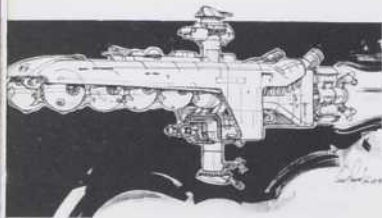
4



5

LUC MAYRAND, CREATIVE DIRECTOR, SHOW PRODUCER WALT DISNEY IMAGENEERING CALIFORNIA, USA

PROPOS RECUEILLIS PAR PIERRE BOYER-MERCIER



Ci-dessus, de haut en bas :

- Babylon 5, Hyperion, dessin : Luc Mayrand
- Disneyland New Space Mountain, intérieur
- Mission Space, Disney

Luc Mayrand détient le diplôme de bachelier en sciences de l'Université de Montréal dans la discipline du design industriel. Il a poursuivi ses études à l'Art Center College of Design de Pasadena en Californie où il a reçu une formation spécialisée en *Transport Design*. Il œuvre depuis douze ans dans une des divisions de la *Walt Disney Company*, connue sous l'appellation de *Walt Disney Imagineering* qui est située à Glendale en Californie. Il assume la charge de la création, du développement et de la production de tous les centres de villégiature, des parcs d'attraction, des spectacles et des constructions des hôtels et des navires qui sont la propriété de la compagnie. En somme, il est responsable d'une grande partie des parcs thématiques de Disney. La division de la *Walt Disney Imagineering* compte près de 1 000 employés dont 200 font directement partie de l'équipe de création composée de directeurs de la création, de designers, d'écrivains, d'architectes, d'ingénieurs, d'éditeurs, d'acteurs, d'opérateurs, de restaurateurs, de professionnels de la scène et de la production, etc. Luc Mayrand, pour sa part, fait partie d'un groupe sélect de 12 personnes qui sont des directeurs de la création.

ARQ

Votre formation en «Transport design» vous a-t-elle dirigé vers vos occupations actuelles?

LUC MAYRAND

Dès ma sortie de l'Art Center of Design, j'ai changé de cap. Mes intérêts se sont portés vers le film, plus précisément le design de concepts, la fabrication d'objets et d'effets spéciaux. Le design de concepts enseigné à l'Art Center portait principalement sur les produits et sur les véhicules. L'enseignement de «entertainment design» design de divertissement n'existait pas il y a 25 ans. Aujourd'hui, un département entier où j'enseigne y est consacré.

Par contre, ce que j'ai appris à l'Université de Montréal, ce sont les méthodes d'analyse et d'approches aux problèmes complexes auxquelles on m'a initié et qui me servent encore. Elles me permettent d'assembler et de diriger des équipes multidisciplinaires et des équipes de plans d'affaires. Puisqu'on parle de formation, je tiens à préciser que mes occupations actuelles m'ont permis d'acquérir de nouvelles connaissances dans des domaines tels que l'architecture, les sciences de l'environnement, en art dramatique et en performances humaines.

ARQ

Dans votre domaine de compétence, y a-t-il d'autres écoles qui sont reconnues mondialement?

LUC MAYRAND

Je ne crois pas. Ceux qui travaillent présentement avec moi ont reçu des enseignements diversifiés qu'ils finissent par harmoniser et enrichir au contact des particularités de notre travail. Plusieurs écoles donnent des formations de base qui ne sont pas directement reliées à notre domaine mais qui sont utiles et adaptables. L'Art Center enseigne maintenant la conception et la présentation, mais une autre école comme le Carnegie Mellon forme de bons designers en interactivité. Les écoles d'architecture initient leurs étudiants au travail en équipe et aux dimensions techniques des réalisations. Les architectes et les ingénieurs se divisent d'ailleurs en deux groupes : les équipes de conception et les équipes de développement/production. Les premiers savent concevoir des idées rapidement et les re-

présenter clairement tandis que les seconds démontrent des aptitudes en développement, en suivi et au niveau du détail. On pourrait qualifier d'éclectique le cheminement de nos collaborateurs. C'est aussi mon cas dans un certain sens : après quelques années où j'ai travaillé dans le domaine du film et de la télévision en concept et effets spéciaux, j'ai travaillé avec un producteur indépendant ce qui m'a amené à faire des spectacles pour l'Europe et l'Asie, ainsi que pour Universal et Paramount aux États-Unis — cela pendant que je poursuivais mon travail de concepteur pour des films, séries télévisées et jeux. *Starship Troopers* et *Babylon 5* en sont deux exemples parmi d'autres. C'est après toutes ces bifurcations que l'opportunité de travailler chez Imagineering s'est présentée.

ARQ

Quelles sont les raisons qui vous ont incité à quitter le Québec?

LUC MAYRAND

Au début de ma carrière, il y avait peu de travail de design dans le domaine du divertissement au Québec ou au Canada d'ailleurs, à ce que je sache. Comme j'étais envoûté à l'époque par le travail des nouveaux «film-makers» qui produisaient des films comme *Star Wars* et *Alien*, je me suis mis à rêver de travailler pour le grand divertissement à Hollywood. Pour un gars de 17 ans qui dessinait des vaisseaux de l'espace dans le sous-sol de ses parents, c'était pur fantasme.

C'est en furetant à la bibliothèque de l'Université de Montréal que j'ai appris qu'un artiste de films que j'admirais particulièrement, Syd Mead, était passé à l'Art Center de Pasadena. J'ai donc rassemblé mes dessins, mes maquettes et mes photos et j'ai envoyé à tout hasard une demande d'inscription à cette école. Imaginez ma surprise lorsque quelques semaines plus tard, j'ai reçu une lettre d'acceptation. C'est ainsi que mon aventure hors Québec a commencé.

ARQ

Le savoir-faire québécois est-il reconnu à l'étranger?

LUC MAYRAND

Le Cirque du Soleil a donné beaucoup de crédibilité au savoir-faire québécois. Mais même là, dans l'industrie où je travaille les gens n'y étaient pas directement conscients sauf lorsque j'ai travaillé sur le projet de Disneyland Paris. J'y ai été très bien reçu et j'y ai ressenti une nette impression que les Québécois, en matière de divertissement, étaient fort appréciés et respectés. À Los Angeles, où les gens proviennent de divers milieux et de divers pays et où la règle la mixité, c'est une toute autre histoire. Les Québécois tout comme les Canadiens s'intègrent rapidement dans les milieux de travail et sont discrets quant à leurs racines. Les distinctions d'origine n'existent à peu près pas ce qui nous rend «invisibles» pour ainsi dire et il est difficile pour quiconque de faire des liens entre nous et le Cirque du Soleil, Robert Lepage, l'ONF ou un autre créateur québécois.

ARQ

En quoi consiste exactement vos responsabilités chez Walt Disney Imagineering? Pouvez-vous nous donner des exemples de vos réalisations récentes?

LUC MAYRAND

Mon rôle, comme je le mentionnais plus haut, est celui de directeur de la création. Je suis donc responsable pour la création de nouvelles expériences. Je dois imaginer les scénarios, les endroits où ils se dérouleront, composer les équipes multidisciplinaires de création, diriger leurs efforts, présenter les projets

à différents paliers de développement et, bien entendu, travailler dans les budgets et le calendrier prévus. Il m'arrive parfois encore de dessiner, modeler ou écrire par moi-même, mais le développement de scénarios demeure un travail d'équipe. Par contre, je dois souvent essayer de leur expliquer une idée ou un sentiment dont la représentation, dans le but d'en obtenir un effet dramatique précis, m'échappe. Cette idée, ce sentiment que je sens confusément, je dois arriver à le clarifier pour qu'il s'inscrive dans la trame narrative générale visuelle et sonore du projet. À d'autres moments, il faut imaginer une invention d'ordre technique, la mettre à l'épreuve par une série de simulations jusqu'à ce qu'on sente l'éminence de sa réalisation. C'est fascinant!

En ce qui concerne mes réalisations les plus récentes, je vous en soumetts quelques images. Parmi celles-ci je vous présente *MISSION SPACE* situé à *Walt Disney World Epcot*, *SPACE MOUNTAIN* de *Disneyland* (Californie).

Présentement, je travaille sur un nouveau projet Disney pour l'Asie, mais je ne peux pas vous en dire davantage... sinon que le défi est identique à celui des autres parcs : les parcs thématiques sont le cœur de tous les projets des centres de villégiature. De ces parcs doit émaner le «merveilleux» et sans cette force centrale, ces centres ne sont rien d'autre que de vulgaires centres commerciaux.

ARQ

Qui sont les designers qui vous ont le plus inspiré tout au long de votre parcours?

LUC MAYRAND

Il y en a plusieurs qui m'ont inspiré et qui continuent à le faire. Les dessins de Joe Johnston le créateur de *STAR WARS* en est un, le travail de Syd Mead pour *BLADE RUNNER* en est un autre, Ron Cobb m'a aussi influencé. À l'Université de Montréal le tutorat de Michel Swift a été déterminant. Ron Levy et Janos Baracs m'ont fait découvrir des concepts dont je ne soupçonnais pas l'existence. David Solon de l'Art Center College of Design a créé des scénarios de design et de collaborations qui me servent encore aujourd'hui. Avec Strother McMinn, il m'a inculqué un sens profond de l'esthétique. Je pourrais en nommer plusieurs autres parmi mes partenaires de classe : Nathan Young, l'actuel recteur du Art Center, Chip Foose connu pour son programme «Overhulin» et Craig Mullins un des créateurs de la peinture numérique. Charles Cancilier, un ami et collaborateur pendant dix ans, m'a fortement inspiré par son talent naturel. Autodidacte, il a su se rendre à un niveau de vision que je n'avais jamais rencontré auparavant. Il y a aussi tous ces créateurs dont j'admire le travail comme Paolo Soleri, Luigi Colani, Richard Rogers, Robert Lepage, Herb Ryman, Frank Lloyd Wright et Bart Prince. Ce sont des créateurs qui créent des projets/images à partir à la fois de profondes réflexions et d'une bonne dose de réalité. Les résultats qu'ils obtiennent sont surprenants et forts d'une logique interne. Je vous mentionne aussi que je supporte l'École d'Aménagement à l'Université de Montréal à titre de professeur associé. C'est un bon programme et je rends visite chaque an.

Sur cette page, de haut en bas toutes de :

- *Star Trek Experience, Entrance*, photo : City Design Group
- *Star Trek, The Experience, Borg*, dessin : Luc Mayrand
- *Star Trek, The Experience, Restaurant*, photo : City Design Group
- *Star Trek, The Experience, Queue*, photo : City Design Group



Pensez LEED®. Pensez bleu.

Obtenir une certification LEED est plus que jamais possible avec l'aide du gaz naturel. En effet, une chaudière à gaz naturel à haute efficacité permet d'atteindre à elle seule près du tiers du seuil d'économie demandé par LEED. Renseignez-vous auprès de nos experts et profitez des aides financières de nos programmes en efficacité énergétique. Pour réaliser votre projet LEED, pensez bleu dès le début.

Pour plus de renseignements, contactez-nous
1 800 567-1313 / www.gazmetro.com

 **GazMétro**
la vie en bleu

NOUVEAU!



AirRenew^{MC}

Le seul panneau de gypse qui nettoie l'air. N'est-ce pas mieux?

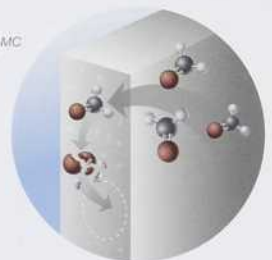
L'air intérieur contient plusieurs polluants et composés organiques volatils (COV*). On trouve les COV* dans les meubles, les tapis, les produits de nettoyage et plusieurs autres articles courants. Le niveau croissant d'importance accordée à la qualité de l'air intérieur, surtout dans les hôpitaux, les écoles, les bureaux et les résidences démontre qu'il est temps d'agir.

Le panneau AirRenew^{MC} est le seul panneau de gypse qui contribue activement à l'amélioration de la qualité de l'air.

- Il élimine les COV* de façon permanente en les convertissant en composés inertes et sécuritaires.
- Les tests et les analyses démontrent qu'il absorbe les COV* pendant jusqu'à 75 ans, même après plusieurs projets de rénovations.
- Il est recyclable et compatible avec la plupart des peintures et papiers peints.
- Il offre une résistance accrue contre l'humidité et la moisissure à l'aide de la technologie M2Tech®.

Seul le panneau AirRenew^{MC} améliore la qualité de l'air et offre un environnement plus sécuritaire, ainsi que la tranquillité d'esprit pour les générations à venir.

Le panneau AirRenew^{MC} capture les COV et les convertit en composés inertes qui ne peuvent être relâchés dans l'air.*



Visitez le www.AirRenew.com



* COV (composés organiques volatils) – formaldéhyde et autres aldéhydes.

800-233-8990 • certainteed.com

TOITURES • PAREMENTS • GARNITURES • FENÊTRES • PATIOS • RAMPES • CLÔTURES
ISOLATION • GYPSE • PLAFONDS • FONDATIONS • TUYAUX

CertainTeed

SAINT-GOBAIN



WALLTITE ECO^{MC}

Si vous cherchez un système d'isolation/pare-air, optez pour la performance **WALLTITE ECO**, la mousse isolante mauve de BASF, le chef de file mondial de l'industrie chimique.



WALLTITE
ECO^{MC}

TO

WALLTITE
améliore
de WALLTITE
substance

WALLTITE
programme

WALLTITE
l'ÉcoLogie
Se former
n'apprend

La performance
un outil
selon les
l'atmosphère
sur la santé

Pour de
1-866-4

WALLTITE
ECO



TOUJOURS PLUS PERFORMANT

WALLTITE ECO est un système d'isolation/pare-air de polyuréthane moyenne densité conçu pour améliorer l'efficacité énergétique de tous les types de bâtiments. La performance exceptionnelle de **WALLTITE ECO** maximise l'efficacité de l'enveloppe de bâtiment, ce qui se traduit par de substantielles économies d'énergie.

WALLTITE ECO répond aux critères d'homologation du programme GREENGUARDSM et du programme Enfants et écoles GREENGUARDSM, ce qui garantit le confort et la sécurité des bâtiments.

WALLTITE ECO est le premier isolant de polyuréthane pulvérisé à alvéoles fermées à avoir obtenu l'ÉcoLogoSM, le symbole de certification environnementale le plus reconnu en Amérique du Nord. Sa formule intègre des plastiques recyclés, des matières renouvelables et un agent gonflant qui n'appauvrit pas la couche d'ozone.

La performance de **WALLTITE ECO** a été optimisée par l'outil d'analyse d'éco-efficacité de BASF, un outil primé qui permet d'évaluer un procédé de fabrication ou le cycle de vie complet d'un produit selon six critères clés : la consommation de matières ; la consommation d'énergie ; les émissions dans l'atmosphère, le sol et l'eau ; les risques potentiels en cas de mauvais usage ; les impacts potentiels sur la santé et l'emploi des terres.

Pour de plus amples renseignements :

1-866-474-3538 | walltite.com | foammasters.ca | walltiteeco.com



Le mot **ECO** représente l'équilibre entre écologie et économie lorsqu'on obtient la performance **WALLTITE ECO**.

Pour que des matières premières renouvelables deviennent une solution de rechange aux ressources fossiles, elles doivent être disponibles à prix concurrentiels pour les applications industrielles sans compromettre la production alimentaire et sans épuiser les richesses naturelles. Pour son matériel isolant **WALLTITE ECO**, BASF Canada a choisi d'utiliser des composantes renouvelables issues de cultures non comestibles qui ne nuisent pas à la production alimentaire mondiale.

WALLTITE ECO, **foammasters** et **Toujours plus performant** sont des marques de commerce de BASF Canada. **ÉcoLogo** est une marque déposée d'Environnement Canada.

Le programme de certification GREENGUARDSM et le programme de certification Enfants et écoles GREENGUARDSM sont des marques de commerce du GREENGUARD Environmental Institute.



LA DISCRÉTION A DU BON

- 20h00** Un blessé grave arrive à la salle d'urgence
- 20h15** L'équipe de traumatologie s'affère à le soigner
- 22h00** Le patient est stabilisé et envoyé aux soins intensifs
- 22h05** L'équipe de maintenance vide, nettoie et prépare la salle
- 22h10** La salle de traumatologie est prête à recevoir le prochain patient

ADVANTIS

Discrets, nos revêtements de sol en caoutchouc passent pratiquement inaperçus car peu de gens remarquent les planchers.

Pourtant, grâce à leur confort, leur propriété antidérapante, leur facilité d'entretien et leur durabilité, notre gamme Advantis répondra aux normes les plus exigeantes!



AMTICO
REVÊTEMENT DE SOL

La force d'un engagement durable.

Conçu et manufacturé au Québec depuis 1913

www.amtico.ca

LE DESIGN INDUSTRIEL AU QUÉBEC

CLOÉ ST-CYR

La pratique du Design Industriel s'affirme de plus en plus comme une discipline valorisée au Québec. Les produits utilitaires étaient conçus auparavant sous l'anonymat des marques de commerce. Aujourd'hui certaines firmes et institutions mettent à l'avant les individus derrière les créations qui ponctuent notre quotidien. Loin de subir une crise de la quarantaine, la collectivité québécoise du design a plutôt pris un temps d'arrêt, l'an dernier pour revoir les réalisations de ses membres dans le cadre du 40^e anniversaire de l'École de Design Industriel de l'Université de Montréal. Force est de constater que cette discipline a fait son bout de chemin pour prouver sa pertinence au sein de l'industrie québécoise. Ses pionniers laissent peu à peu leur place à une nouvelle génération de designers aux préoccupations environnementales, économiques et pour qui les frontières géographiques ne sont pas un obstacle à la pratique.

Bien que l'apport québécois au design soit de plus en plus souligné dans les médias, le marché québécois de la consommation, lui, reste frileux aux créations des professionnels québécois. Mais cette popularisation a-t-elle un réel impact sur la reconnaissance de la profession chez nous? Cette médiatisation aurait-elle comme public principal que les membres de sa propre discipline? Une seule certitude s'impose: le savoir faire québécois est bel et bien réclamé à l'international et les histoires à succès sont de plus en plus nombreuses. Les Québécois sont reconnus comme des chefs de file dans plusieurs domaines tels la muséographie et le transport récréatif. Or pour que la tendance se maintienne, plusieurs institutions et initiatives montréalaises tentent de rendre plus accessible cette discipline méconnue du grand public.

RECONNAISSANCE DU QUÉBEC À L'INTERNATIONAL : METTEZ-Y DE LA BABICHE!

À l'image de la haute couture, le design doit d'abord défiler dans les salons des décideurs avant de se rendre dans celui des foyers des consommateurs. Samare Studio, une firme montréalaise, en est un exemple remarquable. Ainsi retrouve-t-on, depuis plusieurs années, leurs créations au prestigieux *Salone del Mobile* de Milan. Leurs créations ont largement été publicisées dans des magazines qui fixent les normes en matière de tendances et d'esthétisme tel *Wallpaper* et *Domus*. Et pourtant, Samare Studio, a pour marque de commerce un mobilier minimaliste en babiche! Leur mobilier haut de gamme, de facture résolument hypermoderne, puise pourtant ses sources dans une esthétique qui fait référence aux traditions les plus ancrées du Québec : terroir, artisanat, matériaux bruts tels la fourrure et des peaux animales. Leurs produits se nomment 'Trappeur', 'Métis', 'Drave', etc. Dans ce cas, la présence d'une esthétique vernaculaire dans l'image de marque du Québec fut convaincante dans les Mécènes européennes du design. Ainsi exporte-t-on un esthétisme propre à notre identité nationale. L'objet produit, s'il demande une

lecture utilitaire, se double d'une lecture identitaire que l'intérêt à l'étranger authentifie. Autre exemple, autre approche: Philippe Malouin, jeune montréalais fraîchement diplômé de l'Académie de design d'Eindhoven, une institution phare de l'industrie de la création européenne, ne cesse de faire des apparitions remarquées dans les galeries européennes avec son mobilier exhibant une fonctionnalité revisitée. La touche de Malouin est résolument européenne. Il est homme de son temps et sans frontière. Son design est autant européen que québécois. Pour Malouin la lecture d'une création est fonctionnelle et intuitive. Exposé à la galerie Commissaires en 2009 Malouin proposait des objets d'une nouvelle modernité axé sur la problématique de l'étroitesse de l'habitat. Ses objets évolutifs remplissent plusieurs fonctions. Par exemple, «*Hanger Chair*» est une chaise dépliable munie d'un cintre pour faciliter son rangement lorsque inutilisée.

C'est par les expositions internationales que Samare Studio et Philippe Malouin ont acquis une reconnaissance internationale. Le médium de l'exposition a grandement contribué à consacrer certains mouvements tel le modernisme au 20^e siècle. Mise en scène par un commissaire, ce genre d'exposition est aussi contestable car c'est sur leur qualité d'oeuvre d'art que les objets y sont jugés et non sur leur utilité. Ceci a comme effet pervers de le faire paraître inaccessible ou non utilitaire au consommateur; or, *in fine*, c'est lors de son utilisation par le public qu'un produit atteint sa notoriété, que son concepteur reçoit sa véritable reconnaissance.

Par exemple, l'exposition *From Quebec In New York City* présentée du 29 septembre au 22 octobre 2010 dernier dans la métropole New Yorkaise a révélé les réalisations de plus d'une dizaine de designers québécois. En plus de présenter des produits entièrement québécois et au goût du jour, cette exposition a consacré une nouvelle génération de designers et reconnaît l'apport québécois au design actuel. Reste à voir ce qui atteindra le quotidien de toute cette production primée.

LE SAVOIR-FAIRE QUÉBÉCOIS À L'ÉPREUVE INTERNATIONALE

Le véritable test de l'international prends plus de temps que ce que ne dure un salon. Il s'inscrit dans le calendrier de la production industrielle. Plusieurs québécois s'efforcent à produire des objets avec en tête, les besoins de l'utilisateur, les contraintes de création de l'industrie et de la production tel des modes de fabrication imposés et les budgets restreints ou du moins à respecter.

Le design industriel est l'objet d'un constant débat entre la fonctionnalité, la technique, et l'incessante ligne floue avec des disciplines artistique. Deux autres exemples québécois montrent que l'on peut faire sa marque jusque dans le quotidien des consommateurs où qu'ils se trouvent dans le monde.

Dans le secteur de l'industrie des véhicules récréatifs motorisés, Bombardier (BRP) s'impose comme un leader de la conception et du design. Depuis leur première version du Ski-doo® en 1959, une première version récréative du tout premier véhicule conçu pour les routes enneigées en 1937 par Joseph-Armand Bombardier, l'entreprise perpétue la mission de son fondateur en développant une gamme diversifiée de véhicules récréatifs offerts à travers le monde, dans plus de 90 pays¹.

Dans une même optique de produits conçus pour le marché de la consommation de masse, Francis Cayouette, un designer québécois établi depuis plus de dix ans à Copenhague, est à l'origine de plusieurs des meilleurs vendeurs du géant de l'ameublement domestique; IKEA. Celui-ci poursuit la prémisses démocratique du géant suédois en concevant des produits pratiques, arborant une esthétique moderne et attrayante, à petits prix. Il a entre autre contribué à la collection PS d'IKEA, une collection qui a comme but de rendre accessible un design innovant de haute qualité, au marché de la consommation de masse.

DES INSTITUTIONS POUR LA RECONNAISSANCE

Pour être présents au salon d'une grande exposition ou sur la chaîne de montage, les designers québécois ont besoin d'informations et parfois d'un coup de pouce. En plus de promouvoir le design québécois à l'international, plusieurs institutions montréalaises œuvrent pour la reconnaissance de la discipline, tout en documentant les efforts internationaux dans le but d'alimenter la création québécoise. En effet, pour être compétitifs il importe d'être à jour en matières de tendances internationales.

La galerie Commissaires, maintenant fermée, représentait une institution phare dans ce domaine. Par l'entremise d'événements et de thématique, cette galerie boutique unique en son genre à Montréal, portait un regard original sur la démarche créatrice liée à l'objet. Pierre Laramée son fondateur passionné tente aujourd'hui de transmettre le message par d'autres médias.

Pour ce qui est de la promotion d'un design cosmopolite, la ville de Montréal s'est dotée de ses propres institutions : Design Montréal et réalisons Montréal. Créées suite à la nomination de Montréal comme ville de Design Unesco, Design Montréal tente de réaliser son potentiel en tant que ville de Design.

SOURCES

http://www.ikea.com/ms/en_CA/img/press_room/PS_MediaKit_EN.pdf
<http://www.samarestudio.com/en/news.php>
http://ville.montreal.qc.ca/portal/page?_pageid=545725937715&_dad=portal&_schema=PORTAL
<http://www.philippemalouin.com/welcome.html>

NOTE

1. <http://corp.brp.com/fr-CA/index.htm>

ENTRETIENS

JAIME BOUZAGLO : LA PETITE HISTOIRE D'UN GLOBE TROTTEUR QUI TRACE LÀ OÙ IL SE DOIT...

JEAN THERRIEN

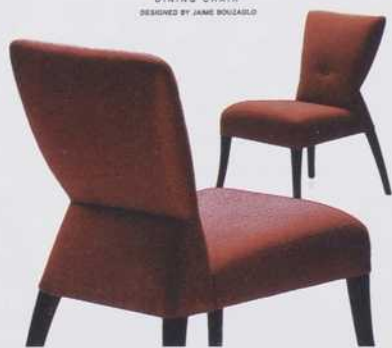
Né au Maroc Espagnol, Jaime Bouzaglo grandit dans le foisonnant métissage culturel de Barcelone, la ville des prodiges¹, cette fiévreuse catalane source des intenses sollicitations de la vie qui bat nuit et jour... Il s'installera au Québec beaucoup plus tard, s'accordant déjà dans l'interstice, le privilège initiatique du métier chez des maîtres en épisodes partagés entre l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord, tous unis en un point de rencontre mythique, la Méditerranée et ses insinuations légendaires. Jaime Bouzaglo arrive à Montréal avec une feuille de route déjà bien cabrée à l'opportunité d'un espace pratique au long rayon d'action et c'est dans ce contexte qu'il fonde son agence Crear en 1988. Sa carrière internationale prend son véritable élan avec le design d'intérieur de la Boutique Cerruti à Paris. Depuis cette opportunité inespérée, le designer a réalisé des projets de design d'intérieur aux États-Unis, en Europe et en Asie. Primé à maintes reprises au Concours Commerce Design Montréal et plus encore sur les tribunes prestigieuses du design international, il se consacre aujourd'hui à une pratique ouverte aux différents secteurs d'intervention du design : l'intérieur, le meuble, l'objet, le vêtement. Il réalise des projets sur plusieurs échelles et la plupart de ses productions de meubles et d'objets sont éditées par des manufacturiers étrangers. Certaines pièces font dorénavant partie de la collection permanente du Musée National des Beaux-arts de Québec et du Musée des Beaux-arts de Montréal. Il poursuit maintenant en douceur d'apparence, une carrière toujours effervescente semblable-t-il, abritée des hésitations de l'économie occidentale.

La pensée qui anime la démarche de ce concepteur se traduit essentiellement sur trois mots : honnêteté, liberté et essence. Il soutient que la personne comporte une individualité perméable et que les lieux peuvent également produire des émanations retentissantes. De sa démarche artistique,

d'ailleurs figurée par une forte indépendance d'esprit, les finalités recherchées concoctent l'épanouissement de l'un dans l'autre. Ses œuvres se condensent en un foyer d'émotions formé d'intentions contrastées où les duels sensitifs ne cessent d'exhorter l'enivrement de l'être. Il disserte en sérénité la portée de son geste dans l'espace intérieur comme une incursion positive : *pour ainsi pénétrer l'architecture comme une matière, un corps odorant, sonore, vibrant, lumineux, tactile et la rendre plus amicale.*

On ne peut s'avancer sur le personnage et son rayonnement à l'échelle internationale sans éprouver le sentiment de la trace qui façonne son étoffe. Dès son jeune âge, Jaime Bouzaglo est confronté au dilemme de l'appartenance, ses racines espagnoles au départ ancrées sur les côtes de l'Afrique du Nord vont rapidement s'épanouir des arômes naturels de la culture méditerranéenne. On ne s'étonnera point du lyrisme et du romantisme qui se greffe avec aisance à ces architectures intérieures qu'il métamorphose volontiers en véritables sculptures vivantes. Nul doute que son contact privilégié avec l'architecte français Jean-François Zevaco² en terre marocaine a profondément marqué la période où l'apprenti se forge au métier, d'où émerge notamment ces cicatrices qui transforment le regard que l'on porte au monde et ce qui le construit. L'architecture devient la porte d'entrée pour raffermir son savoir, ici expressément adressé à une pratique totale sur l'environnement construit : une approche intégrale de l'objet architectural, sans compromis sur les parties jugées indissociables les unes des autres dans leur rapport à l'ensemble. De l'influence du maître, il développe une approche rigoureuse du travail de design qui fait preuve aussi d'une profonde sensibilité qui se reflète encore aujourd'hui dans son travail : *«On a dit de Zevaco qu'il était irréductible à tout modèle et qu'il montrait par ses excès mêmes,*

BUTTON
DINING CHAIR
DESIGNED BY JAIME BOUZAGLO



à la capacité de son architecture à parler à l'imaginaire. Il se plaçait sur un même plan que les architectes brésiliens et mexicains qui ont su, avec beaucoup d'audace, unir tradition autochtone et progressisme». Zevaco manie la construction avec adresse et développe face à l'interminable dialectique culture/époque, une architecture moderne sensible aux traits de caractère de son milieu, pour ainsi dire le Maroc au moment où il s'affranchit du protectorat français. Son architecture se rapproche aussi des réalisations de Frank Lloyd Wright dans son allégeance aux idéaux de l'architecture organique énumérés par une série de principes : *4 inspiré de la nature, pour unir l'homme, le bâtiment, les matériaux et le site.* Ces préceptes, Jaime Bouzaglo les assimile dans leur essence intégrant aux conduites esthétiques de son époque, elle-même fortement influencée par des successions de crises issues de manifestations provocatrices de l'avant-garde du design européen.

Manifestement porté par le souffle universel, imprégné tout naturellement du mélange des cultures et particulièrement doué à poser ses antennes là où il se doit pour les connexions les plus vives au réseau de l'actualité, Jaime Bouzaglo s'installera au Québec avec un actif de taille, en l'occurrence la réalisation l'aménagement intérieur de la boutique Giorgio Emporio à Toronto, marque jeunesse du célèbre empire italien du prêt-à-porter Armani. Le promoteur lui propose alors un projet d'aménagement intérieur sur Paris d'une boutique sous licence de droits de la marque *Cerruti 1881*. Il nous confiera qu'après le vernissage, il fut convié à la rencontre de Nino Cerruti, industriel italien alors à la tête du célèbre empire de la mode, réputée pour la perfection de ses coupes et la qualité de ses matières. Le célèbre entrepreneur lui confie sur le champ l'imposant défi d'actualiser la boutique de la maison mère à la Place de la Madeleine à Paris en considérant le poids de la représentation de l'histoire de ce lieu sacré de la haute couture parisienne. Nous comprenons bien le symbolisme d'un tel événement sur le déploiement d'une carrière, désormais engagée sur le terrain de la gloire. Ainsi débute dans les années 1990, l'intransigeante aventure de la maison Cerruti et le designer participera activement pendant six ans au renforcement de la présence internationale de la marque Cerruti 1881, notamment en Asie : il s'envole pour créer successivement 17 boutiques Cerruti 1881 dont celles de Kobe Hong Kong, Shanghai, Kuala Lumpur, Düsseldorf Porto, Londres, Pékin, Madrid, Singapour, etc... Il complétera cette séquence avec des interventions pour les boutiques de la marque *Nino Cerruti* à Tokyo, Hiroshima et New York.

En termes d'intégration professionnelle canadienne, il importe de souligner la singularité de la trajectoire : les succès étrangers soutiennent la mise en route d'une carrière locale qui, sans trop tarder, sera proclamée au rang des sentinelles



THE PEARL
DESIGNED BY JAIME BOUZAGLO



guidant en quelque sorte les nouveaux repères de production du design d'intérieur montréalais. Bouzaglo nous amènera vers une certaine acceptabilité de la *monumentalité théâtrale* de l'environnement l'intérieur intimement liée à une sollicitation des sens imbriqués à l'expérience de l'aménagement et contribua dans une certaine mesure à sortir le design d'intérieur local de la léthargie de l'opprimé. Les multiples territoires de prédilection du concepteur finissent par se conjuguer au croisement des expériences, s'enrichissant mutuellement de la sève de l'autre en donnant corps à une trajectoire qui tire sa consistance de la continuité des principes premiers transmis par son maître. La dynamique porte essentiellement sur une déclinaison exponentielle des flux qui font rejaillir un parcours en déferlement médiatique aux limites audacieuses et inattendues. Nous sommes devant un enchevêtrement de circonstances qui façonnent la nécessité de l'assurance et tout indique que le designer saisit les opportunités comme butinent les insectes pour extraire de la fleur le nectar le plus pur. La presse spécialisée internationale s'intéresse au personnage et depuis sa rampe de lancement montréalaise, lui consacre une couverture fidèle au déploiement de ses réalisations. Tout ceci se greffe à la connivence des nombreuses distinctions de reconnaissance que lui ont attribuées par les grandes tribunes vouées à la promotion de l'excellence du design d'intérieur. La suite ressemble à une véritable procession où parade une succession d'incursions dans les différents couloirs de la conception destinée au rituel du quotidien. Le territoire de chasse est manifestement étendu à toutes les sphères de l'environnement en s'attardant toutefois au meuble qu'il considère comme une extension du corps juxtaposée au rapprochement sensible de son expression.

L'aventure du meuble débute avec le fabricant de meubles espagnol Andreu World qui éditera plusieurs milliers d'exemplaires du fauteuil La Diva maintenant consacré à la collec-

tion permanente du Musée des Beaux arts de Montréal. En résultante, beaucoup d'autres meubles verront le jour sous le couvert d'une diffusion sans frontières. La U.F.O Ottoman produite par Brueton Industries de New York remporte en 1999 un prix d'excellence à Londres et bénéficie d'une couverture dans le Design Year Book. L'enchaînement est irréversible et substantiel, par moments proche de l'aspiration du vide pour qui veut en opérer la synthèse. L'indéniable se tient à la profusion des résultats qui embrassent l'irréversible personnalité de Jaime Bouzaglo dont la vérité artistique suppose aussi les égarements, les ondoiements, les émerveillements, les heurts, les frissons, les joies et peines toutes inhalées dans ces zones obscures du geste créateur pour en finir en une résurgence, contenue et maîtrisée. Comme il se plaît à dire : *ouvrir le fond de l'âme comme un véritable jeu de l'esprit.*

INTROSPECTIONS RÉTROSPECTIVES

Jaime Bouzaglo aborde son art comme le nomade exerce son privilège de liberté : la traversée n'est possible que par le doute, l'intuition et la mémoire. Rencontre de multiples niveaux d'appréhension, la cohérence de son œuvre se limite à l'intégrité du geste ponctué de la précision de l'intention à l'imprévisibilité de son aboutissement. Peu importe le discours de la doctrine, les réalisations de Jaime Bouzaglo sont soutenues de l'affectation du mouvement qui pénètre l'aménagement par le dynamisme des formes entraînés malgré elles, dans un tourbillon relationnel où s'établit une structure d'échanges ouverte à l'indétermination. Le maniement des pleins et des vides, de la lumière et de l'ombre, des courbes et des lignes brisées, des angles et des inclinaisons diverses suscitent des tensions visuelles subtiles et suggèrent une progressive dilatation de l'espace qui évince le regard absolu. L'ardente sollicitation engage le déplacement et l'exode vers des sensations inédites dans un espace vivant, devenu objet en perpétuelle



transformation. Et pourquoi douter, si tant d'égards on mené cet artiste vers des inattendus si lointains! Le secret est expressément livré, il en reste certains pour qui la sensation de l'équilibre ne peut exister sans l'opportunisme de son expression : *de la menthe fraîche à l'heure du thé*:⁵ «*J'avais la chance de flotter entre la normalité et le brouillage de la raison. Ce dédoublement allait me permettre d'explorer des zones d'ombre, en étant à la fois acteur et spectateur. Comme l'a dit Fellini, la création s'inscrit entre les péri que j'ai réussi à admettre cela, tout s'est inversé dans ma tête. Ce n'est plus le désordre, mais l'organisation la plus stricte possible que j'ai recherchée. Je me voulais à la fois cinéaste, acteur, écrivain... je décidai de n'être qu'architecte, j'imposai qu'un cadre très strict à ma vie. C'est lui qui me donne aujourd'hui leur juste valeur aux libertés que je m'accorde*».

NOTES BIBLIOGRAPHIQUES

1. Expression associée à la représentation des périodes d'effervescence Barcelone et plus particulièrement à Eduardo Mendoza et son récit ironique sur l'histoire de Barcelone et de la Catalogne entre l'exposition Universelle de 1887 et celle de 1929. Mendoza accomplit une combinaison subtile et ironique des genres et des styles qui lui ont conféré une indubitable hardiesse. L'analogie avec certains traits observés chez Jaime Bouzaglo, objet du présent article n'est associable qu'à l'heureuse coïncidence de la rencontre de lieux, Mendoza Eduardo, *La ville des prodiges*, traduction de l'espagnol par O. Rollin, Éditions du Seuil, Paris, 1988,
2. Zevaco est né à Casablanca d'une famille d'origine Corse. Il fit ses études d'architecture à l'École des Beaux-arts de Paris et Marseille. Il poursuit une carrière d'architecte de grande ampleur, presque exclusivement marocaine. L'œuvre construite de Zevaco échappe partiellement à la classification. S'il s'est réclamé du mouvement moderne, s'il fit partie du groupe C.I.A.M, Zevaco n'a jamais été moderne pour être moderne. L'œuvre reste très personnelle et représente, sans nul doute, la branche méditerranéenne du mouvement..
3. Ragon Michel, *Zevaco*, Éditions du Cercle d'art, collection Art contemporain, Paris 1999, p.13.
4. Frank Lloyd Whight
5. Bofill Ricardo, *Espace d'une vie*, Paris, éditions Odile Jacob, 1989, p.36.

Réalisations hors frontières

Design d'intérieur - International

- La boutique Giorgio Emporio, Toronto
- Les boutiques Cerruti 1881 Kobe, Hong Kong, Shanghai, Kuala Lumpur, Düsseldorf, Paris, Porto, Londres, Pékin, Madrid Singapour et Toronto
- Les boutiques Nino Cerruti Tokyo, Hiroshima et New York
- La boutique Giorgio Armani, Vancouver
- Projet de boutique Benetton, Miami
- La boutique Versace V2, Toronto
- Bureaux et salle de montre de Prestige Cosmétiques, Montréal et Miami
- Divino Restaurant et discothèque, Miami

Meubles et objets - International

- Brueton industries, New York, USA :
(Button chair / Caviar Chair / Pear Chair / Rhapsody seating / U.F.O Ottoman / Grasshopper chair
- Andreu World, Valencia, Espagne : La Diva / Toi et moi
- Capdel, Valencia, Espagne : La collection Elisabetha

Distinctions internationales

- IESNA New York 2001 - Prix d'excellence Luminaire Prestige - Culte, Cosmétiques
- Contract World - Hannover 2001, Prix d'excellence Aménagement intérieur Prestige - Culte, Cosmétiques
- Best of Canada 2000 - Toronto- Canadian Interiors d'excellence Aménagement intérieur Prestige - Culte, Cosmétiques
- ID Magazine, Londres 1999s, Royaume-Uni Prix d'excellence Design de meuble 1999, UFO Ottoman Brueton industries
- Prix luminaire de Boutique, Kobe, Japon, 1991



LE DESIGN D'INTÉRIEUR QUÉBÉCOIS SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE



Jean Therrien & Virginie Lasalle

L'exploration du thème du design d'intérieur québécois à l'étranger s'est rapidement révélée une occasion privilégiée de réunir quelques uns des praticiens de renom ayant réussi à se ménager une place dans ce marché hors des lieux communs, afin de sonder leur opinion sur le sujet. Autour d'une table, quatre designers d'intérieur, pratiquant au sein d'agences de différentes envergures, ont accepté de se joindre à nous pour partager, dans un échange informel, leurs expériences et leurs réflexions.

PRÉSENTATION DES INTERVENANTS**Médiateur****JEAN THERRIEN,**

professeur agrégé, Programme du baccalauréat en design, orientation design d'intérieur, Faculté de l'aménagement, Université de Montréal

Participants**MICHAEL JOANNIDIS**

Studio Joannidis

DEBBIE KALISKY

GHA Design Studio

RICHARD NOËL

Moureaux Hauspy + Associés Designers

BESS PAPPAS

Pappas Design Studio

Questions et rédaction**VIRGINIE LASALLE**

doctorante en aménagement et chargée de cours
Programme du baccalauréat en design, orientation design d'intérieur, Faculté de l'aménagement, Université de Montréal

C'est initialement l'opinion des invités quant à l'expertise québécoise en design d'intérieur, à l'étranger, que nous avons voulu sonder : quelle était notre signature, si toutefois nous en avions une, ou qu'est-ce qui caractérisait le travail des designers québécois; quels étaient les facteurs de réussite et les défis rencontrés par ces designers ayant accompli avec succès le saut au-delà de nos frontières; quelles différences notables avaient-ils observés entre leur travail au Québec et à l'étranger?

RICHARD NOËL

Tout d'abord, je ne crois pas qu'aujourd'hui on obtienne des projets parce qu'on est d'une nationalité plutôt qu'une autre; je pense que c'est davantage une question de style et de talent. D'autre part, existe-t-il un design typiquement québécois, une saveur québécoise en design d'intérieur? Peut-on distinguer une identité propre au design québécois, que ce soit par rapport à un matériau, un style, une tendance? Je n'en sais vraiment rien... Mais selon moi, l'un des avantages particuliers que nous avons, au Québec, est d'être à moitié américain et à moitié européen. Les designers québécois travaillent avec ce mariage du raffinement à l'européenne et du fonctionnalisme, d'un côté plus technique et plus expéditif à l'américaine.

BESS PAPPAS

Je suis d'accord avec Richard : le Québec est quelque sorte un pont entre les États-Unis et le reste du monde. D'une côté, nous avons une grande ouverture aux différentes cultures, mais aussi, nous comprenons la mentalité américaine et nous travaillons avec leurs méthodes et leur efficacité.

RICHARD NOËL

Parce que les visions européennes et nord-américaines sont très différentes. Je me rappelle l'un des conférenciers que Ferdie avait invité une année. Alors qu'il m'expliquait qu'il travaillait sur un projet commercial de trois milles mètres carrés pour lequel il n'avait eu que douze semaines à consacrer aux étapes préliminaires, je me disais : « Ici, en douze semaines, le client aurait déjà déménagé! » Du fait que nous soyons entre les deux, entre l'Europe et l'Amérique, nous pouvons avoir quelque chose comme le meilleur des deux mondes. Même si quelques fois nous sommes frustrés de n'être pas plus européens nous demeurons habituellement satisfaits de nos méthodes à l'américaine.

BESS PAPPAS

Selon moi, nous sommes aussi privilégiés, au Québec, d'être entourés par des fournisseurs fantastiques dans toutes sortes de domaines : nous avons ici quelques uns des meilleurs ébénistes au monde, avec qui nous pouvons travailler à raffiner nos projets. Ce n'est pas toujours le cas ailleurs.

DEBBIE KALISKY



DEBBIE KALISKY

Notre agence travaille beaucoup aux États-Unis, en Amérique du Sud et en Europe. Parmi nos fournisseurs étrangers, il s'en trouve plusieurs, ébénistes et artisans, qui travaillent selon d'anciennes méthodes ce qui présente le désavantage d'étirer les délais de livraison. Dans notre secteur d'activité, le commerce de détail, les échéances sont très courtes. Pour certains projets et selon les délais entendus, nous pouvons choisir l'artisan, mais dans le cas des projets de grande ampleur ayant des contraintes de temps serrés, nous devons aller chercher ailleurs. Ce sont des décisions relevant davantage des contraintes du projet que de la qualité du travail des intervenants.

MICHAEL JOANNIDIS

Je suis absolument d'accord. Mais dans la pratique du design d'intérieur, je pense qu'en fin de compte, c'est le talent qui assure ta durée de vie sur le marché et c'est la nature humaine qui déterminera qui travaillera où et à quel projet. C'est pourquoi je ne crois pas que l'on puisse parler de spécificités ethniques ou culturelles dans notre domaine. La question fondamentale porte plutôt sur ce que nous sommes et ressentons. À mon sens, le design, comme toutes les disciplines créatives, n'a ni passeport, ni ethnie, ni culture. Aujourd'hui, les designers et les architectes voyagent continuellement et les compagnies de différents pays engagent des designers de d'autres pays, simplement pour leur approche artistique, leur vision du monde. Les frontières ne sont plus un empêchement. Si un client pense pouvoir obtenir exactement ce qu'il attend d'un designer, il ira le chercher peu importe son origine. Alors, ce qui importe avant tout, c'est la vision que nous avons de nous-mêmes et la confiance que nous avons en nos capacités à aller au-delà des frontières de notre province et de notre pays. Ce qui me ramène à la nature humaine... Et, en bout de ligne, il y aura toujours la question du meilleur prix et des échéances les plus courtes!

Il y a 3 ans, GHA s'est associé avec une agence aux États-Unis parce que nous voulions cibler notre développement sur le marché américain. Nous pensions que notre statut d'agence montréalaise nous nuirait dans nos démarches, que les Américains préféreraient faire affaire avec leurs compatriotes. Mais en fin de compte, ça n'a rien changé. Nous aurions obtenu de toutes manières les contrats, parce que finalement, c'est une question de relations humaines, de portfolio et de réputation. Le design est devenu comme le reste du monde, tellement global, tellement mondial, que les clients vont aller chercher les gens qui vont le mieux les servir.

BESS PAPPAS

Pour percer le marché à l'étranger, il y a aussi une question de marketing, des choix stratégiques que l'on fait. Il faut se concentrer sur ce marché, il faut aller chercher les contrats. Ça demeure une affaire de relations humaines, mais il faut continuellement faire la promotion et la vente de nos services car aujourd'hui, nous sommes en compétition avec des designers de partout à travers le monde qui veulent aussi obtenir des projets internationaux.

RICHARD NOËL

Aussi, avec la mondialisation, l'avènement des communications et la facilité des transports, on se rend compte que la barrière des distances n'existe plus. Alors ce n'est pas un design suédois ou japonais que le client recherche, mais le design d'un individu; c'est donc la personnalité, la créativité du designer et le contact avec le client qui vont influencer les choses.

DEBBIE KALISKY

Quant à ce qui caractérise notamment mon expérience à l'étranger, je dirais le respect avec lequel on nous considère. On nous reconnaît aussi une ouverture, une liberté d'expression qui nous est propre.

MICHAEL JOANNIDIS



est cruciale. Ce respect, je n'aime pas le reconnaître, mais je ne l'ai jamais rencontré ici. Et ça renvoie encore à la question de la nature humaine : qui est la personne avec laquelle tu travailles, quelle valeur lui accordes-tu...

DEBBIE KALISKY

Mais c'est aussi un respect pour la profession. En Europe, que l'on soit décorateur ou designer, la personne est respectée comme professionnelle, tandis qu'ici, le design, et surtout le design d'intérieur, n'ont jamais eu la considération publique qu'ils méritent. L'éducation de la population reste à faire, même si le programme universitaire en design d'intérieur a beaucoup aidé dans la compréhension de nos compétences.

BESS PAPPAS

J'ai pu constater par mon expérience au Moyen-Orient qu'eux comprennent la différence entre la vision du design d'intérieur et celle de l'architecture. Ils apprécient notre expertise et saisissent facilement ce qui différencie les deux métiers. Malheureusement, ça demeure confus dans la compréhension populaire d'ici.

RICHARD NOËL

Je suis d'accord. À l'étranger, en Europe et en France notamment, les gens transigent avec différents spécialistes et cette manière de faire est respectée. Une plus grande valeur est accordée au travail du designer d'intérieur : conséquemment, les clients sont non-seulement prêts à déboursier davantage mais aussi à nous accorder des délais raisonnables pour avoir ce qu'ils veulent.

DEBBIE KALISKY

Ça dépend aussi du pays. Au Royaume-Uni et en Allemagne, il faut procéder très rapidement; c'est une vitesse de travail qui correspond plus à la nôtre. On ne peut prétendre trouver une unique manière de faire en Europe; on n'y retrouve pas une seule manière de vivre. Quand nous sommes impliqués dans un projet à l'étranger, la première chose que nous faisons est d'aller passer du temps là-bas, pour marcher dans les rues, manger dans les restaurants, faire de la recherche sur l'histoire et la culture du pays, de la ville. Pour respecter cette culture, il nous faut nous immerger dans leur façon d'être, leur façon de vivre. Ensuite, notre travail est d'en arriver à un équilibre entre la culture locale et ce nous avons à offrir.

La suite de la mise en commun porte sur l'état du marché international, notamment en lien avec le savoir-faire québécois, de même que les spécialités privilégiées et les marchés aujourd'hui ciblés parce qu'à même d'être perméables au travail des designers québécois.

MICHAEL JOANNIDIS

Je pense que, depuis 2008, la crise économique mondiale affecte tout le monde. Beaucoup de projets importants ont été abandonnés ou reportés, les investissements nécessaires n'étant plus disponibles. Ça peut aussi varier selon les domaines de spécialité, mais dans mes champs de pratique qui relèvent de l'hospitalité et du divertissement, nous avons été gravement atteints.

BESS PAPPAS

Dans le secteur du commerce de détail, nous avons aussi été fortement touchés par la crise de 2008. Mais le marché en était tout de même arrivé à une certaine saturation quant au nombre de projets de centres commerciaux desservant la population d'ici. De toute manière, nous en étions rendus à exporter nos services. Même si nous n'avions pas eu cette crise, nous étions parvenus à la fin d'un cycle.

DEBBIE KALISKY

Je suis tout-à-fait d'accord avec Bess pour dire que dans le design de commerce de détail, il faut sortir du marché de l'Amérique du Nord; les nouveaux marchés en développements sont en Amérique du Sud, en Europe de l'Est ou au Moyen-Orient. Les firmes québécoises doivent cibler ces nouveaux marchés car elles ont une réelle expertise dans ce secteur d'activités, donc beaucoup à offrir.

En conclusion, nous avons voulu connaître l'opinion des designers réunis quant à ce qui distingue leurs projets réalisés à l'international en comparaison à leurs réalisations locales?

BESS PAPPAS

Selon mon expérience, l'une des différences fondamentale est qu'ailleurs les budgets sont plus importants. Il est certain que de travailler avec des budgets illimités permet un autre type de créativité que celle que nous développons ici, alors que nous travaillons surtout à des rénovations imposant de constantes contraintes.

MICHAEL JOANNIDIS

Pour ma part, je reviens à la question du respect pour notre spécialité. Peu importe où je travaille dans le monde, je suis en compétition avec les autres designers et les architectes; mais au Québec, je suis aussi en compétition avec mes clients. Cette situation particulière est vraiment difficile à vivre. Il y a quelques années de cela, j'ai eu un client qui m'a dit que je l'avais tellement inspiré avec ma passion du design d'intérieur qu'il s'était lui-même improvisé concepteur par la suite. C'est aberrant! Alors, évidemment, si je cherche à travailler au-delà des frontières, c'est en grande partie à cause de cette attitude...

BESS PAPPAS



REMARQUES FINALES

Un recul sur ces échanges nous amène à mettre parallèle les questions auxquelles nous cherchions des réponses a priori et, ce qui, finalement, a émergé au fil de la conversation.

À maintes reprises, la rencontre entre une proximité physique avec les États-Unis et des racines européennes a été mentionnée comme une particularité avantageant les designers d'intérieur québécois exportant leur travail. À travers leur flexibilité provenant de trajectoires culturelles métissées, les designers d'ici auraient une flexibilité et une ouverture à différentes manières de faire, et seraient ainsi habilités à composer avec créativité des aménagements intérieurs dans un contexte étranger. Alors que la question initiale portait sur l'identité du design québécois sur la scène internationale, ce qui ressort de la mise en commun semble davantage se rapporter aux qualités du designer en lui-même ainsi qu'à sa capacité d'empathie et d'adaptation. Suivant cette idée, les références récurrentes à la nature humaine et aux qualités individuelles paraissent renforcer l'idée que les rapports avec la personne ou l'agence de design influencent significativement la préférence d'un client pour un concepteur plutôt qu'un autre. Conséquemment, ces conditions peuvent influencer sur la difficulté d'en arriver au constat de caractéristiques marquant la majorité des travaux réalisés par des designers d'ici, sur la scène internationale.

Enfin, le respect avec lequel les designers d'intérieur sont considérés à l'étranger a été vu par les intervenants de la table ronde comme résultant de la compréhension du public face à la particularité de leur discipline. Lorsque mise en rapport au contexte québécois, cette idée nous ramène à la nécessité de l'éducation populaire quant à la spécificité et au bienfondé du design d'intérieur, défi qui demeure en bonne partie à relever. Dans ces conditions, peut-être n'est-il pas si étonnant que la question de la fierté et de l'affirmation des designers d'ici se pose tôt ou tard. Car la fierté se bâtit évidemment chez chaque praticien face à ses accomplissements, mais encore, elle est un sentiment qui doit rallier l'ensemble des individus autour d'une même discipline.

Mais il ne faut pas aller trop loin en ce sens... Ça dépend du type de client avec lequel vous faites affaire. Et il y a des bons et des mauvais clients partout à travers le monde.

RICHARD NOËL

Dernièrement, j'ai eu un nouveau défi à réaliser : un client m'a dit qu'il avait de l'argent et qu'il voulait le dépenser pour un beau projet. Il n'est pas habituel qu'on nous donne de tels mandats; en temps normal, il ne faut pas que ça coûte cher. De nos jours, il me semble qu'on ne reconnaît plus la valeur des choses, tant en lien avec notre talent et les services que l'on offre qu'en regard du produit final.

BESS PAPPAS

Selon moi, l'idée de cacher notre richesse est avant tout une caractéristique culturelle québécoise et canadienne. Dans plusieurs pays, on apprécie une certaine qualité et on ne questionne pas la raison de cette qualité. Aux États-Unis, par exemple, c'est complètement différent; les gens exposent leurs réussites et on les félicite pour leur succès.

DEBBIE KALISKY

Cette discrétion, cette insécurité ne nous sert pas nécessairement parce que c'est une attitude qui nous empêche de montrer toutes nos couleurs et notre fierté. Elle nuit à notre confiance en nos capacités, en la valeur de notre talent et en notre expertise, qui sont tous des outils pour aller chercher des contrats partout dans le monde. Et je ne parle pas de pousser jusqu'à l'arrogance, mais bien d'avoir la fierté de ce que nous sommes et de ce que nous produisons. Il y a tellement de talent ici! J'aimerais le voir davantage au-delà de nos frontières, je voudrais voir nos projets à travers le monde.

BESS PAPPAS

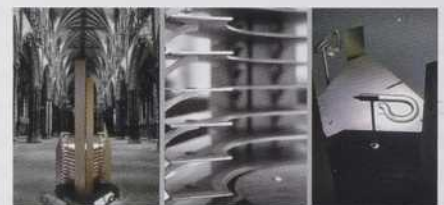
Et moi j'aimerais les voir ici! Je pense que notre talent est un peu perdu dans notre propre province puisqu'ici, nous n'avons pas les clients et les moyens financiers nécessaires pour bâtir des aménagements intérieurs extraordinaires. Les nouveaux grands projets architecturaux sont superbes, mais les intérieurs, même s'il y en a beaucoup de grande qualité, ne sont pas encore de niveau international. Nous devons donc continuer à pousser nos démarches pour nous implanter toujours davantage sur le marché international.

DEBBIE KALISKY
GHA Design Studio



De haut en bas:
- Carrefour Laval
- Boutique Teenflo
- Yorkdale

MICHAEL JOANNIDIS
Studio Joannidis



De haut en bas:
- Chanel, Rodeo Drive, LA
- Throne, Archbishop of Canterbury
- Fashion Hotel, Dubai

QUELQUES RÉALISATIONS DES PARTICIPANTS À LA TABLE RONDE

BESS PAPPAS
Pappas Design Studio



Toutes les images:
Lagoona Shopping Centre, Doha, Qatar
Court, Piazza Storefronts, Exterior View, Mall
(En construction, ouverture 2011)

RICHARD NOËL
Moureaux Hauspy + Associés Designers



De haut en bas:
- Fasken Martineau, photo : Alexi Hobbs
- Stikeman Elliott, photo : Claude-Simon Langlois
- Bélanger Sauvé, photo : Claude-Simon Langlois

ÆDIFICA

UNE ÉCLOSION MULTIDISCIPLINAIRE BIEN ACTIVE AU-DELÀ DES FRONTIÈRES



JEAN THERRIEN

L'agence Aedifica a accepté de recevoir ARQ dans ses nouvelles installations du Centre ville pour répondre à nos questions visant à dégager un portrait d'entreprise du domaine de l'aménagement à vocation multidisciplinaire et voir aussi sur quelles dimensions structurelles du modèle s'appuie le succès de leurs réalisations à l'international. L'entrevue fut directement conduite sur un énoncé de mission particulièrement évocateur d'un encadrement multidisciplinaire singulier et soucieux d'une trajectoire conséquente des nouvelles réalités de l'économie informationnelle dans laquelle opèrent les agences. Le déroulement aspire à mettre en relief la conception de la multidisciplinarité de cette organisation et son instrumentation en tant que système de rapports entre les intervenants du projet d'architecture et de design, inscrits dans un processus dynamique, fluide et réactif aux nécessités des conditions fluctuantes de la variabilité des marchés. Il semble d'ailleurs utile de signaler l'intention sous-jacente de relever la présence de l'aménagement intérieur au sein des pratiques interpellées dans la réalisation du modèle Aedifica, laquelle pour ce cas, semble déterminante dans son éclosion et succès à l'international. La considération internationale de cette structure organisationnelle semble fortement liée à un dispositif fractal dont le mode de conduite est de nature catalytique et donc, générateur des conditions de l'efficacité dans un mode ouvert à la convergence des expertises dirigée vers un objectif de réalisation accompli. Sur la prémisse de la mission d'entreprise, l'entrevue débute avec Michel Dubuc architecte et président d'Aedifica auquel s'ajouteront par la suite, trois collaborateurs du conseil de direction de l'organisation : *«Rallier sous un même toit les expertises complémentaires, voilà le principe fondateur d'Aedifica en réaction aux défis auxquels sont confrontées les grandes organisations. Cette approche synergique nous permet d'orchestrer nos efforts autour d'une vision holistique commune qui arrime créativité et réalisation, innovation et rendement. Au cœur de notre mission : un engagement à dépasser les principes du service conseil pour devenir un partenaire stratégique de nos clients dans le succès des projets que nous entreprenons ensemble.»*

SUR LES RÉALITÉS CONJONCTURELLES SE DRESSE EN TOILE DE FOND UNE ESQUISSE DE MUTATION DES PRATIQUES ARCHITECTURALES

Le profil multidisciplinaire résulte essentiellement du défi structurel des marchés contemporains dans lesquels oeuvrent les différentes pratiques associées à l'architecture afin de se doter d'outils pour se prémunir des incessantes fluctuations de la commande architecturale. Nous abordons ainsi la notion de cycles de production architecturale qui relie les agences à un contexte d'alternance de la condition de la pratique professionnelle : **un environnement favorable à l'investissement se configure soudainement en enclave du désinvestissement.** C'est l'histoire typique de tout bureau d'architectes souligne notre interlocuteur en précisant néanmoins que l'exercice professionnel de l'architecture a considérablement évolué depuis les trente dernières années et bien que soutenu par le poids d'une continuité historique et par des exigences déontologiques, nous devons y introduire des attitudes considérant les modèles de gestion les plus fins en tant que caution de la survie et du développement de l'organisation. L'actif principal du service professionnel repose prioritairement dans la capa-

cité du capital humain à répondre à la commande, auquel se greffe les infrastructures de pilotage nécessitant des moyens et des dispositifs pour en assurer la cohérence et répondre aux exigences des marchés de l'environnement construit. Pour soutenir pareil ensemble, il faut parier sur le savoir et les compétences et doter les infrastructures de moyens technologiques perfectionnés, tous épaulés par une logistique intelligente dont les nœuds sont réduits au minimum de leur masse critique : maillé en souplesse en mode réactif et dilaté sur le plan de l'expertise afin d'ouvrir le rayon d'action de l'organisation sur des horizons fertiles pour son développement.

LA MODÉLISATION DU SYSTÈME EN FOYER CATALYTIQUE RÉACTIF DOTÉ D'UNE SYNERGIE PERMÉABLE AUX CONDITIONS DE VARIABILITÉ DES MARCHÉS

En réaction à cette toile de fond, nous devons élargir la base de services parce qu'en tant qu'architectes, nous avons la responsabilité de traiter le projet d'architecture et les problématiques sous-jacentes dans leur intégralité, c'est le propre même du professionnel et ce faisant, il ya beaucoup d'aspects que l'on ne couvre pas mais dans lesquels, néanmoins, on s'implique par nécessité du contexte auquel on s'adresse, par intérêt sur un propos de recherche, de synergie et de complémentarité professionnelle. Et ceci devient nécessairement une opportunité de couvrir en étendue obtenir des sources de revenus récurrentes dans un mode de relation continu avec le client : nous en mesure de répondre à tous ses besoins en terme d'aménagement.

L'entreprise devient «intelligente et neuronale» et possède des facultés d'adaptation aux situations mouvantes exigeant une grande souplesse dans les modes de fonctionnement. Déductive et inductive, elle fait preuve d'imagination et d'innovation en répondant rapidement aux forces de la complexité des adresses du projet, modifiant aisément ses trajectoires d'action en faisant preuve d'ouverture d'esprit. Nous comprenons ainsi que l'intelligence repose presque essentiellement sur l'information, sa vitesse de transmission et la justesse de son utilisation. D'où l'importance des «capteurs sensoriels» qui informent le système, chargés de collecter et d'évaluer l'information en vue de configurer et oxygéner «le cerveau» de l'organisation aspirant à être concurrentielle et visant aussi la performance d'un résultat sans failles. Les pratiques contemporaines se heurtent aujourd'hui à l'environnement du savoir où l'expertise doit nécessairement s'arrimer aux méthodes de travail les plus récentes et adaptées des processus de design complexifiés s'armer des technologies les plus perfectionnées, s'approprier les connaissances constructives les plus récentes et utiliser de outils de gestion les plus performants. *Sinon, tu n'es pas un acteur pertinent car les marchés changent rapidement et le profil de mandats est devenu à multi-facettes : on cherche à servir le client sur plusieurs fronts dans une démarche intégrée capable d'affronter la complexité des défis qui nous sont posés.* En conscience de la diversité des contextes et territoires auxquels s'adressent les problématiques soulevées par le potentiel d'intervention de l'architecture et du design, la pratique doit définitivement dépasser les seuils professionnels traditionnels pour les enrichir des nouvelles nécessités propres à l'adaptation du concepteur à des contextes mouvants initiant des rythmes, des relations et des variances sujettes aux temps de l'imprévisibilité.



Vue partielle des bureaux de Aedifica

Le dispositif Aedifica offre ainsi une opportunité remarquable d'intégration des savoirs volontairement actualisés et dirigés sur des attitudes qui ouvrent le spectre du concepteur vers les nouvelles complexités dans lesquelles oeuvrent les pratiques d'aujourd'hui. Considérant la vitesse des changements qui s'opèrent à même les sujets d'intervention et les processus qui mènent à leur aboutissement, l'organisation se montre sensible à l'émergence des pratiques jugées plus attentives et sensibles aux mouvements des sociétés. Ici, le modèle s'articule autour de champs d'intervention complémentaires. La prestation de services s'annonce ainsi : *Architecture – aménagement commercial – environnement de travail – communication – encadrement écologique – ingénierie – en sous-entendu de l'incontournable appui de la gestion de projets.*

L'AMÉNAGEMENT INTÉRIEUR COMMERCIAL COMME TERRAIN D'ESSAI ET INSTRUMENT DE MESURE D'UN SERVICE PROFESSIONNEL INTÉGRÉ À L'ÉTRANGER

Suite à de petites incursions locales dans le domaine de l'aménagement intérieur de commerces, Aedifica se retrouve par un hasard nuancé en compétition pour une entrevue de sélection en vue d'effectuer un mandat d'aménagement intérieur pour une société de Los Angeles. Force est d'admettre que l'expérience marchande de Michel Dubuc lui permettent déjà de comprendre les rouages et le fonctionnement de l'activité commerciale. Naturellement, ceci dirige l'action du concepteur sur un autre niveau de compréhension des enjeux et interactions de l'environnement de la consommation associé aux valeurs sous-jacentes de l'expérience d'achat. *Nous avons eu le mandat avant tout soutenus de notre maîtrise de la dynamique des acteurs et celle de l'art de construire : un architecte qui comprend le métier de celui à qui il s'adresse et qui a un point de vue sur la solution. En compétition avec dix agences internationales, nous avons obtenu le mandat et cette expérience témoigne que bien souvent le discours architectural est trop souvent centré sur l'architecte et non sur l'objet ou encore sur le client-usager. C'est par le lien de confiance du professionnel et de son client que débute l'aventure internationale d'Aedifica avec un premier aboutissement hors frontières qui servira d'ancrage à l'éclosion subséquente, allègrement produite par le mouvement cumulatif de la référence et assurément positive si l'on en juge l'ampleur du volume de production hors frontières. On s'est aperçu qu'un architecte ou un designer qui s'intéresse à l'environnement commercial devait avoir des réflexes différents, qu'il fallait cultiver cette spécialité pour être capable d'assurer la meilleure prestation.*

Pareille souscription nous amène à reconnaître que les fondements de la nouvelle économie dirigent les conditionnements de la valeur sur d'autres niveaux d'appréhension. En sous-entendu, la valeur expérientielle de l'environnement de l'activité commerciale est désormais partie intégrante de tout un système de cohabitation d'expertises, motivées à l'édification de la cohérence d'une identité commerciale à laquelle se greffe en porte à faux une orchestration d'interactions sensorielles adressées au calibrage de l'expérience et intensifiées par la juste mesure de leur qualité fusionnelle. (Le positionnement va s'opérer sur le contrôle de toute la chaîne d'un produit : du design, de la fabrication à toutes les composantes de la distribution dans un processus totalement intégré qui fait large part à l'architecture du commerce en tant que vecteur de com-

munication, s'adressant maintenant à u registre des émotions canalisées vers la valorisation des individualités. Ce territoire d'intervention sollicite sur tous les azimuts de sa trajectoire de l'expertise pointue capable d'agir en complémentarité et simultanéité : *plus le client est aguerri dans son domaine, moins la marge d'erreur est possible. C'est une industrie qui porte sa propre spécificité et ces ont des pratiques dans le sens où elles rassemblent.*

L'aménagement commercial devient un tremplin exceptionnel pour se mesurer à l'épreuve internationale avec terrain d'essai, les États-Unis et tout ce que ceci comporte en termes de compréhension de marché pour définir la prestation de services. *Les clients qui gèrent bien leurs investissements en service professionnels exigent une feuille de route implacable dans la démonstration de la capacité d'adresser le problème avec imagination et innovation.* Peu importe le secteur d'activités, les corporations américaines actives en développement de commerces travaillent dans un environnement à *tempérament névrotique* où le temps de réalisation se joue sur des espaces différenciés, puis juxtaposés et souvent entrelacés mais toujours en contrepoint de l'irréversible échéance correspondant à l'ouverture des opérations. *Dès que le concept est finalisé, la seule préoccupation du client se pose sur l'échéance et les coûts. L'entre-deux, il s'en détache et c'est pour cela qu'il fait appel à des experts. Nous avons rapidement réalisé qu'il était impossible de livrer de gros volumes de travail à des donneurs d'ouvrage américains sans devenir des experts de l'architecture de commerces, des experts en gestion de projets et sans oublier l'ingénierie.* Ces composantes sont indissociables dans ce secteur d'activités et la boucle de services se ferme en articulant ce triumvirat qui donne du soutien au gouvernail et de l'assurance à l'équipe pour atteindre efficacement la cible. Le dispositif assigné à la ténacité du bouclier de l'imprévisibilité a ouvert le spectre du marché américain et Aedifica, s'est ainsi doté des outils adéquats pour répondre à ce type de nécessités. Ce secteur d'activités représente essentiellement celui où le service professionnel d'Aedifica s'est exporté au-delà de nos frontières et ceci a pris toutes sortes de dimensions : de la conception à la réalisation en offrant aussi le service en fragments détachés.

Sans doute que la distance nous permet d'avancer une lecture de l'épisode en l'associant une configuration anthropométrique d'un système intégré de cellules spécialisées qui interagissent sur une plateforme de faible gravité et fortement baignée de l'effet synergique du contact à la différence dans une dynamique apte à la variance, la souple et l'adaptabilité. Nous sentons fort bien qu'en dépit du niveau de compétences, le système devient l'instrument de l'éclosions internationale dont le retour en termes d'expériences agit comme additif qui va contracter en substance les vaisseaux de l'organisme.

(Se joignent à nous les directeurs de services pour engager la discussion sur le terrain de l'instrumentation du système de gestion: Gina laquinta, Vice-présidente, développement des affaires, Aménagement corporatif; Stéphane Bernier, Directeur, design commercial et Martin Beaudry, Directeur, ingénierie).

LE PROCESSUS DE DESIGN INTÉGRÉ : CATALYSEUR D'IMAGINATION, TERRITOIRE D'INNOVATION ET OUTIL DE SANCTION DES SEUILS DE PERFORMANCE

La racine de la conception adressée à l'une ou l'autre des pratiques tire son essence dans l'approche de la situation sollicitée et prend de plus en plus d'importance dans la démarche de conception intégrée où les acteurs de spécialités périphériques et spécifiques à la nature du projet se regroupent en aval pour situer le problème, identifier leurs contributions et esquisser le panorama d'une démarche de travail ouverte : une compréhension globale visant singulièrement à rejoindre le plus haut niveau de précision de la donnée. Et bien que difficile, on reconnaît que la coordination du protocole demeure l'appui sur lequel on assure les voies de passage d'une groupe à l'autre. *En générateur d'alliances, on se rend compte rapidement que deux champs disciplinaires peuvent investiguer des domaines communs qu'ils explorent traditionnellement en ilots. L'éclairage est un exemple éloquent puisqu'il touche simultanément l'architecture, le design d'intérieur et l'ingénierie, enchâssés de puis peu dans l'incontournable filière du développement durable qui parachève finalement le ceinturage du processus de design intégré. Nous devons tout de même agir en conscience que les groupes ont leurs propres méthodes de travail et qu'il faut leur trouver un mode d'harmonisation approprié. Ceci pose aussi le problème des conditions de l'interchangeabilité qu'il faut sans cesse définir...*

L'expertise devient aussi pluridisciplinaire et s'érige aussi au savoir de l'autre qui s'affine par des procédés caractérisés invraisemblablement par la fragmentation microscopique des actions posées sur l'ensemble et par l'hardiesse de l'orchestration signifiée dans la réunification des strates en cohérence. Les stratégies sont ouvertes et sollicitent une conscience éclairée de la complexité des rapports entre les différents facteurs cristallisant la situation d'étude, supposant d'ailleurs que l'intervention s'adresse aussi à l'univers des sens en arrière plan de l'espace construit, tangible et raisonné. Les perspectives de l'approche holistique sont vastes lorsque l'on s'engage sur champ de bataille du développement durable. *La collégialité professionnelle se définit avant tout par l'équipe de direction où l'essentiel des décisions professionnelles sont prises. En présence de cette équipe, nous regardons le marché, les identifions les enjeux, nous définissons les défis, nous considérons le potentiel et les difficultés de nos ressources, nous examinons notre propre synergie dans l'équipe et comment ensemble, nous sommes capables d'être meilleurs qu'individuellement. Ensuite, il suffit d'insuffler l'énergie conséquente pour qu'elle se répande dans les corridors de la production.*

EN CONCLUSION

L'entrevue se conclue sur le propos de l'équilibre des masses critiques liées à l'envergure et la complexité du projet architectural, la capacité des ressources et son potentiel de régénération, la portée du système et sa capacité financière. Il s'en dégage une grande assurance posée avec humilité, on propose une approche avant tout centrée sur l'individu, l'acteur et le spectateur, et les liaisons sont palpables jusqu'au seuil de l'épiderme. De cet intarissable concentré de distensions de l'arbitraire et de la raison, on retient le souffle plusieurs fois... sachant tout autant que son essence porte l'attribut d'une condition de lucidité atteinte d'un niveau de résonance mature et fécond.



Ci-haut : Adidas Originals, SOHO ; ci-dessous : BriteSmile, USA





Ci-haut : Adidas SLVR, SOHO ; ci-dessous : Aldo WhiteCity, UK.



NOTES CHRONOLOGIQUES

1985 : Premières percées aux États-Unis pour le détaillant Le Château

1987 : Côte Ouest américaine, Los Angeles, importante chaîne de prêt-à-porter américaine

1988 et + : grande présence sur le marché américain en design commercial. Au cours des années qui suivent, Aedifica a travaillé au déploiement commercial de marques prestigieuses telles que Sunglass Hut (US), Aldo (US et UK), Club Monaco (US, Kuala Lumpur, Corée du Sud), Adidas (US, Allemagne, France, Japon, Russie, Chine, etc).

Le design, tel que pratiqué par Aedifica, s'exporte facilement vers l'Europe, l'Asie et les États-Unis et est une plate-forme extraordinaire pour les entreprises internationales désirant faire le pont entre l'Europe et les États-Unis. L'ensemble des services touchés englobe les documents de construction, le design de prototype, le design de mobilier et les services d'ingénierie. Plus ou moins 40% du chiffre d'affaires annuel d'Aedifica est lié aux projets internationaux/clients internationaux. Depuis 1985, la firme a réalisé plus de 3000 projets commerciaux, dont la grande majorité a été réalisée à l'extérieur du Canada.

BIBLIOGRAPHIE

- Castells Manuel, La société en réseaux, Paris, éditions Fayard, 1998.
- De Kerckhove Derrick, Les nerfs de la culture, être humain à l'heure des machines à penser, Les presses de l'Université Laval, traduit de l'anglais par Jules Deschênes sous la direction de Christopher Dewdney, Québec, 1998.
- De Rosnay Joël, L'homme symbiotique, Regards sur le troisième millénaire, éditions Le Seuil, Paris, 1995.
- Lévy Pierre, World Philosophie, Paris, éditions Odile Jacob, coll. Le champ méthodologique, 2000.
- Virilio Paul, La bombe informatique, éditions Galilée, Paris, 1998.
- Prost, Robert, 2001, Stratégies de formations en aménagement: pour de nouvelles dynamiques entre les savoirs et les pratiques, Trames revue de l'aménagement no13, Université de Montréal, Faculté de l'aménagement.
- Attali Jacques, Chemins de sagesse, traité du labyrinthe, Fayard, Paris, 1997.
- Ladrère Jean, Les enjeux de la rationalité, le défi de la science et de la technologie aux cultures, éditeur Aubier-Montaigne / Unesco, Unesco, 1977.
- Wolton Dominique, Internet et après ?, une théorie critique des nouveaux médias, Paris, Éditions Flammarion, collection Champs, 2000..



VOUS RÉALISEZ UN PROJET LEED ?

Visitez notre site Web afin de découvrir la nouvelle section LEED. Cet outil unique et novateur est mis à votre disposition afin de faciliter vos choix de matériaux lors de la conception de constructions écoresponsables destinées à être certifiées LEED.

1.877.MAMMOUTH
www.soprema.ca/leed



JELD-WEN REMPORTE LE PRIX «RECONNAISSANCE ENERGY STAR POUR L'EXCELLENCE SOUTENUE » !

Le 9 juin 2010, le manufacturier de portes et fenêtres, JELD-WEN, s'est vu remettre le prix la «reconnaissance ENERGY STAR pour l'excellence soutenue pour l'année 2010». Ce prix, remis par Ressources Naturelles Canada, souligne la volonté de JELD-WEN de promouvoir la certification ENERGY STAR, et les efforts déployés pour accroître la qualité de ses produits en matière d'efficacité énergétique. Le manufacturier met de l'avant plusieurs outils, tels que des sites Internet comme www.eco-reno.ca et www.jeld-wen.ca et afin de bien informer les consommateurs sur les produits à haute efficacité énergétique. JELD-WEN a également innové cette année en proposant aux consommateurs une nouvelle promotion sous le thème de l'efficacité énergétique : «Faites de votre maison une star», dans laquelle les canadiens courraient la chance de gagner 50 000 \$ pour effectuer des rénovations et améliorations à leur résidence afin d'améliorer l'efficacité énergétique de celle-ci.

Le prix «reconnaissance ENERGY STAR pour l'excellence soutenue» avait été remporté, dans les dernières années, par des entreprises telles qu'Hydro-Québec et Whirlpool. JELD-WEN, de son côté, avait également reçu le prix de participant de l'année ENERGY STAR en 2009 pour ses efforts en matière de promotion des normes d'efficacité énergétique.

JELD-WEN, déjà établi comme l'un des chefs de file mondial dans la fabrication des portes et des fenêtres, est devenu en 2007 le premier manufacturier canadien de portes et fenêtres à être licencié par le gouvernement du Canada pour promouvoir le programme écoÉNERGIE Rénovation — Maisons. Présente dans 17 pays avec ses 200 usines, dont 8 au Canada, l'entreprise compte plus de 20 000 employés répartis à travers le monde. JELD-WEN offre la plus vaste gamme de produits liés aux portes et fenêtres. Elle investit constamment en recherche et en développement afin d'offrir les technologies les plus innovatrices de l'industrie en termes d'efficacité énergétique et de rendement requis par les consommateurs canadiens et américains.

SOPREMA ANNONCE LE REGROUPEMENT DE SES ACTIVITÉS NORD-AMÉRICAINES

SOPREMA, fabricant de produits de toiture et d'étanchéité en bitume modifié SBS (styrène-butadiène-styrène), annonce le regroupement de ses activités canadiennes et américaines dans le but d'améliorer la productivité et la qualité du service. Ce regroupement vise en outre à favoriser la collaboration, à renforcer la synergie, à mettre en place une direction unifiée et à optimiser l'efficacité et la prestation des services offerts aux clients de l'entreprise. SOPREMA exploite 16 usines de fabrication à travers le monde et exporte ses produits et services dans plus de 80 pays. Son chiffre d'affaires annuel, en constante croissance, dépasse les 1,5 milliard de dollars. Chaque année, SOPREMA fabrique des millions de mètres carrés de matériaux de haute qualité destinés à l'enveloppe du bâtiment. La forte présence sur le marché mondial de l'entreprise lui confère une place privilégiée pour l'avenir. Membre du Conseil du bâtiment durable du Canada, SOPREMA symbolise son dévouement pour le développement durable par le logo Ecostruction, qui désigne ses produits écologiques destinés à maintenir la santé de la planète.

Dans le but d'appuyer ses clients, SOPREMA Amérique du Nord gère huit centres de formation qui offrent des activités d'apprentissage interactives et structurées. L'entreprise prévoit créer cinq centres de formation régionaux additionnels aux États-Unis. SOPREMA, une entreprise familiale fondée en 1908, est à la tête de l'industrie depuis la création de la première membrane d'étanchéité de l'histoire moderne. Chef de file de la conception de produits grâce à sa grande expérience en génie chimique, en fabrication de produits et en conception de systèmes, l'entreprise offre des produits conçus pour protéger la totalité de l'enveloppe du bâtiment.

Visitez le www.soprema.ca pour connaître la gamme complète des produits de l'entreprise. Le site Web présente de plus les systèmes écologiques, l'information technique ainsi que les dernières innovations concernant les solutions durables de SOPREMA.

design urbain +
architecture de paysage

PARTENAIRE POUR UNE INTEGRATION DU PAYSAGE

URBAN SOLAND
PAYSAGES URBAINS

t 514 402 9353 info@urban-soland.com
www.urban-soland.com

 **sdk**



Casino du Mont-Tremblant

Les ingénieurs spécialistes de la structure

- STRUCTURE
- VERRE STRUCTUREL
- STRUCTURE INDUSTRIELLE
- GÉNIE CIVIL



SDK et associés
1751, rue Richardson, bureau 2120
Montréal (Québec) H3K 1G6
Tél. : 514 938-5995

www.sdklbb.com



Charpenterie Traditionnelle

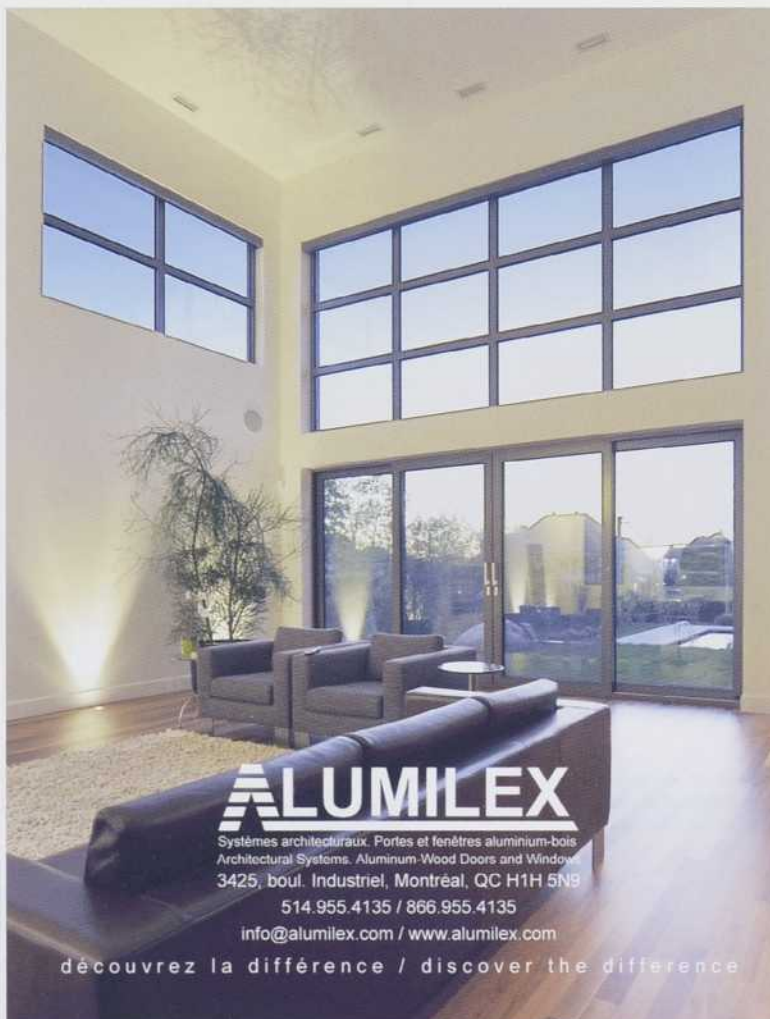
HAMLET

Heavy Timberwork



- Design, fabrication & installation de charpentes apparentes
- Bois solide & lamellé-collé
- Assemblages à tenon et mortaise ou métalliques sur plans d'ingénieurs

heavytimberwork.com | (450) 451-5678



ALUMILEX

Systèmes architecturaux. Portes et fenêtres aluminium-bois
Architectural Systems. Aluminum-Wood Doors and Windows

3425, boul. Industriel, Montréal, QC H1H 5N9

514.955.4135 / 866.955.4135

info@alumilex.com / www.alumilex.com

découvrez la différence / discover the difference

L'ARCHITECTURE DE PAYSAGE AUX PORTES DU MONDE

JONATHAN CHA, ARCHITECTE PAYSAGISTE, DOCTORANT EN ÉTUDES URBAINES UQAM / INSTITUT D'URBANISME DE PARIS

L'architecture de paysage, profession somme toute récente au Québec, a depuis ses débuts été ouverte vers le monde¹. En effet, les premiers praticiens ont été formés à l'extérieur de la province ou provenaient de l'étranger. Cette particularité québécoise a contribué, de tout temps, à tisser des liens étroits avec d'autres villes et régions du monde. Même si la pratique à l'étranger n'occupe qu'une faible part des projets d'architecture de paysage, plusieurs professionnels continuent de maintenir cette interrelation mondiale en réalisant des projets à l'international ou dans certains cas, en s'installant de façon permanente à l'étranger pour y pratiquer la profession. Au fil des décennies, la pratique s'est internationalisée et les architectes paysagistes québécois ont réalisé divers projets d'aménagement aux quatre coins du monde, des États-Unis au Chili en passant par la France et la Chine. L'article non exhaustif propose un survol sommaire de l'influence internationale sur l'architecture de paysage au Québec et expose les expériences de quelques professionnels et firmes pratiquant ou résidant à l'étranger, soit Lynn Duranceau, William Asselin Ackaoui et associés inc., Michel Fontaine de Médialand inc., VLAN paysages, NIP Paysage et Claude Cormier architectes paysagistes inc.

LES PREMIÈRES INFLUENCES ÉTRANGÈRES EN ARCHITECTURE DE PAYSAGE

La pratique de l'architecture de paysage au Québec remonte à la première moitié du XIX^e siècle alors que s'amorce le mouvement des squares publics. L'origine des concepteurs et les modèles mis en place témoignent alors des intérêts et des savoir-faire français et britanniques. Il est question d'importation et d'acclimatation de modèles européens appliqués aux réalités territoriales et sociales de Montréal. L'embauche de l'architecte paysagiste américain Frederick Law Olmsted en 1871, pour la réalisation d'un parc sur le mont Royal, marque l'ouverture des frontières de la pratique paysagère. Pour la première fois, un architecte paysagiste provenant de l'extérieur de Montréal est invité à concevoir un aménagement.

Vers la fin du XIX^e siècle, les jardiniers et les surintendants d'origine française collaborent avec les ingénieurs d'origine britannique dans la création et l'entretien des parcs, des places et des squares de la ville. Les professionnels montréalais de l'aménagement sont également à l'heure des États-Unis en participant notamment, à partir de 1898, à la Convention annuelle de l'Association des Surintendants des Parcs de l'Amérique ayant lieu dans une ville distincte à chaque année². La convention, qui comprend des conférences et des visites, aborde différents sujets relatifs aux innovations, à l'amélioration des parcs et des squares et à l'embellissement des villes et permet de «puiser des connaissances dont la Ville ne pourrait que bénéficier»³. La Commission des parcs et des traverses demande annuellement des fonds afin de pouvoir y envoyer une délégation.

Ainsi, à compter de la fin du XIX^e siècle, il devient d'usage que les inspecteurs de la Cité, les ingénieurs, les surintendants et les membres de la Commission des parcs et traverses de Montréal participent annuellement à diverses conventions tenues aux États-Unis. Ces périples à l'étranger sont l'occasion de faire «des arrêts dans d'autres villes sur

le retour»⁴ pour acquérir une connaissance des projets et des ouvrages en cours de réalisation. Boston, Minneapolis, New York, Philadelphie, Pittsburgh, Saint-Paul, Toronto et Washington comptent parmi les villes visitées par la Commission au fil des années. À certaines occasions, que ce soit pendant les rencontres ou pendant l'exercice de leurs fonctions, les ingénieurs sont appelés à dresser le portrait des squares, des parcs ou des rues de leur ville. En 1903 l'inspecteur John R. Barlow propose d'ailleurs de faire une présentation sur le «Park Development and Maintenance» à Indianapolis en mettant de l'avant l'exemple montréalais⁵. Ces échanges, qui se poursuivront au XX^e siècle, assurent la transmission des connaissances d'une commission à une autre, et ce, à travers l'Amérique du Nord.

Dans la première portion du XX^e siècle, deux architectes paysagistes ayant travaillé pour le bureau de Frederick Law Olmsted aux États-Unis s'établissent à Montréal, soit l'Américain Frederick G. Todd et le Montréalais d'origine Rickson A. Outhet. La filiation américaine se perpétue dans les années 1930 alors que le Québécois Louis Perron poursuit ses études à Cornell University à New York; il devient ainsi le premier Québécois francophone à devenir architecte paysagiste. Après la Deuxième Guerre mondiale, plusieurs autres Québécois suivent ses pas en s'inscrivant dans des universités américaines. Dans les années 1950 et 1960, l'architecture de paysage au Québec est marquée par l'influence d'architectes paysagistes provenant de l'Europe et des États-Unis.

L'EXPOSITION UNIVERSELLE DE 1967

«TERRE DES HOMMES» : LE MONDE À MONTRÉAL



La profession de l'architecture de paysage naît des expériences croisées. En effet, l'association des architectes paysagistes du Québec (AAPQ) est créée en 1965 par des professionnels québécois formés dans les universités américaines dans les années 1940 et 1950 par des Européens ayant émigré au Québec après la Seconde Guerre mondiale ainsi que par plusieurs architectes paysagistes expérimentés provenant des États-Unis, de l'Ontario et de l'Ouest canadien⁶.

Deux ans après la fondation de l'AAPQ, l'Expo 67 propulse le milieu de l'architecture de paysage. Marqué par une course à la différenciation et à l'affirmation de soi, cet événement d'envergure qui fera la une de célèbres magazines à travers le monde permet aux spécialistes de l'aménagement de montrer tout leur savoir-faire dans la mise en œuvre d'un site urbain et paysager incomparable au cœur du Fleuve Saint-Laurent. «L'Expo 67 place pour ainsi dire Montréal sur la carte du monde»⁷. Les nombreuses promenades et places publiques situées sur l'île Notre-Dame, l'île Sainte-Hélène et la Cité du Havre dont la place des Nations, la place d'Accueil et l'approche du pavillon du Québec, sont représentatives de l'idéologie des années 1960 et comptent

Page couverture du numéro de janvier de la revue mensuelle Montréal 67 publiée par la Ville de Montréal.

PARIS
ance des projets
oston, Minneapolis
nt-Paul, Toronto
e 70 pays livrent des bâtiments et des jardins s'inscrivant
tant dans un modernisme international que dans une tradi-
tion folklorique. Les Montréalais sont donc exposés à des
jardins aux traditions diverses : un jardin japonais, un jardin
erse, un jardin classique à l'européenne, une végétation
uxuriante de Monaco, une plantation de cannes à sucre de
Jamaïque, etc... Le monde est à notre portée, le monde
est à Montréal.
A FONDATION DE L'ÉCOLE D'ARCHITECTURE DE
PAYSAGE ET LES ÉCHANGES INTERNATIONAUX
a grande visibilité accordée à l'architecture de paysage a
ne influence profonde dans la création d'un programme
e baccalauréat à l'Université de Montréal. Ayant obtenu
on statut d'autonomie en 1978, l'École d'architecture de
paysage demeure le seul programme du genre au Québec
par conséquent, le seul en Amérique du Nord à dispenser
d'un enseignement en langue française. Les échanges
tudiants internationaux occupent une place de choix dans
e programme, et ce particulièrement depuis les années
80. Les principales destinations sont alors la France (École
ationale Supérieure de Paysage de Versailles), la Belgique
aculté universitaire des sciences agronomiques de Gem-
oux), l'Angleterre (*Cheltenham College, Gloucestershire*) et
s États-Unis (*California State Polytechnic University*). Les
isites d'architectes paysagistes célèbres tels Fernando
hacel du Brésil ou Jacques Simon de la France apportent
our leur part de riches contributions à l'enseignement et
la formation des architectes paysagistes québécois. Une
pis gradués, plusieurs d'entre eux prennent la décision,
ans les années 1970 et 1980, d'aller travailler à l'étranger,
principalement en France et aux États-Unis. Alors que ceux
étant installés en France reviennent généralement au ber-
il quelques années plus tard, il en va autrement pour ceux
yant migrés au sud de la frontière canadienne qui décident,
our la plupart, d'y demeurer de façon permanente.

MONTREAL
ession de l'archi-
paysage trait des
es croisées. En
ation des archi-
sagiste du Qué-
est créée en
professionnels
ormés dans les
américaines
nés 1940 et
Européens
au Québec après
e Guerre mon-
ue par plusieurs
rovenant des
en.
APQ, l'Expo 67
paysage. Marqué
firmation de soi-
e de célèbres m-
spécialistes de
aire dans la m-
comparable au
pace pour ainsi
nombreuses pro-
e Notre-Dame
la place des Nat-
on du Québec
es 1960 et comp-



fication du jardin de Chine 10 ans plus tard»¹⁰. En 1997, la Fédération interdisciplinaire de l'horticulture ornementale du Québec relance cette initiative en organisant «Québec en fleurs 97», les premières floralies entièrement intérieures au Canada. Des exposants provenant de douze pays participent à cette grande exposition agricole. L'intérêt pour l'exposition de jardins floraux se reconferme par la tenue, dans le Vieux-Port de Montréal, des Mosaïcultures Internationales de Montréal en 2000, 2001 et 2003; l'architecte paysagiste Lise Cormier en est l'organisatrice en chef. Fondées en 1998, Mosaïcultures Internationales de Montréal est un chef de file mondial dans l'art de la mosaïciculture par son expertise dans la conception, la réalisation et l'entretien d'expositions, de jardins et d'œuvres de mosaïciculture. La troisième édition organisée par Mosaïcultures Internationales de Montréal en collaboration avec le Service des Parcs, Jardins et Espaces verts de la Ville de Montréal a réuni plus de 50 villes représentant 32 pays. «Mosaïcultures Internationales Montréal 2000 fut acclamée par le grand public et immédiatement reconnue au niveau international par les villes participantes et par les spécialistes de l'architecture de paysage et de l'horticulture, tant pour sa grande qualité technique que son concept innovateur et sa beauté poétique»¹¹.



Les 3 images sur cette page :
Les Floralies internationales de Montréal.
Photos: Jardin botanique de Montréal.



DE MONTRÉAL À SHANGHAI : LES COLLABORATIONS ASIATIQUES DU JARDIN BOTANIQUE DE MONTRÉAL ET DE LA VILLE DE MONTRÉAL

À l'occasion des Floralies Internationales de Montréal, le Jardin botanique fait l'acquisition de nombreuses collections de penjings à laquelle s'ajoute la donation d'une importante collection en provenance d'Hong Kong. «Un volet très important et significatif du Jardin s'ouvre alors : celui des remarquables collections et jardins d'Asie»¹². Dans la foulée du jumelage entre Montréal et Shanghai en vigueur depuis 1987, Pierre Bourque et une équipe de la Ville de Montréal, dont l'architecte paysagiste Wendy Graham, font à compter de 1988, diverses missions en Chine afin de concrétiser la volonté de construire un jardin de Chine à Montréal. Moins de trois ans après l'ouverture du jardin japonais, œuvre de Ken Nakajima, maître de l'école moderne d'architecture de paysage du Japon, le Jardin de Chine ouvre ses portes au Jardin botanique. Réalisé sous la supervision de Le Wei Zong, directeur de l'Institut de design de Shanghai, le Jardin de Chine est le fruit d'échanges et d'une étroite collaboration entre les concepteurs montréalais et shanghaiens.

Cette relation d'amitié entre Montréal et Shanghai mènera dix ans plus tard, en 1999-2000, à la réalisation du Jardin de Montréal au Parc du Centenaire à Pudong (Shanghai) en

Chine. Réalisé par la firme Claude Cormier architectes paysagistes en collaboration avec l'équipe de la Ville de Montréal dont Wendy Graham, le Jardin de Montréal est un jardin symbolique témoignant de notre expertise et de nos paysages. Vingt ans après les Floralies et une décennie après la création des jardins japonais et chinois par des concepteurs asiatiques, l'architecture de paysage québécoise s'exporte et rencontre le monde.

LES FESTIVALS DE JARDINS ET LES INSTALLATIONS ÉPHÉMÈRES : UN CONTACT AVEC L'ÉTRANGER

À compter des années 1990, la pratique de l'architecture de paysage se répand et les architectes paysagistes n'hésitent pas à quitter le Québec, ne serait-ce que le temps d'un projet, pour explorer et toucher à de nouveaux territoires. Les projets éphémères sous formes de jardins ou d'installations représentent un bon investissement contribuant à bâtir un portfolio, particulièrement en début de carrière. En plus d'être une source d'expérience, ils contribuent à bâtir une renommée et à donner une crédibilité à la firme d'architecture de paysage¹³. Bien que ces projets ne soient pas très rentables sur le plan financier, ils constituent de bons investissements à moyen terme de par la grande visibilité qu'ils offrent aux designers.



Les festivals de jardin représentent des lieux idéaux pour prendre sa place dans le milieu international. L'un des plus connus à cet égard est le Festival International des Jardins de Chaumont-sur-Loire, créé en 1992. Espace dynamique annonçant l'état de la création paysagère dans le monde «en présentant de nouveaux fleurissements, de nouveaux matériaux, des idées et des approches novatrices», le Festival International des Jardins a accueilli plusieurs Québécois au fil des ans. En 1998, les futurs associés de la firme NIP Paysages y crée *Le Déluge*, un jardin évoquant le déluge du Saguenay survenu deux ans plus tôt¹⁴. Ce jardin conçu sur le thème de l'eau, évoque la force du passage et est notamment composé de chaises rouges volant et traversant le jardin dans un mouvement d'ondulation. À l'occasion du festival «Ortus Artis» de Padula en Italie en 2003, NIP Paysages récidive avec *Flore Laurentienne*, un projet d'installation pour l'entrée de la *Certosa di San Lorenzo*.

L'architecte paysagiste québécois le plus connu internationalement, Claude Cormier, a réalisé quelques projets éphémères sur invitation soit : *Solange* (Domaine Lacroix-Val, Lyon, France, 2003), *Blue Stick Garden* (Hestercombe Gardens, Angleterre, 2004), *Blue Tree* (Cornerstone Festival of Gardens, États-Unis, 2004) et *Pergola* (Le Havre biennale d'art contemporain, France, 2006). *Blue Stick Garden*, déjà

exposé au Québec et au Canada, ainsi que *Blue Tree*, sont deux installations marquantes de l'architecture de paysage ayant eu un écho international. Le Jardin de bâtons bleus, inspiré par Elsie Reford qui elle-même l'avait été par Gertrude Jekyll pour la création du jardin de Métis, a été installé dans le jardin historique d'Hestercombe. Bousculant la référence classique et incontournable en matière d'architecture de paysage, l'installation rend hommage à la célèbre collaboration entre Gertrude Jekyll et Edwin Lutyens, les créateurs de l'un des plus importants jardins du XX^e siècle. En Californie, le recouvrement par 75 000 boules de Noël bleues d'un arbre mature et malade de Sonoma a donné naissance au *Blue Tree*. Captant les fluctuations de la lumière naturelle, l'arbre camouflé et saturé d'artificialité se révèle plutôt que de s'effacer. Ces quelques exemples de jardins et d'installations éphémères ont contribué à la reconnaissance internationale des architectes paysagistes québécois comme des jardiniers d'avant-garde¹⁵.



2



10



9



11

1. Penjing, Montréal, photo : Jardin botanique de Montréal (Michel Tremblay)
2. Jardin japonais, Montréal, photo: Jardin botanique de Mtl (M. Tremblay)
3. Jardin de Chine, Montréal, photo: Jardin botanique de Mtl (Michel Tremblay)
4. Jardin de Montréal à Shanghai, Claude Cormier architectes paysagistes inc., photo: Marc Hallé, 2005
5. Jardin japonais, Montréal, photo: Jardin botanique de Mtl (Michel Lambert)
6. Jardin de Chine, Montréal, photo: Jardin botanique de Mtl (Michel Tremblay)
7. *Solange*.jpg : Solange, Lyon, France, Claude Cormier architectes paysagistes inc., 2003
8. Pergola, Le Havre, Claude Cormier architectes paysagistes inc., photo : Jacques Perron, 2006
9. *Blue Stick Garden*, Taunton, Claude Cormier architectes paysagistes inc., crédit Lynn Keddie, 2004
10. *Blue Tree*, Sonoma, Claude Cormier architectes paysagistes inc., photo : David Aquilina, 2003
11. *Le Déluge*, Chaumont-sur-Loire, NIP Paysage

L'EXPERTISE DU QUÉBEC EN DEMANDE : QUELQUES EXPÉRIENCES À L'ÉTRANGER

La pratique à l'international des firmes d'architecture de paysage n'est pas un phénomène répandu, mais elle mérite quand même d'être soulignée par la richesse et la diversité des expériences. Des projets immobiliers et d'établissements touristiques, dont le *Royal Reef Resort* dans l'archipel des Îles Turques et Caïques (Projet Paysages), à l'implantation du *Trinidad Rapid Rail* de Trinidad et Tobago (Plania) aux vastes projets d'aménagement au Moyen-Orient, au Mexique et au Brésil (Élise Beaugard, IBI/DAA), les architectes paysagistes québécois laissent leurs marques à l'étranger. Voici donc quelques exemples d'expériences de vie, de démarches, de projets et de perceptions de la pratique de l'architecture de paysage à l'international.

STATISTIQUES ARCHITECTES PAYSAGISTES DU QUÉBEC PROVENANCE OU PRATIQUE À L'ÉTRANGER	
Ayant exercé ou exerçant à l'étranger depuis la fondation de l'AAPQ (bassin de 1000 architectes paysagistes)	15%
Membres résidant actuellement à l'extérieur du Québec (sur un total de 450 stagiaires et membres agréés)	20 personnes
Membres en provenance de l'étranger résidant et pratiquant actuellement au Québec (sur un total de 450 stagiaires et agréés)	10%

(Source : Marie-Claude Robert, directrice générale, AAPQ)

LE PARCOURS DE LYNN DURANCEAU : DE L'ALLEMAGNE AUX ÉMIRATS ARABES UNIS

Lynn Duranceau a un parcours professionnel hors du commun. Après ses études de baccalauréat complétées en 1983, elle s'inscrit à un programme d'échange étudiant organisé par le professeur d'origine allemande Fred Oehmichen. Son bagage académique acquis à l'École d'architecture de paysage, sa connaissance de la langue allemande, son attirance pour les pays germaniques et sa passion pour l'aventure et l'étranger la mène ainsi à un emploi estival à la Ville de Vienne en Autriche. Ayant prolongé son séjour à six mois, Lynn Duranceau en profite pour parcourir l'Europe et particulièrement l'Allemagne. Elle y rencontre plusieurs Allemands qui l'incitent à se chercher un emploi en Allemagne, malgré la récession sévère et le climat politique qui y règnent (époque du mur de Berlin). Son attachement à la culture et aux paysages naturels de l'Allemagne lui confirme son intérêt à approfondir sa connaissance de ce peuple ingénieux et perfectionniste dont l'histoire a façonné sa manière de voir et de faire les choses. Sa volonté et sa persévérance lui permettent de surmonter des démarches laborieuses et de dénicher trois emplois successifs entre 1983 et 1985 pour *HMH Landschaft Architekten* à Hanovre et pour les firmes d'entrepreneurs en construction *E. Shleife, Landschaftsbau* et *R. Brandenburg, Landschaftsbau* à Berlin ouest.

En Autriche, malgré des outils sommaires, elle s'affaire à l'arpentage, à la mise en plan et à des travaux d'entretien dans les parcs. Sa maîtrise des langues française et anglaise l'amène à remplir un rôle d'interprète à de nombreuses occasions. En Allemagne, la diversité des projets et du travail lui permet de mieux apprécier la profession. Dans le bureau *HMH Landschaft Architekten*, elle réalise de la mise en plan, de l'analyse de plantation, de l'analyse de terrain d'échelle régionale ainsi que des devis d'aménagement préliminaires pour une ville nouvelle en Malaisie.

Ses deux autres expériences de travail à Berlin lui offrent l'opportunité de travailler directement avec des constructeurs dans la plantation et dans la mise en œuvre de sentiers et de murets pour des projets résidentiels haut de gamme. Elle est également responsable, à titre de «Quantity Surveyor», des relevés de travaux complétés et de la surveillance de chantier sur un projet majeur d'exposition nationale allemande, le *Bundesgartenschau Berlin 85*. La cumulation de ces expériences contribuent à parfaire son apprentissage de la profession en lui apportant des connaissances tant au point de vue de l'analyse paysagère, de la conception (plan d'aménagement) que la technique (travail de chantier). Selon Lynn Duranceau, les Allemands avaient une longueur d'avance sur le Québec dans les années 1980 en ce qui concerne la compréhension de l'espace public et de l'aménagement en lien avec les notions sociales, d'échelles d'économie et de communauté. Les mails piétonniers, les terrains de jeux, l'art public, le développement urbain en général et même les végétaux étaient beaucoup plus avancés et variés en Allemagne et en Scandinavie qu'au Québec à l'époque.

Cette expérience en terres autrichienne et allemande s'est avérée très enrichissante, tant du point de vue culturel que professionnel. Elle a été bénéfique à sa pratique par l'apprentissage de nouvelles méthodes de travail, notion de design et applications des réglementations, sans oublier la compréhension de la culture nationale, l'éthique de travail et la hiérarchie, un élément important en Allemagne. La capacité d'adaptation à différents milieux, équipes et projets est évidemment essentielle dans ce contexte. Du point de vue personnel, la confrontation à des situations «extrêmes», à d'autres visions et à d'autres manières de faire s'est avérée des plus formatrices.

Les avantages et les difficultés de vivre et de travailler à l'étranger sont multiples. Côté culture diverse, parcourir des lieux et des projets, développer un esprit critique, apprendre des manières de faire en termes de design, de planification, de construction et de gestion et apprendre sur soi-même sont les principaux avantages d'une pratique à l'étranger. Cette expérience internationale s'accompagne également de difficultés. L'éloignement familial, l'obligation des délais d'obtention et les renouvellements des permis et des visas (de travail et de résidences), le déménagement, l'adaptation à de nouvelles cultures et conditions de vie et le sentiment d'être étranger même si l'on habite un endroit sont toutes des difficultés reliées à cet exil professionnel.

Près de vingt-cinq ans après son retour au Québec, Lynn Duranceau retourne sur la scène internationale en 2007 en acceptant une offre d'AECOM, une firme internationale en ingénierie, planification et architecture. Installée à Abou Dhabi aux Émirats Arabes Unis, elle agit maintenant à titre de *Specialist Consultants Manager* et *Project Manager* pour le volet «domaine public» sur deux projets de planification de villes nouvelles d'envergure. L'assurance d'un contrat à long terme et la passion toujours présente pour l'aventure et l'inconnu l'ont amenée, malgré la complexité des projets à accepter cet autre défi dans une région en pleine effervescence.

WILLIAMS ASSELIN ACKAOUI ET ASSOCIÉS INC. (WAA) : LES PIONNIERS DE L'INTERNATIONALISATION

Fondé en 1980 sous Asselin Ackaoui et associés, puis sous William Asselin Ackaoui et associés inc. en 1990, WAA est la première firme québécoise en architecture de paysage à œuvrer à l'étranger¹⁶. Outre quelques projets et interventions en Afghanistan, en Algérie, en Égypte, au Kenya, en Iran et en Russie, ce qui est déjà remarquable, c'est véritablement en Chine que WAA a consolidé sa pratique internationale.



1



1



2



3



4

1. Al Raha Beach Development, Abu Dhabi, EDAW/AECOM, source: Lynn Duranceau.
2. Le pavillon du jardin des sens, Parc Yanan Zhong Lu, Shanghai, WAA, source: Vincent Asselin
3. Passerelle du jardin d'eau, Parc de l'échangeur Yanan Zhong Lu, WAA, source: Vincent Asselin
4. Secteur du kiosque sur l'eau, Parc Xujiahui, Shanghai, WAA, source: Vincent Asselin

ationale. Depuis plus d'une décennie, la Chine connaît une période de développement accélérée où modernisation urbaine rime avec déplacement des populations, démolition d'anciens quartiers résidentiels et industriels, changements d'échelle et aussi verdissement massif des villes. Des peintures vertes aux parcs urbains, le désir pour l'implantation d'espaces verts dans les quartiers est manifeste et par conséquent, la demande pour une expertise locale et internationale s'accroît considérablement. À titre d'exemple à Shanghai, les espaces verts sont passés de 1m² par habitant en 1990 à plus 13m² par habitant 2010. L'espace vert augmente plus que jamais auparavant sur le territoire urbanisé chinois.

Les activités professionnelles de WAA dans l'empire du milieu s'amorcent suite au concours remporté pour le parc *Yanan Zhong Lu* à Shanghai en 1999. WAA ancre graduellement sa pratique en Chine en remportant tout au long des années 2000 une multitude de concours d'idées menant à des projets d'aménagement. Le parc *Yanan Zhong Lu* et le parc *Xujiahui*, tous deux à Shanghai, ainsi que le parc *Jiefang (Wuhan)* figurent parmi les plus importantes réalisations de la firme montréalaise. Spécialiste des grands parcs urbains, WAA réalise actuellement un parc riverain d'une longueur de 6 kilomètres à Chengdu, capitale du Sichuan, ainsi que le *Jinjing Tanglewood Music Camp* d'une superficie de 13 km².

La capacité récurrente de WAA à remporter les concours internationaux et la confiance grandissante à son égard des administrateurs et des investisseurs chinois provenant du Canton, de Hong Kong et de Shanghai ont apporté une notoriété importante à la firme tout en accroissant considérablement la demande pour ses services. Vu la difficulté et la complexité de gérer de tels projets à distance, WAA décide, en 2004, d'incorporer un nouveau bureau à Shanghai. L'équipe initialement constituée que de 4 personnes en compte aujourd'hui 15. En comparaison, le bureau de Montréal compte 20 employés. L'antenne shanghaienne est assurée par Vincent Asselin, l'un des quatre associés fondateurs du bureau¹⁷. Les deux bureaux génèrent chacun environ 50 % des projets de WAA. Même si les projets réalisés à Montréal et à Shanghai paraissent parfois aux antipodes, la méthode intégrée, l'approche, le suivi, le montage et l'archivage des projets suivent le même modèle. Un étonnant travail en symbiose s'effectue entre les deux équipes; l'équipe de Montréal contribuant régulièrement à la conception des projets chinois.

WAA réalise en Chine des projets de grande envergure et une étonnante diversité. L'échelle des lotissements et des parcs et projets commerciaux et résidentiels, qui atteint plusieurs voire des dizaines d'hectares, se distingue considérablement des aménagements réalisés par WAA au Québec. Les plazas et des parcs urbains, des projets de réhabilitation écologique et de création de marais filtrants, des quartiers résidentiels à haute densité, des projets mixtes incluant des fonctions commerciales, hôtelières et de bureau caractérisent l'éventail des commandes de WAA. Le *Luwan Greenland Residential*, le *Shanghai Business Park*, le *Jinqiao International Towers* ainsi que le *Wuhan Tiandi*, un vaste projet de développement d'une nouvelle communauté représentent des exemples probants de cette pratique.

Une pratique quotidienne réalisée en mandarin exige en entendu la présence d'un traducteur à plein temps, tant que la connaissance tant de la culture chinoise que des différents climats caractérisant les multiples régions de Chine. Reconnu comme une firme d'excellence en Chine, WAA obtient désormais des commandes sans passer par l'étape du concours. L'apport de WAA est unique par une offre des services professionnels complets répondant aux exigences élevées des clients chinois en termes de manage-

ment et de design. La firme se veut une référence pour son savoir-faire, son approche nord-américaine, son contrôle de la qualité, sa rigueur et son attention portée au suivi des projets. Pour Vincent Asselin de Williams, Asselin, Ackaoui et associés inc., la plus grande difficulté rencontrée en Chine est le contrôle de la qualité des projets. En outre, la civilité et les coutumes diffèrent considérablement dans la pratique de l'espace public. Une autorité est nécessaire afin de faire respecter les aménagements et de s'assurer de leur longévité. Fier de son succès, l'antenne shanghaienne de WAA se veut le reflet de l'excellence québécoise en architecture de paysage.

Liste des parcs construits en Chine par WAA et associés inc. (2000-2010)

- Yanan Zhong Lu (23 ha)
- Yanan Zhong Lu Plaza (5ha)
- Xujiahui (10ha)
- Harbin Sun island (80 ha)
- Zhongtang Park Suzhou (6 ha)
- Fanzhou park Suzhou (10 ha)
- Fuxing Park, Shanghai (13 ha)
- Jiefang Park, Wuhan (46 ha)

(Source : Vincent Asselin, WAA)

**MICHEL FONTAINE ET MÉDIALAND INC.
DE LA RÉHABILITATION À L'ÉCHELLE MONDIALE**

Présidée par Michel Fontaine, Médialand inc. est une société de services-conseils spécialisée en réhabilitation et en mise en valeur de sites. Malgré de faibles effectifs (moins de 5 employés), les projets réalisés sur la scène internationale représentent pas moins de 80 % du chiffre d'affaires de Médialand. Depuis ses balbutiements à la fin des années 1980, cette pratique à l'étranger s'est confirmée et accentuée avec des commandes provenant des États-Unis, de l'Europe, de l'Afrique et de l'Asie. L'expertise de Médialand se situe dans la réalisation de plans de réhabilitation conformes aux exigences gouvernementales en vigueur localement, c'est à dire la restauration des sols et la renaturalisation des carrières, des mines et des sites désaffectés. Le type de site et de

spécialisation et la notoriété acquise au fil des années, au Québec puis à l'étranger, ont ouvert les portes du monde à Médialand.

Travaillant sur un temps long (réhabilitation progressive) et de pair avec les exploitants, dont la cimenterie Lafarge leader mondial des matériaux de construction, Médialand a remis en état acceptable, tant pour l'homme que pour la faune et la flore, plus de 30 sites à l'échelle internationale. De la Jordanie à la Tanzanie, la petite équipe parcourt les quatre coins du globe pour offrir aux secteurs industriels et municipal et aux agences gouvernementales des plans d'aménagement, des programmes de réhabilitation, des études impact environnemental, des caractérisations visuelles, physiques et écologiques, de l'éco-ingénierie, de la restauration d'écosystèmes ainsi que des simulations visuelles 2D et 3D. La complexité des aspects administratifs et gouvernementaux, l'obtention des passeports et des visas de travail, l'imposition de taxes locales et l'accès à des sites reculés constituent les principales difficultés d'une pratique ayant définitivement lieu hors des sentiers battus.

VLAN PAYSAGES

La voie internationale, particulièrement via les concours a contribué à l'émergence de VLAN paysages, une firme fondée en 1999 par Micheline Clouard et Julie St-Arnaud. D'origine française, Micheline Clouard avait renoué avec le territoire européen à la fin de ses études de baccalauréat à l'Université de Montréal en allant expérimenter le marché du travail en Allemagne. Orientée par le professeur Frede Oehmichen, elle dénichait un emploi chez *Rehwaldt Landschaftsarchitekten* et se trouvait en contact direct avec les préoccupations conceptuelles et environnementales guidant la pratique allemande. Cette expérience a contribué à l'outiller et à la préparer dans sa volonté, à son retour à Montréal, de créer une firme d'architecture de paysage.

Après avoir remporté le concours et réalisé le jardin d'accueil du Jardin de Métis en collaboration avec Atelier in situ en 2000, un second concours permet à VLAN paysages d'accéder à des commandes internationales. En 2000, les deu



CLAUDE CORMIER ARCHITECTES PAYSAGISTES INC.

Les installations et les jardins éphémères réalisés au cours de la dernière décennie par la firme dirigée par Claude Cormier ont été largement diffusés dans la presse internationale. Ces réalisations ont contribué à la renommée de Montréal comme lieu de création et de design. À l'instar de l'expérience de NIP Paysage, le réseau de contact est un atout primordial dans la participation de projets à l'étranger. Le «networking» est en effet à l'origine du projet Blue Forest, réalisé à Détroit entre 2002 et 2007 par Claude Cormier architectes paysagistes inc.. Invité à rejoindre l'équipe de concepteurs du *Creative Design Studio for Nissan America*, Claude Cormier y a livré l'une de ses œuvres les plus poétiques à mi-chemin entre l'architecture de paysage et le design industriel, une forêt suspendue créant l'effet d'une canopée. Cette expérience s'est révélée très positive, d'une part par le résultat obtenu, et d'autre part par le lien de confiance entre les concepteurs et par la compréhension de la valeur du design par le client. Après une réorganisation de la structure de l'entreprise automobile par suite de la crise économique, *Blue Forest* a été démantelée et relocalisée dans de nouveaux locaux à La Jolla en Californie. Claude Cormier voit actuellement à l'intégrité de l'œuvre dans le processus de réinstallation. Cette insertion délibérée d'artificialité simulant une sensation de nature continuera de renverser la perception de la nature et d'intensifier les phénomènes de la lumière et du temps.

La réalisation de projets à l'étranger, certes attrayante à prime abord, demeure néanmoins difficile à concilier avec la structure d'entreprise des firmes québécoises, qui rappellent-le, ne dépasse pas le cap des cinq ou dix professionnels en y additionnant les associés et les employés. S'opposent donc ici une dynamique de travail axé sur le processus de création et une dynamique d'entreprise nécessaire pour la pratique à l'étranger.

La réalisation d'un projet à l'étranger comporte sa part de risque, exige une entreprise saine et beaucoup de temps et d'efforts afin de démontrer sa capacité à mener à bien un projet. Sans une équipe disposée à faire régulièrement le «va et vient», un tel projet ne peut se concrétiser. Quel est l'intérêt d'une firme québécoise à travailler à l'étranger si elle ne dispose pas des ressources ni pour analyser et comprendre le territoire et les enjeux locaux, ni pour aller sur le terrain et sur le chantier? Pour Claude Cormier, le choix est facile. Malgré une renommée internationale et d'alléchantes commandes provenant de pays émergents tels l'Inde, les Émirats Arabes Unis et la Chine, Claude Cormier préfère s'engager et s'investir dans des projets à l'échelle canadienne, particulièrement à Montréal et à Toronto. Assurer la continuité tant dans l'efficacité que dans la qualité et être présent localement pour étudier minutieusement les sites et y intervenir promptement sont les leitmotifs expliquant ce choix de privilégier une pratique nationale.

Ce bref survol de l'internationalisation de la pratique québécoise de l'architecture de paysage nous démontre la variété d'expériences ayant enrichi cette pratique et contribué à la maturation d'une profession, aujourd'hui simultanément ouverte sur le monde et bien ancrée localement.

NOTES

1. Je remercie Vincent Asselin, Claude Cormier, Lynn Duranceau, Michel Fontaine, Josée Labelle, Marie-Claude Robert, Lise Servant, Julie St-Arnault et Ron Williams pour leur contribution à cet article et le partage de leurs expériences sur la scène internationale.
2. Procès-verbaux des assemblées de la Commission des parcs et traverses, 8 juillet 1908, Division de la gestion de documents et des archives de la Ville de Montréal (DGDAM).
3. En 1903, l'exposition de Toronto comprenant une «Exhibition horticole» est jugée des plus importantes par le surintendant Auguste Pinoteau. Lettre d'Auguste Pinoteau et J. Henderson adressée au Président et aux membres de la Commission des Parcs et Traverses, 25 août 1903, VM44, S3, D15, DGDAM.
4. Lettre d'Auguste Pinoteau adressée au Président et membres de la Commission des Parcs, Squares et Traverses, 25 juin 1906, 121-03-06-03, VM44, S3, D23, DGDAM.
5. Lettre du Chairman de l'*American Society of Municipal Improvements*, Hartford, 28 septembre 1903, 121-0306-02, VM44, S3, D15, DGDAM.
6. Cf. Ronald Franklin Williams, *Histoire de l'architecture de paysage au Québec*, http://www.aapq.org/prof_historique.php5, consulté le septembre 2010.
7. Louise A. Legault et al. (1990), *Montréal ville internationale*, Montréal, Windsor Publications, p. 132.
8. Maurice Beauchamp, «Les Florales Internationales de Montréal 1980», 26.
9. Ibid. : 69.
10. Ibid. : 70.
11. Cf. Ronald Franklin Williams, *Idem*.
12. Beauchamp, *ibid.* : 77.
13. La firme doit cependant a posteriori dans un projet d'aménagement plus complexe, prouver qu'elle a l'aptitude requise pour livrer la marchandise de manière constante.
14. En 2004, les architectes paysagistes Stéphane Bertrand et Jasmin Corbeil concevaient *Dés/ordonnance* et en 2008, l'équipe de Marie-Claire Martineau, Alexandre Gagnon, Antony Cote, Véronique Laflamme et Vincent Lemay réalisaient *Réuni-ombres*.
15. Tim Richardson (2008), *Avant Gardeners. 50 Visionaries of the Contemporary Landscape*, New York Thames and Hudson, 352 p.
16. Le bureau WAA a été formé par la fusion graduelle, entre 1988 et 1990 de deux bureaux déjà existants, Asselin, Ackaoui et associés et Ron Williams architecte paysagiste.
17. Malaka Ackaoui a participé de façon majeure dans plusieurs projets à l'étranger dont celui réalisé à Harbin en Chine.

De haut en bas

1. *Blue Forest*, Détroit, Claude Cormier architectes paysagistes inc., image: Joshua Willerton, 2010
2. *Blue Forest*, La Jolla, Claude Cormier architectes paysagistes inc., 2009



POUR MIEUX PERFORMER



AMÉLIORER SON EFFICACITÉ
ÉNERGÉTIQUE EST UN ACTE
RESPONSABLE ET RENTABLE.

Faites profiter vos clients d'un appui
financier ou d'une remise à l'achat.

Quel que soit votre rôle dans l'élaboration d'un projet de rénovation ou de construction d'un bâtiment, il est avantageux d'y intégrer nos programmes d'efficacité énergétique **dès le départ**. Grâce à nos programmes diversifiés, vous permettrez à vos clients de réaliser des économies en réduisant leur consommation d'énergie.

Passez à l'action dès maintenant.

hydroquebec.com/affaires



CÉRAMIQUE
PORCELAINE
MARBRE
BOIS
PIERRE
MOSAÏQUE
REVÊTEMENT
SOUPLE
PISCINE
FAÇADE EN
CÉRAMIQUE



Atelier-boutique Céragrès / Montréal, 2009 — KeraTwin K20 (Agrob Buchtal)

FAÇADE VENTILÉE EN CÉRAMIQUE :
DE LA PLANIFICATION À LA RÉALISATION DU PROJET,
NOTRE ÉQUIPE D'EXPERTS VOUS ACCOMPAGNE.



20ansyears

ceragres.ca

Service aux professionnels Montréal T : 514 384 5590 / Service aux professionnels Québec T : 418 692 1711
Atelier-Boutique Montréal 9975, boul. St-Laurent / Atelier-Boutique Québec 275, av. St-Sacrement, local 145