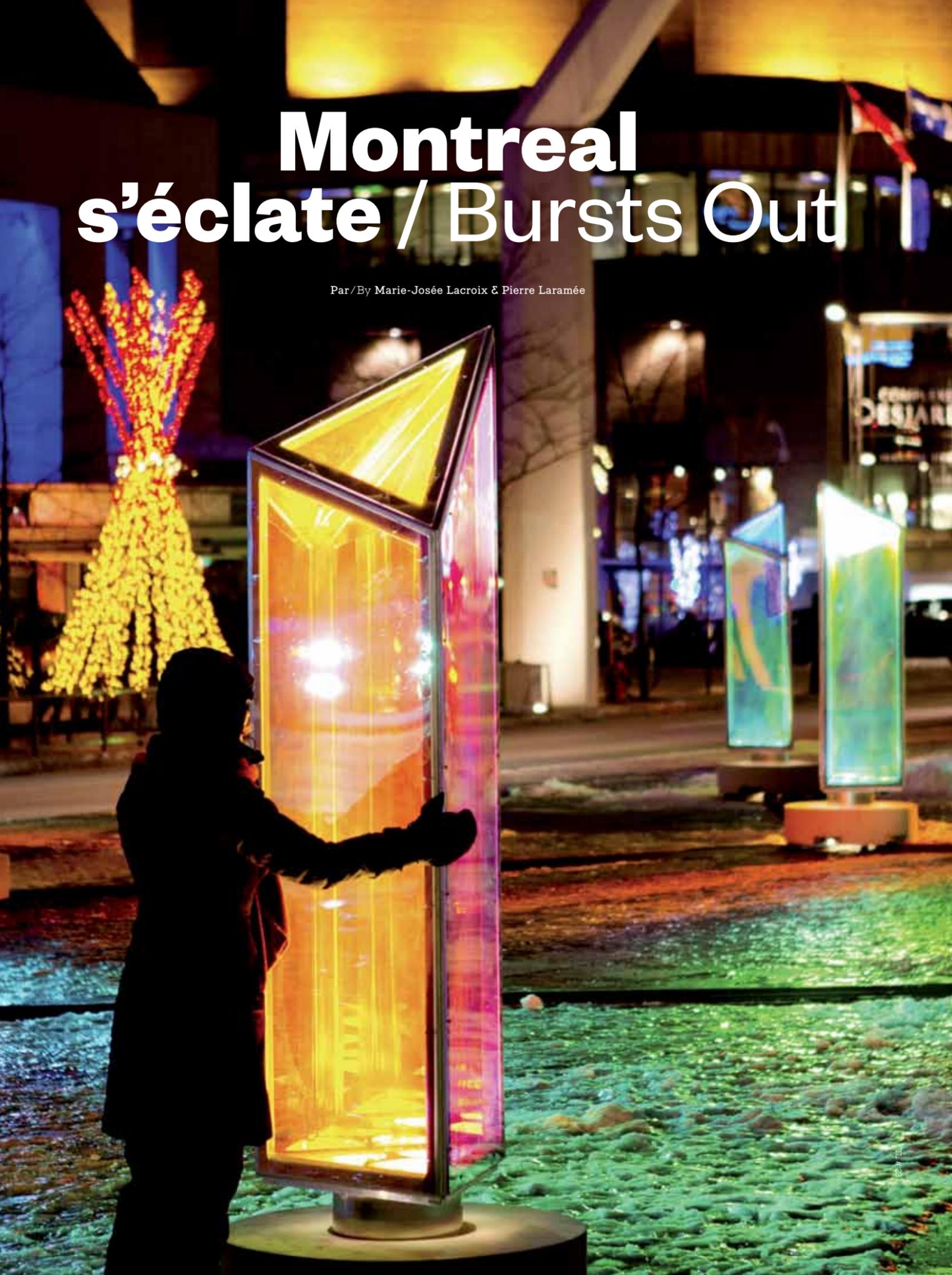


Montreal s'éclate / Bursts Out

Par / By Marie-Josée Lacroix & Pierre Laramée



© Cindy Boyce



© Olivier Blouin

1 — Raw Design, *Prismatica*
2 — Daily tous les jours, *21 balançoires*

Cette découverte de Montréal est un billet d'humeur de deux protagonistes très engagés dans l'avenir de cette ville nord-américaine qui est un véritable concentré de talents dans les secteurs créatifs. Le design y joue son rôle primordial; celui d'interpeler, d'inspirer, de stimuler, mais surtout, de rendre le beau, le bien fait, le bien pensé accessible à tous.

Montréal est une «ville de designers» et c'est à ce titre que l'UNESCO l'a labellisé en 2006 ville créative en design. Il serait tentant, et presque trop facile, pour un portrait de ville, de parler de lieux qui sont la saveur du moment car, on le sait, les goûts changent. Nous préférons plutôt parler de mouvements, d'attitudes, et de têtes chercheuses qui façonnent depuis un bon moment déjà l'ambiance montréalaise, en constituant les caractéristiques les plus représentatives.

LA DISPERSION GÉOGRAPHIQUE

S'il est un phénomène qui décrit bien l'activité créative montréalaise, c'est bien le fait qu'il existe désormais plusieurs foyers de talents, plusieurs quartiers où la création se repère et se manifeste. Et si cet état de fait existe aussi ailleurs, ce qui le distingue ici est sa simultanéité. En effet, les réalisations architecturales de qualité, les aménagements publics audacieux et les boutiques indies ne sont plus l'apanage des >

■ This rediscovery of Montreal is presented by two protagonists who are highly instrumental in defining the future of this North American city, which has such a concentration of talented people working in the creative fields. Design plays a primordial role: challenging, inspiring, stimulating, but above all making the beautiful, well-made and well thought-out accessible to everyone.

In 2006, UNESCO named Montreal a City of Design. Within the city's projects, it is tempting and almost too easy to talk about the places that are the flavours of the moment because, of course, tastes change. We prefer instead to talk about movements, attitudes and seekers who have shaped Montreal's ambiance for a long time.

GEOGRAPHICAL SPREAD

If there is one phenomenon that truly describes the creative activities of Montreal, it is the fact that there are so many hotbeds of talent, so many neighbourhoods in which creativity is collected and manifested. While this trend might exist elsewhere, what distinguishes it here is its simultaneousness. Quality architecture, bold public projects and indie boutiques are no longer the prescribed rubric of central neighbourhoods, and while districts like the Mile End bring together video game, production, advertising agencies >



© Cindy Boyce

3.

arrondissements centraux et, si des quartiers comme le Mile End concentrent firmes de jeux vidéos, maisons de production et boîtes de pub dans un petit périmètre, il y en a une multitude d'autres où s'établissent maintenant designers, architectes, restaurateurs et commerçants. Griffintown est en train de devenir le nouveau lieu de rassemblement des amateurs de sorties culinaires et des noctambules, dans des établissements à l'aménagement soigné; St-Henri, plus à l'ouest, quartier longtemps défavorisé, attire les jeunes familles et voit naître coffee shops de 3^e génération et restaurants pour les quakers on traverse la ville. Idem pour Villieray au nord, Rosemont et Hochelaga-Maisonneuve, Hoch'lag pour les intimes, loin à l'est. Les start-up s'y installent, les créateurs y trouvent lieux inspirants et prix à l'avenant et laissent bien vite leurs marques dans le voisinage. L'on compte, par exemple, H4C, Satay Brothers, Richmond, Grinder, Vin Papillon, Pub Rosemont, Rose Philippe, Mesón, Archive.

L'ARCHÉOLOGIE DES ARCHÉTYPES

« La nécessité étant la mère de l'invention », dit Frank Zappa, designers d'intérieur et architectes font des miracles de débrouillardise pour concocter avec des moyens minimes des lieux qui marquent et qui enchantent. Parmi eux, il faut nommer Bruno Braën qui, depuis plus de dix ans, exerce une influence déterminante sur l'aménagement des bars et des restos les plus courus, par sa façon de faire tant avec trop

within a small perimeter, there are a multitude of other plays that are becoming the bailiwick of designers, architects, restauranters and retailers. Griffintown is in the process of becoming a new meeting point for those who love restaurants and night life, in carefully designed establishments; further to the west, the long-neglected Saint-Henri area is now attracting young families and seeing the birth of 3rd generation coffee shops and restaurants that draw people from across the city. The same holds true for Villieray in the north, Rosemont and Hochelaga-Maisonneuve, Hoch'lag to those in the know. Start-ups are moving in; designers are finding inspiring spaces with prices to match and leaving their mark on surrounding area. You can find H4C, Satay Brothers, Richmond, Grinder, Vin Papillon, the Rosemont pub, Rose Philippe, Mesón and Archive.

THE ARCHAEOLOGY OF ARCHETYPES

According to Frank Zappa: "necessity is the mother of all invention." Interior designers and architects are concocting miracles of ingenuity, using a minimum of resources and spaces that impress or delight. Among them, we have to name Bruno Braën, who for 10 years, has had a significant influence on the design of popular bars and restaurants. With his way of making so much out of so little, Braën takes over a space by retaining the traces of previous occupants, recuperating old objects and making us forget their previous lives. We can't forget Zébulon Perron, who also brought System

TL # 23

peu, de s'approprier un espace en gardant les traces des prédécesseurs, d'en récupérer les artefacts et nous en faire oublier l'ancienne vie. Il ne faudrait pas oublier non plus Zébulon Perron, qui a su, lui aussi, amener le système D à un autre niveau et développer avec finesse ce mélange du rudimentaire et du précieux qui est devenu au fil des années une sorte de nouvelle façon d'aborder le design et de le rendre terriblement convivial. Parmi les lieux-dits, Le Pullman, la buvette Chez Simone, Mangiafocco, le bar Big in Japan, Shin Ji, Furco, le pub Rosemont.

S'ENRACINER À NOUVEAU
 À Montréal comme ailleurs, l'authenticité a la cote. On retourne aux sources, on revisite les classiques, ➤

D to another level, delicately developing this mix of the basic and valuable by making both wonderfully convivial. Among these locale, some that stand out include Le Pullman, Buvette Chez Simone, Mangiafocco, Big in Japan, Shin Ji, Furco, and the Rosemont.

TAKING ROOT AGAIN

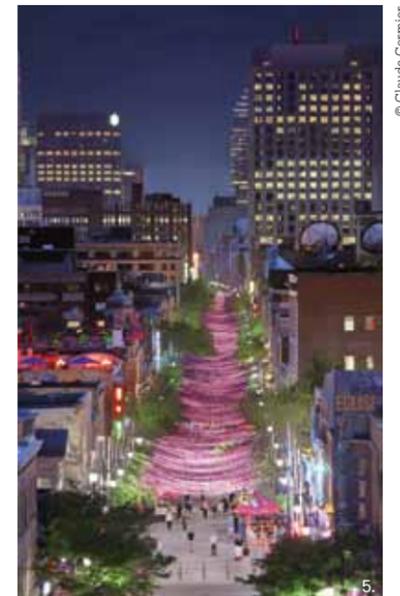
In Montreal as in other places, authenticity is in flavour. We are returning to origins, revisiting classics, creating warm, comfortable places, and leaving artificiality in the coatroom. But nowhere digs into origins as rigorously as the restaurant Manitoba. Designed and decorated by La Firme, one of the partners of which is also the lucky restaurateur, this place first makes reference, despite its name, to many stereotypes of Quebec life while avoiding the pitfalls of folklore. The kitchen draws upon Native American recipes and practices, using products normally absent from our tables, going so far as to forage for them in our forests or along the banks of the Saint-Laurent – all updated ➤

- 3 — Kanva, *Entre les rangs*
- 4 — Cabinet Braun-Braën *aménagement intérieur*, Bar Big in Japan
- 5 — Claude Cormier + Associés, *Boules Roses*
- 6 — Portes Ouvertes Design Montréal, 2013
- 7 — Judith Portier, *Container*



© Bar Big in Japan

4.



© Claude Cormier

5.



© Mathieu Rivard

6.



7.



© Ulysse Lemerise

8.

on crée des lieux chaleureux, confortables et on laisse l'artifice au vestiaire. Nulle part ailleurs cependant, ne fouille-t-on nos origines avec autant de rigueur qu'au restaurant Manitoba. Imaginé et aménagé par La Firme, dont l'un des partenaires en est aussi le happy restaurateur, l'endroit fait d'abord référence, malgré le nom, à plusieurs stéréotypes de l'habitation québécoise, évitant toutefois les pièges du folklore. Dans la cuisine, on puise dans les recettes et pratiques amérindiennes, utilisant des produits normalement absents de nos tables, allant jusqu'à en cueillir dans nos forêts ou sur les berges du Saint-Laurent. Tout cela, bien sûr, servi sauce actuelle, avec la fierté de ceux qui ont retrouvé d'où ils viennent.

LA DISTRIBUTION DU DESIGN, REVUE ET CORRIGÉE

Une façon inédite de rendre le design accessible à un plus grand nombre a vu le jour début 2014 à Montréal: Coop Établi. Rassemblés en coopérative, une vingtaine de designers et de fabricants ont mis au point une formule « open source » par laquelle les artisans-membres choisis pour leur expertise et dispersés dans de nombreuses régions sont en mesure de produire le mobilier dessiné par les designers membres et même de le personnaliser selon des variantes déterminées. En favorisant l'achat direct chez le fabricant local, Coop Établi valorise le rôle de l'artisan; elle décentralise du même coup la production, minimisant ainsi les impacts environnementaux et participe à sa façon à l'essor d'une économie sociale et locale. La formule semble séduire. Coop Établi a vite fait d'attirer les designers de mobilier les plus talentueux de la jeune génération, les Bipède, Dikini, Studio SSSVLL, Atelier Noah, Guillaume Noiseux, Oliver Desrochers, Victor Bernaudon et C'est pas moi, c'est ma sœur. ◇

with the pride of those who have rediscovered where they have come from.

THE DISTRIBUTION OF DESIGN, REVIEWED AND COLLATED

An unusual way of making design accessible to more people saw the light of day in 2014 in Montreal with Coop Établi. As a cooperative, some 20 designers and manufacturers have implemented an 'open source' formula in which craftspeople chose for their expertise and dispersed across many regions can produce furniture conceived by designers and even customise them based on defined variants. By promoting direct purchase from the local manufacturer, Coop Établi highlights the role of the craftsman; at the same time it decentralises production, minimising the environmental impact and participates in the development of a local and social economy. The formula certainly seems to work. Coop Établi quickly attracted the most talented furniture designers of the younger generation: Bipède, Dikini, Studio SSSVLL, Atelier NOAH Guillaume Noiseux, Oliver Desrochers, Victor Bernaudon and C'est pas moi, c'est ma sœur. ◇



© Claudia Barra De Vincenzo



© Alexi Hobbs

10.

- 8 — La Firme, Manitoba
- 9 — Wanted Paysage, Forêt urbaine
- 10 — Moshe Safdie, Habitat 67
- 11 — Tétrault, Parent, Languedoc et associés; Saia et Barbarese Architectes; Dupuis, Dubuc et associés (Aedifica), Palais des congrès de Montréal
- 12 — Portes Ouvertes Design Montréal, 2013
- 13 — SSSVLL, Miscellaneous By Length



© Federico Uribe

11.



© Mathieu Rivard

12.



© Chloé Duude

13.



1 © Amélie Clouâtre / 2 © Stéphanie Gréseau

3 © Adrien Williams / 4 © Marc Cramer

20/20 pour /for CommerceDesignMontréal

CommerceDesignMontréal MD est une marque de commerce officielle de la Ville de Montréal qui fête son 20^e anniversaire en 2015. Concept 100% montréalais créé en 1995, il récompense des commerçants qui investissent dans l'aménagement de leur commerce avec l'aide de professionnels en design et en architecture. Ce programme de sensibilisation des milieux d'affaires au design est réalisé par le Bureau du design en collaboration avec l'Équipe commerce de la Ville de Montréal. Il est soutenu financièrement par la Ville de Montréal et le ministère de la Culture et des Communications du Québec dans le cadre de l'Entente sur le développement culturel de Montréal et il répond à la mission de mise en valeur du territoire et de développement économique et culturel.

Le succès de cette initiative montréalaise a été repris au fil des années dans plusieurs villes d'Europe, du Canada et des États-Unis. Cependant, après dix ans de succès, un élargissement et un repositionnement vers d'autres secteurs d'activités étaient nécessaires. Il s'imposait alors de sensibiliser de nouveaux acteurs à l'amélioration de la qualité du design dans la ville. En relançant le programme en 2015, Montréal souhaite continuer à inspirer d'autres villes, à faire grandir le réseau et voir évoluer son concept puis, engendrer des retombées probantes sur son territoire grâce au partage d'expériences.

Le jury sélectionne, parmi les finalistes, 20 commerces et concepteurs lauréats, tous ex aequo. Pendant une période d'environ trois mois suivant l'annonce des Prix du jury, le public peut voter en ligne ou à l'aide d'un bulletin de vote pour son commerce préféré parmi les 20 lauréats. Au terme de la campagne « Votez avec vos yeux! », le commerce qui récolte le plus grand nombre de votes est proclamé « Prix du public » lors d'un événement de presse. ♦

CommerceDesignMontréalMD is an official city of Montreal brand celebrating its 20th anniversary this year. As a 100% Montreal concept, it rewards merchants who invest in quality of their premises with the help of design and architecture professionals. This awareness program, aimed at the business community, is managed by the Bureau du Design (design office), in collaboration with the city of Montreal's commercial development team – receiving financial support from the city of Montreal and Ministère de la Culture et des Communications du Québec (ministry of culture and communication Quebec) as part of the agreement on the cultural development of Montreal. The program helps fulfil the mission of promoting the value of the city's assets and its economic and cultural development.

The success of this initiative has echoed for over a decade in cities across Europe, Canada and the United States. After 10 successful years, it became clear that the CommerceDesignMontréal contest could expand and reposition itself to target other areas of activity. There was a need to raise awareness among new stakeholders and improve the city's design quality. Commerce Design became an official city of Montreal brand in 2014. By re-launching the program in 2015, Montreal hopes to inspire other cities, to increase their networks and see the concept evolve, by creating long-term impact on the city through shared experience.

The jury selects 20 winning businesses and designers, all ex aequo, from among the finalists. Over a period of some three months following the announcement of the Jury Prize, members of the public can vote for their favourite merchant from among 20 winners, online or by ballot. At the end of the *Votez avec vos yeux!* (Vote with your eyes!) campaign, the merchant with the most votes is awarded the Public Prize at a press event. ♦

Bureau du design, Ville de Montréal
303, rue Notre-Dame Est, 6^e étage, Montréal
(Québec) H2Y 3Y8
T. +1514 872-2179, mlacroix@ville.montreal.qc.ca

designmontreal.com
commercedesignmontreal.com
portesouvertesdesignmontreal.com

1 — Zébulon Perron, Le Rosemont
2 — Zébulon Perron, Bar Furco
3 — naturehumaine architecture & design, Au Pain Doré
4 — Saucier + Perrotte Architectes, Cahier d'Exercices



James