

Le meuble au Québec

Laurent Lamy

Number 68, Fall 1972

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/57876ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

La Société La Vie des Arts

ISSN

0042-5435 (print)

1923-3183 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Lamy, L. (1972). Le meuble au Québec. *Vie des arts*, (68), 20–23.

le meuble au Québec

par Laurent LAMY



Sait-on que les ventes de meubles québécois ont, en 1970, atteint 286 millions de dollars, dont plus du tiers, soit 115 millions, représente le montant des ventes aux autres provinces du Canada? Il y a là un potentiel économique réel. Mais, en dépit de ces chiffres, la majorité du design reste pauvre au Québec.

Bien que, depuis une vingtaine d'années, quelques créateurs et quelques institutions aient cherché à donner un élan au design, le retard est considérable. En 1956 et en 1957, l'Index publié par le Conseil National du Design ne montrait, parmi les produits valables, que de très rares objets fabriqués au Québec. Après la guerre, les consommateurs, qui désiraient des meubles satisfaisant aux critères du bon design, n'avaient d'autre solution que d'acheter des meubles importés, scandinaves ou américains. Knoll, Herman Miller ont ainsi, depuis trente ans, mis sur le marché international les créations des pionniers du design, devenues des classiques: chaise de Breuer, *Barcelona* de Mies van der Rohe, fauteuil en treillis métallique plastifié de Bertioia . . .

Ici, les expériences sont restées longtemps embryonnaires. En 1951, une chaise longue de jardin de Julien Hébert est primée. Une série de meubles *Opus* quelques séries de Jacques Guillon passent difficilement le cap de la petite production.

Les années 60 opèrent un certain déblocage dans les esprits, et l'Expo 67 prouve aux Québécois que l'on peut faire confiance au design, que contemporain peut être synonyme de vivant, de chaleureux. Pour une fois, et pour la première fois, à l'Expo, un parti pris actuel (sauf pour quelques très rares pavillons étrangers) est mis à la portée du grand public qui sait l'apprécier.

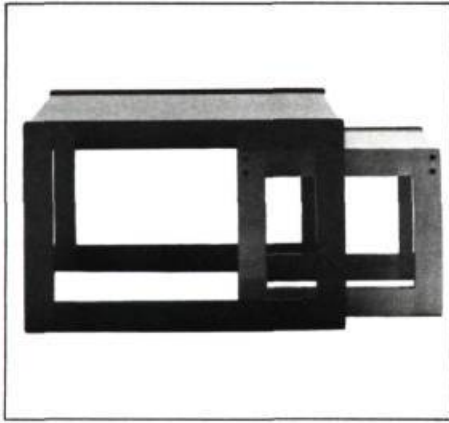
Sur cette lancée, les manufacturiers font de plus en plus appel aux designers dont plusieurs sont des diplômés de l'École du Meuble devenu l'Institut des Arts Appliqués et depuis le département d'Aménagement Intérieur et de Design du Cegep du Vieux-Montréal. L'Université de Montréal et l'Université du Québec viennent d'ouvrir des cours de design. Au point de vue du meuble, le Québec essaie de se mettre au diapason de la production internationale, et les choses sont en train de changer, mais timidement encore.

En collaboration avec l'Association

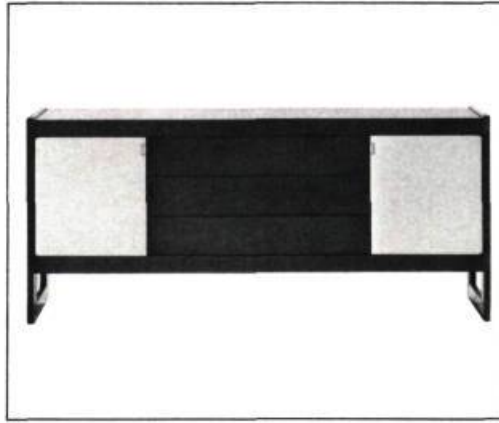


1. Pupitre en bois et métal.
L'intérêt de cette table de travail réside dans le choix contrasté des matériaux et dans l'élégance obtenue par le plateau en porte-à-faux.
Design: André Laurent.

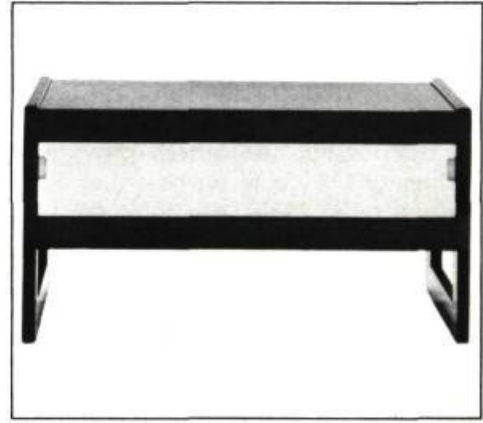
2. Chaise ressort.
Aluminium plié.
La flexibilité du métal donne la souplesse au siège et au dossier. Ce profil de chaise peut être vu comme un graphisme s'inscrivant dans le cadre de l'art géométrique. L'idée de cette chaise est une trouvaille mais pour la fabrication en série, il faudrait peut-être une mise au point. C'est là un exemple de la contribution féconde que les artistes peuvent apporter au design.
Design: François Dallegret.



1



2



3

1-6. Century 2

Conçu pour la compagnie Simmons de Montréal, cet ensemble d'éléments modulaires a été étudié pour la production en série. La diversité des dimensions et des couleurs (bois laqué) éclatantes permet un large choix d'utilisation: chambre, salle à manger, living, etc.

Design: André Jarry, Girard, Bruce & Ass.

7. Fauteuil

Sa légèreté provient de sa structure très architecturée et de l'élément siège-dossier suspendu.

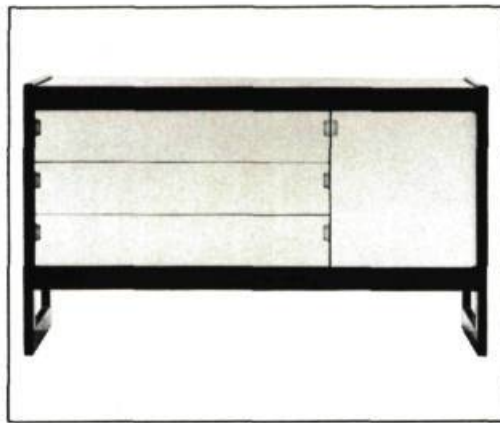
Design: Benoît Ducharme.



7



4



5



6

des Manufacturiers du Québec, le gouvernement provincial présente, en 1972, une collection de meubles primés qui rehausse, dans l'ensemble, la production générale, mais certaines de ces créations sont à peine honnêtes et quelques-unes seulement recèlent un véritable potentiel de créativité.

Enfin, on se rend compte que rentabilité et esthétique peuvent être intimement liées. L'ensemble de salière-poivrière *Tukelik*, conçu par Marcel Girard et J. P. Lacoste et vendu partout aux États-Unis et au Canada, en est une preuve. Tout comme la série *Century II*, conçue par André Jarry, Girard, Bruce et Associés et éditée par la Compagnie Simmons de Montréal, dont le succès, tant aux États-Unis qu'au Canada, est tel que les délais de livraison s'étalent sur plusieurs mois. Une évolution se manifeste qui mériterait d'être intensifiée.

Quelques erreurs pourraient être corrigées. On sait que ce n'est que poussé par les difficultés que connaît l'industrie que le gouvernement du Québec s'est intéressé au meuble québécois. Les préjugés demeurent. En serait-il autrement aujourd'hui pour l'aménagement de la Maison du Québec à Paris qui, il y a quelques années, a été confié à une firme d'aménagement d'intérieur parisienne de la rue Saint-Honoré qui s'est empressée de fournir du meuble soi-disant Chippendale et Louis XVI, version XXe siècle (M. Pompidou, lui, confie l'aménagement intérieur de l'Élysée au designer Pierre Paulin!)

Maintes fois, l'aménagement et l'aménagement des édifices gouvernementaux du Québec sont conçus par des architectes, alors que le gouvernement finance des institutions d'enseignement pour former des designers qui restent sous-employés.

Que dire de la politique du gouver-

nement fédéral qui, récemment, à l'exposition de Hickory, en Caroline du Nord, finance une exposition de meubles en partie de *style*, alors que, par ailleurs, il subventionne à grands frais le design valable en payant à des industries et à leurs bureaux de designers, des recherches, des plans, des dessins, des prototypes, ... L'incohérence de l'attitude entretient la confusion à la fois chez les manufacturiers, les commerçants et les consommateurs.

Le design n'est pas une solution miracle. C'est l'un des concepts les plus difficiles à définir, puisqu'il englobe l'esthétique, la production industrielle, le marketing, qu'il suppose une méthode de travail, des techniques, mais aussi une philosophie de la vie, une approche de l'espace. Comme tout ce qui est humain, il évolue. Quand on accuse le design de ne pas dépasser la froideur, il vaudrait mieux se demander si le design est réussi!

Aujourd'hui, le design recouvre la totalité de la production industrielle. Qu'on le veuille ou non, tout objet passe par le design, bon ou mauvais! Ce n'est pas une abstraction, même si l'élément conception demeure une de ses composantes essentielles. Les États-Unis, la France, l'Italie, et de petits pays, comme la Finlande, le Danemark, la Suède, présentent du bon design. Leurs produits n'en sont pas réduits à un dénominateur commun malgré l'internationalisme dont ils témoignent à première vue. Pour le design, l'Italie se révèle le pays le plus audacieux et le plus fantaisiste, la Finlande, le plus raffiné, le Danemark, le plus rassurant, l'Allemagne, le plus sévère. Les goûts, les styles différents, les matériaux aussi.

Au Québec, de trouver son identité *dans et par le design*, comme dans les autres domaines. ■

English Translation, p. 90