Document généré le 17 avr. 2024 06:03

Vie des arts

Vie des arts

Une firme de design

Denise Courtois

Numéro 65, hiver 1971–1972

URI : https://id.erudit.org/iderudit/57942ac

Aller au sommaire du numéro

Éditeur(s)

La Société La Vie des Arts

ISSN

0042-5435 (imprimé)
1923-3183 (numérique)

Découvrir la revue

Citer cet article

Courtois, D. (1971). Une firme de design. *Vie des arts*, (65), 42–47.

Tous droits réservés © La Société La Vie des Arts, 1971

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter en ligne.

https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/

Cet article est diffusé et préservé par Érudit.

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche.

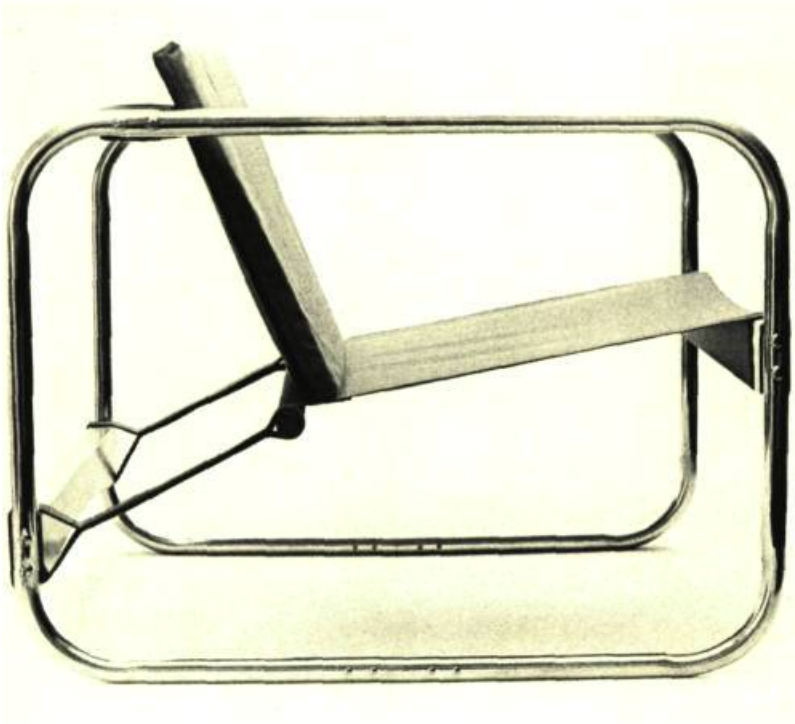
https://www.erudit.org/fr/

UNE FIRME DE DESIGN

par Denise COURTOIS

Habitat 67. Chaise de jardin.

Canadian Marconi Co. Radar pour évaluation de profondeur.



Train à haute performance L.R.C.
Intérieur d'un prototype de wagon.

Siège du train à haute performance L.R.C.

Une plaque d'une élégante simplicité sur le mur qui soutient la voûte d'une porte cochère dans le vieux Montréal, au 306 du square d'Youville. Et après la traversée d'une cour pavée, ceinturée de vieux murs de pierre, au deuxième étage d'une maison datant du régime français et récemment rénovée, des bureaux dont les parois de verre teinté, les tapis, le mobilier et l'éclairage, allient l'intime et le fonctionnel. Exactement ce qu'on attend des maîtres des lieux, des associés qui sont quatre comme les éternels mousquetaires. Mousquetaires du Design. Cheval blanc? cheval gris? Ils sont de toutes les compagnies, au fur et à mesure des contrats, qui sont variés comme le permettent leurs formations diverses.

Jacques Guillon, qui ouvrit le cabinet il y a une quinzaine d'années, «conscient du besoin de remplir un vacuum existant au Canada où il n'y avait pas de design industriel exercé par des designers en participation avec l'industrie, comme en Europe et aux États-Unis», possède une formation d'architecte, ainsi que l'un des associés, Roger Labastrou. Les deux autres sont venus avec des expériences différentes, soit le graphisme pour Laurent Marquart, et, le design industriel pour Morley Smith.

La firme s'est montée graduellement aussi bien dans le sens physique qu'humain du terme. Tout en mettant sur pied un bureau bien administré, adapté aux demandes changeantes du marché, et dont chacun est responsable dans son ensemble, les quatre hommes ont cherché la meilleure formule de travail et d'évolution en commun. Ils pensent l'avoir trouvée depuis trois ou quatre ans. Même si c'est l'expérience particulière de l'un d'eux qui apporte un contrat, ils en discutent en équipe, ils émettent chacun leurs idées, parfois les frottant un peu vivement les unes contre les autres, pour en arriver finalement à la meilleure solution pour le client.

Au stade de la production, selon les exigences du projet, ils veillent tous ensemble, ou bien à deux ou

trois seulement, sur la réalisation, appuyés par le travail d'une douzaine de dessinateurs et des employés de l'atelier. Quand il s'agit d'un prototype, il est exécuté dans les locaux de Jacques Guillon et de ses associés ou chez le client, selon le cas.

Malgré sa façon de procéder, l'équipe Guillon-Labastrou-Maquart-Smith n'est pas, ne se veut pas, une équipe anonyme. Elle fait connaître les membres qui la composent. Et se fait connaître ainsi. C'est la réputation de l'un d'entre eux, parfois, qui permet de décrocher un contrat. Par exemple, en 1971, c'est grâce à Morley Smith, connu pour son travail sur les voitures du métro de Montréal, que la firme a réalisé une étude préparatoire des moyens de transports entre la métropole et le futur aéroport de Sainte-Scholastique. Le ministère des Postes, qui n'accorde jamais de contrat à une maison mais à des graphistes individuels, a confié à Laurent Marquart en particulier la création de deux timbres, maintenant émis. Quant au domaine de l'architecture et de tout ce qui concerne le bâtiment, Jacques Guillon, Roger Labastrou et leur équipe sont souvent amenés à participer à des projets touchant l'habitation et la vie urbaine.

Les réalisations de Jacques Guillon/Designers Inc., qu'elles soient importantes ou modestes, sont trop nombreuses pour être énumérées au complet. On peut juger cependant de la diversité des projets auxquels ce bureau a pris part depuis quatre ou cinq ans. Mobilier pour Habitat 67 et pour le Centre National des Arts d'Ottawa; pavillon thématique de L'Homme et la Vie et Pavillon belge, à l'Expo universelle; en cours de préparation, deux galeries du Musée National consacrées à la vie animale; symbole graphique du métro de Montréal et ses diverses applications dans les stations et à leurs bouches d'entrée; design extérieur et aménagement intérieur des voitures du métro; sièges en fibre de verre, munis de coussins qui peuvent être démontés en pressant sur un bouton et remplacés par d'autres, standard, pendant qu'ils vont à l'atelier subir un nouveau recouvrement — c'était là un inédit pour un transport en commun; signalisation pour l'identification des rues de l'Ile des Sœurs; exposition de promotion pour le développement urbain de cette même île; exposition et spectacle audio-visuel de présentation-promotion du nouvel aéroport international de Montréal en 1969 et en 1971; design du train ultra-rapide LRC et développement du design d'intérieur d'un wagon expérimental; design de la carosserie d'une locomotive de 4000 c.v. à double fonction pour trains de marchandises; études des critères de design des moyens de transport pour le nouvel aéroport international de Montréal au sein d'une équipe multi-disciplinaire chargée d'en faire la planification totale; design et développement de produits industriels tels que système de rangement pour bureaux, système pour bibliothèques, auto-neige, appareils électroniques, lampes, etc.; compositions de tissus, primés par Design Canada; symboles, sigles et leur application en vue de créer une image visuelle pour des associations, industries, boutiques, etc.; symbole de la conférence mondiale des designers industriels (ICSID) en 1967; symbole Novelec de la ligue électrique du Québec et manuel de normes graphiques pour son application; brochure de promotion pour le développement urbain de Cité Concordia; signalisation pour certains pavillons de l'Université de Montréal; planification, aménagement et design d'intérieur du siège social de la Hudson's Bay Company, à Winnipeg; aménagement de la succursale de la Banque de Montréal située l'angle des rues Bleury et Sainte-Catherine, à Montréal; aménagement et design d'intérieur de nombreuses compagnies de Montréal représentant plus d'un million de pieds carrés; préparation des programmes d'aménagement de douze ministères du gouvernement provincial pour environ 6000 personnes qui seront déménagées dans deux nouveaux complexes architecturaux de la colline parlementaire, à Québec.

Tous ces projets ont assuré aux quatre associés une solide réputation, des distinctions honorifiques, des joies, des frustrations et une conception commune du design, exprimés au cours de l'entrevue qui suit. Professionnellement, tous quatre se perçoivent comme «des techniciens, doués d'une certaine psychologie et nantis de connaissances en administration et en commercialisation, qui prennent toujours l'homme comme point de départ d'une réalisation».

Leur façon de voir les choses coïncide avec l'emplacement de leur bureau. Décidés à exercer leur occupation moderne à l'ombre de murs qui se souviennent de beaucoup d'hommes, ils ont fixé leur choix sur le square d'Youville dans l'espoir qu'une promesse municipale, couchée sur plan officiel de location, sera tenue . . . un parc et une petite rivière . . .

Université de Montréal.
Pictogramme pour les toilettes des femmes. Pavillon des Sciences Sociales et du Droit.

Le point de vue des designers

exprimé par Jacques Guillon, Roger Labastrou, Laurent Marquart et Morley Smith.

Q. - Le design? Qu'est-ce que c'est?

R. - Un mot utilisé à tort et à travers! et que les designers essaient depuis longtemps de définir, sans y parvenir. Disons que c'est un processus de créativité qui peut exister dans un tas de professions, qui tient compte de l'esthétique de la forme avec une application pratique, dans le but de bien servir le destinataire du produit, de l'objet, du service que l'on offre: l'homme. Oui, c'est un tout composé. Trois parties: l'humain, la fonction, la forme. Un tout inséparable. La beauté ne naît-elle pas d'elle-même du design qui remplit au maximum sa fonction? Les meilleurs avions du monde, le Concorde, le Tupolev, sont aussi les plus beaux.

Q. - Et le designer, qui est-il?

R. - Là encore, l'unanimité n'est pas faite sur une définition. C'est une profession complexe, sans cesse à sa propre recherche. Il y a des généralistes, comme nous, et il y a aussi des spécialistes, qui sont des designers dans le sens anglais le plus étroit du mot, qui recherchent soit la fonction soit la forme, ou les deux, mais dans un champ restreint et spécialisé. S'ils recherchent l'esthétique sans qu'il soit question d'innover ou d'améliorer radicalement la fonction, il est plus juste de les appeler des stylistes. Il y a aussi ceux qui recherchent un style uniquement en vue de vendre, en exploitant le goût, sinon le mauvais goût, du public, et qui osent s'appeler designers. Quelle rigolade!

Q. - Comment concevez-vous le vrai designer?

R. - Il est doué d'un esprit imaginatif, inventif, intuitif même. Il possède une connaissance technique des matériaux en général et naturellement une connaissance particulière de ceux avec lesquels il peut être appelé à travailler. Il se tient au courant des développements dans une foule de domaines: sociologie, technologie, nouvel humanisme.

Ce n'est pas un inventeur. Ce n'est pas un artiste. Son rôle n'est pas de créer quelque chose en soi, mais de créer pour l'homme, en comprenant, sinon devinant, les désirs profonds et les aspirations intérieures qui vont plus loin que les besoins fondamentaux. En assurant d'abord le besoin de base, évidemment. Le designer doit viser **la qualité de la vie** sans jamais quitter le réel.

Q. - Vous avez chacun une spécialité, comment êtes-vous aussi généralistes?

R. - Nous sommes généralistes parce que notre champ d'action est vaste et diversifié, au contraire du spécialiste dans une usine, qui tourne toujours autour du même produit, souvent sans pouvoir beaucoup modifier ce qui existe déjà.

Dans un grand projet, nous devenons l'un des rouages d'une équipe multidisciplinaire où le design intervient de façon générale en tout ce qui touche à l'humain, afin que le produit ou le service reste en harmonie avec l'homme tout en remplissant efficacement son rôle, sa fonction.

S'il s'agit d'un petit projet entièrement entre nos mains, nous y travaillons tous les quatre, au moins au stade de la conception, justement pour avoir une vue générale et considérer la question sous de nombreux angles. A notre époque, **il faut travailler en équipe.** Il faut faire surgir tous les aspects d'un problème et confronter toutes les possibilités afin que le produit final contribue au bien-être de l'homme.

Q. - Est-ce compliqué d'arriver à ce but?

R. - Non. C'est une simple boucle. Le but final, l'humain, est aussi la base de départ.

Q. - Par exemple?

R. - Quand nous avons étudié un moyen de transport rapide pour desservir le nouvel aéroport, nous avons progressé ainsi; une personne est sur un siège; le siège repose sur le plancher; le plancher est celui d'un train; et le train roule entre Montréal et Sainte-Scholastique. La technique ordinaire aurait été: «Faisons un train, et on y placera les passagers», par routine, par fausse économie, par manque de vision! Ou bien, une municipalité veut tout simplement utiliser un équipement qu'elle possède ou peut se le procurer à bon compte, et il faut que les gens s'y adaptent, tant pis si c'est démodé, inadéquat, inconfortable, irrationnel. Au lieu d'innover en créant un système adapté aux gens et au nouveau besoin.

Q. - Est-ce différent dans l'industrie privée?

R. - Non. Règle générale, les ingénieurs conçoivent en fonction de la machinerie et de la main-d'œuvre dont ils disposent, ou bien parce qu'ils sont mordus pour un matériau ou une technique. Par exemple, à notre bureau, dans le cas récent d'une machine distributrice de journaux, nous avons étudié le mouvement de bras de l'usager, ainsi que le climat et le cadre urbain où seraient disposés les appareils, avant d'envisager la fabrication. La plupart des usines auraient fait le contraire et dit en premier lieu: «On fera la boîte avec une presse à emboutir.» Parce que cela s'exécute vite et à bon marché. Sans se soucier si la machine terminée serait commode ou non, ou encore d'une laideur offensante.

Q. - Alors, à quoi servent les designers industriels?

R. - Ils sont justement, en quelque sorte, le moyen de communication entre l'industrie, le produit et les consommateurs. Quand une opération est vaste et que bien des mains et des cerveaux y travaillent, on risque de perdre de vue le public, car c'est bien à lui en fin de compte que le produit est destiné. Le rôle du designer est alors d'établir l'équilibre entre le produit industriel et le consommateur. Malheureusement, l'industrie se convertit trop lentement à la notion de design.

Q. - Mais le design subit, lui aussi, des contraintes techniques et financières?

R. - Oui. La machine nécessaire ou le matériau idéal n'existent pas toujours. Et les empêchements financiers comptent pour nous comme pour tout le monde. Un moule initial peut être d'un coût prohibitif si la production doit être limitée.

Mais les designers savent, eux aussi, que les contraintes font partie de leur vie. Face à un obstacle, on modifie, sans jamais perdre de vue le but cherché. Croire qu'on pourra réaliser à cent pour cent un projet, sans la moindre retouche, c'est de l'utopie. Quand un projet a été mené à bien dans les délais donnés, en respectant le budget convenu et en préservant un bon pourcentage de son intégrité, nous estimons avoir rendu le service demandé.

Q. - Le design intervient-il dans les projets publics?

R. - Rarement. Hélas! C'est pourquoi on voit tant de projets destinés à aider les gens qui, une fois terminés, passent complètement à côté du but. Ce sont peut-être des réussites techniques ou budgétaires, mais ce sont des faillites sur le plan humain. Les pouvoirs publics s'éveillent, eux aussi, très lentement au design.

Q. - Pourquoi? Est-ce si cher, le design?

R. - Cher par rapport à quoi? En habitation par exemple, n'est-ce pas plus cher en dé-

finitive de forcer des milliers de gens à vivre dans des conditions détestables, que d'avoir pris les mesures nécessaires au départ? Des familles saines et heureuses dans des logements-refuges, est-ce moins valable que les investissements directs pour la santé et l'éducation?

On va dépenser beaucoup d'argent pour lutter contre la pollution de l'air et de l'eau parce qu'on a fini par admettre que c'était physiquement mauvais pour l'homme et sa descendance. Et la pollution visuelle alors — pensez un peu à l'entrée du village de Sainte-Adèle —, n'est-ce pas aussi nuisible du côté mental?

Si un designer doit travailler aux côtés de l'urbaniste, de l'architecte, du sociologue, des ingénieurs, etc., le budget-design est établi dès la phase initiale du projet, en même temps que celui des autres spécialités, pour s'intégrer dans le plan de financement. De l'argent, on en trouve toujours pour ce qu'on juge important. C'est plutôt une question d'évolution chez les directeurs d'entreprises, les promoteurs de projets et les autorités aux leviers de commande d'une ville.

Q. - Le public, lui, que dit-il?

R. - Seul peut réagir un public informé, et il l'est mal dans les questions qui touchent sa vie quotidienne. Du point de vue design, le mieux est de l'exposer au bon design. On a vu les foules d'Expo 67 se ruer sur les pavillons qui étaient une réussite totale de design. Pourquoi les gens aiment-ils le métro de Montréal? Parce qu'architectes et designers ont participé à sa conception et en ont fait autre chose qu'un simple tube comme celui de New-York, de Paris.

Pour l'information directe, il faut surtout toucher les groupes et les personnes qui influencent les décisions, tant au niveau de l'industrie que des pouvoirs publics. C'est ce qui s'est passé au Danemark, il y a 15 ou 20 ans, dans le domaine du meuble. Parce qu'on a compris qu'il fallait faire des meubles qui soient harmonieux et répondent aux besoins de la masse, on a provoqué la naissance de l'industrie du mobilier scandinave, un des plus grands succès de design.

Q. - Est-ce là qu'est né le design?

R. - C'est sûrement le premier grand exemple de design au service du public en général. Mais le design a trouvé ses lois fondamentales dans l'Allemagne des années 20, avec le Bauhaus. En cherchant à éliminer le superflu et le tarabiscoté du style 1900, ce groupe a ouvert la voie et montré que la forme naît de la fonction.

Q. - Où en est le design au Canada et ailleurs dans le monde?

R. - Il se porte bien en Europe, surtout dans les pays où les autorités l'encouragent. Le meilleur exemple est l'Angleterre où le gouvernement lui-même a décidé de transformer l'industrie après la dernière guerre, en créant un Council of Industrial Design. Au Canada, le pouvoir central commence timidement à imiter cet exemple. Il était temps, à un moment où il est tellement question d'environnement. Mais pour que l'ensemble de la population en bénéficie, il faudrait une collaboration intime aux trois paliers de gouvernements: municipal, provincial, fédéral. Nous en sommes encore bien loin!

Q. - Comment devient-on designer?

R. - Les designers naissent généralement d'une évolution au sein de certaines professions. Un jour, ingénieurs, architectes, techniciens, sculpteurs, décorateurs, peintres, abdiquent leur profession pure ou, plutôt, l'élargissent au profit du design.

Aux États-Unis, une vingtaine d'universités forment des spécialistes et des généralistes. Au Québec, l'Université de Montréal a ouvert une section **Urbanisme, aménagement et design.** Et l'université du Québec a ouvert un module de **design.**

Q. - Quel avenir voyez-vous pour le design et les designers?

R. - Le design nous paraît en pleine mutation. Ce que nous définissons aujourd'hui ne sera peut-être pas la vérité demain. Aujourd'hui, nous créons un symbole graphique ou un appareil pour une entreprise, mais demain, qui sait? — devrons-nous planifier le fonctionnement physique de la compagnie et décider où placer la zone de chargement des camions, où situer le bureau de la réceptionniste.

Mais la fonction du design va rester, et pour l'accomplir il faudrait que le plus grand nombre possible de designers gardent leur autonomie. Pour survivre, ils risquent de se laisser absorber par l'industrie, le commerce, les agences gouvernementales, au fur et à mesure que la société et le monde économiques s'éveilleront au design. Mais alors, ils s'intègreront dans un système déjà préparé et y seront coincés pieds et poings liés. Au lieu de développer leurs idées, de les frotter à celles des autres dans un vaste champ d'action et pouvoir, au niveau du design bien sûr, jouer un rôle de contestation des autres idées au sein de l'équipe multidisciplinaire. Les designers doivent, au même titre que le reste du monde, lutter contre la spécialisation qui les guette et qui est si dangereuse pour la survie mentale et psychologique de l'homme.

Et, en ce qui concerne particulièrement les designers canadiens, leur avenir réside sur le plan international. En raison de notre faible population, le marché local est restreint, mais le monde entier est l'échiquier du designer qui conçoit son produit en fonction des critères internationaux.

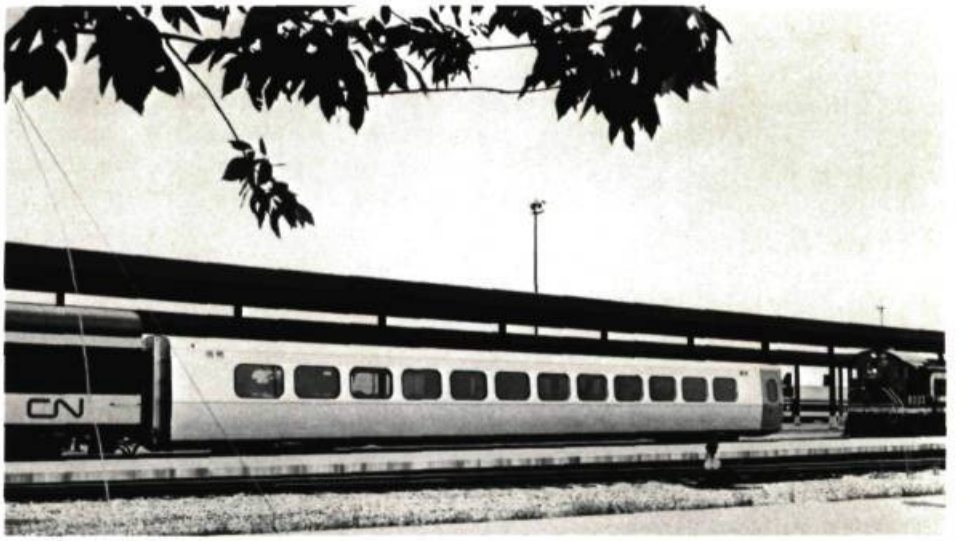
English Translation, p. 95

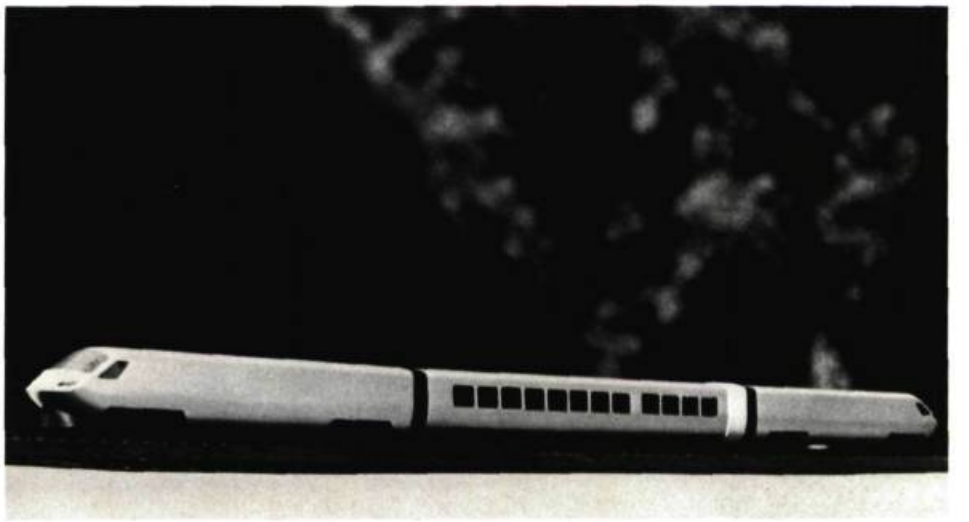
ICSID (International Council of Societies of Industrial Designers)
Thème: De l'Homme à l'Homme.

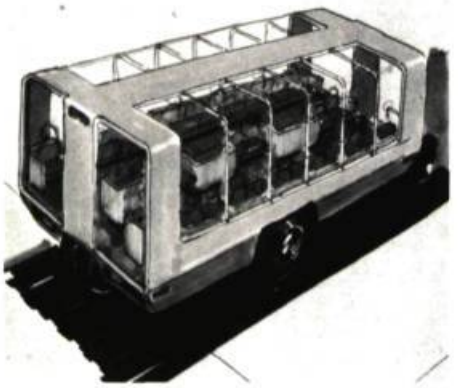
Train à haute performance L.R.C.
Prototype d'un wagon de passagers,
en gare d'Ottawa.

Jacques GUILLON/Designers, Inc.
Maquette de train à haute performance
L.R.C.

M.L.W. Maquette d'une locomotive
de manœuvre.
(Phot. Christian Herdeg)





Jacques GUILLON. Croquis-étude
d'un véhicule-navette entre avion et quai
d'embarquement d'un aéroport;
réalisé pour le nouvel Aéroport International
de Montréal.

BERNIER-ROUSSEAU. Symbole.