



ITT (Institut international des télécommunications) Montréal(Quebec)

Carrefour des connaissances technologiques, l'Institut international des télécommunications a été créé pour répondre aux besoins de formation urgents dans le secteur des télécommunications. En collaboration avec des établissements d'enseignement et des entreprises, l'institut propose des cours avancés aux étudiants et aux professionnels dans ce domaine.

Le laboratoire, d'une superficie de 700 pieds carrés (700 mètres carrés) est une vitrine de la technologie et des applications innovantes, et constitue le point central de toutes les activités. Les bureaux administratifs, les salles de classe et les espaces réservés à la vie étudiante encadrent le laboratoire et mettent en avant son objectif.

Crossroads of technological knowledge, the International Telecommunications Institute was created to meet training needs in the telecommunications sector. In collaboration with educational institutions and companies, the Institute offers advanced courses for students and professionals in this field.

The 700-square-foot (700-square-meter) laboratory is a showcase of innovative technology and applications, and is the focal point of all activities. Administrative offices, classrooms and spaces dedicated to student life supervise the laboratory and put forward its objective.

SUPERFICIE 25,600 pieds carres
AREA 25,600 square feet



L'ORÉAL CANADA Montréal (Québec)

Le défi consistait à concevoir et à planifier un environnement de travail idéal pour nourrir et créer un nouvel esprit communautaire. Rassembler différentes divisions et produits concurrents de toute la ville. Faire un impact avec un espace bien conçu, en cultivant ces synergies issues d'équipes créatives et enthousiastes, tant de la part de l'équipe client que de celle des designers d'intérieur. Reflétant une nouvelle image globale, celle de "L'Univers L'Oréal".

Le centre Eaton, avec son atrium intérieur dans la tour de bureaux, était le cadre idéal pour ce projet passionnant. En encourageant l'individualité et la prise de risque, en appréciant la créativité et l'innovation et en offrant un environnement d'apprentissage continu, de défis et de croissance personnelle, nous avons pu intégrer ces valeurs fondamentales dans notre concept. Créer un environnement de travail passionnant avec des volumes, des transparences, des illustrations graphiques pour nous orienter d'un espace produit à un autre. Notre passion pour la beauté et la fonctionnalité... une passion pour qui nous sommes en tant que designers d'intérieur.

L'Oréal a été nommée l'une des meilleures entreprises socialement responsables au Canada par le magazine Maclean. Ce concours annuel, l'un des volets du concours Les 100 meilleurs employeurs au Canada, reconnaît les efforts des entreprises qui ont ouvert la voie en attirant leurs employés.

The challenge was to design and plan an ideal work environment to nurture and create a new community spirit. Bring together different divisions and competing products from all over the city. Make an impact with a well-designed space, by cultivating these synergies from creative and enthusiastic teams, both from the client team and from interior designers. Reflecting a new global image, that of "L'Univers L'Oréal".

The Eaton Center, with its interior atrium in the office tower, was the perfect setting for this exciting project. By encouraging individuality and risk taking, appreciating creativity and innovation and providing an environment of continuous learning, challenges and personal growth, we have been able to incorporate these core values into our concept. Create an exciting work environment with volumes, transparencies, graphic illustrations to guide us from one product space to another. Our passion for beauty and functionality ... a passion for who we are as interior designers.

L'Oréal has been named one of the best socially responsible companies in Canada by Maclean magazine. This annual contest, part of the Canada's Top 100 Employers Contest, recognizes the efforts of companies that have led the way in attracting their employees.

SUPERFICIE 100,000 pieds carrés
AREA 100,000 square feet

Sebastian Miuccio APDIQ IDC



TELESYSTEME Montréal (Québec)

Malgré un délai limité pour un projet de ce calibre, l'équipe du projet de conception a réussi à créer un environnement dynamique et prestigieux qui « impressionne » tous ceux qui en font l'expérience. Telesysteme Ltd. est une société de capital-investissement dans l'économie numérique. Actif à l'échelle mondiale, il comprend un réseau multinational d'entreprises opérant dans le domaine des infrastructures de communication sans fil et à large bande. Telesysteme souhaitait pour son nouvel espace de travail un environnement qui refléterait son approche innovante des affaires – un espace où les 75 entreprises composant leur réseau pourraient partager leurs connaissances et stimuler leurs idées.

Le concept de design était basé sur une philosophie «East meets West» dans laquelle tous les matériaux et éléments de design font appel aux cinq sens, dans un grand espace qui se jette dans d'autres pièces, telles qu'une salle multimédia, une salle de conférence, des salles à manger et un espace de restauration. En introduisant des murs mobiles et des panneaux coulissants à la place des portes, les espaces deviennent facilement accessibles et multifonctionnels. Une cuisine de restauration exposée, qui célèbre la gastronomie comme une expérience sociale, favorise davantage le sentiment d'ouverture.

Despite a limited time frame for a project of this caliber, the design project team has succeeded in creating a dynamic and prestigious environment that "impresses" all those who experience it. Telesysteme Ltd. is a private equity firm in the digital economy. Active globally, it includes a multinational network of companies operating in the field of wireless and broadband communication infrastructures. Telesysteme wanted an environment for its new workspace that reflected its innovative business approach – a space where the 75 companies in their network could share their knowledge and stimulate their ideas.

The design concept was based on an East meets West philosophy in which all materials and design elements appeal to the five senses, in a large space that flows into other rooms, such as a multimedia room, conference room, dining rooms and a food court. By introducing moving walls and sliding panels instead of doors, spaces become easily accessible and multifunctional. An exposed restaurant kitchen, which celebrates gastronomy as a social experience, further enhances the sense of openness.

SUPERFICIE 150,800 pieds carres
AREA 150,800 square feet



AGENCE MONDIALE ANTIDOPAGE Montréal (Québec)

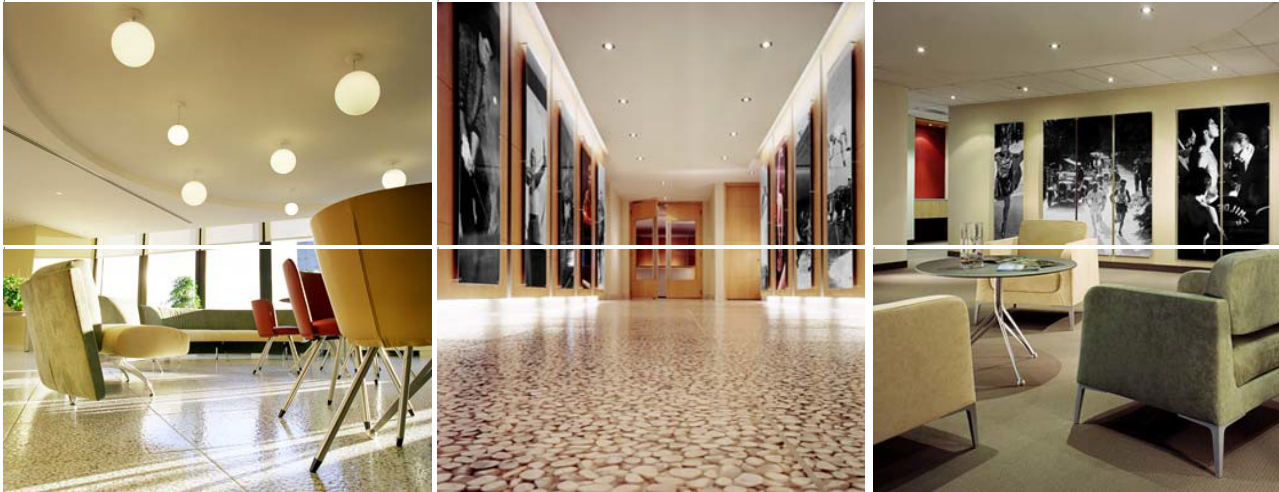
Grâce à une initiative collective menée par le Comité international olympique, l'AMA a été créée en novembre 1999 pour soutenir et promouvoir les valeurs fondamentales du sport. L'Agence mondiale antidopage (AMA) promeut et coordonne, au niveau international, la lutte contre le dopage sous toutes ses formes. Montréal avait été présélectionnée parmi des villes telles que Bonn, Lausanne, Lille, Stockholm et Vienne. Le nouveau quartier international de Montréal a été choisi pour devenir le nouveau siège social de l'AMA. Félicitations Montréal!

Une entreprise de relations publiques située à Paris, en France, était en train de créer simultanément la direction et la représentation graphique de l'AMA, tout en créant la nouvelle image de l'AMA pour ses nouveaux bureaux. Le client était situé à Lausanne en Suisse et le chef de projet en Finlande. Le calendrier du projet n'a pas laissé suffisamment de temps à toutes les parties pour développer et synchroniser le travail. Le plus grand défi était de faire un saut de foi et d'utiliser son intuition et son expérience pour faire émerger le concept. La devise saisie lors de l'analyse stratégique du lieu de travail était "Pour l'amour du jeu". L'objectif était de créer un environnement où tous les membres du monde se réuniraient pour ressentir l'excitation et la "raison d'être" de "jouer" le sport de manière professionnelle et véridique.

Through a collective initiative led by the International Olympic Committee, WADA was established in November 1999 to support and promote the core values of sport. The World Anti-Doping Agency (WADA) promotes and coordinates, at the international level, the fight against doping in all its forms. Montreal had been shortlisted among cities such as Bonn, Lausanne, Lille, Stockholm and Vienna. Montreal's new international district has been chosen to become WADA's new headquarters. Congratulations Montreal!

A public relations firm based in Paris, France, was simultaneously creating WADA's management and graphic representation, while creating WADA's new image for its new offices. The client was located in Lausanne, Switzerland and the project manager in Finland. The project schedule did not allow enough time for all parties to develop and synchronize the work. The biggest challenge was to make a leap of faith and use his intuition and experience to bring out the concept. The motto captured during the strategic workplace analysis was "For the sake of the game". The goal was to create an environment where all the members of the world would come together to feel the excitement and the "raison d'être" of "playing" the sport in a professional and truthful manner.

Sebastian Miuccio APDIQ IDC



WORLD ANTI DOPING AGENCY Montréal (Québec) ...suite.

En raison de la portée internationale de l'AMA, notre planification de l'espace nous a permis de réunir des personnes de tous les coins du monde qui se rencontrent dans les bureaux de l'AMA ou qui travaillent ici pour rencontrer, discuter et partager des informations. Ces espaces ont des cafés ouverts, de la littérature, des photographies inspirantes avec des tables de salon ou de réunion. Tous les meubles spécifiés tiennent compte des considérations ergonomiques dû à la diversité de ses membres et employés.

Un environnement de travail est un endroit où les gens se rassemblent pour travailler en équipe dans un but commun. Comme dans le sport, les gens se rassemblent pour aider un athlète à atteindre son objectif. L'environnement de l'AMA incarne ce même objectif en réunissant les matériaux, les couleurs, l'éclairage et la planification. La coopération, les normes, l'égalité et l'harmonie sont la mission de l'AMA dans la création de son nouveau siège.

Because of WADA's international reach, our space planning has brought together people from all over the world who meet at WADA offices or work here to meet, discuss and share informations. These spaces have open cafes, literature, inspiring photographs with coffee tables or meeting tables. All of the specified furniture reflects ergonomic considerations due to the diversity of its members and employees.

A work environment is a place where people come together to work as a team for a common purpose. As in sport, people come together to help an athlete reach their goal. The WADA environment embodies the same goal by bringing together materials, colors, lighting and planning. Cooperation, standards, equality and harmony are WADA's mission in creating its new headquarters.

SUPERFICIE 25,000 pieds carres

AREA 25,000 square feet



MICROCELL Montréal (Québec)

L'objectif principal de ce projet était de créer un complexe de bureaux reflétant la culture singulière de Microcell. En effet, deux espaces de travail étaient nécessaires: un pour accueillir un grand centre d'appels et un autre pour loger les ingénieurs de l'entreprise. Nous avons conçu une mise en page ouverte pour représenter au mieux la philosophie d'entreprise d'ouverture, de vision, de simplicité et d'innovation de Microcell.

Le site de la Place Bonaventure a été choisi en raison de ses grandes plaques de plancher et de sa capacité à soutenir son expansion. Notre plus grand défi – celui qui a dynamisé l'ensemble de notre équipe de projet – a été de donner vie et excitation à ce qui est essentiellement un grand espace en béton, en changeant de vocation du bâtiment. Notre solution a fait appel à plusieurs inspirations. Nous avons laissé les éléments techniques dans les plafonds exposés pour un look "industriel-chic", et un tissu Lycra à forme libre en suspension pour créer un sentiment d'intimité. Ce tissu était également utilisé dans certaines salles de conférence, couloirs et bistrots pour donner une impression de mouvement. Étant donné que le bâtiment a très peu de fenêtres, presque aucun poste de travail n'a été aménagé le long du périmètre, ce qui a permis au bureau d'obtenir le plus de lumière naturelle possible.

Bien que nous n'ayons eu que six mois, de la conception d'équipe à la réalisation de ce projet important, nous avons créé un environnement qui permet aux employés de faire partie d'une entreprise passionnante et en pleine croissance, dans le domaine des communications numériques. Au bout de six mois, un grand bunker en béton a été transformé en un espace accueillant et à la pointe de la technologie qui rivalise avec les autres bureaux de Microcell situés dans des bâtiments de classe AAA.

The main objective of this project was to create an office complex reflecting the unique culture of Microcell. Indeed, two workspaces were needed: one to accommodate a large call center and another to house the company's engineers. We have designed an open layout to best represent Microcell's business philosophy of openness, vision, simplicity and innovation.

The site of Place Bonaventure was chosen because of its large floor plates and its ability to support its expansion. Our biggest challenge – the one that has energized our entire project team – has been to give life and excitement to what is essentially a large concrete space, changing the building's vocation. Our solution appealed to several inspirations. We left the technical elements in the exposed ceilings for an "industrial-chic" look, and a free-hanging Lycra fabric to create a feeling of intimacy. This fabric was also used in some conference rooms, corridors and bistros to give an impression of movement. Since the building has very few windows, almost no workstations have been built along the perimeter, which has allowed the office to get as much natural light as possible.

Although we only had six months from team design to completing this important project, we created an environment that allows employees to be part of an exciting and growing business, in the field of digital communications. After six months, a large concrete bunker has been transformed into a welcoming and state-of-the-art space that rivals Microcell's other offices in AAA-class buildings.

SUPERFICIE 210,500 pieds carrés

AREA 210,500 square feet

Sebastian Miuccio APDIQ IDC



TENDENZIA ITALIA Montréal (Québec)

Le SIDIM nous a approché pour créer un espace pour les exposants italiens lors de l'édition 2002 du Salon international du design d'intérieur de Montréal. Notre mandat était d'établir un plan qui permettrait à plusieurs fabricants, concepteurs et fournisseurs italiens de présenter leurs produits et leurs talents dans un espace reflétant leur stature dans le monde du design. Nous avons également coordonné des plans et des contrats avec les exposants. Ce faisant, nous avons présenté un plan de vente aux bureaux de la Commission commerciale italienne de Montréal et de Toronto afin d'attirer le plus grand nombre possible d'exposants d'Italie.

L'idée maîtresse du plan de conception était de réinventer le stand d'exposition traditionnel et d'établir ainsi de nouvelles normes en matière d'aménagement de l'espace lors d'événements internationaux tels que le SIDIM. Compte tenu de la nature du produit et du milieu, notre équipe visait à introduire l'innovation et créer un environnement propice à l'intrigue dans un espace tout aussi attractif. Les effets visuels ont été réalisés avec un jeu de lumière, de couleur, de translucidité et de hauteur, produisant des résultats impressionnants et surprenants.

Des toiles transparentes, blanches, du sol au plafond définissaient le périmètre du stand Tendenza Italia. Des rideaux gonflés, des effets audiovisuels et de la musique contemporaine ont créé des sensations surnaturelles pour tous ceux qui ont participé à l'exposition.

L'espace Tendenza Italia a reçu le prix des projets spéciaux du Salon international du design d'intérieur de Montréal 2002 lors de son gala.

SIDIM approached us to create a space for Italian exhibitors at the 2002 edition of the Montreal International Interior Design Show. Our mandate was to establish a plan that would allow several Italian manufacturers, designers and suppliers to present their products and talents in a space reflecting their stature in the world of design. We also coordinated plans and contracts with exhibitors. In doing so, we presented a sales plan to the offices of the Italian Trade Commission in Montreal and Toronto in order to attract as many exhibitors as possible from Italy.

The main thrust of the design plan was to reinvent the traditional exhibition stand and establish new standards for space planning at international events such as SIDIM. Given the nature of the product and the environment, our team aimed to introduce innovation and create an environment conducive to intrigue in an equally attractive space. The visual effects were achieved with a play of light, color, translucency and height, producing impressive and surprising results.

Transparent, white, floor-to-ceiling canvases defined the perimeter of the Tendenza Italia stand. Swollen curtains, audiovisual effects and contemporary music created supernatural sensations for all those who participated in the exhibition.

The Tendenza Italia space received the special projects prize at the 2002 Montreal International Interior Design Show at its gala.