

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

GSM PROJECT : ESSAI HISTORIQUE SUR UNE FIRME PIONNIÈRE
DU DESIGN D'EXPOSITION AU QUÉBEC

RAPPORT DE TRAVAIL DIRIGÉ
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN MUSÉOLOGIE

SOUS LA DIRECTION DE
JENNIFER CARTER

PAR
SARAH COUSINEAU

AVRIL 2020

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce document diplômant se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.10-2015). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Pour son suivi, son soutien et ses conseils, merci à ma directrice de recherche, Mme Jennifer Carter.

Pour son temps, son discours honnête et ses dessins esquissés en vitesse sur le coin de la table, merci à M. Laurent Marquart.

Pour m'avoir ouvert l'accès au passé photographique de GSM Project, merci au président de l'entreprise, M. Yves Mayrand.

Aux femmes inspirantes qui ont supervisé mon stage au sein de la firme, merci à Mmes Geneviève Anglo-Morneau et Maude Desjardins.

Enfin, merci à toutes les autres.

TABLE DES MATÈRES

LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES	V
LISTE DES ABRÉVIATIONS	VII
INTRODUCTION	1
CHAPITRE I MÉTHODOLOGIE	6
1.1 Approche méthodologique	6
1.2 Recherche documentaire	8
1.2.1 Littérature scientifique et ouvrages grands publics	8
1.2.2 Archives.....	8
1.2.3 Revues et journaux	10
1.2.4 Synthèse du traitement des données documentaires.....	11
1.3 Entretien semi-dirigé	13
1.4 Bilan et limites de la recherche	17
CHAPITRE II	
HISTORIQUE DE GSM PROJECT ET DE SA PRATIQUE DU DESIGN	
D'EXPOSITION : PROPOSITION D'UNE ÉVOLUTION EN QUATRE	
TEMPS	18
2.1 Précisions terminologiques	19
2.2 Contexte de création : un premier bureau de design multidisciplinaire au	
Québec.....	21
2.3 Les années 1960 : l'Expo 67 de Montréal et l'émergence d'une pratique	
expositionnelle.....	24
2.3.1 Une première Exposition universelle au Canada et la naissance d'un	
savoir-faire au pays.....	24
2.3.2 L'arrivée d'une expertise : Laurent Marquart et la « quatrième	
dimension »	27

2.3.3	Le pavillon <i>L'Homme et la vie</i> et les prémisses d'une pratique avant-gardiste orientée sur le visiteur	30
2.4	Les années 1970 : une « période morte »	33
2.4.1	Décroissance économique et ralentissement des activités.....	33
2.4.2	Une pratique privée de possibilités créatrices : l'exemple du MBAM .	34
2.4.3	Un secteur en processus d'autonomisation.....	37
2.5	Les années 1980-1990 : affirmation et cristallisation de la pratique.....	38
2.5.1	Augmentation de l'offre muséale et développement d'une expertise ...	39
2.5.2	Innovations et affirmation d'une pratique expositionnelle théâtrale orientée sur l'expérience, l'émotion, l'immersion et la mise en récit ...	42
2.6	Les années 2000-2010 : spécialisation et internationalisation	52
2.6.1	Restructuration et maturation du concept de projet clé en main	52
2.6.2	Nouveaux défis et enjeux liés à l'expansion à l'international	54
	CONCLUSION.....	57
ANNEXE A	SCHÉMA D'ENTRETIEN	61
ANNEXE B	ENTRETIEN AVEC LAURENT MARQUART.....	64
ANNEXE C	TABLEAU SYNTHÈSE DE L'HISTORIQUE.....	95
ANNEXE D	FICHES DESCRIPTIVES DU CORPUS D'EXPOSITIONS	102
ANNEXE E	FICHE BIOGRAPHIQUE DE LAURENT MARQUART.....	127
	BIBLIOGRAPHIE THÉMATIQUE	128

LISTE DES TABLEAUX ET FIGURES

Tableau		Page
1.1	Synthèse de la répartition thématique de la recension d'informations	12
Figure		
2.1	Annonce publicitaire de Jacques S. Guillon et Associés, <i>La Presse</i> , 1965. Récupéré de http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2758995	23
2.2	Annonce publicitaire de Jacques S. Guillon et Associés, <i>La Presse</i> , 1966. Récupéré de http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2698215	25
2.3	Réplique du cerveau humain, pavillon <i>L'Homme et la vie</i> , Expo 67 de Montréal. Photographie en provenance des archives de GSM Project	31
2.4	Nouveau pavillon du MBAM, 1976. Photographie en provenance des archives de GSM Project	36
2.5	Nouveau pavillon du MBAM, 1976. Photographie en provenance des archives de GSM Project	36
2.6	Spectacle multimédia du lieu historique national Louis-S.-St-Laurent, Compton, 1982. Photographie en provenance des archives de GSM Project	44
2.7	Zone « Un pays à bâtir », exposition permanente <i>Mémoires</i> , MCQ, 1988-2005. Photographie en provenance des archives de GSM Project	47

- 2.8 Zone « Un pays à bâtir », exposition permanente *Mémoires*, MCQ, 1988-2005. Photographie en provenance des archives de GSM Project 47
- 2.9 Illustration tirée du scénario préliminaire du spectacle multimédia de PAC. *Rapport d'étape : Design conceptuel préliminaire et programme des services*, GSM Design, 1991 (p. 39). Médiathèque de pointe-à-Callière, Montréal, Québec 50
- 2.10 Illustration tirée du scénario préliminaire du spectacle multimédia de PAC. *Rapport d'étape : Design conceptuel préliminaire et programme des services*, GSM Design, 1991 (p. 41). Médiathèque de pointe-à-Callière, Montréal, Québec 50

LISTE DES ABRÉVIATIONS

CCEU	Compagnie canadienne de l'Exposition universelle
MBAM	Musée des beaux-arts de Montréal
MCQ	Musée de la civilisation
PAC	Pointe-à-Callière
SIMPA	Société immobilière du patrimoine architectural
UQAM	Université du Québec à Montréal

INTRODUCTION

Montréal est mondialement reconnue pour son excellence en matière de design. Depuis Expo 67, la ville n'a cessé de se démarquer pour son talent, sa créativité et ses innovations. En juin 2006, la métropole a même été désignée *Ville UNESCO de design*, rejoignant ainsi les 180 villes membres du *Réseau des villes créatives de l'UNESCO* (UNESCO, s. d.). Dans la sphère du design d'exposition, plusieurs firmes montréalaises se distinguent sur la scène internationale, faisant valoir une expertise spécifiquement québécoise (Leblanc, 2017). Le studio Toboggan Design, par exemple, se spécialise dans la conception d'expositions pour enfants et cumule des contrats à l'échelle mondiale¹. Parmi ses clients réguliers se trouve l'Oklahoma Museum Network, aux États-Unis. Un second exemple, plus près de l'événementiel, est Moment Factory. Orientée sur la création d'expériences immersives et interactives, l'agence se démarque quant à elle pour ses scénographies multimédias. Elle collabore d'ailleurs fréquemment auprès d'institutions muséales, ce dont témoigne l'installation participative conçue pour l'exposition itinérante *Jean-Paul Gaultier* du Musée des beaux-arts de Montréal (MBAM), en 2011. Forte de son succès, l'entreprise possède aujourd'hui des bureaux à Montréal, Los Angeles, Paris, New York et Tokyo.

Au Québec, l'un des plus importants acteurs du design d'exposition est GSM Project. Avec plus d'une soixantaine d'employés à Montréal, la firme possède aujourd'hui des bureaux à Dubaï et Singapour et a signé des expositions dans plus d'une centaine de villes à travers le monde (GSM Project, 2016a). L'entreprise est reconnue pour son approche participative et interactive orientée sur l'immersion, l'expérience de visite et

¹ D'après le site Web du Bureau du design de la Ville de Montréal, *Design Montréal*, 70 % de la clientèle de Toboggan Design se situe à l'extérieur du Canada (Bureau du design de la Ville de Montréal, s. d.-b).

l'émotion. Sa notoriété et son expertise lui ont d'ailleurs valu sa participation à des projets d'envergure, comme la nouvelle exposition permanente du Cosmodôme de Laval (2011)² et l'exposition *Humain* du Centre des sciences de Montréal (2017)³. Citons également le renouvellement de la salle de l'Histoire canadienne du Musée canadien de l'histoire de Gatineau (2017), considéré comme étant le plus ambitieux projet du Musée depuis sa fondation en 1989 (GSM Project, 2016f)⁴. À l'international, GSM Project a notamment conçu l'exposition permanente de la Maison du parfum du Musée Al Shindagha, à Dubaï (Émirats arabes unis, 2019)⁵. Le bureau a aussi signé l'installation immersive *The Life of Sally Hemings* (2018) à Monticello, résidence historique de Thomas Jefferson (Virginie, É.-U)⁶.

Plus globalement, GSM Project est un pilier du design d'exposition au Québec. Riche d'une histoire de plus de soixante ans, la firme a été l'une des premières à développer, à l'occasion d'Expo 67, une pratique dans le secteur des expositions. Lors de cet événement, elle a fait preuve d'un esprit visionnaire avec l'intégration de formules expographiques et scénographiques inédites, incluant des installations immersives, des reproductions tridimensionnelles géantes et des technologies audiovisuelles. En 1982, elle a produit pour le lieu historique national Louis-S.-St-Laurent ce qui pourrait être l'un des premiers spectacles multimédias au Québec (Marquart, 2009, p. 69 ; Chassé et Lapière, 2002, p. 15). En 1988, le bureau a introduit un nouveau langage

² L'exposition permanente du Cosmodôme de Laval a remporté le Grand prix du design 2012 (catégorie Lieux publics et institutionnels : Exposition), le Grand prix du concours Boomerang 2012 (catégorie Installation interactive) et le Grand prix du concours Numix 2013 (catégorie Culturelle : Production muséale).

³ *Humain* est une exposition éducative qui invite le visiteur à découvrir différents aspects de la biologie humaine, notamment par la sollicitation de son corps et de ses expériences (GSM Project, 2016b).

⁴ Agissant de pair avec le célèbre architecte canadien Douglas Cardinal, le mandat fort complexe de GSM Project incluait de retracer plus de 15 000 ans d'histoire et de produire une exposition de 44 000 pieds carrés, tout en respectant une multitude de points de vue et en abordant des sujets sensibles, tels que les pensionnats autochtones (GSM Project, 2016f).

⁵ Dans un rapport complexe entre l'intime et le collectif, l'exposition permanente de la Maison du parfum explore les traditions émiriennes liées à l'usage des parfums et fragrances (GSM Project, 2016c).

⁶ L'installation immersive créée par GSM Project est située dans l'ancienne chambre de Sally Hemings, figure historique emblématique de l'esclavagisme américain. Sous une forme narrative et illustrative, l'expérience multimédia proposée aux visiteurs recompose des fragments de la vie de Sally Hemings à travers une perspective intimiste (GSM Project, 2016h).

expositionnel pour le premier musée de société au Québec, alors qu'il signe le design de l'exposition inaugurale *Mémoires* du Musée de la civilisation (MCQ). Sans référent en la matière, l'entreprise a réinventé la « muséographie thématique et historique » (Montpetit, 2009, p. 25) en créant une exposition centrée sur la mémoire d'un peuple, refusant le principe d'objectivité historique. En 1992, elle a participé au projet d'ouverture du plus grand musée d'archéologie au Canada, Pointe-à-Callière (PAC). Elle a alors non seulement contribué à définir l'identité du Musée, mais a également signé le premier spectacle multimédia de l'institution, un geste audacieux pour le contexte de l'époque⁷.

En dépit de ses innovations et de son positionnement manifeste dans le développement du design d'exposition au Québec, il n'existe pour ainsi dire aucune étude approfondie sur GSM Project. En effet, si la firme apparaît dans un nombre limité de publications consacrées au design québécois et canadien, celles-ci ont en commun de s'intéresser à sa pratique du design industriel⁸. Elles font ainsi abstraction de ses réalisations dans la sphère du design d'exposition. Par ailleurs, aucune de ces publications ne dresse d'historique complet du bureau, créant un vide au sein de la littérature. Si on se rapporte plus spécifiquement au champ de la muséologie, nous n'avons répertorié qu'un seul ouvrage scientifique dans lequel figure GSM Project, soit le recueil collectif *Mémoire de Mémoires. Étude de l'exposition inaugurale du Musée de la civilisation* (Bergeron et Dubé, 2009). Sa présence se réduit néanmoins à quelques pages consacrées au témoignage d'un ancien président de l'entreprise, Laurent Marquart.

⁷ En plus de sa pratique du design d'exposition, la firme GSM Project a été très active dans les domaines du design industriel, du design d'intérieur et du design graphique. Le bureau est d'ailleurs l'auteur de projets phares de l'identité montréalaise et québécoise, dont la voiture et le symbole graphique du métro de Montréal (1963) et l'identité visuelle du Gouvernement du Québec (1975). Plusieurs designers de renom ont également été de passage au sein de l'organisation, comme les designers industriels Michel Dallaire et Christen Sorensen ainsi que les designers graphiques Jacques Roy, Frédéric Metz et Nelu Wolfensohn.

⁸ C'est notamment le cas des ouvrages *Design in Canada. Fifty Years from Teakettles to Task Chairs* (Gotlieb et Golden, 2002) et *Le design au Québec : industriel, graphique, de mode* (Choko, Bourassa et Baril, 2003).

Considérant l'absence généralisée des connaissances sur cette firme que nous croyons être une pionnière du design d'exposition au Québec, nous entendons combler cette lacune en proposant une toute première étude historique de GSM Project et de sa pratique du design d'exposition. Guidée par une démarche inductive et exploratoire, cette recherche fondamentale s'articulera autour de trois objectifs :

- Produire une étude historique de GSM Project et de sa pratique du design d'exposition, de la fondation du bureau (1958) à aujourd'hui (2020) ;
- Identifier les principales phases de l'évolution de sa pratique expositionnelle ;
- Illustrer et commenter cette évolution à partir d'une sélection de projets significatifs de son histoire.

La production de ce travail dirigé s'inscrit dans le prolongement des célébrations du 50e anniversaire de l'Expo 67 de Montréal. En effet, la commémoration de cet événement phare de l'identité québécoise a engendré un regain d'intérêt pour ses designers et architectes, considérés comme des pionniers du design moderne au Québec (Suraniti, 2016 ; Laliberté, 2017, p. 59). Depuis 2017, plusieurs initiatives ont été entreprises afin de reconstituer les fragments d'une mémoire collective, jusque-là laissée dans l'ombre. C'est notamment le cas de l'historien et théoricien du design Martin Racine, qui envisage d'orienter ses futurs travaux de recherche sur le fondateur de GSM Project, ainsi que sur « ces firmes qui se sont créées et spécialisées par la suite dans le design d'exposition » (Suraniti, 2016, s. p.). C'est donc précisément dans cet esprit de redécouverte que nous nous situons et auquel nous ajoutons le contexte du soixantième anniversaire de GSM Project. Tout juste célébré en 2018, nous voyons en l'événement une opportunité particulière de marquer un temps d'arrêt dans l'histoire de l'entreprise afin d'entamer une réflexion sur son passé et apporter un éclairage sur ses réalisations.

Avec cette recherche, nous entendons jeter les bases d'une toute première étude à caractère historique sur GSM Project dans le champ de la muséologie. Nous pensons que celle-ci permettra non seulement de mettre en lumière un acteur important dans l'émergence du design d'exposition au Québec, mais également d'obtenir une compréhension plus globale de son histoire, de sa pratique et de ses innovations.

CHAPITRE I

MÉTHODOLOGIE

1.1 Approche méthodologique

Pour cette étude de cas consacrée à GSM Project, nous avons opté pour une méthodologie de recherche qualitative investissant deux principales méthodes de collecte de données, soit la **recherche documentaire (littérature scientifique et ouvrages grand public ; archives ; revues et journaux)** et **l'entretien semi-dirigé**. Ce choix de varier nos sources et nos méthodes s'inscrivait dans la perspective d'obtenir le portrait le plus juste et complet de la firme de design. En effet, Simon N. Roy, dans l'ouvrage *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données* (Gauthier, 2009), explique que « l'étude de cas n'est pas une méthode en soi mais plutôt une approche ou une stratégie méthodologique faisant appel à plusieurs méthodes » (Roy, 2009, p. 202). Pour cette raison, l'auteur mentionne qu'« on n'hésitera pas à examiner différentes sources d'information, y compris des personnes, des journaux ou des registres » (Roy, 2009, p. 202). Il précise également qu'en privilégiant plusieurs méthodes de collecte de données, nous contribuons ainsi à réduire « les biais causés par des erreurs de mesure » (Roy, 2009, p. 218).

Notre collecte de données documentaires poursuivait l'objectif de recenser et de documenter les projets d'exposition réalisés par GSM Project, depuis sa fondation à aujourd'hui. De manière moins conséquente, elle visait également la collecte de données historiques nous informant des transformations vécues par l'entreprise, tout

spécialement en ce qui concerne l'évolution de ses différents services. Nous avons fait le choix d'investir des sources à la fois primaires et secondaires d'informations, soit : la littérature scientifique et les ouvrages grands publics ; les documents d'archives ; les revues et journaux. Par leur diversité, nous espérons ainsi obtenir un ensemble plus riche et complet de données à analyser, de manière à assurer « la crédibilité du savoir produit » (Savoie-Zajc, 2009, p. 358).

Dans une perspective constructiviste et interprétative (Savoie-Zajc, 2009, p. 337), l'entretien semi-directif visait à collecter le témoignage d'un acteur important au sein de GSM Project, de manière à approfondir nos connaissances sur l'entreprise. En effet, l'entrevue comme méthode d'enquête orale a l'avantage de « mettre en lumière les perspectives individuelles à propos d'un phénomène donné et ainsi enrichir la compréhension de cet objet d'étude » (Savoie-Zajc, 2009, p. 343). Il s'agissait d'une étape importante de notre recherche, dans la mesure où il existe très peu d'informations sur la firme, et encore moins sous la forme de témoignage. Par ailleurs, nous avons des raisons de croire que notre interlocuteur, Laurent Marquart, a joué un rôle non négligeable dans le développement de la pratique du design d'exposition au Québec. Dans cette optique, nous croyons que son regard a une valeur inestimable pour tous les travaux portant sur le sujet.

Les méthodes de la recherche documentaire étant définies par des objectifs, contraintes et résultats qui leur sont propres, nous les présenterons individuellement aux points suivants. Nous ferons de même pour l'entretien semi-dirigé, pour lequel nous expliciterons davantage la nature des démarches entreprises. À partir des résultats obtenus, nous poserons les limites de notre recherche.

1.2 Recherche documentaire

1.2.1 Littérature scientifique et ouvrages grands publics

Notre recherche documentaire a débuté par une recension des écrits sur GSM Project au sein de la littérature scientifique et des ouvrages grands publics sur le design. Pour ce faire, nous avons consulté les catalogues de bibliothèque *Virtuose* (<https://bibliotheques.uqam.ca>) et *Atrium* (<https://bib.umontreal.ca>), ainsi que la base de données *Archipel* (<https://archipel.uqam.ca>). Ce travail nous a confrontée à un état des connaissances particulièrement limité sur la firme, tout spécialement en ce qui concerne sa pratique du design d'exposition. En effet, l'entreprise a surtout fait l'objet d'études dans le champ du design industriel, et ce, de manière fragmentaire. Le fondateur de GSM Project étant un pionnier de la discipline au Québec, c'est davantage cet aspect qui est mis de l'avant dans la littérature. Face à ce savoir lacunaire sur GSM Project, tant en ce qui concerne son historique que sa pratique du design d'exposition, nous nous sommes tournée vers d'autres sources documentaires : les archives, les revues et les journaux. Doublée d'un second objectif, cette étape de notre recherche visait aussi la documentation de notre corpus d'expositions, que nous avons élaboré à partir du témoignage de Laurent Marquart (voir 1.3 Entretien semi-dirigé).

1.2.2 Archives

La collecte de données archivistiques s'est effectuée au sein de deux institutions montréalaises, soit GSM Project et PAC. Pour la première institution, l'intention était de recenser et de documenter les expositions produites par la firme dans la deuxième moitié du vingtième siècle. Pour la seconde, l'objectif était de compléter la documentation entourant le spectacle multimédia de PAC (1992-2000). Outre les

paramètres de temps et d'accessibilité⁹, ce choix de nous tourner vers cette organisation plutôt qu'une autre était motivé par l'ampleur et l'importance du spectacle, qui pourtant s'avérait très peu documenté dans les archives de GSM Project.

Nous avons consulté les archives de GSM Project à leur bureau du 18 au 20 mars 2019. Conservées en format numérique sur le serveur de l'entreprise, elles comprenaient **264 dossiers de projets** réalisés entre les années 1958 et 2000¹⁰. Essentiellement composés de photographies, ces dossiers incluaient également un nombre limité de documents de travail, comme des plans de salles et des esquisses. Ces archives nous ont ainsi fourni une intéressante base photographique sur laquelle appuyer la documentation de notre corpus. Cependant, celles-ci ne contenaient aucun document textuel, comme des ententes ou des contrats, nous permettant de situer un projet dans le temps ni même de connaître le contexte de sa production (client, mandat, budget, échéancier, etc.). En l'absence de repères temporels et contextuels fiables, la production d'un recensement complet des expositions a dû être écartée, d'autant plus que la firme indique sur son site Web avoir réalisé plus de 1 000 projets dans ce secteur (GSM Project, 2016a).

Les archives de PAC ont été consultées à la médiathèque du Musée les 4 et 5 juin 2019. Réparties au sein de deux pochettes (A-324 / DG-0011), cinq porte-documents (numéros d'identification inconnus) et trois boîtes (EP0039, EP0040 et EP0045), la documentation sur l'ouverture de l'institution en 1992 se composait essentiellement de lettres, d'appels d'offre, de devis et d'études de faisabilité. Plus précisément en lien avec le spectacle multimédia, nous avons identifié deux études de faisabilité (novembre 1987 et mai 1989) ; un appel d'offres publié par la Société immobilière du patrimoine

⁹ Nous avons fait le choix de nous limiter à ces deux institutions. Il serait néanmoins pertinent, dans le cadre de futurs travaux, de consulter les archives de l'exposition *Mémoires* du MCQ, ainsi que la collection de la Compagnie canadienne de l'Exposition universelle de 1967 (CCEU), qui se trouve partiellement dans les archives de la Ville de Montréal (<http://archivesdemontreal.com>).

¹⁰ GSM Project a opté pour un système de classification des projets par année. Cependant, il nous a été précisé que les dates ne sont pas forcément exactes, considérant que les archives de la firme ont été récoltées de manière arbitraire et inconstante. À cet effet, il est important de rappeler que GSM Project, à titre d'entreprise, n'a pas les mêmes considérations archivistiques qu'une institution patrimoniale.

architectural (SIMPA ; février 1990) ; un rapport d'étape sur le design conceptuel préliminaire et le programme des services (21 janvier 1991), ainsi que deux versions papier du scénario du spectacle multimédia (18 novembre 1991 et 2 décembre 1991). La documentation archivistique de PAC s'est avérée particulièrement utile afin de mieux cerner le contexte dans lequel s'inscrivait la production du spectacle multimédia, notamment en lien avec les intentions fondatrices et les objectifs de la nouvelle institution. Elle nous a également donné accès à l'approche conceptuelle, aux principes de communication et aux moyens muséographiques privilégiés par l'entreprise. De plus, les études de faisabilité nous ont permis de valider différents aspects du discours de Laurent Marquart, tout spécialement en ce qui concerne sa contribution à l'élaboration du concept préliminaire de l'institution. Enfin, cette démarche nous a offert l'occasion inespérée de visionner le DVD du spectacle multimédia produit par GSM Project, autrement non accessible.

1.2.3 Revues et journaux

La recherche au sein de périodiques non scientifiques s'inscrivait en complémentarité avec la consultation des archives de GSM Project et visait aussi la collecte de données historiques sur l'entreprise, bien qu'elle s'en distanciat par son approche davantage exploratoire. La recension d'articles de revues et journaux a été effectuée à partir des ressources suivantes : la base de données de la Bibliothèque et Archives nationales du Québec, *BAnQ numérique* (<http://numerique.banq.qc.ca>), à travers sa section *Patrimoine québécois / Revues et journaux* ; les bases de données *Eureka* (<http://eureka.cc/fr>) et *Érudit* (<https://www.erudit.org/fr/>) ; les catalogues de bibliothèque *Virtuose* (<https://bibliotheques.uqam.ca>) et *Atrium* (<https://bib.umontreal.ca>) ; ainsi que le moteur de recherche Google (<https://www.google.com>)¹¹. Ce travail nous a permis de recenser plus de **70 articles**,

¹¹ Cette recherche a été réalisée à partir de deux séries de mots clés. La première série comprenait cinq différentes appellations de la firme : *Jacques S. Guillon & Associés* ; *Jacques Guillon Designers* ; *Guillon, Smith, Marquart &*

dont une **cinquantaine** publiés dans les journaux *Le Devoir* ; *La Presse* ; *Les Affaires* ; *Le Soleil* ; *Le Quotidien* ; *The Record* ; *Le Nouvelliste* ; *La Gazette officielle du Québec* ; *Le Courrier de St-Hyacinthe* ; *Le Magazine de l'Île-des-Sœurs*, ainsi qu'une **vingtaine** publiés dans les revues professionnelles et d'intérêt général *Intérieurs* ; *L'Interdit* ; *Architecture-Bâtiment-Construction* ; *Canadian Interiors* ; *Décormag* ; *Cap-aux-Diamants* ; *Architecture/Concept* et *ARQ*¹².

Sur le plan des résultats, il nous faut tout d'abord mentionner que la majorité des articles recensés concernait les réalisations de GSM Project dans la sphère du design industriel et du design d'intérieur. D'autres faisaient référence à la carrière de Jacques Guillon, parfois sous forme d'hommage. Pour cette raison, une grande partie d'entre eux a dû être écartée. Cette collecte de données comporte néanmoins des aspects intéressants. En premier lieu, elle nous a donné accès à des témoignages de son président actuel, Yves Mayrand, contribuant ainsi à une meilleure perception de la vision de la firme en matière de conception d'expositions. En second lieu, la présence d'annonces publicitaires ou d'articles nous informant des différents services de l'entreprise nous a permis de mieux situer leur évolution dans le temps, bien que leur découverte demeure fragmentaire et insuffisante pour en dresser un portrait évolutif complet.

1.2.4 Synthèse du traitement des données documentaires

Pour le traitement des données documentaires, nous avons produit une recension d'informations dans le but d'opérer un croisement des données grâce à un tableau

Associés ; *GSM Design* ; *GSM Project*. La deuxième série comprenait le nom d'acteurs importants au sein de l'entreprise, ou en lien avec le design d'exposition : *Jacques Guillon* ; *Laurent Marquart* ; *Yves Mayrand*.

¹² Ceux-ci étant trop nombreux, cette recherche est loin de recenser l'entièreté des articles de revues et journaux publiés sur GSM Project. Cependant, si de futurs travaux devaient être entrepris sur le bureau, nous suggérons la consultation ultérieure de périodiques professionnels de design et d'architecture, dans lesquels nous avons repéré plusieurs apparitions de la firme. Notamment, nous conseillons les revues *Intérieurs*, *Canadian Interiors*, *Décormag*, *Architecture/Concept* et *ARQ*.

synthèse (voir Annexe C). Ce tableau est l'outil principal développé en vue d'élaborer un historique de l'entreprise orienté sur sa pratique du design d'exposition. Nous sommes arrivés à ce résultat par le biais d'un regroupement thématique des données collectées, représenté ci-dessous (voir Tableau 1.1).

Historique		Vision et philosophie	Corpus d'exposition	Acteurs importants
Ligne du temps	Historique détaillé			
Division par année (1958 à 2019)	Division par décennie (1960 à 2010)	Division par sujet	Division par projet	Division par personne
	Retranchement par sujet			Retranchement par sujet
OBJECTIFS :				
Construire un historique de l'entreprise - Ligne du temps : portrait chronologique global et simplifié de son histoire - Historique détaillé : approfondissement de son histoire		Obtenir une compréhension plus globale de notre sujet d'étude	Documenter notre corpus d'exposition	Situer la contribution respective de chacun et documenter la carrière de notre interlocuteur, Laurent Marquart

Tableau 1.1 Synthèse de la répartition thématique de la recension d'informations.

À partir des informations recensées au sein de ces différents outils de travail, nous avons prélevé les plus pertinentes dans le cadre de notre recherche, pour ensuite les insérer dans un tableau synthèse. Construit de manière chronologique et divisé par année, celui-ci comporte des informations de différentes natures (raisons sociales, secteurs d'activités, corpus d'expositions, etc.), de sorte à dresser un portrait évolutif global de GSM Project et à permettre de tracer des liens horizontaux. En étape finale, des informations manquantes ou incertaines ont fait l'objet d'une validation par le président de l'entreprise, Yves Mayrand¹³.

En plus de ce tableau, des fiches descriptives de notre corpus d'expositions (voir Annexe D) ont été produites dans l'objectif d'isoler les principales caractéristiques de chaque projet et d'établir une base synthétisée sur laquelle appuyer notre analyse. Chaque fiche est composée d'un tableau visant à introduire, de manière systématique,

¹³ Dans un courriel en date du 19 novembre 2019.

le projet en question. Celui-ci comprend des informations factuelles comme la date, le lieu, la catégorie d'institution, le type d'exposition et le contexte de production. Ces fiches s'accompagnent également de la documentation visuelle récoltée pour chaque projet, incluant des photographies, plans de salles, esquisses préliminaires et maquettes. Nous avons pris soin d'inclure des documents de travail afin de témoigner du processus créatif derrière chaque exposition, tout en donnant un aperçu des méthodes de travail de GSM Project.

Enfin, nous avons réalisé une fiche biographique de Laurent Marquart (voir Annexe E) dans laquelle sont résumées les grandes lignes de son parcours académique et professionnel. Celle-ci comprend notamment ses expériences de travail avant son arrivée chez GSM Project ainsi que les différents postes occupés au sein de la firme. Nous avons jugé cette démarche importante dans la perspective où il n'existe aucune étude sur le designer, dont le parcours demeure largement méconnu.

1.3 Entretien semi-dirigé

Dans le contexte de cette recherche, nous avons privilégié un entretien de type semi-directif, défini par Lorraine Savoie-Zajc comme « une interaction verbale animée de façon souple par le chercheur [...] dans le but d'aborder, sur un mode qui ressemble à celui de la conversation, les thèmes généraux qu'il souhaite explorer avec le participant à la recherche » (Savoie-Zajc, 2009, p. 340). Nous avons choisi cette forme d'entretien parce que nous avons jugé sa formule souple et flexible, orientée sur l'échange et la discussion, tout à fait appropriée dans le contexte d'une démarche exploratoire.

L'entrevue a été planifiée en tenant compte de deux considérations, soit la sélection du participant et la production d'un schéma d'entretien (Savoie-Zajc, 2009, p. 347). Le choix du participant s'est fait sur la base de son « expertise en lien avec l'objet d'étude » (Savoie-Zajc, 2009, p. 347). Nos critères de sélection reposaient sur 1) le

nombre d'années d'expérience professionnelle chez GSM Project, 2) le positionnement et l'influence au sein de l'entreprise, ainsi que 3) la pertinence de l'expérience en lien avec la pratique du design d'exposition. C'est la raison pour laquelle notre choix s'est arrêté sur Laurent Marquart, qui a joué un rôle considérable dans ce secteur d'activités. Par ailleurs, en raison de sa longue expérience professionnelle au sein de l'entreprise (de 1965 à 2002), M. Marquart occupe une position privilégiée lorsqu'il est question de témoigner de l'histoire de GSM Project, de l'évolution de ses services, de sa philosophie et de ses projets.

En ce qui concerne le schéma d'entretien (voir Annexe A), l'outil est défini par Savoie-Zajc comme « un guide qui permet au chercheur de structurer l'entrevue autour des thèmes et des sous-thèmes centraux de sa recherche » (Savoie-Zajc, 2009, p. 347). Respectant cette logique, nous avons structuré le nôtre autour de cinq principales thématiques, que nous avons subdivisées en quatorze sous-questions construites de façon « courte », « ouverte » et « neutre » (Savoie-Zajc, 2009, p. 352). Les thématiques abordent successivement l'Expo 67 de Montréal et l'arrivée de Laurent Marquart dans l'équipe ; les différents secteurs d'activités de l'entreprise dans une logique de multidisciplinarité ; l'origine et l'évolution de la pratique du design d'exposition ; les expositions phares de son histoire et, finalement, une définition de la pratique expositionnelle de GSM Project. Le schéma comprend également une ouverture plus générale sur le parcours académique et professionnel de l'interlocuteur et se conclut en posant un regard actuel sur la pratique du design d'exposition au Québec¹⁴.

¹⁴ Savoie-Zajc suggère de diviser le schéma d'entretien en trois « moments », c'est-à-dire « l'ouverture », « l'entrevue » et « la clôture » (Savoie-Zajc, 2009, p. 351).

Les premiers contacts auprès du participant ont été établis par courriel le 17 janvier 2019¹⁵. L'entretien, quant à lui, s'est déroulé à la résidence privée de M. Marquart le 10 mai 2019. D'une durée approximative de 2 heures et 45 minutes, la discussion s'est élargie au profit d'une interaction plus souple et d'un discours débordant le cadre du design d'exposition. Une fois terminé, l'entretien a fait l'objet d'une transcription de type verbatim¹⁶, que nous avons divisée en sections thématiques afin d'en faciliter la lecture et l'analyse (voir Annexe B)¹⁷. Nous pourrions résumer en quatre grandes catégories les sujets abordés par Laurent Marquart, dont le témoignage a finalement pris la forme d'un récit de vie :

- Son parcours personnel : ses influences ; sa formation académique ; ses expériences professionnelles ; une réflexion sur son statut de designer d'exposition.
- Le contexte socioculturel du Québec dans les années 1960 : la Révolution tranquille ; la révolution culturelle ; l'affirmation de l'identité francophone ; l'immigration.
- Une présentation de GSM Project : la philosophie de l'entreprise ; son fondateur Jacques Guillon ; son président actuel Yves Mayrand ; ses différents services et leur évolution.

¹⁵ Conformément aux exigences de l'UQAM, l'entretien a fait l'objet d'une demande d'approbation éthique auprès du Comité en éthique de la recherche pour les projets étudiants impliquant des êtres humains (CERPE plurifacultaire). Cette demande a été déposée le 18 février et approuvée le 4 mars 2019 (no de certificat : 3347).

¹⁶ Nous avons fait le choix d'une transcription de type *verbatim*, puisque celle-ci est suggérée aux chercheurs (Savoie-Zajc, 2009, p. 355), en plus d'être vivement conseillée pour les récits de vie (Desmarais, 2009, p. 382). Pour la transcription, nous nous sommes référée à la fiche méthodologique de Thibaut Rioufreyt, *La transcription d'entretiens en sciences sociales : Enjeux, conseils et manières de faire* (2016).

¹⁷ Tel que suggéré par Rioufreyt, nous avons produit deux versions de l'entretien. La première, l'originale, est une transcription intégrale et fidèle de l'entrevue. La deuxième, qui se trouve dans nos annexes, a fait l'objet d'un « lissage » (Rioufreyt, 2016, p. 38), c'est-à-dire que de légères modifications ont été apportées afin d'en faciliter la lecture. En effet, Rioufreyt écrit que : « La seconde version implique de lisser le discours, de le réécrire parfois en français correct, débarrassé des scories du langage les plus inopportunes et des fautes de français les plus grossières. [...] Cette version n° 2 reste toujours très proche de l'enregistrement, marquée par le style oral mais lisible » (Rioufreyt, 2016, p. 38-39).

- Les projets de la firme réalisés dans la sphère du design d'exposition : l'Expo 67 de Montréal ; le projet d'agrandissement du Musée des beaux-arts de Montréal (MBAM) en 1976 ; le lieu historique national Louis-S.-St-Laurent ; l'ouverture de Pointe-à-Callière en 1992.

À partir du témoignage de Laurent Marquart, nous avons constitué un micro-corpus d'expositions significatives dans l'histoire de GSM dans l'objectif d'illustrer, à l'aide d'exemples concrets, l'évolution de la pratique expositionnelle du bureau. Ce corpus est composé du pavillon *L'Homme et la vie* de l'Expo 67 de Montréal ; de la nouvelle aile du MBAM (1976) ; du lieu historique national Louis-S.-St-Laurent à Compton (1982) ; de l'exposition permanente *Mémoires* du Musée de la civilisation (1988)¹⁸ et du spectacle multimédia de PAC (1992).

Pour conclure avec l'entretien, il est important de spécifier que si cette méthode a l'avantage de proposer « un accès direct à l'expérience des individus » (Savoie-Zajc, 2009, p. 356), elle comporte également ses limites (Savoie-Zajc, 2009, p. 357-358). Notamment, aucun discours n'échappe à la subjectivité de son locuteur. C'est la raison pour laquelle Danielle Desmarais, dans son chapitre *L'approche biographique*, insiste sur « la nécessité de produire des données qui comportent des repères temporels et spatiaux concrets, incluant par exemple les événements, bref, des données qui sortent de la subjectivité du narrateur » (Desmarais, 2009, p. 379). Ainsi, de manière à contourner « le piège d'un "subjectivisme absolu" » (Desmarais, 2009, p. 379), les

¹⁸ Lors de notre entretien, nous n'avons pas eu le temps d'aborder les détails de l'exposition *Mémoires*. Ceux-ci nous ont été partagés ultérieurement par M. Marquart dans un courriel en date du 8 août 2019. D'autres informations nous ont également été transmises : tout d'abord dans un courriel en date du 15 mai 2019, dans lequel M. Marquart nous propose une réflexion terminologique sur son parcours professionnel ; puis dans un courriel en date du 16 mai 2019, dans lequel il revient sur la participation de GSM Project dans le contexte d'ouverture de PAC en 1992 ; enfin, dans un courriel daté du 21 octobre 2019, où il apporte des précisions sur l'Expo 67 de Montréal et le rôle de Jacques Guillon dans le développement d'un savoir-faire local. Tous ces renseignements ont été utilisés en complémentarité avec l'entretien.

données orales prélevées auprès de l'interlocuteur ont fait l'objet d'un processus de croisement avec les données documentaires.

1.4 Bilan et limites de la recherche

Dans ce chapitre, nous avons vu que plusieurs méthodes de recherche ont été investies afin de construire notre savoir sur GSM Project. Nous avons effectué une recherche au sein de la littérature scientifique et des ouvrages grands publics sur le design ; consulté les archives de deux institutions montréalaises ; recensé plus de soixante-dix articles de revues et journaux et mené un entretien semi-dirigé d'une durée de près de trois heures auprès d'un ancien président de l'entreprise. Pourtant, malgré l'ampleur de nos démarches, celles-ci n'ont pas donné les résultats escomptés. En effet, elles ne nous ont pas permis, comme nous l'avions envisagé au départ, de recenser l'entièreté des expositions produites par la firme. À cet égard, non seulement la documentation archivistique de GSM Project est lacunaire, mais leur nombre est trop élevé pour qu'une telle tâche soit réalisable dans le contexte d'un travail dirigé. Nous jugeons donc important de rappeler le caractère exploratoire et embryonnaire de cette étude, ainsi que les limites de sa portée.

CHAPITRE II

HISTORIQUE DE GSM PROJECT ET DE SA PRATIQUE DU DESIGN D'EXPOSITION : PROPOSITION D'UNE ÉVOLUTION EN QUATRE TEMPS

Dans ce chapitre, nous proposons une première étude historique de GSM Project et de sa pratique du design d'exposition, de la fondation du bureau (1958) à aujourd'hui (2019). Sans chercher à en dresser un portrait exhaustif, nous nous intéressons plutôt aux principales phases de son évolution, que nous illustrons à partir d'une sélection de projets significatifs de son histoire (corpus d'expositions). Nous débutons par une introduction d'ordre plus général sur le contexte de sa création, de manière à poser les assises de son histoire et à souligner le caractère novateur de cette entreprise.

Pour construire l'historique de GSM Project, nous avons analysé les données collectées de sorte à faire émerger des regroupements thématiques et chronologiques. Ce travail nous a permis d'identifier quatre principales périodes dans l'histoire du bureau, que nous pourrions résumer comme suit : l'émergence de la pratique dans les années 1960 ; sa stagnation dans les années 1970 ; son affirmation et sa cristallisation dans les années 1980 et 1990 ; sa spécialisation et son internationalisation dans les années 2000 et 2010. Il est important de préciser que ce processus de périodisation est le fruit d'une interprétation personnelle et donc forcément subjective de l'histoire de GSM Project.

Afin d'assurer la crédibilité et la validité de cette étude, nous avons fait dialoguer les données collectées avec les écrits d'auteurs de la muséologie et du design au Québec. Avec cette démarche, il s'agissait d'ancrer l'évolution de la pratique expositionnelle de

GSM Project dans un cadre historique véridique et vérifiable, de même qu'à établir des liens de causalité. En complémentarité, un travail de recherche sur l'historicité du design d'exposition au Québec a été effectué, bien que la documentation sur le sujet se soit avérée insuffisante pour véritablement nourrir notre réflexion.

En conclusion, nous rappelons les limites de cet exercice, pour lequel nous n'avons pas la prétention de produire une étude historique complète de GSM Project. Une telle entreprise serait tout simplement irréaliste dans le contexte du travail dirigé, dans la mesure où notre sujet d'étude est une entreprise multidisciplinaire dont l'histoire, riche et dense, est d'une singulière complexité. À l'évolution parallèle de quatre secteurs d'activités, il faut ajouter le caractère particulièrement prolifique de la firme, dont les réalisations s'élèveraient à plus d'un millier. Il ne faut pas non plus négliger la difficulté associée au fait de couvrir une importante période (environ soixante ans) avec une documentation limitée, sporadique et parfois difficile d'accès – ce dont témoignent les résultats mitigés de notre collecte de données. Enfin, il est essentiel de relever qu'il est question ici d'expositions dont nous ne possédons qu'une quantité restreinte de photographies comme unique référent. Ainsi privée d'un accès physique, la richesse de l'analyse qui en découle s'en trouve forcément réduite.

2.1 Précisions terminologiques

Avant de poursuivre, nous désirons préciser que sur le plan de la terminologie, nous avons fait le choix de nous référer au vocable utilisé par GSM Project pour définir sa pratique, soit celui de *design d'exposition*. C'est également celui qui nous a semblé le plus couramment employé des praticiens au Québec¹⁹. Ce terme est néanmoins peu présent au sein de la littérature scientifique francophone (tout spécialement la France

¹⁹ Entre autres, il s'agit du terme utilisé par le Bureau du design de la Ville de Montréal, sur son site *Web Design Montréal* (<https://designmontreal.com>) ; c'est aussi celui qui est utilisé par la Société des musées du Québec (SMQ), ce dont témoigne la formation *Design d'exposition : méthode et nouvelles pratiques* (2018), ou alors le colloque *Mise en exposition : conception et design* (Montréal, 2017).

et la Belgique), qui parlera plutôt de *muséographie*, d'*expographie* et de *scénographie*. Puisque de nombreuses confusions d'ordre linguistique persistent encore aujourd'hui quant à la signification et à l'utilisation de ces trois dénominations (Gob et Drouguet, 2014 ; Charlebois, 2010), il convient de préciser l'usage que nous en ferons dans le cadre de cette étude.

La *muséographie* (du latin *museographia*) est un terme spécifique au monde des musées qui réfère généralement à « la figure pratique ou appliquée de la muséologie » (Mairesse, 2011, p. 321)²⁰. En ce sens, la muséographie ne se limite pas aux expositions, mais s'étend à l'ensemble des tâches liées aux différentes fonctions muséales : conservation, restauration, aménagement, sécurité, etc. (Mairesse, 2011, p. 321). Le terme d'*expographie*, quant à lui, désigne « l'art d'exposer » (Desvallées et Mairesse, 2011, p. 599) et renvoie aux techniques et aux langages de l'exposition, que cette dernière soit exécutée dans un cadre muséal ou autre (Desvallées et Mairesse, 2011, p. 599). Si ce terme est spécifique aux expositions, son usage n'est pas exclusif aux musées, comme c'est le cas pour la muséographie. Le néologisme a été inventé en 1993 par le muséologue français André Desvallées, dans une volonté de distinguer ce qui relève des expositions de ce qui concerne plus spécifiquement les musées (Desvallées, 1995, p. 177)²¹. Enfin, la *scénographie* (du latin *scaenographia*, du grec *skênographia*) est un terme qui provient de la discipline du théâtre. Appliqué aux expositions, on parlera de scénographie pour désigner « l'ensemble des techniques d'aménagement de l'espace » (Mairesse, 2011, p. 322). Si elle offre des similarités avec l'expographie, la scénographie exprime d'abord et avant tout des préoccupations

²⁰ Il faut préciser que certains auteurs privilégient un usage plus restrictif du terme, qu'ils définissent plutôt comme étant « l'art (ou les techniques) de l'exposition » (Mairesse, 2011, p. 321). C'est notamment le cas des muséologues français André Gob et Noémie Drouguet, qui écrivent que la muséographie est « une activité intellectuelle tournée vers l'application pratique, celle qui consiste à définir ou à décrire et analyser la conception d'une exposition (qu'elle soit permanente ou temporaire), sa structure, son fonctionnement. C'est aussi le résultat de cette activité [...] » (Gob et Drouguet, 2014, paragr. 23). Nous avons néanmoins décidé d'écarter cette définition du terme, que nous jugeons moins appropriée.

²¹ Le néologisme « expographie » a été proposé par André Desvallées à l'occasion du colloque *Recherche et muséographie*, organisé en 1993 au Musée national des Arts et Traditions populaires, à Paris (Desvallées, 1995).

spatiales, comme l'articulation du récit dans l'espace et le parcours de visite (Sompairac, 2016).

Ainsi, pour son rapport spécifique aux expositions et sa non-exclusivité au domaine des musées, nous jugeons que l'expographie est le terme qui se rapproche le plus de notre conception du design d'exposition. Tous deux seront donc employés comme des synonymes. De façon complémentaire, nous parlerons de scénographie pour référer à la dimension spatiale des expositions et de muséographie pour désigner la pratique muséale au sens large.

2.2 Contexte de création : un premier bureau de design multidisciplinaire au Québec

*Ce qui était très important pour nous, c'était d'avoir un design qui était un design canadien. Ce qui a beaucoup aidé l'industrie québécoise.*²²

La firme GSM Project a été fondée à Montréal en 1958 sous le nom de *Jacques S. Guillon & Associés*. Son fondateur, Jacques S. Guillon, est un architecte d'origine française, diplômé de l'Université McGill (Bourassa, 2003, p. 55)²³. Avec la création de ce cabinet²⁴, celui-ci poursuit un double objectif : promouvoir la pratique du design industriel et contribuer au développement de l'industrie québécoise et canadienne (Guillon, 2014 ; Courtois, 1971, p. 43). Le geste est novateur, inédit dans le contexte de l'époque. En effet, dans les années 1950 au Québec, la tendance est aux arts appliqués, à l'artisanat et à l'industrie primaire (Racine, 2016, p.38-39). Alors que

²² Citation de Jacques S. Guillon (GSM Project, 2018a).

²³ Né à Paris en 1922, Jacques S. Guillon est considéré comme un pionnier du design industriel au Québec. Sa carrière est décrite comme l'« une des plus importantes du design canadien » (Bourassa, 2003, p. 55), en plus d'être couronnée de nombreux prix. L'une de ses réalisations les plus connues est l'iconique chaise *Nylon* (1952), sélectionnée en 1954 pour représenter le Canada dans le cadre de la Triennale de Milan. Jacques Guillon est aussi membre fondateur de l'Association des designers industriels du Canada (ACID) et de l'Association des designers industriels du Québec (ADIQ). À ce jour, il existe très peu d'études qui lui sont consacrées.

²⁴ En 1958, l'associé de Jacques Guillon est le designer industriel danois Christen Sorensen, qui quitte le bureau en 1962 (Bourassa, 2003, p. 57).

s'esquissent à peine les premiers contours du design, des bureaux comme celui de GSM Project se font rares en terre montréalaise (Racine, 2016, p. 44). La création de ce cabinet francophone est d'autant plus particulière dans un environnement où l'industrie est majoritairement anglophone (Racine, 2016, p. 45-46).

Au moment de sa fondation, les principaux services de GSM Project sont de l'ordre du design industriel et du design d'intérieur (Guillon, 2014)²⁵. En effet, le financement limité accordé à la pratique du design industriel tout juste émergente dans les années 1950 au Québec oblige son fondateur à étendre et diversifier l'offre de services : « L'idée, c'est qu'on ne pouvait pas vivre uniquement du design industriel à l'époque [...]. Il fallait donc se débrouiller pour maintenir en vie ce bureau, ce qui a permis de développer un secteur par rapport à l'autre » (Guillon, 2014). C'est la raison pour laquelle Jacques Guillon se tourne vers l'aménagement et le design d'intérieur, à l'époque en pleine expansion : « Le secteur, par exemple, d'aménagements de grands espaces, qui était le but principal du début de notre carrière, nous a permis de financer le design industriel » (Guillon, 2014)²⁶. Dans les années 1960, le cabinet développe d'ailleurs une expertise dans ce domaine (Bourassa, 2003, p. 57), alors qu'il participe à d'ambitieux projets comme la nouvelle aérogare de Dorval (1958-1961) et le siège social d'Alcan à la Place Ville-Marie (1958-1962). S'ajouteront plus tard les secteurs du design graphique et du design d'exposition.

Avec cette offre plurielle, Jacques Guillon fonde l'un des premiers bureaux de design multidisciplinaire du Québec, et peut-être même du Canada²⁷. Dans un numéro du magazine *Intérieurs* consacré à GSM Project, Ginette Gadoury écrit que la firme « fait

²⁵ Dans les années 1950 au Québec, le terme de *design* est encore inexistant (Racine, 2016, p. 45). On parlera plutôt d'*esthétique industrielle* et d'*esthétique d'intérieur* (voir Figure 2.1).

²⁶ Dans ces années, le Québec assiste à une vague de nouvelles constructions dans les secteurs privé et public. Entre autres, un important projet d'infrastructure aéroportuaire est entrepris par le ministère des Transports du Canada, impliquant la construction de plus d'une vingtaine de nouvelles bâtisses entre les années 1952 et 1968 (Flaman, 2005, p. 17). Plusieurs tours de bureaux sont également érigées dans le centre-ville de Montréal dans les années 1960 (Hénault, 2007, p. 28).

²⁷ De nombreuses sources le confirment (Gadoury, 2001, p. 15 ; Lessard, 2018, p. 1 ; Gagnon, 1988, p. 48).

figure de pionnière dans le monde du bureau pluridisciplinaire intégré » (Gadoury, 2001, p. 15), ajoutant que c'est elle qui aurait « ouvert la voie » à cette *tendance*, soit celle du « regroupement entre individus ou entre firmes possédant des compétences variées, de manière à proposer un projet complet » (Gadoury, 2001, p. 15). L'entreprise sera d'ailleurs décrite dans les années 1960 comme « l'une des plus importantes firmes multidisciplinaires de design au Canada, concurrençant plusieurs compagnies américaines » (Bourassa, 2003, p. 57)²⁸.

ESTHETIQUE INDUSTRIELLE ET INTERIEURE	
JACQUES S. GUILLON et ASSOCIES Ltée 1, Place Ville-Marie, Montréal	866- 4963

Figure 2.1 Annonce publicitaire de Jacques S. Guillon et Associés, *La Presse*, 1965.
Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2758995>

Pour conclure avec cette mise en contexte sur la création de GSM Project, trois points sont à retenir. Tout d'abord, la firme de design est l'une des premières à voir le jour au Québec, ce qui fait d'elle une pionnière dans ce domaine. Nous soulignons de la sorte le caractère avant-gardiste de son fondateur, Jacques Guillon. Ensuite, un grand nombre d'auteurs s'entendent pour dire que le bureau est précurseur du modèle d'entreprise multidisciplinaire, aujourd'hui pratique courante chez les firmes de design

²⁸ GSM Project a notamment œuvré dans les secteurs de l'hôtellerie (chaîne d'hôtels Le Méridien) et de la restauration (La Rôtisserie), en plus de concevoir un grand nombre d'espaces de bureaux (pour des sièges sociaux, par exemple). La firme a également été très active dans le domaine du transport, où elle a acquis une réputation grâce à des projets comme la voiture du métro de Montréal MR-63 (1963), le train LRC du Canadien National (1967-1972) et la voiture de taxi GSM (projet échelonné sur plusieurs années), définie dans le journal *La Presse* comme le « premier véhicule nord-américain, sinon mondial, conçu expressément comme voiture taxi » (« Un taxi québécois original au Salon », 1981, p. 54). Plusieurs projets de graphisme sont également à ajouter au *curriculum* de l'entreprise, comme le programme d'identification visuelle du gouvernement du Québec (1975), le symbole graphique du métro de Montréal (1963) et celui du label de qualité Novelec de la Ligue électrique du Québec (1967), la signalétique de l'aéroport de Mirabel (1974), ainsi que deux timbres de Postes Canada (1971) tirés à 12 millions d'exemplaires (Masse, 1971, C7).

à Montréal²⁹. Enfin, et c'est le point le plus important en ce qui nous concerne, *Jacques S. Guillon et Associés Ltée* est à l'origine un bureau essentiellement dédié au design industriel, à l'aménagement et au design d'intérieur. Il s'agit là d'un important paradoxe chez ce *leader* du design d'exposition à Montréal, dans la perspective où celui-ci n'a pas été conçu dans l'intention constitutive d'œuvrer dans ce secteur. En effet, ce n'est que plus tard que le design d'exposition s'ajoutera à son offre de services, pour éventuellement devenir son unique champ d'expertise. Au point suivant, nous tenterons de mieux cerner le contexte de son émergence, ainsi que les raisons à l'origine de son développement.

2.3 Les années 1960 : l'Expo 67 de Montréal et l'émergence d'une pratique expositionnelle

2.3.1 Une première Exposition universelle au Canada et la naissance d'un savoir-faire au pays

À quel moment la firme GSM Project développe-t-elle une pratique dans le secteur des expositions, et comment expliquer ce changement ? Notre collecte de données nous permet d'envisager qu'au début des années 1960, le bureau concevait des expositions de nature commerciale – pour des kiosques promotionnels, par exemple³⁰. Cependant, leur nombre est insuffisamment élevé pour laisser présager les réels débuts d'une pratique dans ce secteur. Par ailleurs, la documentation que nous avons recueillie est trop fragmentaire pour nous prononcer sur la nature de ces projets, leur contexte de production ou leurs composantes expositionnelles. De plus, la découverte d'une

²⁹ À titre d'exemple, nous pouvons nous référer à la section « Répertoire » du site *Web Design Montréal* (Bureau du design de la Ville de Montréal, s. d.-a). En effet, presque tous les bureaux de design montréalais répertoriés possèdent une offre plurielle, œuvrant dans plus d'une sphère de design. Ginette Gadoury écrit d'ailleurs que « la multidisciplinarité s'avère un passage obligé à qui veut développer une stratégie internationale » (Gadoury, 2001, p. 15).

³⁰ En parcourant les archives de GSM Project, nous avons notamment trouvé des photographies de kiosques d'exposition de compagnies comme Air Liquide (*Liquid Air*) et Citroën, réalisés dans le début des années 1960.

annonce publiée dans le journal *La Presse* (voir Figure 2.2) nous amène à penser que ce secteur était soit absent des services de l'entreprise en 1966, soit embryonnaire³¹.



Figure 2.2 Annonce publicitaire de Jacques S. Guillon & Associés, *La Presse*, 1966.
Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2698215>

D'après nos recherches, les réels débuts d'une pratique expositionnelle au sein de GSM Project remontent à l'Expo 67 de Montréal, qui fut le principal élément déclencheur. Pour situer brièvement la participation du bureau à l'événement, son mandat est pluriel et comprend la coordination et le design des pavillons thématiques *L'Homme et la vie* et *L'Homme et la mer*, de même que la réalisation des pavillons de la Belgique et de l'Algérie³². La firme est également responsable d'une partie de la signalétique des lieux, en sus de l'aménagement d'appartements modèles pour Habitat 67 (Bourassa, 2005). Nous désirons souligner le fait qu'à l'origine, seulement deux bureaux de design canadiens étaient sélectionnés dans le contexte de l'événement, dont GSM Project – l'autre étant une firme torontoise³³ (Laliberté, 2017, p. 60). Nous devons un tel positionnement à la notoriété de Jacques Guillon, ainsi qu'à la force de l'implantation de sa firme dans le paysage culturel québécois. Comme l'écrit Suzanne Laliberté : « À l'époque, GSM était l'un des rares bureaux de design au Québec à pouvoir prendre en charge un projet de cette envergure » (Laliberté, 2017, p. 60). Il faut dire que

³¹ Dans un courriel daté du 21 octobre 2019, Laurent Marquart écrit que le design d'exposition serait apparu parmi les services de GSM Project dans les années 1963 et 1964, en lien avec les préparatifs d'Expo 67.

³² Les informations relatives au mandat de GSM Project proviennent de notes trouvées dans les archives du bureau. Celles-ci devraient néanmoins être validées auprès d'autres sources, comme les archives de la Compagnie canadienne de l'Exposition universelle de 1967. Nous n'avons pas été en mesure d'identifier avec exactitude la nature du travail accompli par la firme pour les pavillons de l'Expo 67.

³³ Nous ne connaissons pas le nom de la firme en question.

l'entreprise signait tout juste, en 1963, la conception de la voiture du métro de Montréal (MR-63).

L'Expo 67 de Montréal est un moment phare dans l'histoire de GSM Project et son influence dans l'émergence d'une pratique expositionnelle se situe à plusieurs niveaux. Pour commencer, il s'agit du premier événement d'une telle envergure auquel participe la firme dans le secteur des expositions. Agissant comme un levier pour l'entreprise, Expo 67 contribue à sa réputation sur la scène internationale, de même qu'à sa notoriété en territoire canadien (Guillon, 2014). Ensuite, *Terre des Hommes* est la première Exposition universelle à se tenir en territoire canadien. Par conséquent, elle représente une occasion privilégiée, tant pour GSM Project que pour l'ensemble des firmes québécoises, d'acquérir un savoir-faire dans ce secteur – savoir-faire autrefois inexistant au pays (Guillon, 2014). Dans le prolongement d'Expo 67, plusieurs bureaux de design se spécialiseront d'ailleurs dans la conception d'expositions, comme la firme *Design + Communication* de Jacques Roy et Jean Saint-Cyr (Sharman, 2005, p. 49 ; Racine, 2016, p. 96). GSM Project développera quant à elle une expertise dans ce domaine, alors que l'entreprise renouvelle l'expérience dans le cadre de l'Expo 86 de Vancouver, de l'Expo 98 de Lisbonne et de l'Expo 2010 de Shanghai.

Plus qu'une porte ouverte dans l'univers des Expositions universelles, Expo 67 représente un point tournant dans l'histoire du design d'exposition au Québec³⁴. Rappelons qu'avant la tenue de *Terre des Hommes*, les expositions muséales étaient l'affaire des conservateurs, dont ils étaient « le maître d'œuvre » (Viel et De Guise, 1992, p. 110). Elles évoluaient ainsi sans grandes innovations en la matière ; traditionnelles, élitistes et orientées autour des objets de la collection, elles se conformaient à l'idéologie conservatrice de leur concepteur, bien souvent privées de nouvelles formules. À l'inverse, *Terre des Hommes* offrait un espace de liberté et de

³⁴ Dans une perspective plus globale, l'Expo 67 de Montréal a contribué à l'émergence du design moderne au Québec (Racine, 2016).

créativité propice à l'expérimentation et l'innovation³⁵. L'événement a ainsi contribué de manière concrète à l'émergence de formules expographiques orientées sur des concepts comme la participation, la communication et l'interaction, jusque-là inédites dans les musées (Montpetit, 2013, p. 11-12). Laurent Marquart soutient d'ailleurs que

[...] si le design s'est développé... *design d'exposition, muséographie, scénographie*, appelez ça comme vous voulez, s'est développé au Québec, c'est parce qu'au départ, il y a eu des gens intelligents à l'Expo. Des gens qui ont fait des choses qu'encore aujourd'hui, il y a très peu d'institutions qui les font. (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019)

À la lumière de ce qui vient d'être énoncé, nous pouvons plus aisément comprendre l'impact d'un tel événement dans l'histoire de GSM Project, de même que son rôle dans la naissance d'une pratique expositionnelle. Ajoutons que la même année, Jacques Guillon s'associe à Laurent Marquart, Morley Smith et Roger Labastrou pour « former une véritable structure multidisciplinaire » (Bourassa, 2003, p. 58). Il est donc fort probable que c'est à ce moment que s'intègre officiellement le design d'exposition à l'offre de services de l'entreprise.

2.3.2 L'arrivée d'une expertise : Laurent Marquart et la « quatrième dimension »

... *la dimension du mouvement, des visiteurs et des mises en scène.*³⁶

Indissociable de l'Expo 67 de Montréal, l'arrivée de Laurent Marquart chez GSM Project est déterminante pour l'avenir du design d'exposition au sein du bureau. Pour

³⁵ Lors de notre entretien (10 mai 2019), Laurent Marquart décrit l'atmosphère stimulante et euphorique qui règne lors des préparatifs d'Expo 67, ainsi que du contexte propice à l'innovation et à l'expérimentation. Le designer insiste également sur l'importance nouvelle accordée aux artistes, architectes et designers dans le processus de création, soulignant le glissement opéré d'une structure de travail verticale à une structure horizontale. À la lumière de son témoignage, on comprend surtout que toutes les conditions sont réunies pour permettre une réinvention des pratiques expositionnelles.

³⁶ Citation de Laurent Marquart (Entretien, 10 mai 2019).

cette raison, nous jugeons important de revenir sur le contexte de son intégration dans l'équipe.

Nous avons vu précédemment que *Terre des Hommes* est la première Exposition universelle à se produire au Canada, raison pour laquelle ce savoir-faire est à l'époque inexistant au pays. Conséquemment, une entente sera établie selon laquelle les bureaux de design participants doivent s'associer à une firme extérieure au pays. C'est donc précisément dans ce contexte que Laurent Marquart, travaillant à l'époque pour le compte d'un bureau de graphisme lausannois³⁷, se joint à GSM Project en 1965³⁸ à titre d'assistant coordinateur des pavillons thématiques³⁹ (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019). Ce qu'il est essentiel de comprendre, c'est qu'étant originaire de la Suisse, le designer avait déjà eu l'occasion de se familiariser avec des pratiques expositionnelles avant-gardistes. Entre autres, il participait l'année précédente à l'Exposition nationale suisse de Lausanne (1964) comme graphiste et concepteur d'expositions thématiques (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019). Comparant l'événement à un « monde de la création libre » avec des « idées totalement immersives », Laurent Marquart explique s'être ainsi initié à la conception d'expositions à une époque où il n'existait aucune formation académique dans ce domaine (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019). Autrement dit, Laurent Marquart est celui qui amène et développe ce savoir-faire chez GSM Project.

À la suite de son embauche en 1965, Laurent Marquart deviendra associé et directeur en 1967, associé et vice-président en 1978, pour finalement en assurer la présidence

³⁷ Selon le témoignage de Laurent Marquart, le bureau se nommait ERG, pour *Études et Réalisations Graphiques* (Entretien, 10 mai 2019). Nous avons tenté de trouver des informations sur celui-ci, mais sans succès.

³⁸ Au moment de son arrivée chez GSM Project, l'équipe est notamment composée de l'architecte suisse Roger Labastrou (1959-1978), du designer graphique Luc Pagnier (1962 ; date de départ inconnue) ainsi que du designer industriel américain Morley L. Smith (1962-1986) (Sharman, 2005, p. 45).

³⁹ Nous n'avons pas le détail des tâches effectuées par Laurent Marquart lors d'Expo 67. Nous savons toutefois que le coordinateur des pavillons thématiques dont il était l'assistant était Luc Pagnier (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019).

entre les années 1988-2002⁴⁰. Tout au long de son parcours, il occupera une forte présence au sein de la division du design d'exposition⁴¹. Nous avançons même que c'est son intérêt personnel pour la pratique qui a maintenu ce département en vie, avant que celui-ci ne soit repris en main par son président actuel, Yves Mayrand. Il faut dire que ses principaux associés de l'époque, Jacques Guillon et Morley Smith, œuvraient davantage dans les secteurs du design d'intérieur (pour le premier) et du design industriel (pour le second). Laurent Marquart a de surcroît participé à la réalisation de projets emblématiques de l'histoire de GSM Project, tels que le lieu historique national Louis-S.-St-Laurent (1982), l'exposition *Mémoires* du MCQ (1988) et le spectacle multimédia de PAC (1992).

Un dernier point sur lequel nous désirons insister concerne deux sources d'influences majeures dans la carrière de Laurent Marquart. En effet, nous verrons plus loin que celles-ci auront un impact important sur l'approche expositionnelle développée par GSM Project. La première est celle du théâtre, un milieu auquel il est initié très tôt dans sa jeunesse : « j'étais marqué par la troisième dimension : la dimension des émotions, du mouvement, du temps, celui entre le début d'une pièce de théâtre et la fin » (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019). La deuxième est liée à ses expériences professionnelles dans la sphère de la communication visuelle – pour des agences de publicité, par exemple – qui initient le designer à ce qu'il nomme « la communication en trois dimensions » (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019), c'est-à-dire la conception de vitrines. Réalisés avec des impératifs de ventes, ces projets contribuent au développement d'une approche communicationnelle orientée sur la transmission efficace des contenus, de même qu'à une prise en compte de leur réception auprès des publics.

⁴⁰ Ces informations proviennent d'une publication de la Société des Graphistes du Québec (1983) trouvée dans les archives de GSM Project. La notice est incomplète.

⁴¹ Laurent Marquart assurera également, à des degrés divers, une présence dans les secteurs du design graphique et du design d'intérieur (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019).

Pour conclure, Laurent Marquart a développé une pratique multidisciplinaire, se définissant davantage comme un *généraliste* ou un *non-spécialiste* (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019), capable d'entreprendre des projets variés engageant des compétences multiples. Sa carrière est ainsi caractérisée par un entrelacement constant entre différentes pratiques telles que le graphisme, l'illustration, la conception de vitrines, la scénarisation, la scénographie, etc. À notre avis, c'est justement ce qui explique qu'il se soit tourné si naturellement vers la conception d'expositions, dont nous connaissons le caractère fortement multidisciplinaire.

2.3.3 Le pavillon *L'Homme et la vie* et les prémisses d'une pratique avant-gardiste orientée sur le visiteur

Pour obtenir une meilleure idée du travail de GSM Project à l'occasion d'Expo 67, nous donnerons ici l'exemple du pavillon *L'Homme et la vie* (voir Annexe D, p. 103), qui s'inscrit parmi les quatre pavillons thématiques de *L'Homme interroge l'Univers*⁴². Réparti sur trois étages, le pavillon abrite une exposition scientifique consacrée au thème général de « la vie », explorant des notions comme le système nerveux, les phénomènes de perception, les micro-organismes, les activités réflexes et les illusions d'optique (CCEU, 1967, p. 101). Malgré la présence d'un contenu scientifique complexe normalement réservé à un public spécialisé, de nombreuses stratégies communicationnelles sont mises en place afin d'en faciliter la réception auprès du visiteur. La firme mise notamment sur la démonstration de phénomènes scientifiques par le biais de reproductions tridimensionnelles d'unités biologiques. Par exemple, l'exposition met en scène une réplique géante du cerveau humain (voir Figure 2.3) d'une hauteur approximative de cinq mètres et composée d'environ 7 000 ampoules électriques et tubes de néons⁴³. La dimension éducative est évidente avec ce dispositif

⁴² Les trois autres pavillons sont *L'Homme et la mer*, *L'Homme et les régions polaires* et *L'Homme, la terre et l'espace*.

⁴³ D'après un article trouvé dans les archives de GSM Project dont la notice est incomplète.

qui vise à « démontre[r] le fonctionnement, l'interaction et la coordination des diverses structures cérébrales »⁴⁴.

Toujours d'après une approche communicationnelle et didactique, le contenu de l'exposition est appuyé par de nombreuses technologies audiovisuelles (images synchronisées, enregistrements sur bandes magnétiques, écrans cathodiques, projections de diapositives, etc.). Leur usage n'est jamais gratuit, mais bien complémentaire au message à transmettre. Pour reprendre l'exemple du cerveau humain, l'installation s'accompagne d'« un exposé audiovisuel montr[ant] comment l'homme réagit aux diverses impulsions que lui fournit son système nerveux central » (voir Figure 2.3)⁴⁵.

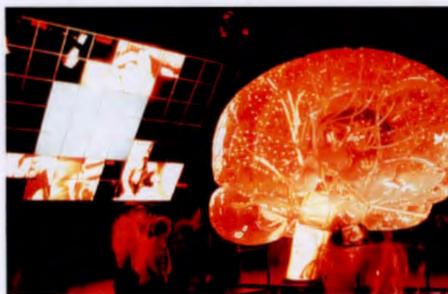


Figure 2.3 Réplique du cerveau humain, pavillon *L'Homme et la vie*, Expo 67 de Montréal.
Photographie en provenance des archives de GSM Project.

GSM Project fait également preuve d'un usage inventif de l'espace, dépassant la monstration d'objets afin d'investir l'entièreté des lieux. Cette exploitation spatiale prend de multiples formes, allant du mur tapissé d'agrandissements photographiques (salle des micro-organismes) à la création d'environnements englobants, voire immersifs. Ici, un exemple éloquent est la cellule humaine d'environ 14 mètres de diamètre dans laquelle le visiteur peut circuler librement (voir Annexe D, p. 105)⁴⁶.

⁴⁴ *Ibid.*

⁴⁵ *Ibid.*

⁴⁶ *Ibid.*

Répartie sur trois étages et construite en fibres de verre, l'installation géante simule l'intérieur d'une cellule et propose une expérience à la fois immersive et sensorielle, suggérant une incursion en son cœur. La visite inclut également des effets sonores et visuels, de même que des décors tridimensionnels imitant différentes composantes de la cellule comme l'appareil de Golgi, les mitochondries et les lysosomes⁴⁷. À l'instar du cerveau humain, l'aspect éducatif de l'installation est manifeste :

Un mécanisme synchronisé audiovisuel permettait d'illuminer les diverses parties pendant que leur structure et leur fonction sont expliquées. Au terme d'une visite d'environ dix minutes à l'intérieur de la sphère, le visiteur était surpris par des éclairs illuminant le modèle entier, accompagnés d'une voix prononçant ces mots à sens paradoxal : « La cellule type n'existe pas – ceci est une cellule type ».⁴⁸

Avec cette exposition, on constate que déjà en 1967, GSM Project mettait en place des caractéristiques clés de sa pratique expositionnelle. L'approche communicationnelle des contenus, l'usage de technologies audiovisuelles et la création d'environnements englobants en sont des exemples. Ce qui attire surtout notre attention avec ce pavillon est la prise en compte du public, laquelle se manifeste très tôt dans la pratique du bureau. Cet intérêt précoce pour le visiteur relève d'une pensée propre au design, qui consiste à placer l'individu au cœur de tout projet. Cette philosophie est d'ailleurs présente dès la création de la firme, qui expose sa vision du design en 1970 comme étant le fruit d'une interrelation constante entre l'*homme*, la *fonction* et la *forme* (Courtois, 1971, p. 45), ajoutant que « le but final, l'humain, est aussi la base de départ » (Courtois, 1971, p. 45). Inhérente à la discipline du design, il est intéressant d'observer que cette préoccupation pour l'être humain est survenue beaucoup tard au sein des musées québécois.

⁴⁷ Tiré de l'article « Un macrocosme neurophysiologique : *L'homme et la vie* à l'Expo 67 », publié dans un tirage à part de la revue médicale *IMAGE. Photo - Documentation médicale Roche* (p. 21). Trouvé dans les archives de GSM Project ; la notice est incomplète.

⁴⁸ *Ibid.*

2.4 Les années 1970 : une « période morte »

2.4.1 Décroissance économique et ralentissement des activités

Nous pourrions croire que dans les années post Expo 67, GSM Project cumulerait plusieurs projets dans le secteur des expositions. L'événement est effectivement une importante vitrine pour les créateurs impliqués, tant sur le plan national qu'international. Une telle visibilité ne pourrait qu'être bénéfique pour l'organisation, d'autant plus que celle-ci acquiert un tout nouveau savoir-faire dans ce secteur. Soulignons également que les préparatifs de l'événement représentent un tremplin remarquable pour les bureaux de design québécois, qui bénéficient d'une économie florissante et d'un bouillonnement culturel inégalé : « La préparation de l'Expo constitue une période d'effervescence pour le design à Montréal. Le nombre de cabinets s'accroît à la demande et à la multiplication des mandats accordés dans le cadre de cet événement hors du commun dans l'histoire de Montréal » (Racine, 2016, p. 80). Dans un autre ordre d'idées, les nombreux changements qui s'annoncent à l'aube des années 1970 au sein du réseau muséal québécois semblent dessiner les contours d'un champ d'action profitable pour les acteurs du design d'exposition :

Dans le sillage de la Révolution tranquille, la muséologie au Québec a connu, à partir des années 1970, un nouveau départ et de grands progrès, grâce à des interventions structurantes menées par le Ministère, à une augmentation des budgets des établissements et à une professionnalisation des personnels actifs dans les musées, qui reprennent alors en main ces premiers héritages ou fondent de nouveaux établissements. (Montpetit, 2013, p. 11)

Pourtant, malgré les raisons énumérées ci-haut, c'est tout le contraire qui se produit pour GSM Project. En effet, dans les années 1970, le bureau contracte très peu de projets de nature expositionnelle, comme en témoigne Laurent Marquart : « disons qu'après Expo 67, c'est complètement tombé. On a fait de petites expositions ridicules

de gauche à droite » (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019). Alors que les contrats se font rares, le designer décrit les années 1970 comme une « période morte » (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019) pour ce secteur d'activités. Cependant, il n'y a pas que le design d'exposition qui soit touché, mais bien l'ensemble des départements. En effet, le bureau se retrouve dans une situation financière précaire, causant la réduction de ses effectifs et ressources : « On crève de faim en 1970, on n'a pas de contrats, rien », explique Laurent Marquart (GSM Project, 2018a). Nous avons identifié la cause comme étant l'expression d'un problème beaucoup plus large, en lien avec le contexte socio-économique de l'époque. En effet, la crise énergétique qui se produit dans les années 1970 au Québec occasionne une importante décroissance économique, laquelle a un impact immédiat sur les bureaux de design québécois : « Le domaine du design est durement affecté par la réalité, les contrats s'espacent et l'activité suscitée par l'Expo cesse brusquement » (Racine, 2016, p. 95). Si plusieurs de ces firmes font faillite (Bourassa, 2007, p. 25), GSM Project est heureusement épargné. Cependant, le bureau n'en demeure pas moins affecté : « Jacques Guillon, dont la firme avait joué un rôle majeur pendant les années 1960, se rappelle : “De 75 à 80 employés, l'agence est passée à 4 ou 5. C'était très dur.” » (Henault, 2007, p. 26). C'est donc sur cette trame de fond bien précise, marquée par un climat économique difficile, que s'active avec peine GSM Project dans les années 1970. Il est ainsi primordial de considérer cette conjoncture particulière pour bien comprendre la limitation des activités de la firme dans la sphère du design d'exposition au cours de cette décennie.

2.4.2 Une pratique privée de possibilités créatrices : l'exemple du MBAM

Quant aux expositions muséales produites par GSM Project dans les années 1970, celles-ci demeurent traditionnelles, sans grand apport de nouveauté⁴⁹. D'après Laurent

⁴⁹ De plus, Laurent Marquart souligne que la majorité des expositions réalisées par GSM Project dans les années 1970 sont de nature commerciale (Entretien, 10 mai 2019). C'est notamment le cas de l'exposition promotionnelle

Marquart, cela relève davantage d'une fermeture de la part des institutions que d'un manque d'inventivité de l'équipe (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019). Nous donnerons ici l'exemple du nouveau pavillon du Musée des beaux-arts de Montréal (1976), pour lequel l'entreprise est mandatée pour concevoir les vitrines, le mobilier, la signalétique et le guide d'exposition (voir Annexe D, p. 111)⁵⁰.

Pour situer brièvement le projet d'agrandissement du MBAM⁵¹, le nouveau pavillon est construit entre les années 1973 et 1976 sous la direction de David Giles Carter (Germain, 2007, p. 137)⁵². Œuvre architecturale de Fred Lebensold, l'extension comprend cinq niveaux et est composée de 34 salles d'exposition (Germain, 2007, p. 150) dédiées à la présentation des collections d'art du Musée⁵³. La nouvelle aile répond à des impératifs de démocratisation et d'accessibilité, visant un rapprochement citoyen entre l'institution et la collectivité (Carter, 1976, p. 15). Des efforts sur le plan éducatif sont également entrepris, notamment par la création d'un Service de l'Animation et par l'incorporation d'outils d'aide à la visite tels que des audioguides, plans de salle, panneaux didactiques, guides d'exposition et autres (Carter, 1976, p. 15). Comme l'exprime son directeur de l'époque : « On s'attend à ce que la réaction du public à l'endroit du nouveau musée l'amène à en faire un usage plus compréhensif » (Carter, 1976, p. 15).

du projet de développement de L'Île-des-Sœurs et de l'exposition consacrée à l'industrie aérospatiale (fin des années 1960 ; date incertaine), ou encore du pavillon de la Grèce sur le site d'Expo 67 (1977).

⁵⁰ Les deux galeries du National Science Museum d'Ottawa (début des années 1970 ; date incertaine) constituent un autre exemple d'expositions muséales conçues par GSM Project à cette époque.

⁵¹ Situé au 3400, avenue du Musée, le pavillon est aujourd'hui connu sous le nom de Liliane et David M. Stewart.

⁵² D'origine américaine, David Giles Carter devient directeur du MBAM en 1964 (Hubert et Pimentel, 2013, p. 12), soit peu de temps après que le Musée « devien[ne] officiellement bilingue en 1960 » (Hubert et Pimentel, 2013, p. 12). L'édification de la nouvelle aile du MBAM s'inscrit dans le prolongement de la Révolution tranquille, à une époque de redéfinition identitaire d'où émerge une élite francophone : « La nouvelle structure a été conçue en vue de répondre aux besoins croissants des Canadiens et, plus spécifiquement, à ceux des Québécois et des Montréalais » (Carter, 1976, p. 14-15).

⁵³ En 1976, les collections d'art du MBAM sont les suivantes : Art canadien ; Art inuit et amérindien ; Proche-Orient ancien ; Art grec, étrusque et romain ; Art médiéval ; Renaissance ; Renaissance – Collection Hosmer-Pillow-Vaughan ; Art baroque ; Art du dix-huitième siècle ; Art du dix-neuvième siècle ; Art du vingtième siècle ; Dessins et estampes ; Afrique et Océanie ; Art asiatique ; Art islamique ; Art précolombien.



Figures 2.4 et 2.5 Nouveau pavillon du MBAM, 1976.
Photographies en provenance des archives de GSM Project.

Malgré le modèle antiélitiste prôné par l'institution et son désir d'un ancrage plus solide au sein de la collectivité, l'exposition qui en résulte demeure à notre sens traditionnelle, à l'image des expositions de style beaux-arts de l'époque. L'espace est structuré de manière attendue par écoles, tendances ou cultures (Bantey, 1977, p. 3) et est marqué par un trajet majoritairement chronologique, une stratégie décrite par André Gob et Noémie Drouguet comme étant « de loin la plus répandue dans les musées d'histoire, d'archéologie, des beaux-arts » (Gob et Drouguet, 2014, paragr. 52). Les expôts⁵⁴, essentiellement composés d'objets de collections, sont mis en valeur au sein de dispositifs de présentation traditionnels et emblématiques des structures muséales, tels que des socles ou des vitrines. Sur le plan scriptovisuel, des cartels et panneaux didactiques accompagnent les œuvres (MBAM, 1977, p. 5), en plus des plans de salle et de la signalétique. Leur présence demeure néanmoins discrète, l'accent étant mis sur les objets exposés. Enfin, la faible présence d'éléments participatifs ou interactifs ajoute au caractère conservateur de l'ensemble. De manière générale, nous pourrions dire que l'exposition du nouveau pavillon du MBAM mise sur une approche esthétique, communément utilisée par les musées de beaux-arts : « Les expositions de cette catégorie sont fondées d'abord sur la mise en exposition de vraies choses, d'objets de

⁵⁴ Par « expôt », nous entendons une « unité élémentaire d'exposition, quelles qu'en soient la nature et la forme, qu'il s'agisse d'une vraie chose, d'une image ou d'un son, d'un original ou d'un substitut » (Desvallées et Mairesse, 2011, p. 601). Nous opérons une distinction entre les expôts et les outils : « Les objets (les expôts) entrent dans le cycle de la notoriété [...] tandis que les objets-outils d'exposition servent à les présenter, à les expliquer, comme c'est le cas de la vitrine [...], de la télévision, de la cimaise ou plus modestement du spot ou du cartel » (Davallon, 1999, p. 166).

collection mis en valeur avec l'intention de susciter la délectation, voire le choc esthétique » (Gob et Drouguet, 2014, paragr. 18).

L'absence d'originalité est d'ailleurs sans équivoque dans le discours de Laurent Marquart : « À l'époque de ce musée-là, on était dans la ligne standard » (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019). Revenant sur le contexte muséologique des années 1970, le designer explique que « les musées [étaient] des musées d'objets » et que « les disciplines étaient la façon de faire les choses » (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019). S'il reconnaît que GSM Project a fait de « belles vitrines » et du « beau graphisme », il explique néanmoins que « c'était fait avec la vision des choses telles qu'elles se faisaient » et qu'il n'était « pas pensable, à l'époque, de faire autre chose que des vitrines dans un musée de beaux-arts » (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019). Malgré le design attendu de l'exposition, nous désirons attirer l'attention sur le système d'identification visuelle des collections du Musée conçu par GSM Project (voir Annexe D, p. 112)⁵⁵. Réalisés à partir de pictogrammes et de codes de couleurs et agissant comme des repères visuels pour le visiteur, ces symboles graphiques se déclinent au sein de la signalétique, du guide d'exposition et du plan de salle. D'après Laurent Marquart, si l'on retrouve couramment un tel système aujourd'hui, il représentait une nouveauté pour les institutions muséales de l'époque (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019).

2.4.3 Un secteur en processus d'autonomisation

Si on se penche plus attentivement sur l'offre de services de GSM Project, il est intéressant de noter le processus d'autonomisation dont fait l'objet son département du

⁵⁵ Le système d'identification visuelle des collections du MBAM a été conçu par Laurent Marquart et Luc Courchesne, artiste de formation et membre fondateur de la Société des arts technologiques de Montréal (SAT), avec qui le bureau entretiendra de nombreuses collaborations. Le graphisme du guide de l'exposition est l'œuvre de Nelu Wolfensohn, designer graphique, affichiste et professeur à l'École de design de l'Université du Québec à Montréal (UQAM).

design d'exposition. En effet, au début des années 1970, le design d'exposition n'est pas une division à part entière de la firme, mais plutôt un sous-département (Gérin-Lajoie, 1972, p. 23)⁵⁶ dotée d'une certaine mobilité, alors que la nature des contrats détermine son affectation à un secteur plutôt qu'à un autre : "Exhibit design does not fall automatically into any one of the existing departments, but is placed in whichever department is most relevant to the type of exhibit"⁵⁷. Puis, en 1978, le *Design d'exposition* devient une division à part entière de l'entreprise aux côtés des branches de la *Communication visuelle, du graphisme et de l'emballage*, du *Design de produits* et de l'*Aménagement d'intérieur*⁵⁸. Cette année correspond à une seconde transformation vécue par GSM Project, cette fois-ci liée au départ de l'un des quatre associés (Roger Labastrou) et au passage de Laurent Marquart et Morley Smith comme actionnaires majoritaires⁵⁹. La firme se fait désormais connaître sous la raison sociale de *Guillon, Smith, Marquart & Associés* (Bourassa, 2003, p. 58).

2.5 Les années 1980-1990 : affirmation et cristallisation de la pratique

Nous avons vu que dans les années 1970, GSM Project connaît un ralentissement de ses activités, lequel touche l'ensemble de ses secteurs. Le design d'exposition n'étant pas épargné, les contrats se font rares dans ce domaine, en plus d'être peu intéressants sur le plan créatif et inventif. À l'inverse, les années 1980 et 1990 représentent une période faste pour GSM Project, dont la pratique du design d'exposition s'affirme et se cristallise. En effet, nous verrons que l'augmentation de l'offre muséale caractéristique

⁵⁶ D'après un article de la revue *Architecture/Concept* (Gérin-Lajoie, 1972, p. 21-23), l'entreprise se divise alors en quatre secteurs d'activités : *Design de moyens de transport* (dir. Morley Smith) ; *Design et développement de produits industriels* (dir. Morley Smith) ; *Aménagement et design d'intérieur* (dir. Jacques Guillon et Roger Labastrou) ; *Communication visuelle* (dir. Laurent Marquart).

⁵⁷ La citation est tirée de l'article « Jacques Guillon Designers Inc. », écrit par Lydia Ferrabee Sharman et publié en 1972 dans la revue *Canadian Interiors* (en provenance des archives de GSM Project ; notice incomplète).

⁵⁸ Cette information provient d'une publicité de GSM Project publiée en 1979 dans la revue de la Société des Graphistes du Québec (en provenance des archives de GSM Project ; notice incomplète).

⁵⁹ Cette information provient de l'article « L'homme du mois : Jacques Guillon, un pionnier du design », écrit par Maurice Chartrand et publié en 1983 dans le 5e numéro de la revue *Commerce* (en provenance des archives de GSM Project ; notice incomplète).

de cette époque contribue au développement d'une expertise dans la conception d'expositions, tout spécialement en contexte muséal. Nous verrons également que c'est précisément durant ces années que le bureau renoue avec l'innovation en concevant des projets phares de son histoire, expression du mûrissement de sa pratique.

Avant de poursuivre, précisons que dans les années 1980, GSM Project vit deux transformations majeures. En 1983, la firme change de nom pour *GSM Design* (Bourassa, 2003, p. 58)⁶⁰. Le département de *Design d'exposition* devient alors celui de *Design d'exposition et de musées*, une modification intéressante si on considère le récent tournant muséal entrepris par le bureau. Les trois autres divisions de la firme sont dès lors : *Design graphique et communication visuelle*, *Design d'intérieur et aménagement* et *Design industriel et design de moyens de transport*⁶¹. Seulement quelques années plus tard, soit en 1986, la compagnie se divise en deux. Les services relevant du design industriel et du design de transport sont filtrés et relégués à la deuxième division de la firme, *GSM Design/Produit & Transport*, dirigée par Morley L. Smith⁶². L'actuel GSM Project devient alors *GSM Design/Aménagement, communication visuelle & exposition* (Gouvernement du Québec, 2017)⁶³. Au départ de Jacques Guillon en 1988, Laurent Marquart devient le président de l'entreprise⁶⁴.

2.5.1 Augmentation de l'offre muséale et développement d'une expertise

Dans les années 1980 et 1990, le nombre de projets de nature expositionnelle contractés par GSM Project augmente considérablement (Mayrand, 2017, s. p.). Cette situation nouvelle est favorable pour la firme, puisqu'elle contribue au développement d'une

⁶⁰ L'acronyme « GSM » fait référence aux trois principaux associés de la firme au départ de Roger Labastrou en 1978, soit Jacques Guillon, Morley Smith et Laurent Marquart.

⁶¹ Cette information provient d'une publicité de GSM Project publiée en 1983 dans la revue de la Société des Graphistes du Québec (en provenance des archives de GSM Project ; notice incomplète).

⁶² Morley Smith désirait poursuivre le développement de la voiture de Taxi GSM, une ambition non partagée par ses partenaires (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019).

⁶³ La même année, Yves Mayrand devient actionnaire minoritaire de GSM Project (Mayrand, 2017, s. p.).

⁶⁴ Cette information nous a été confirmée par Yves Mayrand dans un courriel en date du 19 novembre 2019.

expertise dans la conception d'expositions, tout spécialement pour des musées. C'est effectivement dans ces années que s'affirme la pratique du design d'exposition au sein du bureau, marquant le coup d'envoi pour ce secteur qui, par après, ne cessera de prendre de l'expansion.

Pour comprendre cette augmentation marquée de la demande dont bénéficie GSM Project, il nous faut revenir sur le contexte muséologique québécois de l'époque. Dans les années 1980 et 1990, nous assistons à ce que Montpetit nomme un « “boom” de nouvelles réalisations » (Montpetit, 2013, p. 15) dans les secteurs muséal et patrimonial. C'est effectivement plusieurs projets qui sont initiés par le Gouvernement du Québec, enclenchant un processus pluriel d'édification et de transformation (Simard et Bergeron, 2017, p. 93). C'est d'ailleurs à cette époque que nous voyons naître des institutions maitresses du paysage muséologique québécois, comme le Musée de la civilisation (1988), le Centre canadien d'architecture (fondé en 1979 et inauguré en 1989), le Biodôme (1992) et Pointe-à-Callière – Cité d'archéologie et d'histoire de Montréal (1992). Alors que les besoins en matière de conception d'exposition sont exponentiels, il nous apparaît manifeste que cette explosion de la demande profite à GSM Project. Pour citer le président actuel de l'entreprise : « dans la deuxième moitié des années 1980, il s'est construit, refait ou agrandi plusieurs musées au Québec. Tous ces contrats potentiels ! » (Mayrand, 2017, s. p.).

De plus, il est essentiel de relever le processus de professionnalisation du corps muséal qui s'opère à partir des années 1980⁶⁵, en parallèle avec le morcellement du métier de conservateur (Bergeron et De Muys, 2016, p. 87). De fait, la conception d'une

⁶⁵ Il faut souligner le rôle non négligeable des formations techniques et universitaires en muséologie dans la professionnalisation de la pratique. Entre autres, vers la fin des années 1980, nous voyons naître les tout premiers programmes d'études supérieures en muséologie à Montréal et à Québec (Guzin Lukic, 2015, p. 142). Le programme conjoint de la maîtrise en muséologie de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) et de l'Université de Montréal (UdeM) est inauguré en 1987, alors que le DESS en muséologie de l'Université Laval (ULaval) s'ouvre au public en 1988. Précisons que dans l'ensemble du Canada, la première formation académique en muséologie a vu le jour en 1969, à l'Université de Toronto (Bergeron et Carter, 2015).

exposition n'est désormais plus l'affaire d'une seule personne, mais engage plutôt la participation d'un ensemble de professionnels : « Un nouveau système muséal émerge », écrivent Bergeron et Côté (2016, p. 26). Ce système inclut notamment des muséologues, chercheurs, chargés de projets et, bien entendu, des designers d'exposition. En effet, la récente prise en compte des publics couplée aux nouveaux objectifs communicationnels des musées oblige la mise en place d'un langage et de moyens adaptés (Montpetit, 1992, p. 8), une tâche que le conservateur ne peut assurer à lui seul : « Expert en histoire de l'art, en conservation, en choix et en mise en valeur des objets, il ne saurait être de surcroît un expert de la communication écrite, de l'audiovisuel et de l'esthétique de présentation » (Bergeron et Côté, 2016, p. 26). C'est donc à cette époque que se produit l'entrée généralisée des designers au sein des institutions muséales (Viel et De Guise, 1992, p. 110), alors que plusieurs professionnels du milieu reconnaissent la nécessité de faire intervenir des « spécialistes de la communication » (Bergeron et de Muys, 2016, p. 87) dans la conception d'une exposition. C'est toute une dimension du métier de designer d'exposition qui est dès lors reconnue et valorisée, justifiant son intégration progressive au sein des musées. Nous voyons-là un second facteur à l'origine de l'augmentation des contrats de la firme dans la sphère muséale.

Enfin, nous constatons que GSM Project bénéficie de la multiplication des appels d'offres comme procédure de recrutement dans les années 1980 et 1990 (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019). Cette nouvelle façon de faire s'avère avantageuse pour le bureau, dans la perspective où les appels d'offres exigent le plus souvent la formation d'équipes multidisciplinaires, capables d'assurer toutes les composantes d'un projet. Un excellent exemple pour illustrer ce propos est l'appel d'offres diffusé par la Société immobilière du patrimoine architectural pour l'ouverture de PAC en 1992. Adressé aux « firmes de muséologie et de muséographie » (SIMPA, 1990, p. 2), le document stipule très clairement que : « L'offre de service devra comprendre une équipe interdisciplinaire composée des spécialités suivantes : chargé de projet, muséologue

(contenu), muséographe⁶⁶ (designer), conservateur (objets, artefacts), scénariste, communicateur [...] » (SIMPA, 1990, p. 3-4). Or, la multidisciplinarité faisant partie de l'ADN de GSM Project, la firme avait depuis longtemps développé les compétences nécessaires pour entreprendre un tel projet. L'entreprise contracte d'ailleurs un grand nombre de projets par l'entremise d'appels d'offres, comme c'est le cas de ceux qui seront présentés dans la section suivante.

2.5.2 Innovations et affirmation d'une pratique expositionnelle théâtrale orientée sur l'expérience, l'émotion, l'immersion et la mise en récit

On a commencé à découper des bouts de papier, à faire des choses qui n'étaient pas du design, des choses qui n'étaient pas du graphisme comme tel, c'était.... de la pure invention, du bricolage théâtral multimédia.⁶⁷

En plus de cette augmentation marquée de la demande dans le secteur muséal, les années 1980 et 1990 sont caractérisées par une ouverture croissante des musées face à l'innovation. C'est effectivement une période de changement pour le réseau muséal québécois, qui assiste notamment à la généralisation des expositions de type *blockbusters*, à un intérêt grandissant pour le public, au développement de nouveaux modes de communication et à l'incorporation de nouvelles technologies (Côté, 1992, p. 18). Toutes ces transformations contribuent à la mise en place de nouveaux moyens d'expression, de même qu'à une plus grande liberté créative octroyée aux designers. Ainsi, en plus de développer une expertise dans la conception d'expositions muséales, GSM Project réalise dans ces années des expositions résolument innovantes, à l'inverse de celles produites dans les années 1970. C'est d'ailleurs à cette époque que la firme

⁶⁶ Sur le plan terminologique, il est intéressant de noter l'usage du mot « muséographe » par la SIMPA. Dans un courriel en date du 15 mai 2019, Laurent Marquart explique d'ailleurs que « dans les années 90, le Québec découvre le terme muséographe », ajoutant que c'est ainsi qu'il se définissait à cette époque.

⁶⁷ Laurent Marquart, à propos du spectacle multimédia conçu par GSM Project en 1982 pour le lieu historique national Louis-S.-St-Laurent (Entretien, 10 mai 2019).

signe des projets emblématiques de son histoire, dont le succès contribuera fortement à sa réputation actuelle. Pour mieux situer ces innovations, nous donnerons l'exemple de trois projets majeurs de cette période, soit le lieu historique national Louis-S.-St-Laurent (1982), l'exposition *Mémoires* du MCQ (1988) et le spectacle multimédia de PAC (1992). À partir de ces trois cas, nous verrons que la pratique expositionnelle du bureau s'affirme et se cristallise autour de notions telles que l'expérience, l'émotion, l'immersion et la mise en récit. Nous verrons également comment l'influence du milieu théâtral se transpose dans son approche.

Premier cas : le lieu historique national Louis-S.-St-Laurent

Plus d'une décennie après l'Expo 67 de Montréal, le lieu historique national Louis-S.-St-Laurent à Compton (1982) est le projet qui relance GSM Project dans le secteur des expositions (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019)⁶⁸. Mandatée par Parcs Canada à la suite d'un appel d'offres, la firme est responsable des aires d'exposition de la maison familiale de l'ancien premier ministre du Canada, du magasin général de son père ainsi que de l'entrepôt (voir Annexe D, p. 113). Chapeauté par Francine Lelièvre, le projet offre une intéressante marge de manœuvre aux créateurs impliqués, qui y voient une réelle occasion d'innover (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019). Il faut dire qu'à l'époque, les centres d'interprétation offrent une plus grande latitude aux concepteurs d'exposition que les musées : « Les budgets sont souvent minuscules, mais les solutions imaginatives sont recherchées, de sorte que ces mandats sont particulièrement stimulants » (Hénault, 1997, p. 41). Raymond Montpetit explique d'ailleurs que les centres d'interprétation contribuent à l'éclosion d'« un style d'expositions modernes et dynamiques » (Montpetit, 2013, p. 12) orienté sur la mise en récit des objets et l'expérience des visiteurs.

⁶⁸ Entre les années 1970 et 1985, plusieurs centres d'interprétation sont créés sur l'initiative de Parcs Canada (Montpetit, 2013, p. 12).



Figure 2.6 Spectacle multimédia du lieu historique national Louis-S.-St-Laurent, Compton, 1982.
Photographie en provenance des archives de GSM Project.

Dans l'espace de l'entrepôt, GSM Project conçoit un spectacle multimédia d'une durée de 18 minutes sur la carrière de Louis-S.-St-Laurent (voir Figure 2.6). Tout comme le pavillon *L'Homme et la vie* de l'Expo 67 de Montréal, l'expérience proposée combine divers moyens et techniques, incluant des projections de diapositives et des effets d'éclairage et de sons. La résonance à l'univers théâtral est annoncée par des rangées de bancs destinés aux visiteurs, la présence d'un décor composé d'artefacts variés (éléments graphiques, agrandissements photographiques, téléviseurs...) et assemblés à l'image d'un collage tridimensionnel, de même que par l'aspect narratif de l'histoire qui est racontée. Ce rapprochement avec la discipline du théâtre est particulièrement important, puisqu'il deviendra une composante majeure de l'approche expositionnelle de GSM Project, ce dont témoignent l'exposition *Mémoires* du MCQ et le spectacle multimédia de PAC. C'est d'ailleurs ce spectacle qui conduit Laurent Marquart à se définir non plus comme un designer, mais comme un *scénariste*⁶⁹ ou un *créateur de récits* (Delgado, 2018, p. 13). Quant aux autres composantes du site, la demeure résidentielle met de l'avant des souvenirs de famille par le biais de photographies, vitrines et panneaux explicatifs. L'ère commerciale, quant à elle, comprend une installation audio et rappelle la saveur des commerces d'antan par sa mise en scène d'objets usuels.

⁶⁹ Si le terme « scénariste » renvoie aujourd'hui surtout à l'univers du cinéma (Chion, 2020, s. p.), c'est davantage pour sa connotation au monde du théâtre que Laurent Marquart l'emploie ici.

Pour le centre d'interprétation de Compton, GSM Project signe son tout premier « spectacle théâtral multimédia » (Marquart, 2009, p. 69). Cette formule sera par la suite fréquemment renouvelée par le bureau, notamment pour le pavillon canadien de l'Expo 86 de Vancouver⁷⁰, le pavillon *Océania* de l'Expo 98 de Lisbonne⁷¹ et l'ouverture de PAC en 1992 (nous y reviendrons plus loin dans cette section). D'après Laurent Marquart et Francine Lelièvre, il s'agirait même du premier de ce genre à avoir été conçu au Québec (Marquart, 2009, p. 69 ; Chassé et Lapierre, 2002, p. 15), annonçant de la sorte le caractère avant-gardiste de la démarche pour le contexte de l'époque.

À la suite du contrat pour le lieu historique national Louis-S.-St-Laurent, les projets d'importance dans ce domaine se succèdent. Sur le plan muséal, deux d'entre eux sont particulièrement importants, tant pour leur ampleur que pour leurs qualités novatrices. Il s'agit de l'exposition permanente *Mémoires* du MCQ (1988) et du spectacle multimédia de PAC (1992).

Deuxième cas : l'exposition permanente « Mémoires » du MCQ

À la fin des années 1980, GSM Project participe à une « exposition-phare » (Bergeron et Dubé, 2009, p. XIII) du paysage muséologique québécois, soit l'exposition inaugurale *Mémoires* du Musée de la civilisation de Québec (1988-2005) (voir Annexe D, p. 117). La firme signe le design d'une exposition novatrice consacrée à l'histoire

⁷⁰ Lors de l'Exposition universelle de Vancouver en 1986, GSM Project conçoit deux spectacles multimédias pour le pavillon canadien : l'un sur les aventures exploratoires spatiales et sous-marines, l'autre sur les moyens de transport et de communication dans le Nord canadien (d'après un descriptif de projet en provenance des archives de la firme).

⁷¹ Pour le pavillon *Océania*, GSM Project conçoit une expérience de réalité virtuelle d'une trentaine de minutes qui consiste en un « voyage subaquatique virtuel dans une base sous-marine au cours duquel les visiteurs découvrent les vestiges d'une civilisation ancienne et affrontent un monstre marin avant de remonter à la surface à l'aide de capsules » (extrait en provenance d'un descriptif de projet trouvé dans les archives de GSM Project). Tout comme l'Expo 86 de Vancouver, l'expérience investit de nombreuses technologies multimédias telles que des systèmes de réalité virtuelle stéréoscopique 3D, des simulateurs de transport, une projection de film 70 mm, etc. Le pavillon *Océania*, qui attire 600 000 visiteurs lors de l'Expo 98, est l'une des attractions les plus populaires de l'événement (Turgeon, 1998, p. T3). Il fut d'ailleurs question, pendant un certain temps, de reproduire l'expérience à Montréal (Dutrisac, 1998, p. B4).

et l'identité nationale, alors que naît tout juste le premier musée de société au Québec. *Mémoires* étant un cas particulier dans l'histoire de l'entreprise, nous nous y attarderons davantage dans cette section.

Mémoires est le fruit de multiples innovations. Pour commencer, GSM Project réinvente la façon d'aborder l'histoire d'après une approche thématique et subjective centrée sur l'émotion et la mise en récit. Raymond Montpetit écrit d'ailleurs que l'exposition représente « un tournant dans la muséographie au Québec » (Montpetit, 2009, p. 25) et qu'elle contribue à « redéfinir la muséographie thématique et historique » (Montpetit, 2009, p. 25). En effet, *Mémoires* a de particulier qu'elle n'aborde pas l'histoire de manière chronologique ou linéaire, mais plutôt à travers le prisme de la mémoire, individuelle ou collective. L'exposition se découpe en six aires thématiques, chacune représentant un fragment ou une facette de la mémoire : nostalgique, adaptative, refoulée, obligée, libre et bilan⁷². Le parcours suggéré aux visiteurs n'est donc pas celui d'une temporalité continue et linéaire comme on pourrait s'y attendre pour une exposition historique, mais propose plutôt un constant aller-retour entre le passé et le présent. Ses concepteurs rejettent d'ailleurs volontairement le principe d'objectivité historique pour suggérer un regard pluriel sur le passé, interpellant de ce fait la subjectivité propre à chaque visiteur (Montpetit, 2009, p. 32).

GSM Project initie également une nouvelle façon d'aborder l'espace de l'exposition en créant ce que Montpetit nomme des « climats mémoriels », ou des « climats scénographiques » (Montpetit, 2009, p. 32). En effet, les six aires thématiques de l'exposition sont aménagées de manière à créer un environnement englobant, dépassant la mise en vitrine pour investir l'ensemble de l'espace. Chaque zone possède ainsi une ambiance qui lui est propre, orientant la réception du visiteur selon l'intention

⁷² Les six zones sont : « Le Bon Vieux Temps » ; « Un pays à bâtir » ; « Des jours difficiles » ; « Les Pouvoirs » ; « Ensemble ! » ; « Et maintenant ?... ». L'exposition comprend également deux zones supplémentaires consacrées à l'entrée et à la sortie (Bergeron et Dubé, 2009).

fondatrice et proposant une expérience sensorielle différente. La zone « Un pays à bâtir » (voir Figures 2.7 et 2.8), par exemple, propulse le visiteur dans un lieu ouvert, éclairé et structuré. Des éléments architecturaux, comme des poutres et des solives, organisent l'espace à l'image d'un chantier, symbole du développement industriel. La couleur dominante, le jaune, confère un aspect électrisant à l'ensemble, tout en rappelant l'iconographie propre à l'univers de la construction et de l'ingénierie. L'organisation chronologique du parcours, allant de l'époque des premières occupations territoriales à l'époque contemporaine, accentue la notion de progrès et d'évolution en traduisant spatialement les « efforts d'adaptation qui, du coureur des bois à l'ingénieur contemporain, ont permis d'habiter ce pays »⁷³.



Figures 2.7 et 2.8 Zone « Un pays à bâtir », exposition permanente *Mémoires*, MCQ, 1988-2005. Photographies en provenance des archives de GSM Project.

Laurent Marquart qualifie cette nouvelle forme de mise en exposition d'« environnement théâtral » (Marquart, 2009, p. 70), trahissant à nouveau l'influence de la discipline dans la pratique de GSM Project⁷⁴. Cependant, ce n'est pas sous la forme d'un spectacle qu'elle se révèle ici (contrairement au site historique national de Compton), mais bien dans son déploiement au sein de l'espace d'exposition, espace où

⁷³ Zone 3 – « Un pays à bâtir ». Tiré du scénario de *Mémoires*, Musée de la civilisation, Services des expositions permanentes et internationales, 10 février 1988.

⁷⁴ Dans un article du journal *Le Soleil* consacré à l'exposition *Mémoires* du MCQ, il est écrit que « l'ensemble est proprement théâtral, avec ses mises en place qui sont des mises en scène, ses coups de théâtre à chaque détour et ses effets très dramatiques. Parce qu'elle oblige le visiteur à suivre un cheminement, à voir par séquences, cette exposition est une sorte de film qui raconte une histoire, l'Histoire. Une chose en quatre dimensions, la quatrième étant la durée » (Tremblay, 1988, p. F1).

les visiteurs deviennent des *acteurs* « qui se promènent et déambulent sur la scène que nous créons pour les recevoir » (Marquart, 2009, p. 71). Bien sûr, ce rapprochement entre exposition et théâtre n'a plus aucun secret aujourd'hui : « On a beaucoup dit que le mode d'expression artistique qui s'apparente le plus à l'exposition est le théâtre. Les objets sont les acteurs ; les visiteurs, les spectateurs ; le message correspondrait au scénario et la scénographie au décor » (Merleau-Ponty et Ezrati, 2005, p. 53). Cependant, une telle approche était peu habituelle pour l'époque, tout spécialement pour un musée (Marquart, 2009, p. 70).

Un dernier point sur lequel nous désirons insister concerne le positionnement des objets de collections au sein de ces différents environnements atmosphériques. Ceux-ci sont effectivement regroupés en *scènes*⁷⁵ et s'inscrivent dans un récit d'ensemble, vécu à travers la trame narrative de l'exposition. Ils ne sont donc plus considérés pour eux-mêmes, mais bien dans leur relation les uns aux autres et dans leur potentialité communicationnelle. On peut sentir ici l'influence de Parcs Canada, qui « cherche à faire appel à tous les sens des visiteurs et à les impliquer dans le récit que les objets de collections montrés viennent appuyer et matérialiser » (Montpetit, 2013, p. 12). Alors que *Mémoires* « opt[e] pour un dispositif qui va au-delà de la contemplation » (Montpetit, 2009, p. 35), la rupture ici est évidente avec le nouveau pavillon du MBAM, mentionné précédemment. Pour citer Laurent Marquart : « *Mémoires* n'était pas une exposition d'objets, de type conventionnel. *Mémoires* était une expérience de visite »⁷⁶.

Plusieurs raisons font de *Mémoires* une exposition charnière dans l'histoire de GSM Project. En premier lieu, elle est la première exposition résolument novatrice conçue dans un musée par l'entreprise. L'ampleur du projet, son caractère inventif et son

⁷⁵ L'exposition comprend un total de 47 scènes (Scénario de *Mémoires*, MCQ, Services des expositions permanentes et internationales, 10 février 1988).

⁷⁶ Dans un témoignage de Laurent Marquart sur l'exposition *Mémoires* du MCQ envoyé par courriel le 8 août 2019.

succès inattendu auprès du public⁷⁷ contribuent d'ailleurs à la réputation du bureau dans ce secteur. En second lieu, *Mémoires* est à la fois une synthèse et un aboutissement des expériences antérieures de GSM Project dans la sphère des expositions, telles que l'approche théâtrale du centre d'interprétation de Compton et « l'expérience tridimensionnelle »⁷⁸ de l'Expo 67 de Montréal. Pour cette raison, nous pouvons dire que *Mémoires* représente la maturation de la pratique expositionnelle de la firme. En dernier lieu, *Mémoires* établit un précédent pour ses futures expositions, mettant en place des composantes récurrentes de son approche : le rôle secondaire des objets de collections, la mise en récit, l'importance de susciter des émotions chez le visiteur et de lui faire vivre des expériences, le développement d'une approche contemporaine des contenus historiques et des collections muséales, de même que la création d'environnements englobants ou immersifs.

Troisième cas : le spectacle multimédia de PAC

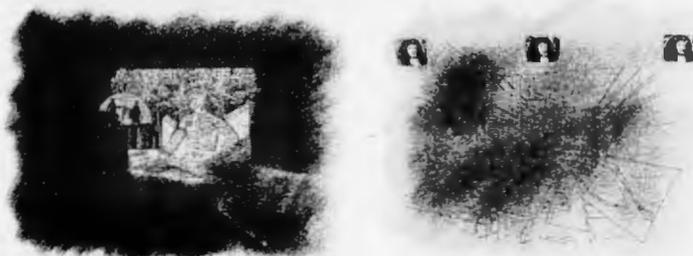
Dix ans après le lieu historique national Louis-S.-St-Laurent, GSM Project signe le premier spectacle multimédia de PAC à l'occasion de l'ouverture du Musée en 1992 (voir Annexe D, p. 120)⁷⁹. D'après une approche de projet clé en main, la firme est responsable de la planification, de l'exécution et de la coordination (échéanciers, budgets, etc.) du spectacle. Entre autres, son mandat comprend la définition de l'approche conceptuelle, l'élaboration du contenu, la rédaction du synopsis et du scénario, l'aménagement de la salle, la production des décors, la réalisation du matériel sonore et audiovisuel, ainsi que la gestion des effets d'éclairage (SIMPA, 1990 ; GSM Design, 1991a)⁸⁰.

⁷⁷ Le succès de *Mémoires* auprès du public est effectivement exemplaire. En seulement une année, le chiffre de fréquentation a atteint plus de 760 000 visiteurs (Bergeron, 2009, p. 7).

⁷⁸ Nous référons ici à l'expression de Laurent Marquart pour désigner l'idée d'un investissement total de l'espace d'exposition (dans un courriel en date du 8 août 2019).

⁷⁹ PAC est inauguré à l'occasion du 350^e anniversaire de Montréal. Dirigé par Francine Lelièvre, le nouveau musée défend des principes d'accessibilité et de démocratisation, préconisant une approche communicationnelle orientée sur le public et l'expérience de visite (Chassé et Lapierre, 2004, p. 14 ; Boudreau, 1992, p. 28).

⁸⁰ Pour le spectacle multimédia de PAC, GSM Project est sélectionné à la suite d'un appel d'offres diffusé par la Société immobilière du patrimoine architectural en 1990. Cependant, sa contribution ne se limite pas uniquement



Figures 2.9 et 2.10 Illustrations tirées du scénario préliminaire du spectacle multimédia de PAC.
Rapport d'étape : Design conceptuel préliminaire et programme des services, GSM Design, 1991 (p. 39 et 41).
 Médiathèque de Pointe-à-Callière, Montréal, Québec.

D'une durée de 16 minutes, le spectacle retrace les grandes lignes de l'évolution historique des échanges commerciaux à Montréal, de la fondation de la métropole en 1642 à l'époque contemporaine. La salle qui l'accueille est aménagée de sorte à créer un effet de verticalité, lequel est renforcé par la présence d'un balcon suspendu de deux étages où sont mis à la disposition des visiteurs des sièges avec casques d'écoute individuels. Le balcon surplombe un parterre constitué de vestiges archéologiques, éléments de décor *in situ* et authentiques. Des effets d'éclairage viennent donner le ton à l'expérience proposée aux spectateurs, en plus de la trame sonore et musicale.

Le spectacle multimédia de PAC reprend plusieurs caractéristiques des expositions antérieures de GSM Project. Entre autres, l'influence du milieu théâtral se fait sentir avec cet espace conçu à l'image d'une salle de spectacle, de même que par la dimension narrative du récit ou de l'histoire racontée⁸¹. L'expérience est mise de l'avant avec l'aspect englobant et immersif de ce spectacle. Comme l'écrit Montpetit : « l'exposition-expérience va au-delà du "montrer" et de l'observation, pour placer le visiteur au "centre même de l'action". Elle le plonge, pour ainsi dire, dans la

au spectacle. La firme est effectivement responsable de l'aménagement et du design des bureaux administratifs, du restaurant l'Arrivage et des aires communes de l'Éperon comme le hall d'entrée et l'accueil (SIMPA, 1990 ; GSM Design, 1991a). Plus important encore, elle contribue à définir les nouvelles orientations du Musée en participant aux deux études de faisabilité commandées par la SIMPA, respectivement en 1987 et en 1989.

⁸¹ Dans un rapport d'étape, GSM Project compare d'ailleurs le spectacle à « un film ou une pièce de théâtre de fiction » (GSM Design, 1991a, p. 11).

représentation et lui fait éprouver la thématique, comme par “immersion” » (Montpetit, 1995, p. 13). De plus, nous retrouvons cette même volonté de susciter des émotions chez le visiteur par l’usage de procédés comme l’humour, la personnification de figures historiques ou encore, par l’incorporation de ce que l’entreprise nomme des « surprises sensorielles » ou « visuelles » (GSM Design, 1991a, p. 9-16). Comme pour *Mémoires*, le spectacle aborde l’histoire sous un angle contemporain, cherchant à trouver écho dans la réalité actuelle du visiteur : « Il s’agissait en d’autres mots de réinventer l’histoire, de la dépoussiérer, de la rendre vivante et actuelle » (GSM Design, 1991a, p. 12). Évitant une représentation figée et passéiste de l’histoire, la firme cherche plutôt à souligner l’évolution, les transformations et la mouvance du temps. La contemporanéité est d’ailleurs d’emblée annoncée par l’utilisation de technologies multimédias⁸², laquelle trahit une volonté évidente d’ancrer l’histoire dans le présent par la modernisation des techniques. Plusieurs moyens visuels sont également investis (gravures d’époque, illustrations, photographies, films d’archives, etc.), créant un pont continu entre une iconographie historique et contemporaine, suggérant un jeu entre le passé et le présent.

Ce projet marque un autre moment important dans l’histoire de GSM Project, puisqu’il s’agit du premier spectacle multimédia spécifiquement conçu à l’attention d’un musée. Il faut d’ailleurs relever le caractère novateur d’un tel produit pour le contexte de l’époque. En effet, si l’usage des nouvelles technologies se popularise au sein des institutions muséales dans les années 1990 (Côté, 1992, p. 18), la forme du *spectacle multimédia* n’est cependant pas encore répandue. Selon Francine Lelièvre⁸³, il s’agirait même du deuxième spectacle de cet ordre jamais conçu au Québec, référant au premier comme étant le site historique de Compton (Chassé et Lapierre, 2004, p. 15). Son témoignage laisse ainsi présager le caractère singulier de la proposition, tout

⁸² Le spectacle comprend notamment des moniteurs de télévision, des haut-parleurs, des personnages animés en trois dimensions (*Talking head*), des écrans et des projections de diapositives (GSM Project, 1991a, p. 14).

⁸³ Francine Lelièvre est la fondatrice et directrice générale de Pointe-à-Callière depuis son ouverture en 1992.

spécialement au sein d'un musée d'archéologie et d'histoire : « J'ai réalisé qu'il me fallait bien expliquer ce que j'entendais par "produit multimédia", et que je devais souligner clairement l'impact qu'aurait cet équipement sur la fréquentation » (Chassé et Lapierre, 2004, p. 10). Il semblerait effectivement qu'« en 1989, ce terme paraît étrange, voire menaçant » (Chassé et Lapierre, 2004, p. 10). Finalement, à l'image de l'exposition *Mémoires* du MCQ, le spectacle rencontre un grand succès auprès du public⁸⁴ et contribue de ce fait à la réputation et à la notoriété de GSM Project dans ce secteur. Présenté entre les années 1992 et 2000, il deviendra l'image de l'institution, alors qu'une deuxième version est produite en 2000, puis une troisième en 2010⁸⁵.

2.6 Les années 2000-2010 : spécialisation et internationalisation

2.6.1 Restructuration et maturation du concept de projet clé en main

*Donc, cette espèce de bête en perpétuelle métamorphose, c'est GSM.*⁸⁶

C'est à partir des années 2000 que s'effectue le processus de spécialisation de GSM Project dans le secteur des expositions. En effet, la firme délaisse les branches de la communication visuelle, de l'aménagement et du design d'intérieur pour ne conserver que celle du design d'exposition⁸⁷. La transition s'effectue plus précisément en 2002, au moment où Laurent Marquart quitte l'organisation et où Yves Mayrand devient le président de la compagnie (Mayrand, 2017, s. p.). Lors d'un entretien pour le journal *La Presse*, celui-ci explique que le choix de se spécialiser dans une seule sphère du

⁸⁴ Le chiffre de fréquentation du premier spectacle multimédia de PAC s'élève à environ 2 millions de visiteurs, avec un taux de satisfaction de 96 % (PAC, 2001, p. 6).

⁸⁵ La deuxième itération du spectacle multimédia de PAC, *Si Montréal m'était conté...* (2000-2010), est produite par Moment Factory. La troisième, *Signé Montréal* (2010-), est le fruit d'une collaboration entre GSM Project, Moment Factory et Sid Lee.

⁸⁶ Citation de Laurent Marquart (Entretien, 10 mai 2019).

⁸⁷ Le design d'intérieur fait l'objet d'une seconde division de l'entreprise, *GSM Design Intérieurs*, présidée par Kathleen Lanni (Gouvernement du Québec, 2017).

design relève de ses intérêts personnels, tout en précisant que ce secteur était le plus rentable des trois (Mayrand, 2017, s. p.). Le développement de ce champ d'expertise est donc une initiative directe d'Yves Mayrand, sans qui une telle étape n'aurait peut-être pas été franchie. En 2004, la firme change d'ailleurs de nom pour *GSM Design Expositions* (Gouvernement du Québec, 2017), marquant du même coup le récent changement d'orientation.

Ce processus de spécialisation dans le secteur des expositions s'accompagne bien évidemment d'un remodelage de la compagnie, laquelle est amenée à repenser sa structure, ses méthodes et ses services. Entre autres, c'est tout le concept de *projet clé en main* qui se développe et s'affine dans ces années, toujours sous l'initiative d'Yves Mayrand. Si cette façon de faire existait déjà au sein du bureau⁸⁸, elle évoluera ici de manière plus complète et spécifique aux musées. Pour citer Laurent Marquart :

[...] le saut qu'Yves a fait, c'est de rendre tout ce qui touchait le domaine muséal, de le rendre plus vaste. C'est-à-dire que les contenus commençaient à être développés encore plus et totalement par l'équipe. Déjà, avant, on avait ça. Mais lui, il a poussé ça encore plus loin. (L. Marquart, entretien, 10 mai 2019)

Aujourd'hui, nous pouvons constater l'étendue des services de GSM Project, qui incluent notamment : la recherche, la définition du message ou de l'approche conceptuelle, le choix des thématiques et leur répartition dans l'espace, le scénario de visite, la scénographie d'ensemble, la rédaction des textes, la sélection des artefacts, le design et les illustrations, le montage et la production des composantes de l'exposition, la gestion des opérations, la planification stratégique et la gestion de projet (GSM

⁸⁸ Entre autres, la découverte d'un article publié dans la revue *Canadian Interiors* nous démontre que déjà en 1972, GSM Project assurait une présence tout au long du processus de production : "They [GSM Project] have to demonstrate their ability to control and organize large projects and to contribute to all aspects of a job, including the early planning stages, and to avoid being called in at the last minute simply to style or decorate". La citation est tirée de l'article « Jacques Guillon Designers Inc. », écrit par Lydia Ferrabee Sharman (en provenance des archives de GSM Project ; notice incomplète).

Project, 2016d). Pour répondre à une offre aussi variée, le bureau est composé d'une équipe multidisciplinaire qui inclut des architectes, designers (industriels, graphiques, interactifs, d'intérieur), illustrateurs, muséologues, rédacteurs, stratèges, chargés de projet et producteurs (GSM Project, 2016e). Par ailleurs, nos recherches nous ont amenée à croire que GSM Project pourrait être la seule firme québécoise d'une telle ampleur à se spécialiser uniquement dans la conception d'expositions et, conséquemment, à avoir développé un si haut degré d'expertise dans le domaine.

2.6.2 Nouveaux défis et enjeux liés à l'expansion à l'international

Une deuxième modification majeure vécue par GSM Project à partir des années 2000 concerne le passage des activités de la firme du Canada à l'étranger. En effet, nous avons vu que le Québec offre un terreau fertile aux concepteurs d'expositions dans les années 1980 et 1990, alors que la demande dans ce secteur augmente massivement. Cette réalité est notamment la résultante d'une vague d'initiatives gouvernementales entreprises dans les secteurs muséal et patrimonial. Pourtant, on constate que dès les années 2000, c'est près de l'entièreté des projets contractés par la firme qui proviennent de l'extérieur du Canada (Cloutier, 2005, p. 5)⁸⁹. Ce glissement opéré de la scène locale à la scène internationale s'inscrit en réaction aux coupures budgétaires du gouvernement Harper, occasionnant l'appauvrissement du milieu culturel canadien (Mayrand, 2017, s. p.). L'offre muséale canadienne étant désormais insuffisante, il devient alors primordial pour GSM Project d'élargir sa clientèle. Naturellement, l'acquisition de contrats à l'extérieur du pays nécessite un effort de réseautage. Ce dernier s'avère un succès puisqu'à ce jour, la firme a produit des expositions dans plus d'une centaine de villes dans le monde.

⁸⁹ En 2003, par exemple, le chiffre d'affaires de GSM Project à l'extérieur du Canada s'élève à 98 % (Cloutier, 2005, p. 5).

Une autre stratégie développée par GSM Project face à cette conjoncture particulière du Canada dans les années 2000 consiste à conquérir de nouveaux marchés par l'implantation d'un bureau à Singapour en 2003, puis d'un autre à Dubaï (Émirats arabes unis) en 2016. Cette stratégie est mise en place par Yves Mayrand, qui anticipe la nécessité d'un développement à l'international. Ajoutons que ces deux pays émergents, dont le récent développement économique a contribué au fleurissement de l'infrastructure culturelle, représentent une opportunité d'affaires intéressante pour le bureau.

En Asie et au Moyen-Orient, GSM Project fait alors face à de nouveaux défis. Entre autres, l'entreprise est amenée à modifier et adapter ses méthodes de travail aux habitudes culturelles du pays, tout spécialement en ce qui concerne les étapes de production d'un projet. Celles-ci doivent effectivement être délaissées au profit d'un processus plus souple et malléable, assujéti au changement. La question de la compréhension de l'histoire sociale et culturelle d'un peuple se pose également. En effet, comment composer avec une culture qui n'est pas la nôtre, et comment en témoigner au sein d'une exposition ? Ajoutons le défi engendré, dans certains cas, par l'absence de collection. En effet, plusieurs institutions avec lesquelles collabore GSM Project possèdent peu (ou pas) d'objets. C'est notamment le cas de la *History Gallery* du Musée national de Singapour (2006), pour laquelle le bureau devait produire une exposition historique de 6 990 m² avec un nombre particulièrement limité d'objets. Pour compenser l'absence de témoins matériels, la firme conçoit un parcours immersif et narratif où le visiteur est amené à découvrir l'histoire singapourienne à travers une pluralité de regards, allant de l'individuel au collectif et passant par des médias comme la photographie, la vidéo et la peinture (GSM Project, 2016g). Ajoutons que la culture émirienne, historiquement influencée par un mode de vie nomade, est surtout orale ; ce qui engendre le défi de son exposition.

Que ce soit pour compenser l'absence de collection ou pour traiter de l'oralité, GSM Project développe des stratégies de mise en exposition telles que l'usage des médias traditionnels ou interactifs (et tout spécialement de l'audio et de la vidéo), ainsi que la narration et le récit⁹⁰. De plus, les expositions que l'entreprise conçoit à Singapour et à Dubaï engagent une multitude de points de vue et proposent souvent un jeu entre l'individuel et le collectif, de même qu'entre le passé et le présent. Nous pouvons constater le fil conducteur qui unit ces projets à l'Expo 67 de Montréal, au centre d'interprétation de Compton, à l'exposition *Mémoires* du MCQ ou au spectacle multimédia de PAC. En effet, l'objet n'a jamais été au cœur des préoccupations de GSM Project ; ceux-ci ont toujours été des moyens plutôt qu'une fin en soi. Une telle philosophie a évidemment facilité le travail de l'entreprise à Singapour et à Dubaï.

Encore aujourd'hui, les clients de GSM Project proviennent majoritairement de l'étranger. Toutefois, nous pouvons observer depuis 2016 un retour de la demande au pays⁹¹. Selon Yves Mayrand, celui-ci serait attribuable au 150e anniversaire de la Confédération canadienne, célébré en 2017 (Mayrand, 2017, s. p.). Ici, nous sommes à même de constater la dépendance des firmes de design d'exposition aux grands événements qui ponctuent la vie culturelle, économique et politique d'un pays.

⁹⁰ Ces informations proviennent d'une courte conversation téléphonique effectuée le 3 mars 2020 auprès de la directrice de création chez GSM Project, Mme Geneviève Angio-Morneau.

⁹¹ En 2016, 40 % des contrats de GSM Project proviennent du Canada (Mayrand, 2017, s. p.).

CONCLUSION

Par le biais d'une première étude historique de la pratique expositionnelle de GSM Project, cette recherche visait à obtenir une meilleure compréhension du bureau comme acteur majeur du design d'exposition au Québec. Effectuée en étape préliminaire, notre collecte de données orales et écrites nous a permis d'identifier et de documenter cinq expositions significatives dans l'histoire de l'entreprise. Celles-ci nous ont servi de point de départ dans l'élaboration de l'historique, que nous avons segmenté en quatre grandes périodes. Réalisé d'après notre interprétation des données collectées, ce découpage temporel par décennie (1960 ; 1970 ; 1980-1990 ; 2000-2010) nous a permis d'illustrer les principales phases de l'évolution de la pratique expositionnelle de la firme.

Ainsi, nous avons vu qu'au moment de sa fondation en 1958, le design d'exposition est inexistant des services de GSM Project. À l'origine, la pratique du bureau est effectivement orientée autour du design industriel, de l'aménagement et du design d'intérieur. Cette entrée en matière nous a permis d'introduire l'émergence de ce secteur dans les années 1960, sous l'impulsion de l'Expo 67 de Montréal. Un regard sur le pavillon *L'Homme et la vie* conçu par GSM Project a d'ailleurs démontré que le visiteur occupait dès les débuts un rôle central dans l'approche expositionnelle de l'agence. Nous avons ensuite vu qu'en réaction au climat socioéconomique fragile des années 1970, la firme connaît un ralentissement de ses activités et évite de justesse la faillite. En plus d'être peu nombreuses, les expositions que GSM Project conçoit dans ces années sont limitées sur le plan créatif, ce dont témoigne la participation du bureau au nouveau pavillon du MBAM en 1976. C'est seulement à partir des années 1980 et 1990 que ce secteur prend réellement son envol, tandis que la firme bénéficie de

l'effervescence et du bouillonnement du milieu muséal québécois. C'est d'ailleurs à cette époque que nous voyons se former son style et son approche expositionnelle autour de notions telles que la mise en récit, l'expérience, l'émotion et l'immersion. C'est aussi dans ces années que la pratique de GSM Project prend un tournant réellement novateur, en réaction à une plus grande ouverture de la part des musées. La réputation du bureau grandit alors que celui-ci signe des projets importants de son histoire, qui se démarquent par leur originalité et leur inventivité. Pour illustrer ce propos, nous avons donné les exemples du spectacle multimédia du lieu historique national Louis-S.-St-Laurent (1982), de l'exposition inaugurale *Mémoires* du MCQ (1988) et du spectacle multimédia de PAC (1992). Enfin, nous avons constaté que c'est à partir des années 2000 que GSM Project délaisse ses autres secteurs d'activités pour se spécialiser dans la conception d'expositions, en plus de connaître un développement à l'international. L'ouverture d'un bureau à Singapour et d'un autre à Dubaï engendre dès lors de nouveaux défis pour l'entreprise, tant en ce qui concerne ses méthodes de travail que son approche des expositions.

Bien entendu, le développement de ce secteur d'activités est indissociable du rôle de certains acteurs au sein de GSM Project. En effet, si le service émerge au départ sur l'initiative de Jacques Guillon, lequel comprend l'importance de développer un savoir-faire local dans la production d'Expositions universelles, c'est ensuite sous l'influence de Laurent Marquart qu'évolue la pratique. Recruté pour son expérience dans le domaine des expositions, le designer graphique d'origine suisse amène une expertise nouvelle au sein du bureau. Ses expériences professionnelles dans la sphère de la communication visuelle, de même que son intérêt pour la discipline du théâtre, teintent l'approche expositionnelle développée par GSM Project. La participation de Laurent Marquart à des projets comme le lieu historique national de Compton, l'exposition *Mémoires* du MCQ et le spectacle multimédia de PAC contribue également au succès et à la réputation de la firme. C'est finalement sous la présidence d'Yves Mayrand que l'entreprise se développe telle qu'on la connaît aujourd'hui.

À partir de cette étude historique, nous sommes à même de définir les principaux axes caractéristiques de la pratique de GSM Project. Pour commencer, nous observons que le visiteur occupe une position centrale, l'objet étant relégué à un rôle accessoire. En effet, son importance tient plutôt de son insertion au sein d'un récit, ou encore de la trame narrative de l'exposition. C'est donc comme véhicule ou comme vecteur de transmission que l'objet est utilisé, jamais comme une finalité – à l'exception, bien entendu, des projets conçus par GSM Project dans les années 1970. Cette réalité s'applique également aux moyens technologiques et multimédias. Ceux-ci sont effectivement récurrents dans les expositions du bureau, mais leur usage est complémentaire au contenu à transmettre. De plus, nous pouvons constater l'importance d'adresser des réalités contemporaines auxquelles le visiteur peut s'identifier. À notre avis, ce processus d'identification s'insère parmi les stratégies visant à susciter des émotions chez le visiteur. Enfin, l'approche de GSM Project se caractérise par la volonté de faire vivre une expérience, souvent par l'immersion.

Certains sujets ont dû être écartés pour les besoins de cette étude. Entre autres, nous avons des raisons de croire que Jacques Guillon aurait joué un rôle non négligeable dans le développement du design d'exposition au Québec. En effet, le designer est celui qui a convaincu le directeur des Installations, le colonel Edward Churchill, de confier des contrats à des firmes canadiennes. Il aurait ainsi concrètement contribué à la naissance d'un savoir-faire local dans ce secteur. Dans son témoignage, Laurent Marquart confie d'ailleurs que « si on veut parler du design d'expositions de musées à l'heure actuelle [...] c'est en grande partie grâce à Jacques Guillon que ça a existé au Québec » (Entretien, 10 mai 2019). Son apport demeure néanmoins méconnu, n'ayant pas lui-même développé une pratique dans ce secteur. Pour cette raison, nous pensons qu'il serait tout à fait pertinent de questionner l'influence du fondateur de *Jacques S. Guillon & Associés* dans l'émergence du design d'exposition au Québec. La contribution de Laurent Marquart à la pratique, à peine effleurée dans cette étude, mériterait également de faire l'objet de travaux subséquents.

Plus largement, cette recherche nous a amenée à constater l'absence de connaissances sur l'histoire et la pratique du design d'exposition au Québec. Ce vide est d'autant plus marqué lorsqu'on établit un parallèle avec la littérature internationale sur le sujet, riche et détaillée. Force est d'admettre qu'un retard a été cumulé dans cette sphère bien précise de la muséologie, une impression confirmée par Christelle Charlebois qui écrit dans sa thèse de doctorat qu'au Québec, « le design d'exposition en tant que sujet d'étude est un sujet peu documenté comparativement à d'autres aspects muséologiques » (Charlebois, 2010, p. 12). Cet état lacunaire de la documentation s'applique aussi aux pionniers de la pratique, dont nous ignorons tout à ce jour. En effet, qui sont-ils ? Qu'est-ce qui définit leur pratique ? Comment se sont-ils développés et que sont-ils devenus aujourd'hui ? Pourtant, nous avons vu en introduction que le Québec se démarque pour son talent dans le domaine, concurrençant même plusieurs firmes internationales. Nous avons également démontré le rôle des designers dans le succès d'expositions qui façonnent le paysage muséologique québécois, comme Expo 67 et *Mémoires*. Convaincue de la pertinence de valoriser le design d'exposition comme expertise québécoise et comme valeur identitaire non négligeable, nous pensons que cette étude de cas sur GSM Project pourrait servir de jalon ou de repère pour de futurs travaux visant à mieux connaître et comprendre les acteurs de la pratique au Québec.

ANNEXE A SCHÉMA D'ENTRETIEN

Ouverture

1. Pourriez-vous me parler de votre parcours académique et professionnel avant votre arrivée chez GSM Project ?
2. Pourriez-vous m'énumérer les principales fonctions que vous avez occupées au sein de l'entreprise ?

Expo 67

Dans un entretien avec Frédéric Metz, Jacques Guillon explique que vous vous êtes joint à l'équipe de GSM Project dans le contexte des préparatifs de l'Expo 67, afin de pallier le manque d'expérience du Canada dans le domaine des expositions internationales.

3. Pourriez-vous m'expliquer comment et à quel moment, dans votre carrière, vous avez été initié au design d'exposition ?
 - Dans l'ouvrage *Mémoire de Mémoires. Étude de l'exposition inaugurale du Musée de la civilisation*, vous dites avoir fait « la découverte de la communication en trois dimensions »⁹² lors de l'Expo 64 de Lausanne. Qu'entendez-vous par là exactement ?
4. Pourriez-vous me parler plus en détail du contexte de votre arrivée chez GSM Project, ainsi que de votre expérience de l'Expo 67 ?
5. Dans un entretien avec Jérôme Delgado, vous faites référence à l'Expo 67 comme d'une expérience déterminante dans l'ensemble de votre carrière, ainsi que dans l'histoire de GSM Project. Pourriez-vous m'expliquer pourquoi ?
6. Toujours dans le même entretien, vous affirmez que « sans l'Expo 67, le design de musée ne serait pas ce qu'il est »⁹³. Qu'entendez-vous par là ? Comment percevez-vous le rôle de l'Expo 67 dans le développement de la muséologie et du design d'exposition ?

⁹² Marquart, L. (2009). *Mémoire de Mémoires. Promenade dans la mémoire inédite de Mémoires*. Dans Y. Bergeron et P. Dubé (dir.), *Mémoire de Mémoires. Étude de l'exposition inaugurale du Musée de la civilisation* (p. 69-75). Québec : Les Presses de l'Université Laval.

⁹³ Delgado, J. (2018). Sans l'Expo 67, le design de musée ne serait pas ce qu'il est. Dans *Bonnes pratiques muséales. Mise en exposition : Conception et design* (p. 11-14). Québec : Société des musées du Québec.

Présentation de GSM Project

7. Avec Jacques Guillon et Morley Smith, vous faites partie des trois membres fondateurs de GSM Project. Pourriez-vous me résumer vos contributions respectives, ainsi que le champ d'expertise / domaine de compétence de chacun ?
8. Au moment de sa création en 1958, GSM Project est l'un des premiers bureaux de design multidisciplinaire du Canada. Pourriez-vous me parler des principaux secteurs ou services de l'entreprise (design industriel, design d'intérieur, design graphique et design d'exposition) ?
 - Quels étaient-ils ? Comment interagissaient-ils entre eux ? Comment ont-ils évolué ?

Origine et évolution de la pratique

9. Pourriez-vous me parler de l'origine et de l'évolution de la pratique du design d'exposition au sein de l'entreprise ?
 - Quand et comment la pratique a-t-elle émergé ?
 - Quels sont les facteurs qui ont contribué à son émergence ?
 - Qui ont été vos premiers clients, et quels ont été vos premiers projets d'exposition ?
 - Comment et à quel moment l'entreprise en est-elle venue à développer une expertise dans la conception et la production d'expositions muséales ?
10. Pourriez-vous me décrire le contexte dans lequel a émergé la pratique, notamment en ce qui concerne la pratique du design d'exposition au Québec, ainsi que la muséologie québécoise ?
 - Quelle était la situation du design d'exposition au sein des institutions muséales ?
 - Quelles autres firmes (ou designers indépendants) offraient des services similaires ?
 - Quel(s) type(s) d'institutions recouraient généralement à ces services ?

Projets phares

11. Vous faites régulièrement référence aux projets suivants (voir ici-bas) comme étant marquants dans l'histoire de GSM Project. Pourquoi ? Comment percevez-vous le rôle ou l'impact de chacun d'entre eux dans la pratique de l'entreprise ?
 - Lieu historique national Louis-S.-St-Laurent (Compton, 1982)
 - Exposition permanente *Mémoires* du Musée de la civilisation (Québec, 1988)
 - Spectacle multimédia de Pointe-à-Callière (Montréal, 1992)
12. Y a-t-il eu d'autres projets d'exposition qui, selon vous, ont été marquants dans l'histoire de l'entreprise ? Si oui, lesquels et pourquoi ?

La pratique du design d'exposition

13. Dans vos différents témoignages, vous parlez de *scénarisation*, de *scénographie*, de *muséographie* et de *design d'exposition*. Quelle distinction faites-vous entre ces termes ?
14. Vous vous décrivez souvent comme étant un *scénariste*. Pourquoi ?
15. Durant les années où vous avez travaillé pour GSM Project :
 - En quoi consistait le rôle du designer d'exposition ?
Principales tâches, statut, limites...
 - En quoi consistait la pratique du design d'exposition ?
Philosophie et méthodes de travail, services offerts, clients types, défis rencontrés...
 - Quelles étaient les principales caractéristiques des expositions produites par l'entreprise ?
Style, approche, influences, tendances...

Clôture : Regard actuel sur la pratique du design d'exposition au Québec

16. Avec le recul que vous avez aujourd'hui :
 - Comment définiriez-vous la pratique du design d'exposition au Québec ? Diriez-vous que cette pratique possède une identité qui lui est propre et si oui, en quoi ?
 - Comment définiriez-vous l'impact de cette pratique au sein des institutions muséales ?
 - Comment entrevoyez-vous l'avenir de la discipline au Québec ?
17. Y a-t-il un sujet que vous souhaiteriez aborder pour conclure cet entretien ?

ANNEXE B ENTRETIEN AVEC LAURENT MARQUART

Informateur : Laurent Marquart (LM)
 Chercheuse : Sarah Cousineau (SC)
 Date : 10 mai 2019
 Lieu : Résidence privée de l'informateur
 Durée : 2h44min53s

Certains passages jugés hors sujet, de nature sensible ou pouvant porter atteinte à l'anonymat de personnes, ont fait l'objet de coupures. Celles-ci sont représentées par ce symbole : [...]

[00 : 02 : 42] Arrivée au Québec et contexte de l'époque

LM : Bon, alors, ce que je disais, c'est qu'il faut vraiment voir le sujet que vous abordez à différents niveaux. Donc, au Québec, dans les années 60-70-80, et peut-être même un petit peu avant, hum... le fait qu'il y ait eu la Révolution tranquille dans le contexte québécois, qui n'était pas le contexte de... je sais pas, hum... de la Belgique, de la Suisse, des États-Unis ou du reste du Canada, donc, dans ce contexte-là, tout à coup il se passe quelque chose sur le plan politique, sur le plan social, sur le plan religieux, sur le plan des idées, sur le plan de l'émancipation des personnes, hommes ou femmes. Vraiment, c'est une explosion, hum... un printemps, un printemps québécois, si vous voulez. Et, ça, c'est quelque chose d'absolument extraordinaire, qui ne se fait que très rarement dans l'histoire d'un peuple, dans l'histoire d'une nation, d'un État, peu importe. Donc le Québec a eu l'occasion de faire un pas immense dans le domaine de la création, précisément à cause du contexte qu'il y avait. S'il n'y avait pas eu l'Expo 67, s'il n'y avait pas eu, hum... et je dirais même les Jeux olympiques, à certains égards... s'il n'y avait pas eu cette quête de création et, en même temps, cette recherche de valorisation et de renaissance du fait francophone sous une forme différente... parce que dans l'Église, le fait francophone était très présent, c'était ce que... dans le fond, c'était le... le terrain de jeux des Québécois. Avec quelques notaires, hum... avocats, *et cetera*, ou des hommes d'affaires, mais disons l'Église, c'était le terrain de jeux des Québécois, entre guillemets naturellement. Et puis les affaires, les « vraies affaires », hein, comme certaines personnes l'ont dit, c'était naturellement... c'était concentré dans le Golden Square Miles. Et dans ce mille carré, il y avait, hum... 98 %, 97 % de la richesse du Canada d'alors qui était contrôlée par les gens qui vivaient là, qui étaient là.

SC : Mais le milieu anglophone, aussi, beaucoup...

LM : Ça, c'était le milieu anglophone uniquement, principalement. C'était une puissance économique, une puissance culturelle, c'était un rayonnement mondial, c'était une présence au sein du Commonwealth, *et cetera*. Donc, ça, c'est... c'est le contexte dans lequel se fait cette Révolution tranquille, et en même temps, cette révolution, hum... culturelle. Enfin, en même temps, disons une des dimensions de la Révolution tranquille, c'est la révolution culturelle. Et, arrivant de Suisse après avoir travaillé deux ans en Italie, pas tout à fait deux ans à Londres, une année en Haïti et aussi deux ans en Suisse pour l'Expo 64, donc j'arrive dans un... dans un pays, entre guillemets. Pour moi, c'était le Canada, avec les totems de l'Ouest et les grands champs de blé, et puis peut-être Félix Leclerc un petit peu. Donc j'arrive ici, et avec le bagage que j'ai, je me dis : « Ils sont fous ces gens ». On parle de nationalisme, alors que, venant d'Europe, toute la notion de nationalisme est liée à Hitler et à Mussolini. Donc, ma première réaction, c'est de trouver qu'il y a quelque chose d'absolument aberrant, et que ce nationalisme allait à l'encontre de mes convictions personnelles, c'est-à-dire... mes convictions personnelles d'être un citoyen du monde. Et là, tout à coup, il y a des gens qui prônent une identité québécoise et une culture. Donc pour moi, ça n'a pas d'allure tout ça. Sauf que, comme j'étais là pour une année et demie, un peu plus disons, une année et trois quarts, avec Anne-Marie que vous avez rencontrée, on a dit : « On ne retourne pas en Europe, on va vivre ici, découvrir le pays, découvrir la ville, découvrir l'Amérique du Nord ». Parce que c'était ça, on était en Amérique du Nord avant d'être au Québec, hein ! C'est quand même intéressant de voir ça avec du recul... et, tout à coup, grâce à des amis à nous, les seules personnes qu'on connaissait ici à Montréal, hum... enfin, qu'on connaissait... [rire] les seules personnes qui nous ont été présentées au début, à part les gens avec qui je travaillais, nous mettent en contact avec un groupe de Québécois qui réfléchissent à tout ce qui se passe. Donc, mon histoire personnelle est intimement liée à la Révolution tranquille, parce que je me trouvais avec des gens qui parlaient du Rapport Parent... puis aujourd'hui, dans les journaux, si vous lisez ce qui se passe, vous verrez que ce qui touche la laïcité, il y a des références qui sont faites au Rapport Parent. Et, de fil en aiguille, on s'est aperçu que les milieux d'immigrants avaient une richesse extraordinaire, parce que, parce qu'on est [rire] on est dépaysé, on est dépossédé de nos relations habituelles, on se recrée de nouvelles relations, la famille devient nos amis, et ce qui se passe, c'est que justement, étant donné qu'être immigrant renforce des liens qui sont justement ceux qu'on peut créer facilement avec des gens qui sont comme nous, isolés et perdus dans un nouveau monde, hum... on cultive une forme de ghetto. Et parce qu'on a eu la chance d'être mis en contact avec des Québécois et de travailler dans un bureau pluridisciplinaire... ou, disons, multiculturel, mais en même temps... il y avait beaucoup de Québécois dans ce bureau-là...

SC : ... mais quand vous êtes arrivé chez GSM Project, est-ce qu'il y avait d'autres personnes qui venaient d'ailleurs, comme vous ?

LM : Bien, c'est-à-dire qu'il y avait, hum... un des piliers du bureau, qui est devenu un des quatre associés, mais qui ne s'est pas développé comme un des quatre...

SC : ... Ah, Roger Labastrou ?

LM : Ouais. Et lui, il venait de Fribourg, en Suisse, donc, hum... c'était en Romandie. Et puis, hum... il y avait le vice-président d'alors, de GSM d'alors, Luc Pagnier qui était mon... qui était mon *boss*, avait lequel j'ai appris des tas de choses, qui était un Hollandais d'origine. Et puis Jacques Guillon, qui est quand même de père canadien et mère française, mais qui était déjà un, une... [rire] une mixture de plusieurs choses, mais qui n'était pas Canadien, parce que son père est, est... qui n'était pas Québécois, je veux dire, qui n'était pas né ici, Jacques Guillon. Donc, le... à ce moment-là, il y avait... est-ce qu'il y avait d'autres personnes... [réfléchit] oui, il y avait, je crois... il y avait une jeune femme, hum... [inaudible] qui était graphiste, qui était d'origine allemande je crois, donc il y avait quand même beaucoup de gens. Mais pour revenir à ce que je disais, j'ai deux membres, enfin, deux designers du groupe de GSM d'alors, Jacques Guillon Associés, qui m'ont amené faire un tour du Québec, enfin, disons... des, de la région du Richelieu, *et cetera*. Et, un samedi d'automne, en... 1965, ces personnes-là me mettent en contact avec l'architecture de la région. Et qu'est-ce qu'ils font ? Ils me parlent de Gilles Vigneault. Donc tout à coup, je suis connecté avec le Québec d'alors, sur le plan d'un groupe de discussion et d'échanges, *et cetera*. Et, dans le milieu du... du bureau, où je suis avec des Québécois, qui eux tout à coup trouvent que c'est essentiel de s'affirmer... et pourquoi le mot « Métro », hein ? Il y avait le symbole, et pourquoi le mot « Métro » en dessous ? Eh bien, ça je cite Jacques Roy, qui est devenu le... un des associés et fondateurs de Design + Communication, et c'était un des deux, l'autre c'était Michel Lambert qui travaille avec eux... avec Francine Lelièvre très, très régulièrement.

SC : Mais est-ce que Jacques Roy ne faisait pas partie de l'équipe de GSM ?

LM : Oui, oui, oui. Jacques, Jacques Roy était responsable du pavillon de, de... il n'était pas responsable, mais c'était l'un des designers qui jouait un grand rôle dans... pour le design du... des pavillons qu'on avait dans le bureau. Et puis Michel Lambert aussi, c'était ceux qui travaillent dans le fond, bien j'oubliais naturellement, ceux qui travaillaient directement, qui étaient les designers qui travaillaient pour Morley Smith, comme Michel Dallaire. Donc, à ce moment-là, Jacques Roy me dit : « On a voulu mettre le mot « Métro » pour que le métro de Montréal ne s'appelle pas « *The Tube* ». Parce que ça aurait très bien pu, à l'époque, le métro aurait très bien pu, s'il n'y avait pas eu le mot « Métro »

rattaché à ça, il aurait très bien pu se... comment dirais-je... se développer dans la... dans le langage courant de tout le monde, comme « *The Tube* ». Donc, si je vais dans des détails aussi précis, c'est pourquoi ? C'est pour montrer que les ramifications de cette révolution culturelle et de cette prise de conscience de l'identité québécoise était une... un moteur, et une... hum... une force d'inspiration pour les créateurs de l'époque. Alors naturellement, c'était vécu comme toujours au Québec, avec des gens qui étaient de médiane canadienne, d'autres qui étaient plus de médiane québécoise. Mais quand même, ce que j'ai vécu, moi, dans le milieu des affaires, et dans le milieu de la culture et de la création, c'est que, la... l'identité québécoise et la défense des intérêts économiques culturels du Québec se faisaient par beaucoup de personnes qui n'étaient pas des... des indépendantistes mordus. Donc, c'est, tout ça, c'est une espèce de terreau... c'est le niveau social, politique, et cetera. Et, en contrepoint de tout ça, je mets mon histoire personnelle. Alors on aboutira au design et à tout ce que vous voulez dans l'entre-deux après, je peux vous en raconter... mon parcours personnel, donc, alors citoyen du monde adolescent, j'arrive ici à [inaudible] pour découvrir que ce qui se passe ici, c'est extraordinaire. Donc, mon adhésion aux valeurs québécoises, parce que ce que je sais, ce que je découvre, c'est qu'on ne peut pas s'identifier à une culture universelle, si ce n'est que pour des valeurs, disons, hum... d'accord, on peut parler des valeurs d'amour, d'affection, hum, de soutien, de respect des autres, d'accord. Mais, sur le plan de... de l'accrochage d'une personne à une réalité, hum, proche, c'est au niveau de la commune, de la ville, de la province et cetera, et là je découvre que mon passé m'influence énormément, parce que venant de Suisse où la Confédération suisse était l'inverse de la Confédération canadienne, où le pouvoir premier c'était le pouvoir de la commune, donc de la municipalité [inaudible], et la commune a délégué des pouvoirs à la province, au Canton, et le Canton a délégué au Fédéral, donc c'est, c'est, c'est une... c'est un processus de création d'un État qui donne le résultat que la démocratie en Suisse est tout à fait particulière, alors c'est, c'est, c'est ces notions-là forcément qui m'habitent. Et dans le travail, c'est évident que je vais me retrouver dans des situations où je vais réagir avec cette toile de fond. Mais en même temps, pour moi, cette toile de fond, c'est une toile de fond de formation, de... d'assises, de racines. Mes nouvelles racines, je sens, et je sais, qu'elles se créent ici.

[00 : 19 : 18] Influences du milieu théâtral

LM : Deuxième chose sur le plan personnel, et là, je... je suis totalement, hum... disons, je pense que je suis totalement de la majorité des designers d'ici, dans le sens où, et ça je l'ai décrit pas mal à Bergeron entre autres, mais j'ai eu la chance de vivre des expériences de théâtre, de marionnettes et cetera, dans ma jeunesse et dans mon adolescence. Donc, j'étais marqué par... par la troisième dimension. La

dimension des émotions, la dimension du mouvement, la dimension du temps. Entre le début d'une pièce de théâtre et la fin, il y a un temps, il y a des éclairages, il y a des décors, il y a des acteurs, il y a des costumes, et tout ceci existe en fonction d'un contenu et d'une idée à transmettre. Enfin, d'une idée à transmettre, non, c'est ridicule ce que je dis [rire] en fonction d'un contenu, hum... qui peut être aussi bien philosophique, thématique, hum, très simplement personnel. Donc, ce milieu du théâtre m'a habité et c'est seulement beaucoup plus tard que j'ai réalisé combien j'avais été influencé par ça. Alors, mon cheminement ici, c'est sûr que le design pur et dur à la Michel Dallaire par exemple, moi je suis complètement dans un autre monde. Et je pense qu'il faut reconnaître que ce qui s'est passé ici s'est produit justement avec des, des... des acteurs qui sont totalement différents les uns des autres. [Pause] Et ce sont des acteurs, hum... qui... qui justement venaient de pays étrangers, oui, et d'autres qui étaient des... des gens, des... des créateurs d'ici qui se sont développés, qui étaient déjà très, très forts dans leur branche, ou... qui étaient, qui avaient le potentiel de le devenir.

[00 : 22 : 01] Pluridisciplinarité

LM : Mais je pense qu'en ayant campé le... l'aspect théâtre, je pense qu'il faut aussi dire que sur le plan personnel, je dise que je suis un généraliste. Je parlerai plus tard peut-être de... de ma dernière étiquette que j'ai réussi à me trouver, que je suis un scénariste, c'est peut-être le meilleur mot qui correspond à qui je suis [rire] ça on y reviendra plus tard [...] Mais cette dimension, hum, disons... du non-spécialiste que je suis, pour moi, ou de... de personnage qui... je me sentais aussi bien à l'aise dans le graphisme que dans la troisième dimension. Je me sentais à l'aise dans, dans... dans la création d'un scénario pour un spectacle multimédia. Je me sentais à l'aise, hum... je sais pas, moi, pour faire une vitrine et puis déplacer des objets *et cetera*, je peux faire ça. À Londres, j'étais l'illustrateur du bureau. Donc, c'était complètement différent de ce que je faisais à Londres, ou de ce que je faisais ici, de ce que je faisais en Haïti, *et cetera*. Bref, je... je suis vraiment pluridisciplinaire comme personne. Et pourquoi GSM m'a intéressé ? Bien, c'est que je tombe en 1965 à Montréal dans un bureau qui est précisément pluridisciplinaire, et ça, ça va... disons... à l'encontre de tout ce qui se fait dans le monde, où chacun essaie de se créer son, hum, son domaine de compétence, qui essaie de se créer sa petite montagne, son socle, sa spécificité. Tout à coup, le bureau, hum... engage et travaille dans des domaines... enfin, engage des gens qui viennent de milieux complètement différents sur le plan de la formation et qui, naturellement, pratiquent leur métier avec d'autres. Donc, ça veut dire que... et ça, ça me plaisait énormément. La chasse gardée qui est justement... ça on pourra en parler plus longtemps après si vous voulez, mais la chasse gardée des professions... puis à présent, au Québec, après cinquante, après

soixante ans d'évolution, hum, si vous faites une analyse des choses, vous allez voir qu'il y a les designers, les gens de contenu, les thématiques, les administrateurs de musées, et tous ces gens-là existent... les historiens, ils existent parce qu'ils ont fait leurs preuves. Ils ont bâti un savoir-faire et des compétences dans certains domaines, et finalement c'est ce qui fait leur force, et leur force de vente aussi, donc, hum... qui va être choisi pour faire ce travail ? Si j'ai une image ou une étiquette très forte, j'ai des chances d'être choisi. Si je suis n'importe qui, hum, qui butine de gauche à droite, j'existe pas. Donc, la pluridisciplinarité, c'est pas... c'est pas du tout, un... je dirais que c'est pas une chose courante. Et, venant d'Europe, vous pensez bien que... c'est encore, hum... encore plus marquant. Alors, dans ce, hum... dans ce... dans cette perspective [pointe un immeuble par la fenêtre] ici, là, dans la bâtisse, pas la première, la deuxième, il y a Jacques Guillon qui est là. Et je le vois de temps en temps [...]

[00 : 26 : 57] Jacques Guillon

LM : Jacques Guillon, je pense, n'a pas toujours été respecté des designers. Ça, c'est ma lecture des choses. Parce que, justement, c'était une personne qui était perçue comme un... un homme d'affaires [silence] comme un, hum, comme un entrepreneur. Et qui a fait, bon, quelques créations qu'il a pu signer, d'accord... mais qui, tout au long de sa vie, a travaillé avec des collaborateurs. Et ses idées... étaient des idées FONDAMENTALES [avec emphase], qui ont ensuite été poussées, développées par d'autres. Alors, si vous demandez, par exemple... si vous cherchez qui a fait le symbole du métro, bien si vous fouillez bien, vous allez voir que c'est Jacques Roy qui était le designer graphique qui a fait le symbole du métro. Mais qui est-ce qui a amené l'idée de la flèche dans le cercle ? Puis, dans la première signalétique de la flèche du métro, qui était utilisée comme... comme flèche de signalétique, c'était Jacques Guillon. Et, là, je pourrais vous en citer des quantités de choses comme ça, et je vais vous en citer, parce que par rapport... si on veut parler du design, de... d'expositions de musées à l'heure actuelle, c'est... je dirais qu'à la base, c'est en grande partie grâce à Jacques Guillon que ça a existé au Québec. Est-ce que vous savez pourquoi ?

[00 : 29 : 30] Formation académique

SC : Mais avant de vous entendre là-dessus, j'aimerais revenir sur une chose en particulier par rapport à votre parcours académique et professionnel avant GSM. Dans ma recherche, j'ai cru comprendre que lorsque vous êtes arrivé au bureau en 1965, vous veniez tout juste de participer à l'Expo 64 de Lausanne. Donc, j'aimerais comprendre comment vous en êtes arrivé à être designer d'exposition, alors que, d'après ce que je comprends, vous étiez formé en graphisme ? J'ai aussi cru comprendre que

vous aviez été engagé dans le contexte de l'Expo 67 parce que vous aviez justement cette expérience-là d'une Exposition universelle...

LM : ... moi, c'était l'Exposition nationale, en Suisse, juste pour dire, mais c'était la même chose.

SC : C'est ce qui m'amène à votre parcours...

LM : ... mais mon parcours, je vais vous donner la réponse toute bête, c'est que... parce que ça se passait comme ça, à l'époque, c'est que... je fais un préambule. J'étais dans une École de commerce d'abord, parce que je voulais gagner ma vie. Donc j'ai fait une année et demie après mon secondaire dans une École de commerce qui pouvait me conduire éventuellement à une maturité *et cetera*, voire une, un... vraiment un diplôme ou un bac en commerce, puis d'être dans le monde des affaires. Parce que je voulais gagner ma vie et que je ne voulais pas être un artiste, parce que c'est ce que j'aurais aimé faire. Donc, après une année et demie, je découvre que ce n'est pas ma voix, et, je sais pas si vous imaginez que je vais voir un des profs des Arts décoratifs de Genève, hum... je sais pas, moi, je crois que c'était, hum... oui, c'était un dimanche soir en revenant de... d'activités que j'avais faites le dimanche, et je vais trouver ce prof, et je lui dis : « Moi, hum... demain matin, je ne continue plus à l'École de commerce ». J'en parle à personne... je sais pas, hum... j'ai seize ans, quelque chose comme ça...

SC : ... vous n'en parlez pas à vos parents non plus ?

LM : Non, je ne dis rien à mes parents, et puis, je dis : « Je veux aller aux Arts déco, qu'est-ce qu'il faut que je fasse ? Je veux aller dans la classe préparatoire ». Parce que je savais qu'il y avait une classe préparatoire. Puis si j'arrive au milieu de la classe préparatoire, ça me permettrait de toucher aux trois dimensions, deux dimensions, sculptures, dessins, décorations, tout ça, bon. Alors, lui, il est un peu estomaqué, et... il me dit : « C'est... commencer par la classe, par cette... hum... cette étape préparatoire, c'est la meilleure chose que tu puisses faire, parce que tu vas pouvoir voir où tu te sens à l'aise ». Et, là, je me sens à l'aise avec le... avec le dessin, avec la création, hum... sous toutes ses formes, et la SCULPTURE [avec emphase]. Donc, la troisième dimension déjà à ce moment-là existe totalement. Ensuite, hum... le lendemain matin, je passe à la, à... à l'École de commerce, donc, c'est comme les hautes études commerciales ou une étape intermédiaire, et je leur dis que j'arrête mes cours ici, et je vais trouver le secrétariat du... des Arts décoratifs, et puis je leur dis : « Bien voilà, j'aimerais commencer, hum... j'ai arrêté l'École de... L'École de commerce, quand est-ce que je peux commencer ? Est-ce que je peux commencer demain ? Mardi ? Et puis... j'aimerais aller dans la classe préparatoire, monsieur XXXXX, mon cousin, m'a recommandé de faire ça ». Alors on regarde : « Oui, vous pouvez commencer demain ». Ce qui fait que le lendemain matin, le mardi matin, je me trouve

dans la classe préparatoire, et je me souviens toujours, je suis arrivé dans une [rire] dans [rire] une classe absolument fantastique où il y avait un prof de décoration entre guillemets, puis là pendant toute une matinée, je pouvais faire ce que je voulais. Dessiner des trucs, bien sur des thématiques qu'elle nous donnait, sur des triangles, des carrés, des n'importe quoi, ouais. C'était absolument génial. Puis l'après-midi, j'étais dans une classe de sculpture, puis le lendemain, j'étais dans une classe où on faisait du... bien, je vous montrerais les tableaux avec [inaudible] qui était mon prof d'alors. Les tableaux, les natures mortes que vous avez vues, là, alors bien, c'était mon prof. Et lui, il nous apprenait comment dessiner, comme faire des natures mortes, bon. Mais l'histoire... ça, c'est mon préambule. Mais le... le truc complètement fou [rire] c'est que le jour... le premier jour aux Arts décoratifs, il fallait que je choisisse si je voulais faire du dessin de mode, être ensemblier...

SC : ... être quoi ?

LM : Ensemblier, c'est... design d'intérieur. C'est le terme officiel qu'il y avait à l'époque. Design d'intérieur. Ça n'existait pas le design à l'époque, il faut bien se souvenir, hein. Donc c'est un mot qui n'existait pas. Donc c'était soit graphisme, soit, hum... dessinateur de mode, pas designer, dessinateur de mode, bijoutier, céramiste, hum... décorateur, hum... ou ensemblier. Et j'hésitais entre devenir ensemblier ou aller dans le graphisme. Et je... j'étais vraiment embêté, tous mes... mes amis de... tous les jeunes qui avaient fait leur choix déjà... ils étaient partis dans les différentes salles, puis moi j'étais assis sur les marches de la cour intérieure, puis je me disais : « Mais où est-ce que je vais aller ? Est-ce que... qu'est-ce que j'vais faire ? ». Puis, finalement, je me suis dit : « Je vais aller du côté du graphisme, parce que j'aime bien dessiner *et cetera*, peut-être que ça me conviendrait mieux ». Donc, je me trouve dans une classe de graphisme.

[00 : 35 : 57] Expériences professionnelles

LM : Et après, le premier travail à Milan, c'était des gens de Milan qui venaient chercher les meilleurs élèves. Oui, j'étais le meilleur, numéro un de ma classe. Ils venaient chercher ces gens et les engageaient pour travailler à Milan. Je sais pas si vous réalisez, mais les... je suis engagé, et qu'est-ce que je fais là-bas ? Je fais des présentoirs pour des montres, hein ? Pour des vitrines. Je fais des vitrines pour des compagnies aériennes, je travaille en trois dimensions. Et je fais aussi des trucs graphiques. Donc, c'est une agence de publicité *grosso modo*, si vous voulez, qui s'était spécialisée dans le... dans le... dans la communication graphique et en trois dimensions. Alors, pour moi, c'était quelque chose

d'extraordinaire, parce que justement, tout à coup, je découvre [rire] cette merveille de, hum... de pouvoir créer en trois dimensions. J'étais à l'aise...

SC : Mais ce que vous appelez le travail en « trois dimensions », ça impliquait les vitrines, mais quoi d'autres ?

LM : Des... ?

SC : Quand vous dites que vous travailliez en trois dimensions, donc, c'est au niveau des vitrines ? Qu'est-ce que ça impliquait ? Qu'est-ce que vous entendez par...

LM : Bien, disons, on faisait de la publicité pour, hum... pour des vitrines de compagnies aériennes. Alors, on avait un espace qui était, je sais pas, moi... l'espace d'une vitrine X, et à l'intérieur de cet espace, il fallait créer quelque chose en trois dimensions, mais en même temps, en trois dimensions qui avait un contenu. Parce qu'il y a des milliers de personnes qui passent devant la vitrine des Galeries Emmanuel à Victor Emmanuel, à Milan, donc, il faut que ces gens-là aient envie de voyager avec Air France, ou avec Alitalia ou je ne sais quelle autre compagnie... donc, c'est... et, là encore, ça vous montre que le travail en trois dimensions, c'était un travail lié à un objectif de communications et de ventes. Donc, quand on fait le parallèle avec le design de musées, c'est sûr que... la dimension du contenu est fondamentale. C'est, pour moi, c'est même la première dimension. Après, que ce soit fait avec... qu'on travaille avec du film, avec, hum... avec de beaux présentoirs d'objets, ou... avec des vitrines, pas de vitrines, du graphisme *et cetera*, peu importe, au début, il y a un contenu. Et, encore mieux, dans le cas du... de la publicité, c'est que ce contenu doit rapporter de l'argent, parce que les gens qui... qui financent des studios de pub comme celui où je travaillais, vous pensez bien qu'ils font pas ça pour, hum... pour la beauté d'une exposition qui sera vue le dimanche par, hum... par les gens qui ne savent pas quoi faire, alors... ça, c'est... ça, ça vous montre que... et les circonstances particulières des études à l'époque, et de la chance que j'ai eue de passer là, sont... sont... comment dirais-je... m'ont marqué à tout jamais. Mais il faut dire aussi une chose, c'est ça qui est important, c'est que ça a marché, parce que je... j'étais qui je suis. Il y a des designers avec qui j'ai travaillé *et cetera*, ce sont des gens qui se réalisent, qui se, qui s'épanouissent dans un cadre précis qu'est celui du design, par exemple. Et, vous pouvez ajouter, hum... quelque chose, c'est que plus tard, GSM, c'est une ENTREPRISE [avec emphase]. C'est de la gestion. Donc, toute la notion, disons, de l'administration, de la gestion et de la... de la vie économique d'une entreprise, c'est fondamental. Sans ça, bien vous... vous risquez la faillite très rapidement. [...] Bon, d'accord. Alors. Ce qu'il y a de bizarre, c'est qu'à Londres, je vous l'ai dit, j'étais illustrateur. J'ai fait un projet en troisième dimension. Alors, je sais pas

si vous réalisez du passage... tout à coup, j'étais dans le studio de publicité, là encore, j'étais, tous les projets qui ont été, dont on avait besoin d'illustrations et de graphisme, ça tombait sur ma table. Et qu'est-ce que j'apprends ? C'est que, bien ce que j'ai appris, je le savais depuis déjà un bout de temps, je savais qu'à Lausanne, il se préparait l'Expo 64. Et là, j'ai fait des démarches pour savoir quels étaient les bureaux qui, hum... qui travaillaient, qui avaient les contrats *et cetera*. Et, et... [rire] puis aussi, l'autre chose, c'est que j'avais rencontré Anne-Marie une année avant, hum... même deux ans, et puis là, on avait décidé de se marier. Alors là, je ne sais pas si vous réalisez ce que ça veut dire, mais qu'on a quand même vécu... trois ans et demi séparés. Moi j'étais à... à Milan, puis ensuite à Londres. J'ai pris la décision d'aller à Londres, je voulais aller à Londres, je voulais me former comme personne *et cetera*, donc, hum... j'ai dit : « C'est moi qui passe d'abord pour ça, le développement, puis c'est la seule façon que je puisse rencontrer quelqu'un d'autre, c'est que si moi, je me suis formé. C'est en étant fort moi-même que j'ai une possibilité d'être, de faire face ou de conjuguer ma vie, ou... mes efforts, avec d'autres... ». Puis, dans une relation d'associés dans une entreprise, c'est la même chose. Si vous êtes... Labastrou, c'est ce qui s'est passé... s'il était super à l'intérieur du bureau, il n'était pas fort comme associé, donc automatiquement, ça n'a pas marché.

[00 : 43 : 43] Exposition nationale Suisse de Lausanne (1964)

LM : Et là, j'arrive à Lausanne, un pour me marier [rire] gagner ma vie aussi, et puis, décision : on ne fait pas d'enfant tout de suite encore une fois, parce que si je ne suis pas capable, ou si NOUS ne sommes pas capables d'avoir une relation de couple avant d'être des parents, je craignais ça... parce qu'on devient papa-maman, puis après c'est papi-mamie, puis le couple, il, hum... il prend le bord. Donc, là, j'arrive dans ce... Lausanne, c'est justement dans une entreprise qui avait ramassé de gros contrats...

SC : ... est-ce que vous vous souvenez du nom de l'entreprise ?

LM : Oui, oui. C'était une entreprise de design graphique, en fait, de graphisme, qui avait des gens très, très talentueux. Hum... trois associés : un qui était super *crack* dans la scénarisation, les idées *et cetera*. Il y en a un autre qui était un designer, hum... et en même temps un gestionnaire remarquable. Et un troisième qui avait aussi beaucoup de talent en trois dimensions. Donc tous les trois étaient des graphistes de départ, mais avec des capacités de création en trois dimensions hors du commun. Et... et moi, je suis dans le bureau, c'est qu'après je sais pas combien de mois, je lui dis... mais moi, je travaille sur d'autres projets... je lui dis : « Moi, j'aimerais bien travailler sur les projets de l'Expo, qu'est-ce qui

se passe ? *Et cetera* ». Il y en avait un autre qui travaillait déjà un peu dessus, et tout. Et puis, hum... ça n'a pas plu à mes patrons, ce qui fait qu'ils m'ont renvoyé. Alors je me trouvais jeune, marié, sans emploi et tout ça fait que j'ai trouvé du travail à faire comme illustrateur. Sauf qu'en Suisse, c'est ça qui est bien, c'est qu'il y avait un mois... fallait donner un préavis d'un mois. Et, pendant ce mois, j'ai travaillé, mais avec beaucoup de joie, j'étais... j'étais plein d'enthousiasme pour ce que je faisais. C'était du graphisme, j'étais tout à fait content, c'était pas ce pour quoi j'étais venu, mais, vraiment, j'ai fait, hum... comment dirais-je... j'ai fait preuve d'enthousiasme. J'ai fait : « Bon, bien, ils m'ont mis à la porte, mais j'ai la chance de faire encore un mois dans ce bureau, je le fais à fond ». Résultat, quand on s'est quitté, ils m'ont dit : « Laurent, quand nos contrats se seront affirmés, on va te rappeler ». Ce qui s'est passé. Ça fait qu'après, je sais pas, deux ou trois mois, quelque chose comme ça, ils m'ont rappelé. Puis là, j'ai pu commencer à faire des trucs absolument fous... c'était du travail thématique sur le, sur la... du travail de design sur le... sur la thématique de l'énergie. Alors, je sais pas si vous pouvez imaginer, c'était des espèces de... de sculptures symboles pour chacun des types d'énergie qui constituaient le pavillon des... de l'industrie et du commerce... un immense pavillon. Mais les idées qu'il y avait là-dedans, c'étaient des idées totalement immersives, c'est-à-dire qu'il y avait un des pavillons, c'était le... c'était le pavillon de la... de l'industrie et de l'alimentation. Et imaginez, moi, j'étais pas impliqué dans ce truc-là, mais quand même, c'est juste pour dire, c'était comme un... un téléphérique, ou... des circuits de chaises portantes qui circulaient sur un rail, comme les téléphériques sur les montagnes, et puis vous circuliez dans une forêt de boîtes de conserve. Alors, quand je vois ça... les gens étaient fous, là-dedans. Puis, il y avait trois lignes de texte, et encore. Donc, au point de vue du contenu, ce n'était plus la hiérarchie avec, hum, « monsieur historien » ou « madame contenu », puis monsieur je sais pas qui *et cetera*, pour arriver au pauvre designer qui arrivait avec une grille [inaudible] comme ça, dessous, puis qu'est-ce qu'il faut qu'il fasse ? Bien faut qu'il trouve maintenant le... [rire] il faut qu'il trouve le panneau graphique ou la vitrine ou le petit décor qui va faire que les gens vont comprendre, hum... bien le contenu qui est exposé [...] Donc, à l'époque, dans ce bureau à Lausanne...

SC : ... est-ce que vous vous souvenez du nom ?

LM : Si ?

SC : Le nom du bureau, est-ce que vous vous en souvenez ?

LM : Le nom ? Oui, ça s'appelait, hum... ÉRG. ERG. ERG, c'est « Études et réalisations graphiques » [orthographe inconnu]. ERG... Études et réalisations graphiques. C'est n'importe quoi. C'est n'importe quoi, mais c'était, c'est... Études et réalisations graphiques. Et vous avez un téléphérique qui se

promène dans une immense bâtisse avec des boîtes de conserve [silence] *et cetera, et cetera*. Si ça vous intéresse, j'ai, hum... j'ai des exemples de ça, si ça vous intéresse... ça vous intéresserait de voir ça ? [il sort des livres de l'Expo 64 de Lausanne et me les présente]. Bref, on était dans le monde de la création libre. Parce qu'ensuite, en... en Suisse, pardon... en Suisse, à l'époque, on se retrouve exactement dans la même situation qu'au Québec, lors de l'Expo 67. Il n'y a pas d'expérience, ce sont des artistes, des créateurs, des graphistes, des designers, qui inventent avec des clients qui ne sont pas déjà comme vous l'êtes, vous, pré conditionnés, formés *et cetera*. Donc, il y a un terrain de liberté qu'on ne peut plus avoir, c'est fichu au Québec, maintenant. C'est... les... les carottes sont cuites ! [...]

[00 : 55 : 36] Parenthèse : Des musées de spécialistes

LM : Je peux vous dire qu'en travaillant en Europe, quand je citais, tiens... Michel Côté, vous connaissez Michel Côté, qui a été le numéro deux avec Rolland Arpin pour le Musée de la civilisation ? Michel Côté, lui, il disait qu'un musée doit émerveiller. Donc c'est le dépaysement, c'est Disney, tiens, Walt Disney. On va là-bas, on paye cher, et on est dans le monde du rêve, de l'émerveillement. Deuxièmement, la dimension pédagogique, c'est-à-dire qu'un musée, à l'inverse de Disney, on apprend quelque chose, on met les gens en relation avec un contenu. Puis la troisième dimension, c'est quoi ? C'est faire réfléchir. Alors entre émerveiller, instruire et réfléchir, vous avez les trois axes de Michel Côté. Et je trouve ça génial. Je travaillais en France avec les petites boîtes qu'ils ont, en Suisse aussi, mais mes derniers projets, c'était en France avec de petites boîtes de spécialistes, avec le conservateur avec le grand « C » au début, *et cetera*. C'est sûr que tout à coup, dire qu'un musée devrait faire réfléchir, c'est comme, hum... c'est comme parler chinois. Parce que dans tout... dans tout ce qu'il a reçu comme formation, c'est qu'on lui a dit que l'objet, c'est *et cetera, et cetera, et cetera*... l'objet, l'objet, l'objet... alors, les musées disons « de spécialistes », faits pour des spécialistes, ça existe, ça pullule, et puis en même temps, disons que les gens qui visitent ces musées-là passent complètement à côté des messages principaux. Puis, juste entre parenthèses, parce que moi j'adore les parenthèses, je viens de faire un voyage en Hollande et en Belgique, où on a vu, Anne-Marie et moi, plusieurs musées très importants, avec des essais de... des musées de beaux-arts principalement, mais quand même... des essais de relancer... de relancer ces musées-là... ou, à tout le moins, d'offrir des... comment est-ce que je pourrais dire ça... une palette de services, et une palette d'occasions de s'instruire, d'apprendre, de... de voir, hum... de... de se détendre, de... de jouir de la vie, *et cetera*. Toutes ces choses-là sont multiples, et un musée, c'est plus une exposition maintenant. Maintenant, il y a... il y a manger, il y a maintenant se divertir, il y a maintenant une expérience de visite, *et cetera*, une circulation, donc... ça, c'est

exactement, hum... ce qui, je dirais, ce qui se développe un peu partout, c'est que tout à coup, le visiteur est autre chose que juste un visiteur d'un produit. Il y a tout le contexte de la visite. Alors, si vous avez un spécialiste là-dedans, quel que soit, qui est en pouvoir, vous avez beaucoup de chance pour que ça ne marche pas. Si c'est un conservateur, ce sera un musée de conservateur. Si c'est un musée de... je sais pas, moi, de... de designers ou d'architectes, ce sera un musée de designers ou d'architectes. Vous faites quoi ? [Pause] C'est perdu. Vous avez des fois des coquilles extraordinaires, puis le contenu, c'est zéro. Et des fois, des contenus fantastiques qui iraient bien dans une bibliothèque, et puis qui sont absolument nuls sur le plan de la communication.

[01 : 00 : 31] Expo 67 de Montréal

LM : Alors Lausanne, pour moi, c'était vraiment, hum... une expérience absolument fabuleuse. Et puis après, bon, j'ai été une année sabbatique en Haïti pour l'aide aux pays du tiers-monde, voilà [inaudible]. Et j'arrive ici, là on m'offre de devenir l'assistant du coordonnateur des pavillons thématiques, Luc Pagnier. Je n'ai même pas réfléchi, je ne me suis même pas posé la question si ça me plairait, si ça ne me plairait pas, peu importe. Je me dis que c'est extraordinaire, on peut venir à Montréal. Je peux travailler dans un bureau pluridisciplinaire, un bureau qui est à la pointe de la création, qui, qui vient de terminer le métro, le métro allait... oui ! Il venait de sortir. Bref, des pavillons, plusieurs contrats *et cetera*, hum... du graphisme, hum... des sièges sociaux dans le design d'intérieur et autres. C'est quoi être assistant du coordonnateur des pavillons thématique ? C'est quoi, ça ? C'est pas une job de designer [pause] par contre, pour moi, c'est une porte ouverte [pause] une porte immense parce que, justement, j'ai vu et compris comment les choses se passaient. Alors, être enfermé dans ma petite boîte de designer, à partir de là, c'était encore plus... [souple] hum, encore plus, hum... comment dirais-je... encore plus radical comme prise de position. Ça ne m'intéressait pas. On m'a offert de devenir associé en 1967, et là encore, j'ai même pas hésité, parce que c'est... c'est une occasion de travailler dans un milieu pareil, avec tout ce qui pouvait se passer, c'est extraordinaire. Sauf que la réalité, c'est pas ça. La réalité, c'est qu'on avait un bureau avec trente, quarante-cinq personnes, ou une quarantaine de personnes, au troisième étage de la place Ville-Marie. Puis on s'est retrouvé quatre associés, une secrétaire, hum... deux ou trois designers, enfin, huit ou neuf personnes... puis la première chose qu'on fait, c'est qu'on se coupe nos salaires pour avoir des salaires d'employés, parce que sinon, on tombe en faillite. Alors, les... les années glorieuses du design, les... 60-70, c'est, c'est pas la réalité. C'est quelque chose qu'on raconte avec le recul, mais c'est pas comme ça que ça s'est passé.

SC : Mais ça, c'est après l'Expo 67, c'est à ce moment-là que ça a...

LM : ... bien, c'est ça, c'est... c'était... tous les contrats qui s'étaient... tous les contrats de design pour les nouveaux locaux, les nouvelles entreprises... pour la ville *et cetera*, fini, terminé. Donc, c'est, c'est une... comment dirais-je... une décroissance totale. C'est économique. Donc, travailler avec Luc Pagnier, qui n'était pas un designer, qui était, je sais même pas ce qu'il avait comme formation... peu importe, travailler avec Jacques Guillon, qui avait une formation, lui, de... d'architecte, je découvre COMMENT [avec emphase] les choses se passent. Je découvre qui tire les ficelles, comment les ficelles sont tirées, où sont les pouvoirs [pause] et comment des personnes qui veulent avoir, hum... une influence sur le déroulement d'un projet, comment ces personnes-là doivent faire pour arriver à leurs... hum... à leurs objectifs. Et là, l'Expo 67, si le design s'est développé... design d'exposition, muséographie, scénographie, appelez ça comme vous voulez, s'est développé au Québec, c'est parce qu'au départ, il y a eu des gens intelligents à l'Expo. Des gens qui ont fait des choses qu'encore aujourd'hui, il y a très peu d'institutions qui les font. Ils ont décidé que... l'architecte, l'ingénieur responsable des pavillons thématiques, que... le... hum... le designer ou le directeur de projet des expositions comme tel, que le... directeur ou responsable des contenus comme tels, ces trois personnes se rapportaient directement à Churchill. Donc au même niveau. Ce qui fait que le design était très, était traité sur le même plan d'égalité que l'architecture. C'est-à-dire que si l'architecte décide tout à coup qu'il faut faire ceci ou cela, et que sur le plan du design, sur le plan des... des contenus, le gars de contenu, le gars de design, peuvent... ont une voix qui pèse autant que celui de l'architecte ou de l'ingénieur. Allez trouver ça aujourd'hui. Je veux pas vous désespérer, mais, on est pris dans des boîtes [pause] puis travailler dans des boîtes, je peux dire, ça ne m'intéresse pas beaucoup [rire]. [...] Donc, à ce niveau-là, c'est déjà extraordinaire. Et vous avez Jacques Guillon qui dit, lui... parce que la tendance à l'époque, c'est qu'il n'y a pas d'expérience ici, donc, les dirigeants de l'Expo disent : « Oui, on va engager des cabinets de design étrangers... Londres, New York, *et cetera* ». Et Jacques Guillon dit : « Non ». Et puis... il est allé le dire au plus haut niveau, à Churchill. Vous la connaissez, cette histoire ?

SC : En partie, mais je préfère entendre votre version de l'histoire.

LM : Et Jacques Guillon va trouver Churchill et lui dit : « Il faut que le design se fasse ici, avec des bureaux d'ici ». Puis Churchill lui dit : « Oui, c'est bien beau ça, mais ils n'ont pas d'expérience ». Jacques Guillon, génial, lui répond du tac au tac : « Mais il n'y a pas de problème, on va mettre une petite close d'une ligne dans les contrats des designers d'ici, donc de Toronto, de Vancouver *et cetera*, on va mettre une phrase, c'est qu'ils doivent engager des designers d'expérience qui viennent de n'importe où, peu importe ». Donc, sans le... sans la compréhension des choses telles qu'elles se font dans le monde du *business*, bien, le design au Québec ne se serait jamais développé comme il s'est

développé. Jamais. Donc, c'est sûr que Jacques Guillon n'a pas fait... n'a pas un portfolio personnel de projets, mais sur le plan de la réalité, puis de qui je suis devenu, puis de qui Yves Mayrand est devenu *et cetera*, hum... et bien d'autres, comme Design + Communication et des équipes de Québec, la même chose, qui ont travaillé, hum... en Europe, en Asie, au Moyen-Orient... quand même, c'est énorme, et ça, pour moi, c'est là où les choses se passent... parce que le talent, l'imagination *et cetera*, ça se trouve toujours. Mais s'il n'y a pas de terreau, ou de contrats pour que ce talent puisse s'affirmer, il n'y a rien qui se passe [pause] [...]

[01 : 13 : 41] GSM Project : Vision, philosophie, services, métamorphose...

LM : Alors, voilà, ça, c'est... je pense que ça explique, hum... disons, le rôle de Jacques Guillon à cette époque. Mais, en plus, c'était vraiment sa... sa volonté de créer un bureau pluridisciplinaire. Et il est allé chercher des gens qui avaient des potentiels, quand même. Morley Smith, il est allé le prendre à Syracuse, hum... Morley Smith était formé à Syracuse, École de design... des années plus tard, dans les années 70, on est allé chercher une fille qui venait d'une école réputée de design d'intérieur, à Calgary. Puis c'est avec elle qu'on a fait la majorité, ou si c'est pas tous les projets d'hôtellerie qu'on a fait à l'époque. Donc... et vous comprenez qu'avec ce que je vous ai raconté, mon histoire à moi auparavant, tomber dans ce bain-là, c'était, c'était totalement idéal. J'étais en adéquation. Donc, alors, après ça, GSM, si je passe au... si vous voulez, au... à l'analyse de GSM sur le plan de... de son évolution, c'est que GSM, c'est un esprit. On se plaît à dire, et ce à quoi je crois beaucoup, et qui pour moi les faits en sont la preuve... vous devez connaître beaucoup de bureaux d'architectes ou de designers qui, une fois que le personnage principal ou les associés principaux terminent leur carrière, bien ces bureaux-là ferment, c'est la fin. Dan Hanganu, qui a fait cette bâtisse, bien son bureau est... le jour où il est mort, c'était fini. Et puis... vous pouvez prendre comme ça beaucoup de... O.K., c'est un choix. GSM, c'est le choix inverse. C'est d'avoir une personne, des personnes, des associés forts à un certain niveau, disons, comme... comme dirigeants, comme concepteurs dirigeants, et ensuite, l'esprit c'est justement la pluridisciplinarité. C'est le... c'est la... l'ouverture à des façons de faire qui ne sont pas les façons de faire qu'on apprend dans... quand on est à l'université ou au cégep. Donc, cette espèce de bête en perpétuelle métamorphose, c'est GSM. Et après Yves, s'il n'y a personne... Yves, ou je sais pas, d'autres associés, peu importe... si ces gens-là s'enferment dans une boîte, eh bien l'esprit de GSM... peut-être que le nom va rester, mais l'esprit de GSM ne sera plus là. Moi, je... j'étais absolument émerveillé, et, hum... vraiment très touché quand on a fêté le soixantième anniversaire de GSM. Je discutais avec de jeunes personnes de... vingt-cinq, trente-cinq ans, quelque chose comme ça, et je les entendais, elles

utilisaient les mots... ces jeunes-là utilisaient les mots que... qui étaient les miens, si on veut, entre guillemets, ou qui était les nôtres. Donc, cette pérennité, jusqu'à présent, existe. Peut-être que, hum... demain, ça n'existera plus. Ça, on sait pas. Mais ce que j'aime, moi, dans le... dans la démarche, c'est que finalement, aussi bien Jacques Guillon que moi – Yves je sais pas, parce que lui c'est la suite, alors je sais pas ce qu'il va faire – mais je sais que Jacques Guillon, parce que je l'ai vécu, m'a laissé... une totale liberté de développer ce que je voulais. Je pouvais chercher des contrats, en trouver, développer des projets, et j'avais une autonomie, et une... un champ qui m'était offert. Un champ d'activités. Et c'est sûr que j'ai fait des tas de choses, on pourra en reparler un peu plus tard si vous voulez, mais j'ai fait des tas de choses qui étaient totalement innovantes que Jacques Guillon n'aurait jamais pu faire. Et lui m'avait donné, en tant qu'associé, j'avais le tremplin pour aller plus loin. Et lui a développé des choses de son côté qui correspondaient plus à son type de formation. Donc, ce qui s'est passé avec moi s'est reproduit avec Yves. Moi, j'ai dit à Yves à un certain moment, j'ai dit Yves : « Tous les clients dont je m'occupe *et cetera*, dans le domaine des musées *et cetera*, tu peux te les approprier, j'ai pas de chasse gardée, au contraire, prend tout ce que tu peux comme territoire. Et ensuite, moi, tu vas me donner du temps, tu vas me donner un espace de liberté pour aller ailleurs pour faire d'autres choses. Tu me libères. Mais prends-le, parce que ça va devenir toi, c'est toi qui aura l'expérience, qui aura le savoir-faire, qui aura le potentiel de développer ». Et il a développé GSM comme jamais j'aurais pu le faire. Quand même, hum... développer en 1980, hum... voyons, 80... non, c'est pas 80, c'est en, hum... [il réfléchit] Singapour, il a créé ça, c'est en... en 80... oh, 98 je crois, j'ai pas la date précise, mais avant 2000. C'est un petit gars de Montréal qui va créer un bureau à Singapour, qui va ramasser un contrat faramineux [pause] en ne faisant pas comme les autres. Tous les autres, là, les Australiens, les Anglais, sont arrivés avec leur présentation : « Voilà votre musée, ça va être ça ». Puis Yves, il est arrivé en disant : « Bien moi, je viens avec une méthodologie. Je viens avec une méthodologie, c'est-à-dire qu'avant de vous présenter de belles images qui ne seront jamais réalisées, je veux apprendre à vous connaître, je veux voir quel est votre contenu, quel est... qu'est-ce que vous recherchez, qui vous êtes, quelles sont vos collections, et après, on apportera des solutions ». Donc, cette... cette dimension de la compréhension des enjeux, aussi bien sur le plan du contenu que sur le plan formel, que sur le plan de la relation avec les... avec la ville, dans le cas de Singapour... et plus tard aussi, naturellement, de trouver les formes, hum... disons... administratives, commerciales pour que ça marche... c'était son génie. Et là, j'ai les capacités intellectuelles pour faire ça. Et, moi j'avais l'âge et les capacités intellectuelles pour faire d'autres choses à d'autres époques. Après, quand il faisait ça, je faisais autre chose. O.K. parfait... je suis retourné travailler, enfin, retourné travailler... j'ai développé des contrats

en Europe, parce que, hum... je voyais qu'il y avait un territoire où justement je pouvais faire des choses comme j'avais envie de les faire...

SC : ... et à ce moment-là, vous étiez sous le nom de GSM, ou vous travailliez de façon autonome ?

LM : Ah, non, non... tous mes projets, les gros projets, je les ai faits, hum... pour GSM. Puis quand que j'ai vendu mes actions en 2003...

SC : ... 2002 ?

LM : 2002 ? Oui, oui, c'est vrai, parce que... j'ai vendu en 2002, puis en 2003, Yves a pris la relève. Mais, toujours est-il qu'à partir de 2003, pour moi, au début, je n'étais plus associé, donc je continuais certains projets ou j'en ai ramené de nouveaux qu'on a fait ensemble. Et il y en a certains que j'ai faits comme consultant indépendant, parce que c'était impossible d'appliquer... GSM, hum... soit au point de vue monétaire, hum... soit au point de vue, hum... [...] Et, donc, c'était plus réaliste que je les prenne totalement, puis si je fais de la consultation comme je fais encore maintenant, c'est évident que, hum... c'est pas un bureau que, hum... que je vends, c'est un... disons une expérience, une façon de voir les choses, une créativité, bref, qui... est celle d'un individu. Mais le... la métamorphose aussi principale de GSM, c'est que comme les spécialités se sont développées, complexifiées, faire une entreprise... et ça, moi, je me suis toujours refusé de faire ça, parce que c'était pas mon... c'était pas ma force, ni mon intérêt... c'était de créer une superstructure. Comme, hum... par exemple BGL, hum... oui, c'est ça, hum... les architectes Provencher-Roy, hum... non, PRDI, hum... Provencher-Roy, PR, c'est ça... hum... Provencher-Roy. Eux, ils ont intégré du design intérieur, du design graphique *et cetera*. Ils ont créé une entreprise, hum... pluridisciplinaire. Et je sais que, Claude Provencher me l'a dit, il m'a dit : « GSM, pour moi, c'était une source d'inspiration ». Donc, dans le monde de l'architecture, si on fait une parenthèse une fois de plus, vous avez des bureaux qui sont avec des associés vedettes, puis qui vendent la vedette, et le... le cadre spécifique de cette entreprise, et vous avez d'autres bureaux, comme, hum... Provencher-Roy et d'autres, qui eux disent : « On est pluridisciplinaire, on a un chapeau ». Mais, finalement, c'est comme Eaton, hum... Eaton, il n'existe plus, mais disons le Centre Eaton existe toujours. Donc, c'est ce que je vous disais avant, hum... GSM, peut-être que dans trente ou vingt ans, ça existera toujours... peut-être sous une forme complètement nouvelle, dans l'esprit de GSM actuel, mais peut-être dans une forme complètement différente, qui sera une autre forme de pluridisciplinarité, ou peut-être de... unidirectionnel. Ça on sait pas. Mais pour la pluridisciplinarité, ce qu'il faut voir avec le passage de... si vous voulez, de l'équipe de... d'avant 2003, quand il y avait Kathleen Lanni, Yves Mayrand et moi, le... le saut qu'Yves a fait, c'est de rendre tout ce qui touchait le

domaine muséal, hum... de le rendre plus vaste. C'est-à-dire que les contenus commençaient à être développés encore plus et totalement par l'équipe. Déjà, avant, on avait ça. Mais lui, il a poussé ça encore plus loin. Donc, déjà on est présent au niveau des contenus, on est présent au point de vue du design, on est présent au point de vue, en fait... design création, je veux dire... on est présent sur le plan de la préparation de tout ce qu'il faut, des plans et devis, des appels d'offres *et cetera*, et après, on fait pas seulement de la supervision, comme on faisait avant, c'est qu'on fait des projets clés en main. Donc des projets clés en main, ça veut dire que vous assurez de la... de l'établissement de la formulation des contenus jusqu'à la livraison, vous assurez tout. Et Singapour, il y a la maintenance, c'est encore plus vaste, et dans certains projets, il y a le financement. Donc l'éventail des services, ça va du financement jusqu'à la maintenance.

SC : Parce qu'avant, c'était pas comme ça ? Le principe de projets clés en main n'existait pas déjà ?

LM : Bien, on avait déjà, oui, on avait déjà des projets clés en main. Disons que c'était déjà un bon laboratoire. Mais, ce qu'il y a, comme... Yves Mayrand et Kathleen Lanni n'ont, n'avaient pas la synergie pour continuer, et que justement il aurait fallu avoir un directeur général pour gérer ensuite du design d'intérieur, du design, hum... d'exposition, hum... au musée... et, hum... graphique, naturellement... ça s'est complètement métamorphosé. Puis déjà de mon temps, quand Morley Smith voulait développer le Taxi, et qu'on n'était plus financé par Toronto qui avait financé une usine et tout pour financer le projet, moi j'ai dit à Morley : « C'est exclu qu'il y ait un dollar de cette entreprise gagné à la sueur de la créativité de l'équipe qui soit investi dans un projet qui est un projet d'une autre dimension, d'une ampleur qui, qui ne... qui ne peut pas être financée par une équipe ». Puis là, Morley voulait continuer, alors il a continué seul.

SC : C'est à ce moment-là qu'il a fait la division... ?

LM : ... Design industriel. Donc, il est parti avec ça, et... moi je restais avec les domaines où j'avais, où je pouvais très bien gérer puis faire tout ce que je voulais faire, c'est-à-dire le design d'intérieur, parce que j'ai fait beaucoup depuis 1970, j'ai fait beaucoup de projets comme chargé de projets, comme associé responsable des projets de design d'intérieur. Donc, hum... design d'intérieur, ça, j'étais à l'aise là-dedans, c'est pas moi qui faisais le design naturellement, mais... et puis, hum... je gardais le graphisme, forcément, qui était un terrain que je connaissais bien, que je pouvais à l'occasion, hum... disons... diriger en créant beaucoup plus, et puis le design d'exposition. Donc on avait trois départements. Et, hum... dans le... dans la revue, là... *Design Intérieur* ou *Décormag* encore à l'époque, je me souviens plus, justement, hum... Ginette Gadouri, dans son éditorial, hum... justement, me

félicite d'avoir continué le développement de... de la pluridisciplinarité de l'entreprise. Parce qu'elle y voyait quelque chose justement qui était tout à fait, hum... original et particulier. Mais, comme je vous le disais avant, garder design intérieur, design graphique et design d'exposition, il aurait fallu créer une entreprise, alors pour être compétiteur vraiment, il aurait fallu créer une entreprise de cinquante, soixante personnes, si c'est pas soixante-dix, avec des... des gens qui font du marketing, des gens qui font de la vente *et cetera*, et développer disons des secteurs très forts avec possibilité de... d'échanges. Mais ça, c'est peut-être justement la signature de GSM, c'est normal, pour n'importe quelle entreprise, c'est que chaque dirigeant imprime son style et son... et sa façon de faire. Donc moi, j'aurais jamais pu faire ce qu'Yves a fait, et lui n'a pas ce que moi j'ai fait. Puis Jacques Guillon, c'est la même chose. Il n'aurait jamais pu faire ce que j'ai fait, et moi je n'aurais jamais pu faire ce que Jacques Guillon a fait. Par contre, il y a eu des conjonctures qui ont fait qu'Yves et moi, on a réalisé des projets absolument extraordinaires... et que Jacques Guillon et moi, on a, on était ensemble pour faire des choses que si on n'avait pas été ensemble, on n'aurait pas pu les faire tous seuls. Lui n'aurait pas pu les faire tout seul et moi je n'aurais pas pu les faire tout seul. Donc cette synergie-là existait. Alors, hum... je pense qu'avec ça, ça vous brosse quand même le... le tableau de toutes ces choses-là. Et [pause] moi, ce que je trouve de bien si vous voulez, c'est la mouvance de la chose, c'est le... c'est cette, hum... capacité d'évoluer, de se transformer *et cetera*, et d'être différent... dans la forme, mais justement, de garder cette espèce d'esprit qui fait que... on va se promener sur des sentiers qui sont des sentiers inconnus, nouveaux, qu'on fait de l'expérimentation, qu'on fait des choses, hum... différemment. Que ça devienne une marque de commerce [...]

[01 : 39 : 00] Pointe-à-Callière (1992)

SC : Dans un entretien avec Jérôme Delgado qui a été publié dans un guide de la SMQ, il y a un passage où vous dites que : « Sans l'Expo 67, le design de musée ne serait pas ce qu'il est ». À quoi faites-vous référence exactement ? Qu'est-ce qui fait que l'Expo 67 a été aussi déterminante pour le design d'exposition ?

LM : Moi, je pense... ça va... j'espère que je vais vous surprendre un petit bout avec ça. Il y a eu dans les années, hum... disons... 80... c'était, disons, après l'Expo 86... le gouvernement du Québec, en particulier Parcs Canada, a commencé à faire des études de faisabilité. Et on a ramassé beaucoup de contrats dans ce domaine-là. Certain ont conduit à des... des projets qui se sont faits, d'autres jamais, peu importe. Et, dans certains cas, ce sont des projets qu'on a fait nous-mêmes, et dans d'autres cas, ce sont des projets qu'on a fait réaliser par d'autres, avec les... le cadre ou certaines dimensions qu'on

avait établis justement comme des critères essentiels pour la réussite du projet. Et moi, encore une fois, j'ai trouvé ça absolument génial comme, comme pensée administrative. Le gouvernement, ou Parcs Canada, fait des appels d'offres. Et dans les appels d'offres, ils demandaient aux candidats de créer une équipe pluridisciplinaire, avec des architectes, ingénieurs, designers, personnes de contenu, personnes de marketing, économistes, donc... on devait intégrer dans l'équipe toutes les disciplines nécessaires à la création, à la mise en place d'un projet... avec études économiques, budget [inaudible] pour les cinq à dix prochaines années *et cetera*. Et moi, j'ai trouvé absolument extraordinaire de faire ça, parce que tout à coup, l'architecte, le gars de contenu, la fille de marketing, ou... l'autre personne... ou moi, on se trouvait autour de la même table. Alors, c'est sûr que, dans bien des cas, hum... GSM a été la... la tête de pont là, ceux qui préparaient l'offre de service parce qu'on savait comment faire pour travailler avec des équipes pluridisciplinaires *et cetera*, donc c'était facile pour nous de faire ça. Dans d'autres cas, il y avait certaines personnes qui se sont développées une capacité de faire ce genre d'études ici au Québec. Bon. Mais ce qui avait de bien [rire] c'est que quand on arrivait à la phase budget, puis que l'architecte, qui avait des visées de faire un projet qui soit marquant, puis qu'on savait qu'au point de vue des budgets pour que ce soit rentable il fallait que son travail rentre dans un certain cadre, on lui disait : « Bien, monsieur architecte, c'est génial ton truc, maintenant, comment est-ce qu'on va faire pour trouver l'argent pour mettre quelque chose dans la belle bâtisse ? ». « Ah ». « Oui, mais... il y aura des audiovisuels, il y aura des éléments d'exposition *et cetera*, il faut que les gens qui viennent, ils viennent dans une bâtisse où il y a quelque chose, qu'ils vont vivre une expérience ». Puis, nous, on dit : « Voilà l'expérience qu'on devrait vivre quand on va venir-là, puis voilà les choses qui feraient qu'on l'aime, puis ça coûte tant pour faire ça. Alors, avec la belle enveloppe que tu projettes d'avoir, on peut pas se payer ça ». Quel est l'objectif du client ? Bien, l'objectif du client, ce sont les visiteurs. Donc, retour à la table à dessin. Parce qu'on était obligé de s'organiser nous à notre niveau. Et ça, c'est génial, parce qu'avec le système pyramidal, c'est quoi ? C'est que vous avez des gens d'administration qui disent : « Oh, ça va être un budget tant ». Puis ensuite là-dessous, oui, il faut des gens de contenu, ou... d'architecture même des fois avant. « Oh, oui, on va faire une belle bâtisse, *et cetera* ». Les ingénieurs : « Oh d'accord ». « Ah, faut des gens de contenu, parce qu'à l'intérieur, y faut qu'on mette du contenu ». Puis après on continue, puis tout à coup, il y a des designers, des graphistes qui arrivent en bout de ligne... ou des cinéastes, je sais pas. Donc, avec cette... ce processus en cascade, c'est sûr que si tout à coup l'architecte crée une magnifique boule, puis qu'à l'intérieur de la boule, c'est un [inaudible] pour le designer, ou que le designer dit : « Il nous faut une boule » ... [pause] on peut pas l'avoir ! Pointe-à-Callière, c'est exactement ça qui s'est passé. Tiens, je vais vous faire un

dessin [va produire trois dessins]: Pointe-à-Callière, au départ, c'était, disons... si je fais pour moi la rue de la Commune *grosso modo*... ça, c'est la... c'est Pointe-à-Callière... là, il y a une rue... et ça, si... et puis vous avez une ancienne douane ici, sur Saint-Paul. Puis dessous la Place Royale, vous avez les vestiges, justement, avec les fameuses plaques de verre. Il y a un... j'ai perdu le nom, c'est ça qui m'énerve... j'ai pas retrouvé avec Yves Bergeron non plus, mais il y a un gars qui faisait des études de faisabilité, un... un espèce de planificateur anglophone qui parlait très bien le français, un super *crack*, qui a eu le contrat de la SIMPA⁹⁴. Et le contrat, c'est : « On veut mettre en valeur ces, hum... ces vestiges. Si ça vous intéresse, vous pourriez utiliser ou mettre en valeur aussi l'ancienne douane ». Et puis le gouvernement dit, ou la SIMPA à l'époque : « 10 millions de dollars ». 10 millions de dollars, n'importe quel petit centre de Parcs Canada en Gaspésie, c'était le minimum. Des projets Cascapédia *et cetera*, bref, qui étaient plus poussés, c'était 30, 40 millions. Et, dans ce... cette équipe responsable, il y avait « monsieur X » là, et il y avait Raymond Montpetit. Et ces deux-là invitent Jean Saint-Cyr, vous connaissez ? C'était le président de Design + Communication. Jean Saint-Cyr et Laurent Marquart. Et ils nous disent : « On aimerait avoir des idées pour ça, et sur ça aussi, si vous en avez. Et on va le faire sous forme de *brainstorming* de communications. On va se voir deux fois, hum, je sais pas, moi, deux après-midi, ou un truc comme ça ». Ça, je pourrais vous l'envoyer peut-être le texte que j'ai écrit là-dessus en détail. Francine Lelièvre est pas tout à fait d'accord avec, mais ça c'est pas grave.

SC : Qui ?

LM : Francine Lelièvre.

SC : Ah, elle ne serait pas d'accord avec le fait de m'envoyer un...

LM : Disons que je lui rappelle des choses qu'elle n'était pas au courant [rire] [...] Donc... mais c'est vraiment important, parce qu'on dit 10 millions, plus des idées... consultation, deux jours... vous serez payés pour, hum, disons, deux fois, mais une journée, des *peanuts* quoi. Et là, Jean Saint-Cyr vient avec une idée qui était vraiment très, très bonne à l'époque. Elle l'est toujours maintenant. Il dit : « L'archéologie, ça se fait une date après l'autre. Pourquoi est-ce que l'idée des vestiges archéologiques, qui est d'avoir une couche au-dessus de l'autre, ne serait pas utilisée ? Pourquoi est-ce qu'on ne ferait pas une approche de design, une approche conceptuelle globale ? En disant OK, l'archéologie, on ne va pas la traiter d'une façon chronologique, on va la traiter d'une façon strate par strate ». Ça, c'est la première chose. Ensuite, moi je suis Européen. J'ai des amis qui viennent à

⁹⁴ L'homme en question est Luc Danielse.

Montréal. Qu'est-ce qu'on va voir ? Le musée de cire, qui se trouvait à l'époque sur [inaudible]. Qu'est-ce qu'on va voir ? L'Oratoire Saint-Joseph. Qu'est-ce qu'on va voir ? Le Château Ramezay. Quoi d'autre... le Musée des beaux-arts, on n'ose pas. Franchement, à l'époque, hum... le Musée des beaux-arts, par rapport à ce qui se faisait, disons, en Europe, hein ? La visite européenne, ça tient pas la route... qu'est-ce qu'on fait ? Alors, je dis : « Vous, la ville de Montréal, parce que l'objectif c'était, hum... c'était 1992, hein ? Le 300^{ème} anniversaire. Vous, la ville de Montréal, vous vous traitez comme un petit centre de Gaspésie. Vous avez les vestiges de la, disons, des premières habitations de la ville. Vous avez un port qui attire des millions de visiteurs. Vous avez... la ville, la vieille ville qui est là, vous avez un endroit qui est historiquement parlant, porteur. Puis, vous allez mettre 10 millions ». C'est ridicule. Donc...

SC : ... et ça, est-ce que Francine Lelièvre...

LM : ... elle n'était pas là. Elle, elle est venue trois quarts d'heure plus tard [rire] [...] Ça, la première étude, là, l'étude de préféabilité, voilà. Préféabilité [...]

SC : Ça, ce sont les archives de GSM dont on m'a autorisé l'accès [montre les archives de PAC à l'interlocuteur] il y a 1988-89, étude de préféabilité, et, hum... l'autre, après, le travail fait pour le spectacle multimédia [il regarde un descriptif de projet et mentionne que les informations sont inexactes].

LM : Mais, disons, 88, préféabilité, hein ? Ça, c'est 88, d'accord. Et puis ça, c'est, hum... c'est donc Raymond Montpetit, plus « monsieur X », plus entre parenthèses Jean Saint-Cyr, plus Laurent Marquart, d'accord ? Et, moi, je dis qu'il faut, pour avoir ce qu'on appelait à l'époque un impact disons promotionnel, et dans la ville, il faut que ce soit un projet disons de 30 millions de dollars. Et ensuite, puis j'ai cherché, mais j'ai pas retrouvé, j'avais un... un croquis de la chose... ensuite, j'ai dit qu'il fallait que, quelque part ici, peut-être à l'endroit de Pointe-à-Callière, qu'on ait une pyramide. Une petite pyramide du Louvre. Puis je le dis, pourquoi ? Parce que la pyramide du Louvre, elle est apparue deux ans plus tard, si vous allez sur Internet. [...] Donc, si vous avez un signal ici qui se différencie de tout ce qui avait autour, qui va intriguer les gens, puis ici, vous avez le dix-neuvième... ici, vous avez, bien... la naissance de Montréal, *grosso modo* quoi, hum... dix-neuvième, l'âge d'or. Et puis là, cette entrée, elle vous donne accès à quoi ? Elle vous donne accès à un monde souterrain, un musée souterrain qui va retrouver ici l'eau du fleuve. Parce qu'à l'époque, l'eau du fleuve arrivait là. Puis, ici, vous avez la boutique, l'administration, et une grande salle contemporaine. Ce qui fait que vous avez les vestiges archéologiques, l'âge d'or, et... « expo contemporaine » [écrit le mot en même temps de l'épeler à haute voix]. Et ça, c'est sous terre, c'est l'image de marque de Montréal, hein ? Les corridors

souterrains *et cetera*. Voilà. Puis ça, on est payé pour deux jours de travail. [...] Alors ici, après une année, il y a une étude de faisabilité qui est commandée, et c'est Claude Benoît, que vous devez connaître ?

SC : Non... [...]

LM : Claude Benoît faisait des études de faisabilité, comme Francine Lelièvre. Francine Lelièvre, ça [son bureau] s'appelait Processus. Et Claude Benoît, ça s'appelait comment, déjà ? Hum... Métamorphose, je crois... un truc comme ça. [...] Mais Claude Benoît, c'était une Francine numéro deux. C'était les deux tops à Montréal, qui faisaient justement des études de faisabilité, des projets à l'époque sur la vague de, justement, de savoir comment travailler avec des designers et avec les autres. Et Claude Benoît monte une équipe avec des spécialistes, études de faisabilité. Donc, hum... économie, architecture *patati patata*, enfin, le gros truc dont je vous parlais auparavant. Et, dans le cours de l'étude, on appelle « qui » [met l'accent qui le mot] ? Jean Saint-Cyr et Laurent Marquart, parce qu'on leur dit : « Eh bien, maintenant on a non seulement l'ancienne douane ici, hum, je veux dire, l'ancienne douane qui est là... on a la Place Royale, si vous voulez, hein ? Si je le fais comme ça... ça, c'est le fameux dix-neuvième de l'Âge d'or ». Et puis, le gouvernement fédéral, comme il va participer à cette célébration extraordinaire de Pointe-à-Callière, ici, le... ça leur appartenait, je sais pas pourquoi, bref, il dit : « On va le donner à la... au projet ». Donc, toute l'idée du musée et du contemporain souterrain *et cetera*, n'existe plus. Le signal visuel, c'est ça. Alors, hum... nous, on est très content, parce que je me dis, puis parce que le budget, ça va de nouveau être 30, 40 millions, je sais pas, quelque chose comme ça, bref, on navigue dans ces eaux. C'est le bonheur sur terre, vous comprenez, ça ? Et là, nous on a fait beaucoup d'audiovisuel déjà dans notre vie de GSM. Des expériences, hum... extraordinaires. Et qu'est-ce que je propose ? Je dis : « Bon, on a une bâtisse, on va se réserver dans cette bâtisse ce coin », et puis [fait référence au croquis] je vous fais une coupe pour moi parce que c'est plus facile de dessiner comme ça qu'à l'envers... si vous imaginez des petites personnes, ici, comme ça, et que vous avez une bâtisse d'une certaine hauteur, puis que vous avez la possibilité de monter... on avait... je crois qu'on avait... deux ou trois étages de permis... Disons deux étages de permis. Oui, c'est ça. Le gabarit autorisé, c'était deux étages. Et moi, je dis, à ce moment-là : « On va aller sous terre, ici. Et les fameuses strates, on va les faire ici. Et là, on va mettre trois balcons. Ça fait que les gens vont arriver et vont avoir une vue comme ça ». Donc, c'est une salle qui n'est pas une salle de spectacle, qui n'est pas une salle conventionnelle. C'est une salle IMMERSIVE [avec emphase], où vous traitez de l'histoire sur le plan archéologique, avec des balcons qui sont là. Et ça, ça vous permet de faire des effets spéciaux [...] Donc, on fait un espace complet de... d'immersion, d'effets spéciaux *et cetera*. Sauf qu'en cours de projet,

puis là je crois qu'on était payé chacun une semaine, hum, Jean Saint-Cyr et moi, pour faire des recommandations. De nouveau, là, on gagnait très, très bien notre vie, voyez-vous, hein ? C'est quand même pas mal, ça, c'est pour ça que je me permets de raconter ces histoires, c'est ma revanche [rire] et là, on nous dit : « Oh, mais ça va pas, parce qu'ici, on a des vestiges, puis un cimetière, le premier cimetière *et cetera*, donc on ne peut pas toucher à ça ». En cours de projet, en cours d'étude de faisabilité. Puis ça, c'est, qu'est-ce que j'ai dit... 19...89... quand j'apprends ça. Moi, je dis : « Mais c'est fantastique, ça veut dire qu'on a un décor qui est tout fait, tout cuit, on n'a pas un sou à déboursier, ça veut dire que ça nous fait un tiers de notre décor qui est tout là, qui... qui... on ne peut pas inventer mieux que de vrais vestiges. On va supprimer ça, pas de problème, puis on a, on a deux balcons ». Donc on fait un rapport des illustrations de ce qu'on peut faire. Et ça, c'est l'étape numéro deux. Et là, donc ça, c'est Claude Benoît, toujours pas de Francine Lelièvre. Je l'adore, Francine, parce que Francine, faut pas l'oublier, pour la petite histoire [...] Mais, n'empêche, Compton, c'est une pierre marquante de l'évolution de la muséographie. Et Parcs Canada en a fait une icône, figurez-vous, qui existe toujours dans sa forme première... hum... 80 ? Ça veut dire presque quarante ans après. Donc trois [réfère au dessin numéro trois] c'est ça. Trois, c'est ça, parce que le vrai projet... et ça, c'est Francine Lelièvre qui est à la tête de ça, plus Dan Hanganu, que je connais bien. Que je connaissais bien, il est mort. On avait fait des choses ensemble. Et là, c'est amusant, parce que Dan, quand il voit le plan de ça, il dit : « Ah, on va mettre les gradins ici, puis le spectacle va se faire en face *et cetera*. Les gens arrivent, ils ressortent, super ». Alors c'est Yves qui a pris la relève en grande partie à ce moment-là. Il s'est un peu bataillé avec monsieur Hanganu, qui a très bien compris que finalement, de faire... d'avoir des balcons ici, avec les sièges *et cetera*, puis d'avoir cet espace-là pour faire des effets spéciaux, c'était ce qu'il fallait faire. Alors, résultat des courses : on a deux balcons, on a les vestiges, et à l'époque on avait même un... un truc qui sortait ici *et cetera*, bref, on peut faire ce qu'on veut avec le, disons... je dirais, le génie d'Hanganu. Ce qui fait que l'image de marque de Pointe-à-Callière, l'aspect *marketing* auquel je tiens beaucoup, est LÀ. Et ça, ça veut dire quoi ? Pourquoi est-ce que j'vous raconte tout ça ? C'est pour dire que si on n'avait pas été présent ici pour dire 10 millions, 30 millions, un musée contemporain, si on n'avait pas été ici pour dire que, dans le concours d'architecture, vous allez décider, vous aller dire à l'architecte qui va venir après et à la directrice et à tous ceux qui vont suivre, qu'il faut une boîte qui soit de telle dimension pour faire tel effet *et cetera* avec tel budget, eh bien, il n'y aurait pas de Pointe-à-Callière. Et pour compléter le tableau ? Pourquoi est-ce qu'Yves a réussi...

SC : ... là, on parle d'Yves...

LM : ... Yves Mayrand. Quand j'ai dit avant que c'est lui qui a repris le projet, parce que moi j'étais pas capable de m'en occuper, c'est lui qui l'a vraiment pris en main. On a travaillé ensemble au début, pour le scénario, le design *et cetera*, bon. Mais le... la conclusion de tout ça, la conclusion : Singapour. Pourquoi ? Parce que les gens de Singapour ont fait une tournée en Amérique du Nord, en Europe, je sais pas où, et ils sont venus à Montréal voir Pointe-à-Callière. Et Yves, deux femmes responsables du projet et moi, on est allé man... hum, prendre un apéro à l'Hôtel De La Montagne. Et puis, hum... là, on a vendu notre salade. Et on était invité à faire une offre. Et Yves, avec son approche méthodologique, plutôt que, hum... que l'approche... je vous en mets plein la vue, puis ensuite ce sera surtout pas ce qu'on vous a présenté au départ. C'est comme ça qu'on l'a eu, Singapour. Alors, c'est... je pourrais vous en raconter des dizaines d'histoires comme ça [...]

[02 : 13 : 48] Lieu historique national Louis-S.-St-Laurent (1982)

LM : Donc... ça, Singapour, puis je mets GSM à côté. C'est, c'est des... ce sont des... c'est un tissage. Moi, j'appelle ça un métissage de l'histoire, des personnes *et cetera*. Et Francine, c'est la même chose. Pour Compton, je veux en parler de Compton, parce que là encore, il y a une personne FONDAMENTALE [avec emphase] dans l'évolution du design au Québec, dont je vais vous donner le nom, c'est Luc Courchesne [...] En 80, beaucoup de bureaux, Design + Communication, DES et d'autres au Québec, ont fait... avaient des projets d'expositions thématiques, hum... pour des centres d'interprétation. Et nous, GSM, pour de multiples raisons, entre autres parce qu'on n'était pas sensible à ces choses-là, que... je m'en occupais pas, que... j'avais d'autres projets, qu'on se développait différemment... que c'était quasiment mort le design d'exposition, pour nous à cette époque-là, hum... je suis mis en contact avec la possibilité de faire une offre de service. Puis, je me suis dit : « Oh, ça fait longtemps qu'on n'a rien fait dans ce domaine-là, ce serait le moment de faire quelque chose ». Puis, en lisant le document d'appel d'offres, je découvre que c'est un truc vraiment superbe... qui a un potentiel superbe, Compton. Le magasin général, une remise derrière, un entrepôt complètement libre, on peut faire ce qu'on veut dedans [...] Mais, Compton, donc [regarde des photos de Compton] ça, ce sont les parties graphiques dans la maison, la partie, hum... voilà, c'est ça, du magasin général, c'est ça. Ça, c'est Luc Courchesne qui a fait ça, ce design-là. Et ça, ça va dans la maison. Ça, ici, ça va dans le magasin général. Et puis, dans l'entrepôt qui est derrière, c'est le spectacle. Et, quand je lis cet appel d'offres, je me dis : « Mais c'est fantastique, un espace complètement libre, on doit faire quelque chose ». Et, j'ai eu le *flash*, je sais pas si vous avez déjà vu un grenier dans votre vie avec quelqu'un qui sait ce qui a dans le grenier... la personne, elle se promène [il se déplace dans la pièce et pointe des objets] et dit : « Ça,

cette tasse... ça, c'est les roses de la mariée... puis ça, c'est les bougies qu'on n'a jamais osé allumer parce que, je sais pas, moi... ». Bref. Puis tout à coup, ça prend vie, puis des objets inanimés, sans vie, tout à coup, prennent vie. Puis tout à coup, c'est l'histoire d'une personne, d'une famille *et cetera*. Et moi, j'ai fait une offre qui était ça. J'ai dit on va faire un décor avec des tas de choses inanimées... et animées ! Parce qu'il y avait la possibilité d'avoir des diapos, et des... du son, et de la vidéo... enfin, pas de la vidéo à l'époque, mais du film ! Et là, les gens vont arriver, puis paf ! Ils vont arriver, c'est la guerre... puis faut que quelqu'un, faut qu'un premier ministre, et c'est le premier ministre, le premier ministre, c'est St-Laurent. On se calme, et on revient en arrière. On arrive dans un paysage bucolique de Compton. Puis, il y a... on voit des photographies, on voit... on voit le jeune, hum, Louis-S.-St-Laurent qui, hum... qui est avocat, tout ça. Bref, il va voyager en Europe et tout... bref, puis après tout à coup, on se retrouve dans la guerre, alors on passe, puis là je sais pas on avait mis un [inaudible] *et cetera*. Bref, complètement fou... et on continue, avec, hum... jusqu'à... enfin, son temps de président. Et, qu'est-ce que je dis ? Hum... oui ! Et c'est la fin de sa vie, et tout ça. Mais, ce qu'il faut comprendre, c'est que moi, j'étais déjà marqué par mon expérience, par tout ce que j'avais fait. Je me suis dit : « Ce projet-là, je vais pas le mettre dans la machine de GSM, il faut que je le fasse différemment ». Ce qui fait que j'ai appelé Luc Courchesne avec lequel j'avais déjà travaillé sur plusieurs projets très importants. Le Musée des beaux-arts, entre autres, à l'époque. Et j'ai dit : « Luc, il y a un projet fantastique [inaudible] travailler avec toi, voilà ce que je te propose ». Je lui disais : « On va travailler pendant une semaine tous les matins, je viens chez toi, sur ton toit, sur la place, hum... le carré Saint-Louis. Puis là, on va faire le projet, puis après, ça passera dans la machine ». Et c'est ce qu'on a fait ! On était là avec des ciseaux, des... des plumes feutres, du collant, de la colle, des [inaudible] tout ça, puis on a fait une mini maquette de ce que ça allait être. Puis c'est ce que j'ai présenté comme concept, hum... après avoir eu le contrat, naturellement. Parce qu'il y avait, hum... le concept, c'était de dire l'idée du grenier. C'était ça. C'est le concept... pardon, j'aurais quand même dû le préciser, c'était ça, le concept écrit seulement. Et puis, enfin, Luc était chargé de projets, naturellement, il est venu travailler avec nous. Je ne me souviens plus s'il était engagé temporairement ou pas, peu importe. Bref, et son assistant, c'était qui ? C'était Yves, qui sortait de l'école. Qui sortait de l'école. Il sortait du Cégep de Sherbrooke. C'est amusant, c'est choses-là... puis le prof d'Yves qui faisait partie de la Société des graphistes, qui m'avait rencontré là-bas, m'a appelé une fois dans sa vie. Ce gars-là, ce prof de Sherbrooke, il m'a dit : « Laurent, il y a un génie qui travaille... qui est chez nous, il faut que tu le rencontres. Tu peux le prendre en stage ». J'ai dit : « Pas de problème, moi, des étudiants, c'est génial, ça ramène des idées, puis ça mettra dans le bain ». Ça fait qu'Yves est venu exactement [rire] deux

semaines pour travailler sur un projet qu'on avait fait pour Ottawa, c'est super ! Un gamin ! [Rire] Non, c'est pas vrai, mais quand même, il avait vingt ans, quelque chose comme ça. Et puis, bref, Luc et moi, on a eu des discussions à n'en plus finir sur ce qu'on voulait faire, sur comment on voulait faire les choses. Et c'est grâce à Luc, à sa... à sa capacité d'inventer, de dire : « On va pas faire un truc qu'on ferait normalement ». On a commencé à découper des bouts de papier, à faire des choses qui n'étaient pas design, des choses qui n'étaient pas du graphisme comme tel, c'était... de la pure invention, du bricolage théâtral multimédia. Et, je le dis à tout le monde, à l'époque, c'est le premier multimédia thématique dont j'ai connaissance... au monde ! Chose que j'ai... je l'ai dit à Bergeron, à n'importe qui... je m'amuse, parce que ça n'a aucune espèce d'importance que ce soit le premier au monde ou pas. Mais n'empêche que, Pointe-à-Callière, on avait cette expérience-là... et d'autres ! D'autres qu'on avait faits, où on avait fait des projets clés en main, déjà. Moi, j'avais fait ça en Gaspésie, justement. Un petit centre d'interprétation clé en main, tout, architecture, tout. Et, ce Compton-là, c'était Francine qui était la chargée de projet. Et avec Francine, dix ans après, on a fait Pointe-à-Callière numéro un, et puis dix ans après *grosso modo* pas tout à fait, c'était pour... c'était quoi, c'était pour... hum... c'était pour 2000, pour le... ouais, je crois que ça faisait une année ou deux de moins... bref, on a fait le deuxième spectacle et puis, après ça, elle a encore fait le troisième avec Yves et Moment Factory. Là, j'étais plus dans le coup.

[02 : 25 : 35] Affinités professionnelles

LM : C'est pour montrer que, dans le fond, il y a aussi des affinités professionnelles qui font que, hum... on est lié par ces affinités qui nous permettent de faire des choses fantastiques. Et, il n'y a pas plus tard que lundi soir, je mangeais avec Luc Courchesne, parce que, hum... je voulais discuter avec lui d'un projet que je fais en Europe [il me présente une esquisse] voilà notre réunion... notre réunion Luc et moi. Et il me dit quelque chose, il me dit quelque chose d'absolument merveilleux, il me dit : « Laurent, c'est fantastique, on discute maintenant comme on discutait il y a quarante ans ». Génial ! Mais, n'empêche, Luc, si vous regardez ce qui se passe dans les musées, c'est sûr qu'il a les fameuses plaques de verre, c'est son idée, et les personnages qui parlent et tout à Pointe-à-Callière, et bref, il a bifurqué du côté de l'enseignement principalement. Et, là encore, je me dit que si j'avais pas eu le privilège, la chance de travailler avec lui sur Compton, peut-être qu'il n'y aurait jamais eu de Pointe-à-Callière comme il y a eu... peut-être qu'il y aurait jamais eu de Singapour, puis qu'il n'y aurait jamais eu de GSM comme on le connaît à présent. Donc... et Luc était employé de temps à autre pour différentes expositions, ou... différents projets, mais c'était toujours sur une base ponctuelle. On faisait un projet,

et... il venait pour six mois, une année, deux ans... donc, moi, ça me fait très plaisir de parler de ces choses, parce que [pause] quand je mentionne Jacques Guillon, et que je mentionne Luc Courchesne, je dis : « Ces gens-là... dans les deux cas, avec ma collaboration, avec mon apport à moi, bien sûr... ensemble, on a fait... on a été des... des charnières pour l'évolution du design ! ». Jacques Guillon principalement design, et Luc, je dirais dans le domaine de la muséographie, et Yves par la suite.

SC : Et vous ? Vous, vous situez plus dans quel domaine ? Celui de la muséographie ?

LM : Oui, oui. C'est-à-dire, pour moi... disons... ça m'embête de parler de moi dans le cas particulier, mais... ce qui se passe, c'est que je sais très bien que si je n'avais pas été là pour Pointe-à-Callière, il n'y aurait pas eu la salle. Je sais très bien que pour Compton, si je n'avais pas eu cette vision du... du grenier, ça ne se serait pas produit. Ça aurait été une belle exposition design avec des panneaux puis deux ou trois reconstitutions *et cetera*, bref, comme les centres d'interprétation qui se faisaient à l'époque. Mais le multimédia ! Le...

SC : ... c'est ça qui était particulièrement novateur pour l'époque ?

LM : Ah ! Bien, le multimédia, moi je vous dis, si vous me trouvez un projet quelque part au monde qui a été fait... un multimédia de ce genre-là, thématique, théâtral... j'en ai fait en Europe *et cetera*. Avec Yves, on a fait le pavillon du Canada, enfin... un tiers du pavillon du Canada... complètement fou ! Mais fou, fou, fou ! Il y avait le bras canadien qui se promenait dans l'espace et tout, des trucs complètement dingues ! Puis Yves, à l'époque, il avait 25 ans ! C'est, c'est... les jeunes, il faut leur donner la possibilité de faire des choses, puis ça marche [rire] alors voilà. Qu'est-ce que vous avez encore comme question ?

[02 : 28 : 02] Nouveau pavillon du Musée des beaux-arts de Montréal (1976)

SC : Pendant longtemps, on n'a pas vu de designers dans les musées. À quel moment avez-vous senti une ouverture de la part des institutions muséales à l'égard des designers, et comment expliquez-vous cet intérêt nouveau ? Dans mes lectures, j'ai cru comprendre que c'était après l'Expo 67 que GSM a commencé à travailler pour des musées, à faire...

LM : Bien, disons qu'après 67, c'est complètement tombé. On a fait de petites expositions ridicules de gauche à droite, mais c'était... disons, le premier VRAI [avec emphase] projet d'exposition, c'est Compton qui nous a relancés. Parce qu'autrement, c'était... des expositions commerciales, c'était... c'est sûr, on a fait, avec Luc Courchesne... on a fait les Jeux olympiques de 1976, on a fait le pavillon de la Grèce, hum... qui était fait dans l'ancien pavillon belge. Puis, c'est marrant parce que l'ancien pavillon

belge, c'est moi qui avais fait le graphisme du temps de l'Expo [rire] c'est drôle comme tout. Mais... bref, Luc a fait ça, et on a fait... bien, on a fait le Musée des beaux-arts ! Ça, c'était... en 78, quelque chose comme ça...

SC : ... en 76 ?

LM : 76 ? Oui, voilà, 76. Mais ça, c'était... c'était fait avec la vision des choses telles qu'elles se faisaient. On a fait de belles vitrines, et puis on a fait du beau graphisme pour la signalétique. Et on a fait un magnifique... Nelu Wolfensohn, ça vous dit quelque chose ? Qui était à l'UQAM *et cetera*... hum, Nelu, c'est lui qui a fait le graphisme du livre de... comment dire... du musée [...] Puis ça, la flèche et puis les couleurs, tout ça, c'est avec Luc Courchesne qu'on a développé ça. Puis moi, ce que je dis, c'est qu'à l'époque, prendre des pictogrammes... maintenant, dans tous les musées que j'ai vus en Europe, pour les collections, pour reconnaître les collections, les musées utilisent des pictogrammes pour que les gens sachent : « Oh, bien la Joconde, elle est là ! Là, c'est la Vénus de Milo, *et cetera, et cetera* ». Donc, ça, hum... à ce moment-là, c'était justement... c'était une innovation ! C'était le système visuel immédiat avec, naturellement, un nom qui donnait le côté précis de la chose ! [...] Parce que c'était un tout, quand même, c'était pluridisciplinaire, les couleurs se retrouvaient, le... le style graphique et tout ça ! Et ça, c'était fait justement avec Luc, et le guide, c'était Nelu Wolfensohn. Donc on sent tout de suite que... ou plutôt, on constate dans le cas particulier que, justement, les disciplines étaient la façon de faire les choses.

SC : Les disciplines ?

LM : Puis c'était comme ça ! Les musées, c'était des musées d'objets, alors, hum... on avait besoin... Fred Lebensold, l'architecte, était venu chercher, hum... Guillon Designers à l'époque, parce qu'il connaissait Jacques Guillon, et puis, hum.... c'était des contrats, c'était... on avait envie de travailler avec quelqu'un, eh bien, on travaillait avec cette personne-là. Les appels d'offres, ça n'existait quasiment pas. On était en prise directe avec les gens, les décideurs. Mais n'empêche que, à l'époque, l'identification extérieure, le graphisme *et cetera*, le guide, toutes ces choses-là, c'était... c'était une conception d'ensemble, malgré les disciplines. C'est sûr que c'était... c'était pas pensable, à l'époque, de faire autre chose que des vitrines dans un musée de beaux-arts. Et je pense que... aussi bien Jacques Guillon qu'Yves et moi, on bousculait les personnes qui étaient nos vis-à-vis à un moment ou à un autre... et les obligeait à voir des choses différemment, ou apporter des éléments qui les faisaient réfléchir à ce qu'ils étaient en train de faire. C'est... pour moi, c'est une signature qu'on a tous les trois.

SC : Et justement, les gens au sein des musées, est-ce qu'ils se sentaient bousculés ou confrontés ?

LM : Bien, à l'époque de ce musée-là, on était dans la ligne standard. Pas de problème. Et puis, hum... avec des personnes comme justement Francine plus tard, c'était, hum... elle recherchait justement cet apport d'originalité, de différences, de [inaudible] de la compréhension des contenus *et cetera*. Donc on était totalement sur la même longueur d'onde. Et puis, hum... le Musée de la civilisation, c'était ça aussi. *Mémoires* aussi. On pourrait en parler pendant des jours, mais... *Mémoires*, il y a eu une synergie absolument phénoménale, avec, hum... avec Dubé, avec Philippe Dubé, qui était le chargé de projet.

SC : Mais ça, c'étaient donc toutes des personnes qui étaient ouvertes à vos idées ?

LM : Absolument. Absolument. Et nous aussi, c'est-à-dire, que... on ne venait pas imposer des idées. On ne venait pas, disons... comme designer. On ne venait pas comme professionnel formel. On venait comme professionnel pour comprendre les enjeux d'un projet... qui sont aussi bien budgétaires, que thématiques ou communicationnels.

[02 : 40 : 51] La dimension politique des musées

LM : Tu sais, comment est-ce qu'un musée se situe par rapport aux autres musées, par rapport... à la culture d'une ville, à la culture d'un pays *et cetera*... parce que ça, vous pouvez le mettre, un musée n'est jamais INNOCENT [avec emphase]. Les musées, ils sont des gestes POLITIQUES [avec emphase]. Qu'on le veuille ou pas, c'est un geste politique que d'investir dans la culture et les musées. Donc, vous pouvez aller décoder des choses avec ça [rire]. Ah ! Non, mais je peux vous le dire, je l'ai vécu beaucoup, beaucoup... si c'est pas tout le temps... alors, quelle attitude est-ce qu'on prend ? Si j'avais vécu du temps de Staline en Russie, bien peut-être que j'aurais fait des choses pour lui faire plaisir, parce que j'aime ça, manger. Puis, si j'avais vécu du temps des pharaons, bien j'aurais peint de jolies petites momies, je sais pas, moi, un truc du genre. Mais... les musées ne sont pas innocents, et une chose que j'ai abordée avec Yves Bergeron, puis là j'ai été très, très dur, j'ai dit qu'il y a une auto censure pernicieuse qui est sous-jacente à tout ce qu'on fait. C'est de l'autocensure, parce que si on fait ça, on n'a pas le budget, parce que si on fait ça, ça ne sera pas accepté, *et cetera, et cetera*. On va choquer le public, c'est un sujet trop brûlant. Allez faire une exposition sur la laïcité aujourd'hui. C'est quasiment intouchable, vous risquez... allez faire une exposition, tiens, sur les différentes religions... vous risquez votre vie ! Dans les faits, c'est rendu là ! Alors... donc, le périmètre de travail est quand même très, très contrôlé, hum... et à bien des égards restreint. Et je reviens à Michel Côté, quand il dit : « Faire réfléchir ». C'est poser des questions... c'est pas arriver comme un musée de promotion d'une idéologie. Alors je pense que c'est plus facile pour Nathalie Bondil de faire ça que pour le Musée

canadien des civilisations... le Musée canadien [de l'histoire], maintenant. Parce que le Musée canadien, il ne peut pas être autre chose que le représentant du pouvoir canadien. Il ne peut pas poser les vraies questions, impossible. Sinon, hum, sinon, qu'est-ce que vous voulez... ou le Québec, ou l'Alberta, ou Toronto, ça va être la levée de boucliers : « Comment ça les fonds publics sont utilisés à... ». Vous êtes victimes, dans ces métiers-là, vous êtes victimes de l'autocensure. Alors on peut se gargariser de liberté et de tout ce qu'on veut, hein ? Moi, je n'y crois pas du tout. Je pense qu'on a des champs de liberté qui sont pas mal définis.

ANNEXE C TABLEAU SYNTHÈSE DE L'HISTORIQUE

Tableau synthèse –
 Historique de GSM Project (1958-2019)
 Non exhaustif

Année	Raison sociale	Acteurs importants (Arrivée – Départ)	Modifications majeures	Principaux secteurs d'activités / Divisions	Exemples de projets réalisés dans les secteurs du design graphique, design industriel et design d'intérieur	Corpus d'expositions
1958	Jacques S. Guillon & Associés	Fondateur : Jacques S. Guillon Architecte français	Fondation du bureau	L'année indiquée est celle de la parution de la source et ne correspond pas nécessairement à la date de modification des services		
1959		Arrivée : Roger Labastrou Architecte suisse				
1960						
1961					Aménagement de l'aérogare de Dorval (1958-1961)	
1962		Arrivée : Morley L. Smith Designer industriel américain			Aménagement du siège social d'Alcan, Place Ville-Marie (1958-1962)	
1963					Métro de Montréal : voiture (MR-63), symbole graphique et signalétique	
1964						

1965	<p>Arrivée : Laurent Marquart Designer graphique suisse</p> <ul style="list-style-type: none"> • Esthétique industrielle • Esthétique intérieure 	
1966	<ul style="list-style-type: none"> • Design industriel • Graphisme • Planification d'espace • Esthétique d'intérieur 	
1967	<p>Jacques Guillon Designers S'écrit aussi : Jacques Guillon/Designers</p> <p>Guillon s'associe à Labastrou, Smith et Marquart</p>	Pavillon L'Homme et la vie, Expo 67 de Montréal
1968		
1969		
1970		
1971		
1972	<ul style="list-style-type: none"> • Design de moyens de transport • Aménagement et design d'intérieur • Communication visuelle <p>+ Département de Design d'expositions et de musées (flexible)</p>	<p>Concept et développement du train LRC, Canadien National (1967 - 1972)</p>
1973		
1974		
1975		Programme d'identification visuelle du Gouvernement du Québec

1976					Nouveau pavillon du MBAM
1977					
1978	Guillon, Smith, Marquart & Associés	Départ : Roger Labastrou	Actionnaires majoritaires : Morley Smith + Laurent Marquart	<ul style="list-style-type: none"> • Communication visuelle, graphisme, emballage • Design d'exposition • Design de produits • Aménagement d'intérieur 	
1979					
1980					
1981			Arrivée : Yves Mayrand Designer graphique canadien		
1982					Lieu historique national Louis-S.-St-Laurent (Compton, QC)
1983	GSM Design			<ul style="list-style-type: none"> • Design graphique et communication visuelle • Design d'intérieur et aménagement • Design industriel et design de moyens de transport • Design d'exposition et de musées 	
1984					
1985					

1986	GSM Design/Aménagement, communication visuelle et exposition	Départ : Morley Smith	Yves Mayrand devient actionnaire minoritaire avec Kathleen Lanni	<ul style="list-style-type: none"> • Aménagement • Communication visuelle • Exposition
1987			Division : GSM Design/Produit & transport Président : Morley Smith	
1988 ¹		Départ : Jacques Guillon	Laurent Marquart devient président	Exposition permanente Mémoires, MCC (1988-2005)
1989				
1990				
1991				
1992				Premier spectacle multimédia, PAC (1992-2000)
1993				
1994				
1995				
1996				
1997				
1998				
1999				
2000				

¹ Selon Yves Mayrand, ces événements se seraient produits en 1988 (dans un courriel en date du 19 novembre 2019). Cependant, des sources documentaires que nous avons trouvées indiquent l'année 1987.

2002	Départ : Laurent Marquart Kathleen Lani	Passage à la présidence d'Yves Mayrand	• Design d'exposition
		Rachat des parts de ses partenaires par Yves Mayrand	
		Division : GSM Design Intérieurs Présidente : Kathleen Lani	
2003		Ouverture du bureau à Singapour	
2004	GSM Design Expositions		
2005			
2006			
2007			
2008	gsmpjct création, production, média et technologies	Changement de nom des quatre compagnies?	
2009			
2010			
2011			
2012		Fusion des quatre compagnies	
2013			
2014			

¹ Les quatre compagnies sont : GSM Design (2001), GSM Build (2001), GSM Media (2005) et GSM Technologies (2005).

2015

2016

GSM Project
Logotype : gsm*

À des fins de communication
uniquement, nom légal demeure
le même

Ouverture du bureau
à Dubai

2017

2018

2019

ANNEXE D FICHES DESCRIPTIVES DU CORPUS D'EXPOSITIONS*

* À l'exception des images identifiées par un astérisque (*), la documentation visuelle contenue dans cette section de nos annexes provient exclusivement des archives de GSM Project (consultées à leur bureau les 18, 19 et 20 mars 2019).

Pavillon <i>L'Homme et la vie</i>, Expo 67 de Montréal Le pavillon <i>L'Homme et la vie</i> fait partie des quatre pavillons thématiques de <i>L'Homme interroge l'Univers</i> .	
Année	1967
Client	Gouvernement du Canada Directeur des Installations : colonel Edward Churchill.
Lieu	Montréal
Mandat	Design et coordination des installations Nous n'avons pas le détail des tâches effectuées par GSM Project pour le pavillon. Intervenants (non exhaustif) : Jacques Guillon, Morley Smith, Laurent Marquart, Roger Labastrou, Luc Pagnier. La firme est aussi responsable du pavillon thématique <i>L'Homme et la mer</i> , des pavillons de la Belgique et de l'Algérie, de l'aménagement d'appartements modèles pour Habitat 67 et d'une partie de la signalétique du site.
Contexte	<ul style="list-style-type: none"> • Première Exposition universelle du Canada • Québec : Révolution tranquille (1959-1970)
Catégorie	Exposition universelle
Type	Exposition temporaire
Thématique	Exposition scientifique sur le thème de « la vie » Système nerveux, phénomènes de perception, micro-organismes, activités réflexes, illusions d'optique, etc.
Description sommaire	Répartition spatiale : <ul style="list-style-type: none"> • Exposition répartie sur trois étages • Division par catégorie ou taxon Moyens : <ul style="list-style-type: none"> • Ambiances sonores et visuelles Sons, projections de diapositives, jeux de lumière, etc. • Reproductions tridimensionnelles d'unités biologiques Exemples : cerveau et système nerveux. • Environnements englobants ou immersifs Exemple : installation géante représentant l'intérieur d'une cellule humaine (14m de diamètre) dans laquelle le visiteur peut se déplacer. • Technologies audiovisuelles Mécanisme synchronisé audiovisuel, images synchronisées, récepteurs/effecteurs, enregistrements audio sur bandes magnétiques, etc.
Commentaires généraux	<ul style="list-style-type: none"> • Première Exposition universelle • Premier projet d'envergure dans le secteur des expositions • Contribue à la naissance d'un savoir-faire • Permet l'émergence d'un secteur d'activités dans le domaine des expositions • À l'origine d'une expertise dans le secteur des Expositions universelles • Visibilité sur la scène internationale et notoriété au Canada

Documentation visuelle

Vues extérieures du pavillon

Vue no 1

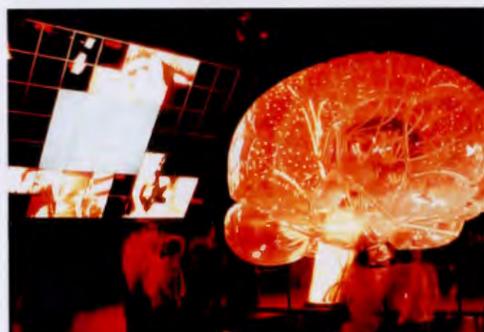


Vue no 2



Reproduction tridimensionnelle du cerveau humain

Vue no 1



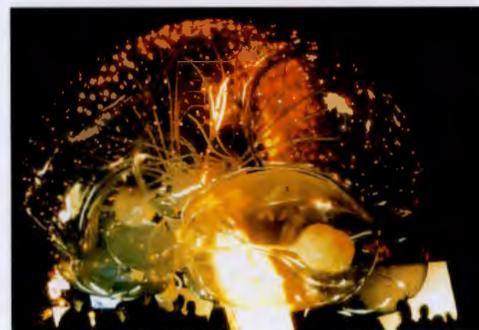
Vue no 2



Vue no 3



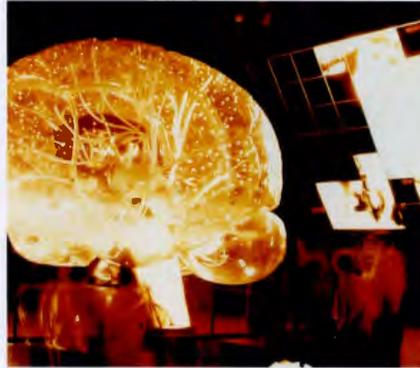
Vue no 4



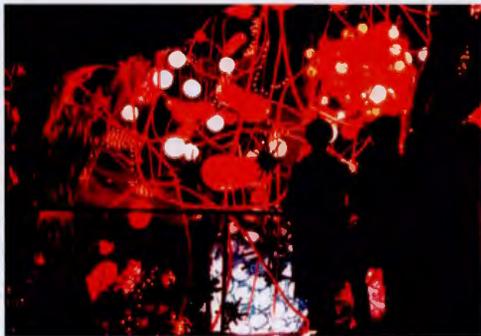
Vue no 5



Vue no 6



Installation géante représentant l'intérieur d'une cellule humaine



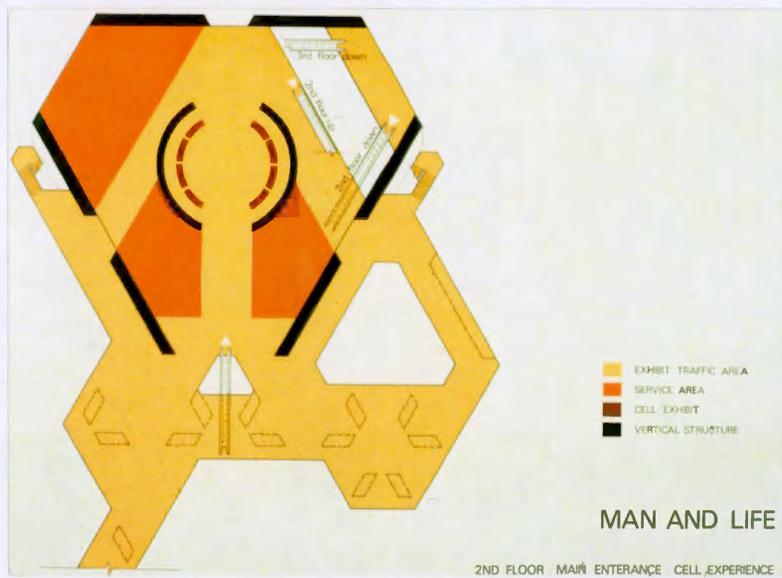
Salle des microscopes / Section consacrée aux micro-organismes
Vue no 1



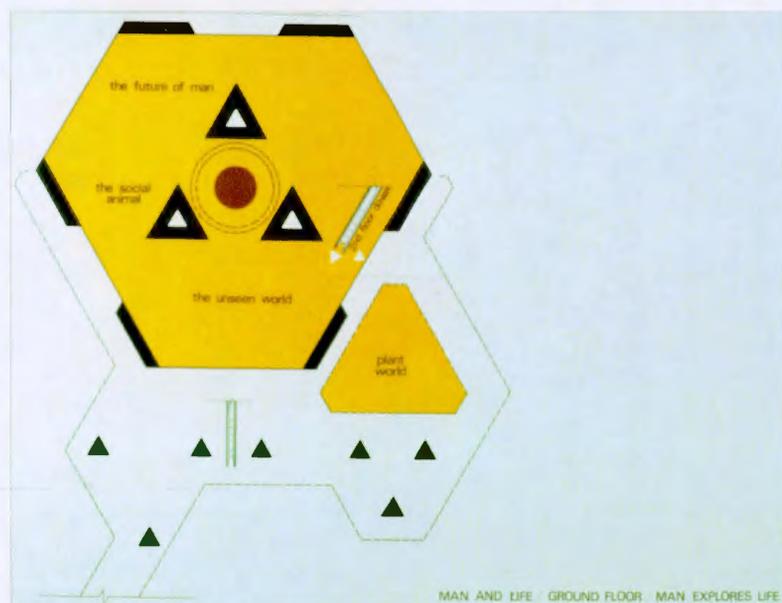
Vue no 2



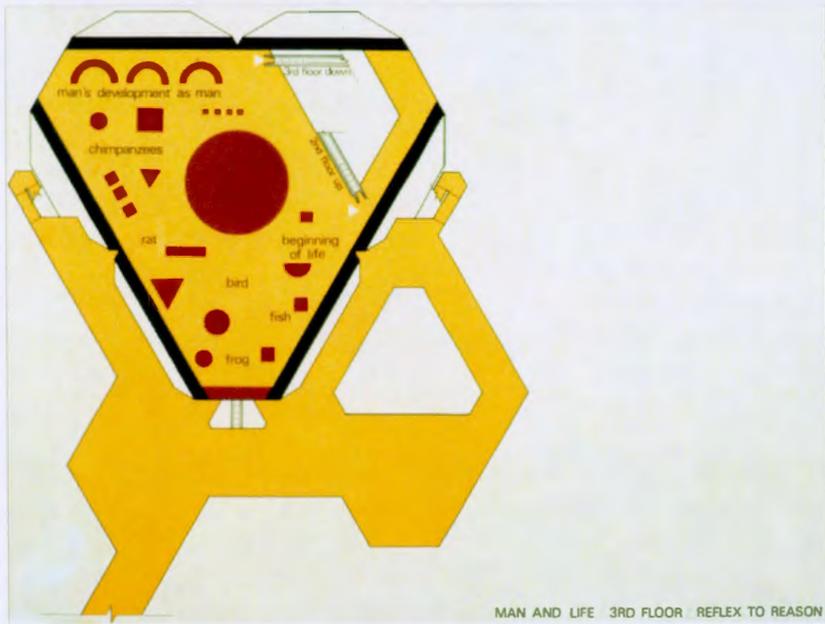
Plan de salle no 1



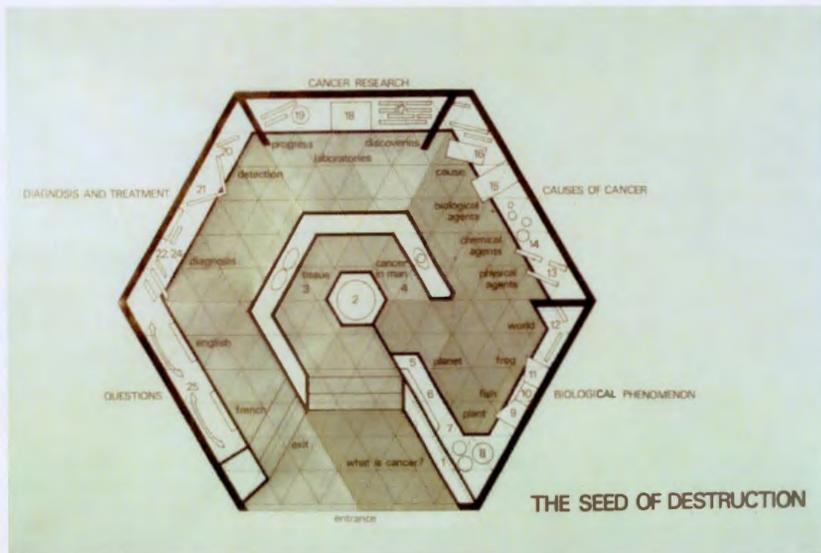
Plan de salle no 2



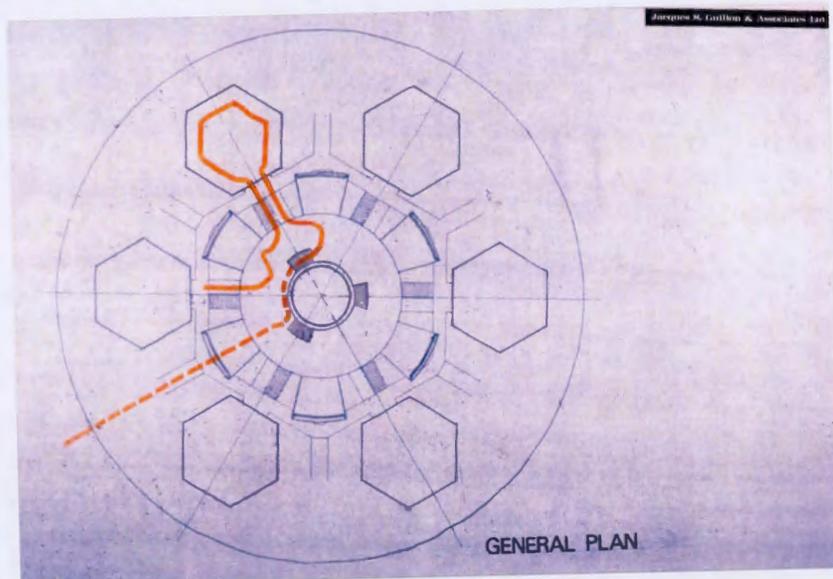
Plan de salle no 3



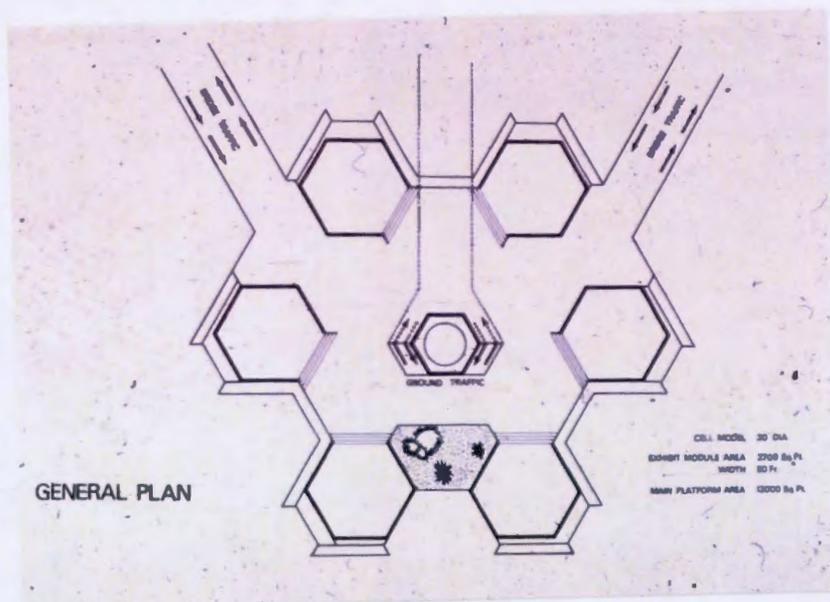
Plan de salle no 4



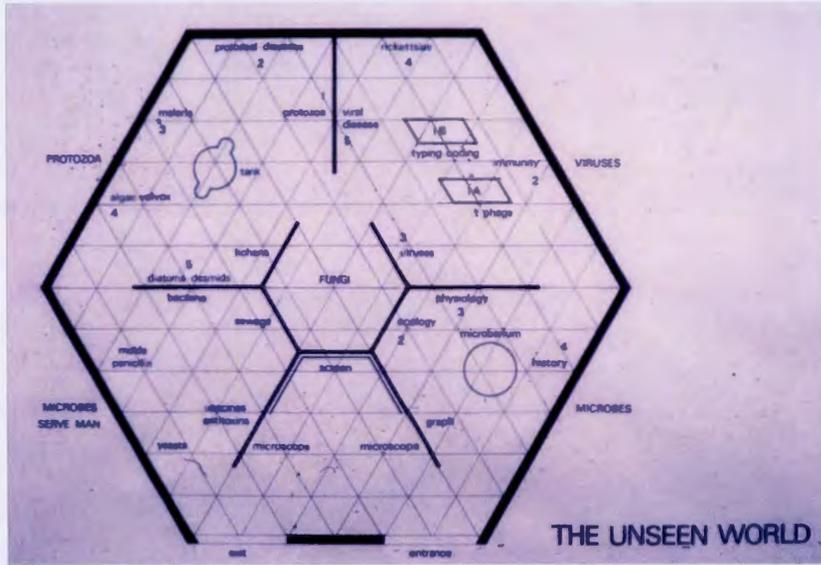
Plan de salle no 5



Plan de salle no 6

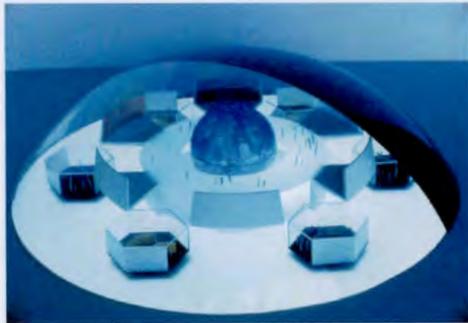


Plan de salle no 7



Esquisses et maquettes

01



02



03



04



05



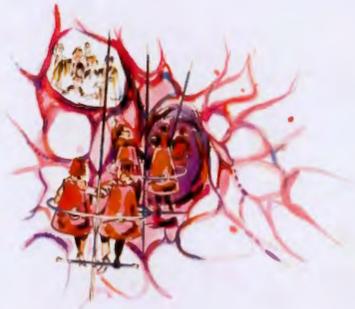
06



07



08



Nouveau pavillon du Musée des beaux-arts de Montréal (MBAM) Situé au 3400, avenue du Musée Actuel pavillon Liliane et David M. Stewart	
Année	1976
Client	Musée des beaux-arts de Montréal Directeur : David Giles Carter (premier directeur francophone du Musée).
Lieu	Montréal
Mandat	Signalétique, guide d'exposition, mobilier, vitrines Intervenants (non exhaustif) : Jacques Guillon (vitrines + mobilier), Laurent Marquart et Luc Courchesne (système d'identification visuelle), Nelu Wolfensohn (guide d'exposition).
Contexte	Extension réalisée entre les années 1973-1976 par l'architecte Fred Lebensold Objectifs : modernisation de l'image du musée ; volonté de démocratisation et d'accessibilité ; augmentation de la superficie des aires d'exposition ; mise en valeur de la collection permanente ; adaptation des infrastructures.
Catégorie	Musée de beaux-arts
Type	Exposition permanente
Thématique	Histoire de l'art Collections du Musée : Art canadien ; Art inuit et amérindien ; Proche-Orient ancien ; Art grec, étrusque et romain ; Art médiéval ; Renaissance ; Renaissance – Collection Hosmer-Pillow-Vaughan ; Art baroque ; Art du dix-huitième siècle ; Art du dix-neuvième siècle ; Art du vingtième siècle ; Dessins et estampes ; Afrique et Océanie ; Art asiatique ; Art islamique ; Art précolombien.
Description sommaire	Répartition spatiale : <ul style="list-style-type: none"> • Extension comprend cinq niveaux et 34 salles d'exposition • Parcours de visite chronologique • Répartition de l'espace par style, époque, tendance Moyens : <ul style="list-style-type: none"> • Dispositifs de présentation traditionnels Exemples : socles, vitrines, cadres, etc. • Dispositifs ou outils d'aide à la visite Exemples : audioguides, plan de salle, guide d'exposition, signalétique, etc. • Système d'identification visuelle des collections Se décline dans la signalétique, guide d'exposition, plan de salle, etc.
Commentaires généraux	<ul style="list-style-type: none"> • Exposition traditionnelle sur le plan du design ; s'inscrit dans la lignée des expositions de style beaux-arts de l'époque • Aspect novateur : système d'identification visuelle des collections

Documentation photographique

Système d'identification visuelle

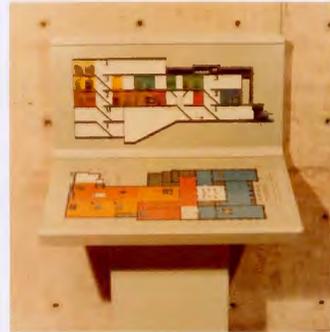
01



02



03



04



Vue intérieure



Détail d'un cartel



Lieu historique national Louis-S.-St-Laurent	
Année	1982 -
Client	Parcs Canada Directeur : Gilles Desaulniers / Chargée de projet : Francine Lelièvre
Lieu	Compton
Mandat GSM	Responsable de toutes les composantes du site Appel d'offres diffusé par Parcs Canada. Intervenants (non exhaustif) : Laurent Marquart, Luc Courchesne, Yves Mayrand.
Contexte	Augmentation des centres d'interprétation entre les années 1970-1985 (Parcs Canada)
Catégorie	Centre d'interprétation
Type	Exposition permanente
Thématique	Ancien premier ministre du Canada Louis-S.-St-Laurent
Description sommaire	Composantes du site : <ul style="list-style-type: none"> • Maison familiale Meubles et objets d'origine (+ de 2 500 artefacts) ; souvenirs de familles ; panneaux explicatifs, vitrines. • Magasin général du père de Louis-S.-St-Laurent Mobilier d'origine ; objets du quotidien ; installation audio (avec conversations) ; éléments graphiques. • Salle multimédia située dans l'entrepôt Spectacle multimédia (durée : 18 min) / Thématique générale : carrières juridique et politique de Louis-S.-St-Laurent et portrait de l'histoire canadienne entre 1882 et 1973 / Composantes du spectacle : projections de diapositives ; téléviseurs ; éclairage et son ; décor composé d'artefacts et d'éléments graphiques variés ; rangées de sièges. • Jardins Aucune information sur les jardins.
Commentaires généraux	<ul style="list-style-type: none"> • Relance GSM Project dans le secteur des expositions • Première occasion d'innover après Expo 67 • Premier spectacle théâtral multimédia conçu par la firme • Rapprochement avec l'univers du théâtre Laurent Marquart se définit dès lors comme un « scénariste » ou un « créateur de récits ». • Pourrait être le premier spectacle de ce genre au Québec Selon Laurent Marquart et Francine Lelièvre.
Autres	Lauréat du prix d'excellence décerné par la Société des graphistes du Québec en 1983

Documentation visuelle

Vue extérieure



Maison familiale



Magasin général
Vue no 1



Vue no 2



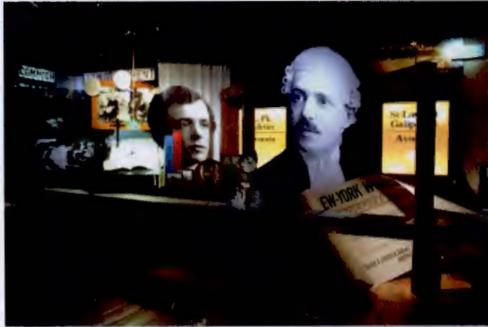
Spectacle multimédia (entrepôt)
Vue no 1



Vue no 2



Vue no 3



Vue no 4



Esquisses, plans, maquettes
01



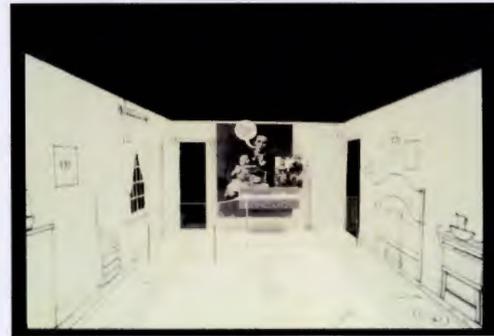
02



03



04



Exposition permanente <i>Mémoires</i> du Musée de la civilisation (MCQ)	
Année	1988-2005
Client	Musée de la civilisation Directeur du Musée : Roland Arpin / Chargé de projet : Philippe Dubé
Lieu	Québec
Mandat	Projet clé en main Nous n'avons pas le détail des tâches exécutées par GSM Project pour <i>Mémoires</i> . Sélection à la suite d'un appel d'offres diffusé par le MCQ.
Contexte	Exposition inaugurale du premier musée de société au Québec
Catégorie	Musée de société
Type	Exposition permanente
Thématique	Histoire et identité québécoise
Description sommaire	<p>Traitement de l'espace :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Parcours linéaire avec trame narrative • Découpage thématique Se divise en six zones, en plus des zones réservées à l'entrée et à la sortie (« Le Bon Vieux Temps » ; « Un pays à bâtir » ; « Des jours difficiles » ; « Les Pouvoirs » ; « Ensemble ! » ; « Et maintenant ?... »). Chaque zone correspond à une forme de mémoire (nostalgique, adaptative, refoulée, obligée, libre, bilan) et se subdivise en « scènes », pour un total de 47 scènes. • Environnements englobants ou théâtraux Exploitation totale de l'espace d'exposition. Création d'ambiances. Rapprochement avec l'univers du théâtre. Redéfinition du rôle du visiteur. <p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Approche thématique et subjective de l'histoire et de l'identité québécoise Contenu historique abordé sous l'angle de la mémoire individuelle et collective. Rejet de l'objectivité historique. Regard pluriel sur le passé. Trois temporalités : passé, présent et futur. <p>Autres :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objets de la collection désacralisés et insérés au sein d'un récit N'est pas une exposition d'objets. • Exposition centrée sur l'émotion + importance de l'expérience de visite
Commentaires généraux	<ul style="list-style-type: none"> • Première exposition novatrice conçue par GSM Project pour un musée • Synthèse des expériences antérieures de la firme dans la sphère des expositions Tout spécialement de l'Expo 67 de Montréal et du centre d'interprétation de Compton. • Mise en place de composantes récurrentes de sa pratique expositionnelle Rôle secondaire des objets de collections ; mise en récit ; émotions ; expérience du visiteur ; approche contemporaine de l'histoire ; environnements englobants ou immersifs. • Succès auprès du public ; contribue à la réputation du bureau

Documentation visuelle

Zone 1 - Entrée de l'exposition
Vue no 1



Zone 2 - Le Bon Vieux Temps
Vue no 1



Vue no 2



Zone 3 - Un pays à bâtir
Vue no 1



Vue no 2



Vue no 3



Zone 4 - Des jours difficiles
Vue no 1



Vue no 2



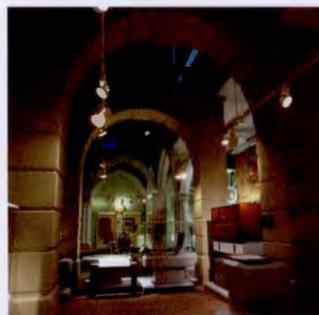
Zone 5 - Les Pouvoirs
Vue no 1



Vue no 2



Vue no 3



Zone 6 - Ensemble I
Vue no 1



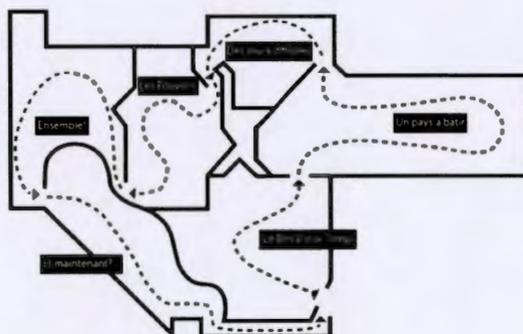
Vue no 2



Zone 7 - Et maintenant ?...
Vue no 1



Plan de salle*



* Plan au sol de *Mémoires* (Adapté du Guide du visiteur, Graphisme Anik Landry). Dans Bergeron, Y. et Dubé, P. (dir.). (2009). *Mémoire de Mémoires. Étude de l'exposition inaugurale du Musée de la civilisation*. Québec : Les Presses de l'Université Laval, p. 110.

Premier spectacle multimédia de Pointe-à-Callière (PAC)	
Année	1992-2000
Client	Société immobilière du patrimoine architectural de Montréal (SIMPA) Chargée de projet et directrice du Musée : Francine Lelièvre
Lieu	Montréal
Mandat	<p>Projet clé en main</p> <p>Coordination et gestion (échanciers, budgets, plans et devis, etc.) ; planification et exécution (choix de la thématique, de l'approche et des moyens muséographiques, écriture du synopsis, du scénario et des contenus, etc.) ; aménagement de la salle (design préliminaire et final, production des décors et gestion des effets scéniques, équipements audiovisuels, etc.).</p> <p>Sélectionnée à la suite d'un appel d'offres diffusé par la SIMPA (1990). Intervenants (non exhaustif) : Laurent Marquart (surtout en étapes préliminaires), Yves Mayrand.</p> <p>Aussi responsable de l'aménagement et du design des bureaux administratifs ; du restaurant l'Arrivage ; des aires communes de l'Éperon + participation aux deux études de faisabilité commandées par la SIMPA (1987 et 1989).</p>
Contexte	<ul style="list-style-type: none"> • Premier spectacle multimédia de PAC • Inauguration du Musée à l'occasion du 350e anniversaire de Montréal
Catégorie	Musée d'archéologie et d'histoire
Type	Spectacle multimédia
Thématique	Histoire des échanges commerciaux à Montréal depuis la fondation de la métropole
Description sommaire	<p>Salle et aménagement :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diffusé dans l'édifice de l'Éperon Salle située au niveau rez-de-chaussée. • Aménagement de la salle Salle conçue en hauteur ; balcon suspendu avec deux rangées de sièges (+ casques d'écoute) ; parterre composé de vestiges archéologiques <i>in situ</i>. <p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Progression linéaire avec subdivisions thématiques Durée approximative de 16 min. <p>Moyens et approche :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procédés Usage de l'humour ; approche contemporaine de l'histoire ; effets de « surprises visuelles », personnification de figures historiques, etc. • Variété de moyens plastiques / Iconographie plurielle Exemples : gravures ; illustrations ; photographies ; documents iconographiques ; films d'archives, etc. • Technologies multimédias Exemples : vidéo 16 mm ; moniteurs de télévision ; écrans ; haut-parleurs ; projection de diapositives ; personnages animés en trois dimensions (<i>talking head</i>) ; son et musique d'ambiance ; jeux de lumière, etc.
Commentaires généraux	<ul style="list-style-type: none"> • Premier spectacle théâtral multimédia réalisé par GSM Project dans un musée • Pourrait être le deuxième spectacle de ce genre conçu au Québec Selon Laurent Marquart et Francine Lelièvre. • Succès auprès du public ; sera reproduit aux dix ans

Documentation visuelle

Spectacle multimédia

Vue no 1



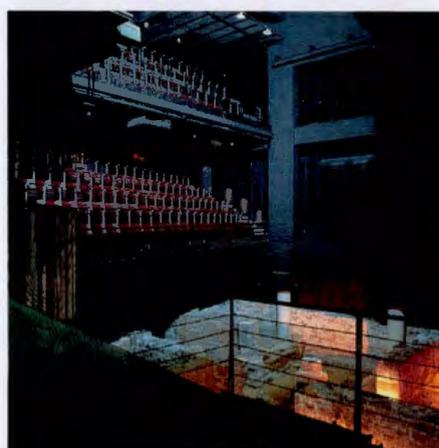
Vue no 2



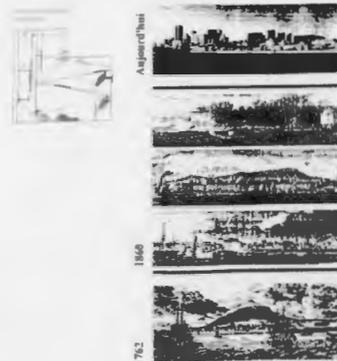
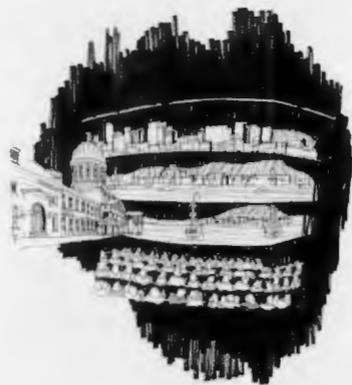
Vue no 3



Salle de spectacle



Esquisses préliminaires de la salle multimédia, 1989*
#7 plan coupe, planches #7



Scénario préliminaire, 1991*
(p. 51)



(p. 52)



* SIMPA. (1989). *Complexe archéologique et historique de la place du 350ième anniversaire de Montréal : Rapport synthèse*. [Document]. SIMPA 1989 : Projet Complexe archéologique et historique de MTL (890 414 202). Médiathèque de Pointe-à-Callière - Cité d'archéologie et d'histoire Montréal, Québec.

* GSM Design. (1991). *Pointe-à-Callière. Rapport d'étape. Design conceptuel préliminaire et programme des services*. [Document]. Centre d'interprétation historique et archéologique de Montréal : Complexe historique et archéologique, Place Royale. Médiathèque de Pointe-à-Callière - Cité d'archéologie et d'histoire Montréal, Québec.

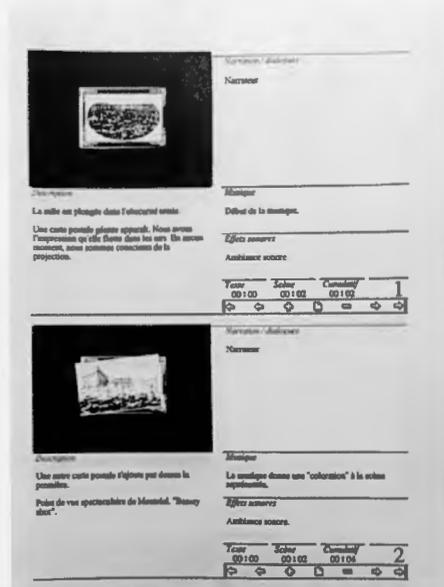
(p. 53)



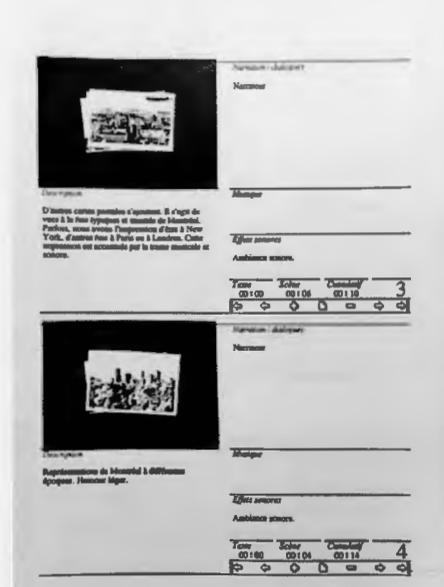
(p. 54)



Sixième version du scénario, 1991*
(s. p.)



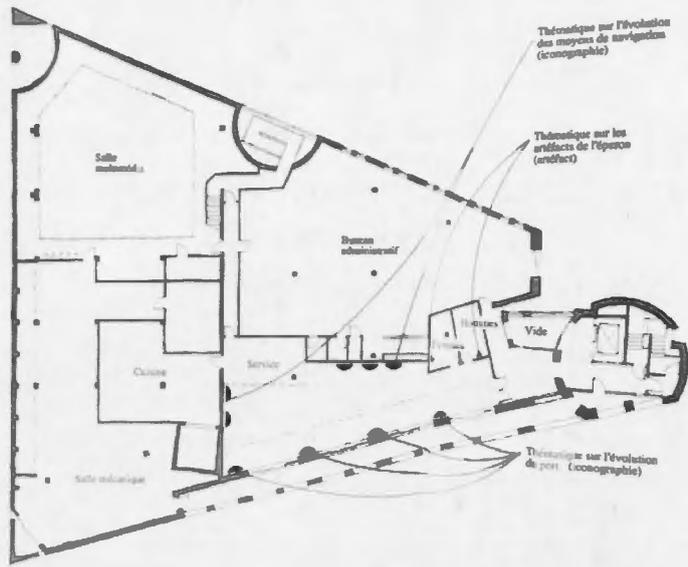
(s. p.)



* GSM Design. (1991). *Pointe-à-Callière. Scénario. Sixième version.* [Document]. Sans identification. Médiathèque de Pointe-à-Callière - Cité d'archéologie et d'histoire Montréal, Québec.

Deuxième étage (p. 23)

2.1.1
Planification et Localisation du contenu thématique
Deuxième étage



ANNEXE E FICHE BIOGRAPHIQUE DE LAURENT MARQUART

Lieu de naissance*

Né à Genève, en Suisse

Formation académique

1954-1958 Études spécialisées, École des Arts décoratifs de Genève, Suisse
Diplôme fédéral de capacité en Graphisme

Parcours professionnel (avant GSM Project)

1959 - 1960 Graphiste et étalagiste à Milan
1960 - 1961 Graphiste et illustrateur à Londres
Été 1961 Illustration du livre *La Nostra Amica Luna* (Arnoldo Mondadori Editore)
1962 - 1964 Graphiste et concepteur d'expositions thématiques (Expo 64 de Lausanne)
1964 - 1965 Graphiste, Port-au-Prince

Carrière chez GSM Project

1965 - 1967 Graphiste et chef de projet
*Engagé comme assistant coordinateur des pavillons thématiques de l'Expo 67
1967 - 1978 Associé et directeur
1978 - 1988 Associé et Vice-Président
1988 - 2002 Président

Autres

Anciennement directeur de la Société des Graphistes du Québec

* Les informations contenues dans cette fiche biographique proviennent de diverses sources : l'entretien mené auprès de Laurent Marquart le 10 mai 2019 ; un courriel de Laurent Marquart daté du 15 mai 2019 ; une publication de la Société des Graphistes du Québec (1983) trouvée dans les archives de GSM Project et dont la notice est incomplète. L'information concernant l'année de départ de Laurent Marquart de GSM Project (2002) provient d'Yves Mayrand.

BIBLIOGRAPHIE THÉMATIQUE

Méthodologie

- Bertaux, D. et de Singly, F. (2005). *Le récit de vie* (2^e éd.). Paris : Armand Colin.
- Desmarais, D. (2009). L'approche biographique. Dans B. Gauthier (dir.), *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données* (5^e éd., p. 361-389). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Gauthier, B. (dir.). (2009). *Recherche sociale. De la problématique à la collecte des données* (5^e éd.). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Rioufreyt, T. (2016). *La transcription d'entretiens en sciences sociales : Enjeux, conseils et manières de faire* [Document non publié]. Récupéré de <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01339474>
- Roberge, M. (1995). *Enquête orale : Trousse du chercheur*. Québec : Université Laval, Service des ressources pédagogiques et Laboratoire d'ethnologie urbaine.
- Roy, S. N. (2009). L'étude de cas. Dans B. Gauthier (dir.), *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données* (5^e éd., p. 199-225). Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Savoie-Zajc, L. (2009). L'entrevue semi-dirigée. Dans B. Gauthier (dir.), *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données* (5^e éd., p. 337-360). Québec : Presses de l'Université du Québec.

Terminologie

- Chion, M. (s. d.). Cinéma (Réalisation d'un film) - Scénario. Dans *Encyclopædia Universalis*. Récupéré de <https://www.universalis.fr/encyclopedie/cinema-realisation-d-un-film-scenario/>
- Davallon, J. (1999). *L'exposition à l'œuvre : Stratégies de communication et médiation symbolique*. Paris : L'Harmattan.

Desvallées, A. (1995). Recherche et muséographie. Dans Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. Direction de l'information scientifique & technique et des Bibliothèques (dir.), *Musées & Recherche : Actes du colloque. Paris, les 29, 30 novembre et 1^{er} décembre 1993. Musée national des Arts et Traditions populaires* (p. 177-186). Dijon : OCIM.

Desvallées, A. et Mairesse, F. (dir.). (2011). *Dictionnaire encyclopédique de muséologie*. Paris : Armand Colin.

Gob, A. et Drouguet, N. (2014). *La muséologie. Histoire, développements, enjeux actuels* (4^e éd.). Paris : Armand Colin.
<https://doi.org/10.3917/arco.droug.2014.01>

Mairesse, F. (2011). Muséographie. Dans A. Desvallées et F. Mairesse (dir.), *Dictionnaire encyclopédique de muséologie* (p. 321-342). Paris : Armand Colin.

Merleau-Ponty, C. et Ezrati, J.-J. (2005). *L'exposition, théorie et pratique*. Paris : L'Harmattan.

Sompairac, A. (2016). *Scénographie d'exposition : six perspectives critiques*. Les Acadias : MétisPresses.

Muséologie et design au Québec

Bergeron, Y. (dir.). (2005). *Musées et muséologie : Nouvelles Frontières. Essais sur les tendances*. Québec : Musée de la civilisation. Montréal : Société des musées québécois.

Bergeron, Y. et Carter, J. (2015). Repenser la formation professionnelle en muséologie : le cas du Québec. *ICOFOM Study Series*, (43a), 39-55.
<https://doi.org/10.4000/iss.557>

Bergeron, Y. et Côté, J.-A. (2016). Musée et muséologie selon Roland Arpin. Dans Y. Bergeron et J.-A. Côté (dir.), *Un nouveau musée pour un nouveau monde : Musée et muséologie selon Roland Arpin* (p. 19-37). Paris : L'Harmattan.

Bergeron, Y. et De Muys, G. (2016). Un nouveau musée pour un Nouveau Monde : Roland Arpin et la nouvelle muséologie. Dans Y. Bergeron et J.-A. Côté (dir.), *Un nouveau musée pour un nouveau monde : Musée et muséologie selon Roland Arpin* (p. 81-124). Paris : L'Harmattan.

- Bureau du design de la Ville de Montréal. (s. d.). *Design Montréal*. Récupéré de <https://designmontreal.com>
- Bureau du design de la Ville de Montréal. (s. d.). Moment Factory. Dans *Design Montréal*. Récupéré de <https://designmontreal.com/repertoire-designers/moment-factory>
- Bureau du design de la Ville de Montréal. (s. d.-a). Répertoire. Dans *Design Montréal*. Récupéré de <https://designmontreal.com/repertoire-designers>
- Bureau du design de la Ville de Montréal. (s. d.-b). Toboggan design. Dans *Design Montréal*. Récupéré de <https://designmontreal.com/repertoire-designers/toboggan-design>
- Charlebois, C. (2010). *Le design d'exposition comme support à la pédagogie de musée : Analyse critique des concepts et approches en muséographie*. (Thèse de doctorat). Montréal : Université Concordia. Récupéré de <https://search-proquest-com.proxy.bibliotheques.uqam.ca/docview/896364823?pq-origsite=primo>
- Choko, M. H. (2003). Introduction. Dans M. H. Choko, P. Bourassa et G. Baril (dir.), *Le design au Québec : industriel, graphique, de mode* (p. 13-21). Montréal : Les Éditions de l'Homme.
- Côté, M. (1992). Forum sur les tendances de la muséologie au Québec. Dans M. Côté (dir.), *Tendances de la muséologie au Québec* (p. 15-22). Montréal : Société des musées québécois. Québec : Musée de la civilisation et Service des parcs d'Environnement Canada.
- Flaman, B. (2005). L'époque où la dolce vita a croisé le « véritable canadianisme » : aéroports canadiens des années 1960. Dans A. C. Elder (dir.), *Fabriqué au Canada : métiers d'art et design dans les années soixante* (p. 17-28). Montréal, Kingston, Londres et Ithaca : McGill Queen's University Press.
- Guzin Lukic, N. (2015). Mutations en muséologie et programmes de formation à l'Université du Québec en Outaouais. *Éducation et francophonie*, 43(1), 131-145. <https://doi.org/10.7202/1030185ar>
- Lacroix, F. (dir.). (1995). *62^e Congrès de l'ACFAS. Les muséographies multimédias : métamorphose du musée*. UQAM, Montréal, 17 mai 1994. Document no 22. Québec : Musée de la civilisation. Montréal : Biodôme de Montréal et Pointe-à-Callière.

- Lacroix, M.-J. (2008). Montréal : design en ébullition. *Continuité*, (115), 43-45.
Récupéré de <https://id.erudit.org/iderudit/17425ac>
- Montpetit, R. (1992). Préface. Dans A. Viel et C. De Guise (dir.), *Muséo-sédution, muséo-réflexion* (p. 7-9). Québec : Musée de la civilisation. Ottawa : Service des parcs d'Environnement Canada.
- Montpetit, R. (1995). De l'exposition d'objets à l'exposition expérience : la muséologie multimédia. Dans F. Lacroix (dir.), *62^e Congrès de l'ACFAS. Les muséographies multimédias : métamorphose du musée. UQAM, Montréal, 17 mai 1994. Document no 22* (p. 7-14). Québec : Musée de la civilisation. Montréal : Biodôme de Montréal et Pointe-à-Callière.
- Montpetit, R. (2013). *Une muséologie québécoise dynamique et d'aujourd'hui : favoriser l'appropriation des collections par les publics de maintenant*. Québec : Ministère de la Culture et des Communications du Québec. Récupéré de https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/museologie/Etude_RMontpetit_RFinal_aout2013.pdf
- Simard, C. et Bergeron, Y. (2017). *Histoire des musées au Québec. Repères chronologiques (1534-2016)*. Récupéré de <https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/statistiques/references/histoire-des-musees-au-quebec.-reperes-chronologiques-1534-2016>
- UNESCO. (s. d.). Réseau des villes créatives de l'Unesco. Dans *UNESCO*. Récupéré de <https://fr.ccunesco.ca/nos-reseaux/reseau-des-villes-creatives-de-l-unesco>
- Viel, A. et De Guise, C. (dir.). (1992). *Muséo-sédution, muséo-réflexion*. Québec : Musée de la civilisation. Ottawa : Service des parcs d'Environnement Canada.

GSM Project

Archives de Pointe-à-Callière

- SIMPA. (1989). Complexe archéologique et historique de la place du 350^{ième} anniversaire de Montréal : Rapport synthèse. [Document]. SIMPA 1989 : Projet Complexe archéologique et historique de MTL (890 414 202). Médiathèque de Pointe-à-Callière - Cité d'archéologie et d'histoire Montréal, Québec.
- SIMPA. (1990). *Centre d'interprétation historique et archéologique de Montréal. Appel d'offre. Muséologie – Muséographie. Devis. Document I*. [Document]. Centre d'interprétation historique et archéologique de Montréal. Médiathèque de Pointe-à-Callière - Cité d'archéologie et d'histoire Montréal, Québec.

- SIMPA et INTERACTIONS. (1987). *La mise en valeur de la Place Royale, Vieux-Montréal. Concept intégré d'interprétation et d'aménagement*. [Document]. SIMPA 1989 : Projet Complexe archéologique et historique de MTL (Centre de documentation de la SIMPA, 000498). Médiathèque de Pointe-à-Callière - Cité d'archéologie et d'histoire Montréal, Québec.
- GSM Design. (1991a). *Pointe-à-Callière. Rapport d'étape. Design conceptuel préliminaire et programme des services*. [Document]. Centre d'interprétation historique et archéologique de Montréal : Complexe historique et archéologique, Place Royale. Médiathèque de Pointe-à-Callière - Cité d'archéologie et d'histoire Montréal, Québec.
- GSM Design. (1991b). *Pointe-à-Callière. Scénario. Sixième version*. [Document]. Sans identification. Médiathèque de Pointe-à-Callière - Cité d'archéologie et d'histoire Montréal, Québec.
- GSM Design. (1992). *Pointe-à-Callière. Scénario. Huitième version*. [Document]. Sans identification. Médiathèque de Pointe-à-Callière - Cité d'archéologie et d'histoire Montréal, Québec.
- GSM Design et Pointe-à-Callière. (1992). *Premier spectacle multimédia (1992-2000)*. [DVD]. Spectacle multimédia. Médiathèque de Pointe-à-Callière - Cité d'archéologie et d'histoire Montréal, Québec.

Chapitres de livres

- Bergeron, Y. (2009). *Mémoires révélée*. Le rôle de l'exposition *Mémoires* dans la perspective du défi de l'ouverture du Musée de la civilisation. Dans Y. Bergeron et P. Dubé (dir.), *Mémoire de Mémoires. Étude de l'exposition inaugurale du Musée de la civilisation* (p. 3-24). Québec : Les Presses de l'Université Laval.
- Bourassa, P. (2003). Design industriel. Dans M. H. Choko, P. Bourassa et G. Baril (dir.), *Le design au Québec : industriel, graphique, de mode* (p. 23-125). Montréal : Les Éditions de l'Homme.
- Bourassa, P. (2005). Habitat 67 : vu de l'intérieur. Dans A. C. Elder (dir.), *Fabriqué au Canada : métiers d'art et design dans les années soixante* (p. 65-76). Montréal, Kingston, Londres et Ithaca : McGill Queen's University Press.
- Bourassa, P. (2007). « Sur une Île inventée... » - Expo 67. Dans Musée national des beaux-arts du Québec (dir.), *Québec en design : 75 ans de créations issues de la collection du Musée national des beaux-arts du Québec / Quebec in design : 75 years of works from the collection of the Musée national des Beaux-Arts du*

Québec (p. 21-25). Québec : Musée national des beaux-arts du Québec.
Montréal : Centre de design de l'UQAM.

Delgado, J. (2018). « Sans l'Expo 67, le design de musée ne serait pas ce qu'il est. ». Dans *Bonnes pratiques muséales. Mise en exposition : Conception et design* (p. 11-14). Québec : Société des musées du Québec. Récupéré de <https://www.musees.qc.ca/fr/professionnel/bonnes-pratiques/mise-en-exposition-conception-et-design>

Hénault, O. (2007). Le design québécois se professionnalise - Les années 1970-1980. Dans Musée national des beaux-arts du Québec (dir.), *Québec en design : 75 ans de créations issues de la collection du Musée national des beaux-arts du Québec / Quebec in design : 75 years of works from the collection of the Musée national des Beaux-Arts du Québec* (p. 26-29). Québec : Musée national des beaux-arts du Québec. Montréal : Centre de design de l'UQAM.

Marquart, L. (2009). Mémoire de *Mémoires*. Promenade dans la mémoire inédite de *Mémoires*. Dans Y. Bergeron et P. Dubé (dir.), *Mémoire de Mémoires. Étude de l'exposition inaugurale du Musée de la civilisation* (p. 69-75). Québec : Les Presses de l'Université Laval.

Montpetit, R. (2009). La mise en exposition de *Mémoires*. Concept, récit, artefacts. Dans Y. Bergeron et P. Dubé (dir.), *Mémoire de Mémoires. Étude de l'exposition inaugurale du Musée de la civilisation* (p. 25-35). Québec : Les Presses de l'Université Laval.

Guide d'exposition

Musée des beaux-arts de Montréal. (1977). *Guide*. Montréal : l'auteur.

Journaux

Adam, J. (2000, 20 mai). Design et affaires, un mariage payant ! *Les Affaires*, section Cahier spécial, p. 3. Récupéré de <https://nouveau-eureka-cc.proxy.bibliotheques.uqam.ca/Link/gestion1/news-20000520-ZL-0107>

Baillargeon, S. (1995, 8-9 avril). Pour un Musée du spectacle vivant. *Le Devoir*, section Arts visuels, p. D9. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2770867>

Baillargeon, S. (2000, 26 mai). Les prix du design 2000. *Le Devoir*, section Culture, p. B9. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2798155>

- Bérubé, S. (2000, 5 décembre). Quelques centaines d'années en quelques minutes. *La Presse*, section Arts et spectacles, p. C3. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2191279>
- Bonhomme, J.-P. (1989, 10 août). La discrète aventure de design Cosmair sur la rue Crescent. *La Presse*, section Design/Art de vivre, p. C2. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2262632>
- Bonhomme, J.-P. (1992, 16 mai). Le nouveau musée Pointe-à-Callière révèle le trésor archéologique de la place Royale. *La Presse*, section Arts et spectacles, p. E8. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2173683>
- Bouthillier, A. (1984, 24 août). GSM Design s'associe à Magna Int. pour fabriquer un taxi québécois. *Le Devoir*, section Économique, p. 9. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2788926>
- Cloutier, L. (1992, 11 mars). Au cœur du centre des affaires. *La Presse*, section Économie, p. D1-D2. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2173273>
- Cloutier, L. (2005, 10 novembre). Dessine-moi un musée : Le plus gros contrat de l'histoire du Groupe GSM, de Westmount. *La Presse*, section Affaires, p. 5.
- Dassylva, M. (1998, 13 juin). Québec au niveau des destinations incontournables. *La Presse*, section Vacances voyages, p. H10. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2186170>
- Drapeau, J. (1998, 28 février). Le toit de Québec pour 4\$. La Commission de la capitale nationale propose un nouvel attrait touristique. *Le Soleil*, p. A8. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2885560>
- Dubuc, M. (1983, 9 juin). Des designers montréalais à l'honneur. *La Presse*, section Décoration, p. C5. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2289724>
- Dubuc, M. (1986, 13 novembre). Un haut lieu du design. *La Presse*, section Décoration, p. E1. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2255319>
- Dubuc, A. (2014, 21 mars). Un observatoire high-tech au sommet. *La Presse*, section Affaires, p. 3. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/3243471>

- Dutrisac, R. (1998, 11 juin). Montréal bientôt doté d'un centre de divertissement en réalité virtuelle ? *Le Devoir*, section Économie, p. B4. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2805971>
- Duval, M. (1983, 30 novembre). Prix d'excellence. *Le Soleil*, section Hier et aujourd'hui, p. F6. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2974480>
- Fessou, J. D. (1987, 22 octobre). Le rêve de Pointe-au-Père se traduit en chiffres. *Le Soleil*, section L'Actualité locale, p. B7. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2887905>
- Francoeur, M. (2002, 16 mai). Projet de plus de 15 millions \$. La Cité de l'énergie voit grand pour les bâtiments de l'ancien complexe Alcan. *Le Nouvelliste*, p. 1- 2. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/3307553>
- Girard, M. (1984, 24 août). Un nouveau modèle de taxi sera construit à Saint-Laurent. *La Presse*, section Économie et finance, p. B1. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2287463>
- Grenier, C. et Bumbaru, D. (1984, 9 juin). L'ancien consulat des États-Unis est enfin habité. *La Presse*, section Habitat, p. E2-E3. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2286964>
- GSM Design. (1999, 6 février). Offres d'emploi. *La Presse*, section Carrières, p. J1. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2187506>
- Hébert, C. (1996, 5 mars). Montréal, tout est hockey. *La Presse*, section Sports, p. S1-S8. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2181481>
- Hommage à Jacques Guillon. (1988, 16 juin). *La Presse*, section Décoration, p. C2. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2259861>
- Jacques S. Guillon et Associés Ltée. (1965, 15 juin). *La Presse*, p. C8. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2758995>
- Jacques S. Guillon & Associés. (1966, 15 octobre). *La Presse*, p. 40. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2698215>
- La Fondation des partenaires de la Biosphère de Montréal. (1998, 24 janvier). Appel d'offres. *La Presse*, section Sports, p. G10. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2185343>

- Lamon, G. (1986, 31 mai). Expo 86 : Le pavillon du Canada. *La Presse*, section Vivre aujourd'hui, p. D1-D2. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2253985>
- Lavigne, L. (2007, 10 novembre). 130 créations emblématiques. *La Presse*, section Mon toit, p. 4. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2206887>
- Léger, M.-F. (1991, 12 février). L'U. de M. révisera en profondeur son programme de design industriel. *La Presse*, p. A8. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2170830>
- Le mot « québécois » a été banni de la tenue de Via Design. (1983, 27 octobre). *La Presse*, section Décoration, p. D3. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2290608>
- L'esthétique industrielle concrétisera « la Science et la vie » à l'Expo de '67. (1964, 13 mai.). *Le Devoir*, p. 2. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2779140>
- L'histoire du design au Québec depuis les années 30. (1990, 18 janvier). *La Presse*, section Design/Art de vivre, p. C4. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2168343>
- Lortie, M.-C. (1997, 7 novembre). Innovatech plonge dans la réalité virtuelle à Lisbonne. *La Presse*, section Économie, p. C1. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2184909>
- Masse, D. (1971, 17 avril). Les timbres et leur histoire. *La Presse*, section Vivre aujourd'hui, p. C7. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2716412>
- Masse, D. (1976, 29 octobre). Jacques Guillon remporte le concours pour le design du train Québec-Montréal. *La Presse*, section Économie et finances, p. C2. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2608204>
- Masse, D. (1985, 31 janvier). Relier le Palais des congrès à la Place d'Armes. *La Presse*, p. A12. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2250402>
- Mayrand, Y. (2017, 4 septembre). Comment j'ai conçu une exposition dans un musée en Alaska. *La Presse+*, section Affaires, écran 5. Récupéré de http://plus.lapresse.ca/screens/99d8b30b-52a2-4539-a0d5-f35ce341afb1_7C_0.html

- Milette, N. (1996, 3 août). La Sun Life a investi 158 M\$ dans son immeuble de Montréal. *Les Affaires*, section Immobilier, p. 41. Récupéré de <https://nouveau-eureka-cc.proxy.bibliotheques.uqam.ca/Link/gestion1/news%c2%b719960803%c2%b77ZL%c2%b7055>
- Morin, D. (1980, 19 juillet). Un Méridien s'est ouvert à Houston. *La Presse*, section Vacances voyage, p. 3. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2297310>
- Morin, D. (1982, 27 novembre). Tourisme en bref. *La Presse*, section Vacances voyage, p. Y7. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2293246>
- Musée de la civilisation. (1988, 18 mai). Appel d'offres. *La Presse*, section Annonces classées, p. E5. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2259657>
- Noreau, P.-P. (1995, 15 mai). L'utile poussé à l'esthétisme et à l'extravagance. *Le Soleil*, section Arts et spectacles, p. B3. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2908232>
- O'Bomsawin, G. (1983, 30 septembre). Un génie sans frontières. *Le Courrier de St-Hyacinthe*, section Notre économie, p. 20-21. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2596818>
- Observatoire de la capitale : Québec se dote d'un nouvel attrait. (1998, 30 mai). *Le Quotidien*, section Voyages, p. 36. Récupéré de <https://nouveau-eureka-cc.proxy.bibliotheques.uqam.ca/Link/gestion1/news%c2%b719980530%c2%b77QT%c2%b7049>
- Pélouas, A. (1990, 19 janvier). L'image de marque, première carte de visite d'une entreprise. *Le Devoir*, section Communications, p. 7. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2759760>
- Pour l'histoire et la géographie. (1998, 30 mai). *La Presse*, section Vacances voyage, p. H9. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2186086>
- Presse Canadienne. (1987, 22 octobre). Un musée maritime à Pointe-au-Père ? *La Presse*, p. A5. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2258045>
- Primeau, M. (2018, 3 décembre). GSM Project. Des expositions pour la planète. *La Presse+*, section Affaires, écran 8. Récupéré de http://plus.lapresse.ca/screens/aff24c17-46c1-4214-b81d-eeaea01b27e3_7C_0.html

- Straessle, C. (1982, 19 août). Mansonville man designs revolutionary new taxicab. *The Record*, section Farm and Business, p. 5. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2941603>
- Suraniti, S. (2016, 24 septembre). Histoire du design au Québec : le jalon Hébert. *Le Devoir*, section Habitation. Récupéré de <https://www.ledouvoir.com/vivre/habitation/480490/histoire-du-design-au-quebec-le-jalon-hebert>
- Tremblay, R. (1988, 22 octobre). Une exposition en quatre dimensions. *Le Soleil*, section Les arts et spectacles, p. F1. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2890143>
- Turgeon, D. (1998, 24 octobre). Metaforia, filiale d'Innovatech, cherche du capital. *Les Affaires*, section Technologies, p. T3. Récupéré de <https://nouveau-eureka-cc.proxy.bibliotheques.uqam.ca/Link/gestion1/news%c2%b719981024%c2%b77L%c2%b7011>
- Un taxi québécois original au Salon. (1981, 17 janvier). *La Presse*, p. 54. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2293741>

Mémoire

- Simard, E.-L. (2009). *Regards des praticiens en design industriel sur les dimensions identitaires de la pratique du design au Québec*. (Mémoire de maîtrise). Université de Montréal. Récupéré de <http://hdl.handle.net/1866/11383>

Monographies

- Bergeron, Y. et Dubé, P. (dir.). (2009). *Mémoire de « Mémoires ». Étude de l'exposition inaugurale du Musée de la civilisation*. Québec : Les Presses de l'Université Laval.
- Bochud, G. (1994). *1001 symboles du Québec*. Québec : Presses de l'Université du Québec.
- Boudreau, M. (dir.). (1992). *Pointe-à-Callière, toute une expérience !* Montréal : Pointe-à-Callière, musée d'archéologie et d'histoire de Montréal.
- Choko, M. H., Baril, G. et Bourassa, P. (2003). *Le design au Québec : industriel, graphique, de mode*. Montréal : Les Éditions de l'Homme.

- Compagnie canadienne de l'Exposition universelle de 1967 (CCEU). (1967). *Terre des hommes / Man and his world*. Ottawa : l'auteur.
- Elder, A. C. (dir.). (2005). *Fabriqué au Canada : métiers d'art et design dans les années soixante*. Montréal, Kingston, Londres et Ithaca : McGill-Queen's University Press.
- Germain, G.-H. (2007). *Un musée dans la ville : une histoire du Musée des beaux-arts de Montréal*. Montréal : Musée des beaux-arts de Montréal.
- Gotlieb, R. et Golden, C. (2001). *Design in Canada: Fifty Years from Teakettles to Task Chairs*. Toronto: Alfred A. Knopf Canada.
- Musée national des beaux-arts du Québec (dir.). (2007). *Québec en design : 75 ans de créations issues de la collection du Musée national des beaux-arts du Québec / Quebec in design : 75 years of works from the collection of the Musée national des Beaux-Arts du Québec*. Québec : Musée national des beaux-arts du Québec. Montréal : Centre de design de l'UQAM.
- Racine, M. (2016). *Julien Hébert : Fondateur du design moderne au Québec*. Montréal : Les  ditions du passage.

Rapport annuel

- Pointe- Calli re, Musée d'archéologie et d'histoire de Montréal. (2000-). *Rapport annuel*. Montréal : l'auteur. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/bs2217204>

Revues

- Bantey, B. (1977). Le Musée des Beaux-Arts, une présence qui s'affirme... *L'Interdit*, (225), 3-4. Récupéré de https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/bitstream/handle/1866/5614/1/%27interdit_1977_janv-fev_no255.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Beaupré, P. (1984). Hull 1970-1980 : La décennie prodigieuse ? *ARQ*, (17), 14-27. Récupéré de <http://numerique.banq.qc.ca/patrimoine/details/52327/2689657>
- Carter, D. G. (1976). Vers la découverte de la collection permanente du Musée. *Vie des arts*, 20(82), 14-87. Récupéré de <https://id.erudit.org/iderudit/55026ac>
- Champagne, M. (2017-18). Prix hommage : Jacques Guillon. *Intérieurs : Grands prix du design (11e édition)*, (74), 153-155.

- Chassé, B. et Lapierre, L. (2004). Francine Lelièvre et Pointe-à-Callière, Musée d'archéologie et d'histoire de Montréal (2002). *International Journal of Case Studies in Management*, 2(2). Récupéré de https://search-proquest-com.proxy.bibliotheques.uqam.ca/docview/197458586?rft_id=info%3Axri%2Fsid%3Aprimo#center
- Courtois, D. (1971). Une firme de design. *Vie des arts*, (65), 42-47. Récupéré de <https://id.erudit.org/iderudit/57942ac>
- Dubuc, É. (1993). Retour aux sources : Pointe-à-Callière, le Musée d'archéologie et d'histoire de Montréal. *Revue de la culture matérielle*, 38(1), 68-73. Récupéré de <https://journals.lib.unb.ca/index.php/MCR/article/view/17580>
- Ducharme, J. (1995). Toutes couleurs unies. *DécorMag*, (246), 64-71. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2570203>
- Éditeur officiel du Québec. (1987). Compagnies (Partie IA) – Loi sur les. Délivrance d'un certificat de constitution. *Gazette officielle du Québec. Partie 1 : Avis juridiques*, (5), 498-529. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2361964>
- Gadoury, G. (2001). Éditorial. *Intérieurs : GSM Design*, 15.
- Gagnon, M. (1988). Rumeurs. *DécorMag*, (174), 36-48. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2570110>
- Gérin-Lajoie, D. (1972). Design - Jacques Guillon Designers. *Architecture/Concept*, 27(308), 18-23. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2634073>
- Gouvernement de la Province (1967). Jacques Guillon Designers inc. *Gazette officielle de Québec*, 99(52), 7344. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2359616>
- Gouvernement de la Province (1968). Jacques Guillon Designers Inc. *Gazette officielle de Québec*, 100(7), 1194. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2359623>
- Hubert, E. et Pimentel, V. (2013). Les arts précolombiens au Musée des beaux-arts de Montréal. *RACAR : Revue d'art canadienne / Canadian Art Review*, 38(2), 7-21. <https://doi.org/10.7202/1020791ar>
- Jacques Guillon/Designers Inc. (1970). *Architecture/Concept*, 25(290), 18-19. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2634055>

- Lacroix, L. (1986). Des musées et des collections. *Continuité*, (32-33), 27-31.
Récupéré de <https://id.erudit.org/iderudit/17937ac>
- Laliberté, S. (2017). La vision de Jacques Guillon. Au temps d'Expo 67. *Intérieurs*, (72), 58-61.
- Leblanc, T. (2017). Le design d'exposition : une expertise québécoise. *Paramètres*.
Récupéré de <https://www.parametres.ca/lexpriece/2017/6/8/design-dexposition-lexpertise-qubcoise-travers-le-monde>
- Le confort en matière de bureaux. Le 9 à 5 revu et décoré. (1983). *Décormag*, (119), 111-119. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2570039>
- Lelièvre, F. (1991). Le berceau de Montréal version 1992 : la Pointe-à-callière. *Cap-aux-diamants*, (27), 52-55. Récupéré de <https://id.erudit.org/iderudit/7932ac>
- Les 25 ans de GSM. (1986). *Décormag*, (153), 6. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2570075>
- Lessard, M. (2018). Reconnaissance pour Jacques Guillon. *Le Magazine de l'Île-des-Sœurs*, 32(06), 3-4. Récupéré de <https://nouveau-eureka-https://nouveau-eureka-cc.proxy.bibliotheques.uqam.ca/Search/ResultMobile/0>
- Marquart, L. (1979). Réflexions inédites à propos du Programme d'identification visuelle (PVI) du Gouvernement du Québec. *Société des Graphistes du Québec : Bulletin*, (38), 4-5.
- Quatre firmes de designers. Jacques Guillon Inc. (1968). *Architecture-Bâtiment-Construction*, 23(265), 20-24. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2673846>
- Rochon, G. et De Winter, K. (1987). Design/Québec. Une stratégie de conciliation. *ARQ*, (36), 36-39. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2689676>
- Sharman, L. F. (2005). Design and Innovation in Montreal through the 1960s and 1970s. *Material Culture Review*, 61(1), 43-51. Récupéré de <https://journals.lib.unb.ca/index.php/MCR/article/view/18003>
- Varry, J. (1961). La Nouvelle Aérogare de Dorval. *Architecture-Bâtiment-Construction*, 16(178), 39-44. Récupéré de <http://collections.banq.qc.ca/ark:/52327/2673759>

Sites Web

- Bureau du design de la Ville de Montréal. (s. d.). GSM Project. Dans *Design Montréal*. Récupéré de <https://designmontreal.com/repertoire-designers/gsmprjctdeg>
- Canada Modern. (s. d.). Montreal Museum of Fine Arts Guide. Dans *Canada Modern*. Récupéré de <https://www.canadamodern.org/montreal-museum-of-fine-arts-guide-cm72/>
- Gouvernement du Québec. (2017). État de renseignements d'une personne morale au registre des entreprises. Dans *Registiaire des entreprises du Québec*. Récupéré de http://www.registreentreprises.gouv.qc.ca/fr/modifier/modifier_actes/modification_statuts.aspx
- GSM Project. (2016a). Accueil. Dans *GSM Project*. Récupéré de <https://gsmproject.com/fr/>
- GSM Project. (2016). Le Cosmodôme. Dans *GSM Project*. Récupéré de <https://gsmproject.com/fr/projets/etude-de-cas/le-cosmodome/>
- GSM Project. (2016). Histoire. Dans *GSM Project*. Récupéré de <https://gsmproject.com/fr/histoire/>
- GSM Project. (2016b). Humain. Dans *GSM Project*. Récupéré de <https://gsmproject.com/fr/projets/etude-de-cas/humain/>
- GSM Project. (2016c). La maison du parfum. Dans *GSM Project*. Récupéré de <https://gsmproject.com/fr/projets/etude-de-cas/la-maison-du-parfum/>
- GSM Project. (2016). Lest We Forget. Dans *GSM Project*. Récupéré de <https://gsmproject.com/fr/projets/etude-de-cas/lest-we-forget/>
- GSM Project. (2016). Lieu historique national Louis-S.-Saint-Laurent. Dans *GSM Project*. Récupéré de <https://gsmproject.com/fr/projets/etude-de-cas/lieu-historique-national-louis-s-saint-laurent/>
- GSM Project. (2016d). Nos services. Dans *GSM Project*. Récupéré de <https://gsmproject.com/fr/nos-services/>
- GSM Project. (2016). Pointe-à-Callière. Dans *GSM Project*. Récupéré de <https://gsmproject.com/fr/projets/etude-de-cas/pointe-a-calliere/>

- GSM Project. (2016e). Qui nous sommes. Dans *GSM Project*. Récupéré de <https://gsmproject.com/fr/qui-nous-sommes/>
- GSM Project. (2016f). Salle de l'Histoire canadienne. Dans *GSM Project*. Récupéré de <https://gsmproject.com/fr/projets/etude-de-cas/la-salle-de-lhistoire-canadienne/>
- GSM Project. (2016g). Singapore History Gallery. Dans *GSM Project*. Récupéré de <https://gsmproject.com/fr/projects/case-study/singapore-history-gallery/>
- GSM Project. (2016). Terre des Hommes – Expo 67. Dans *GSM Project*. Récupéré de <https://gsmproject.com/fr/projets/etude-de-cas/terre-des-hommes-expo-67/>
- GSM Project. (2016h). The Life of Sally Hemings and the Monticello Mountaintop Project. Dans *GSM Project*. Récupéré de <https://gsmproject.com/fr/projets/etude-de-cas/the-life-of-sally-hemings-and-the-monticello-mountaintop-project/>
- Gsmprjct°. (2018, 12 septembre, 15 h 23). Dans *Wikipédia, l'encyclopédie libre*. Récupéré le 2 avril 2019 de <https://en.wikipedia.org/wiki/Gsmprjct°>

Vidéos

- GSM Project. (2018a, 5 octobre). *The story of three letters*. [Vidéo en ligne]. Récupéré de <https://vimeo.com/293613993>
- Guillon, J. S. (2014, 1 mars). Interviewé par F. Metz. Entrevue avec Jacques S. Guillon. Dans Canal Savoir (prod.), *Design*. Récupéré de <https://www.lafabriqueculturelle.tv/capsules/257/jacques-s-guillon-parcours-d-un-designer-multidisciplinaire>