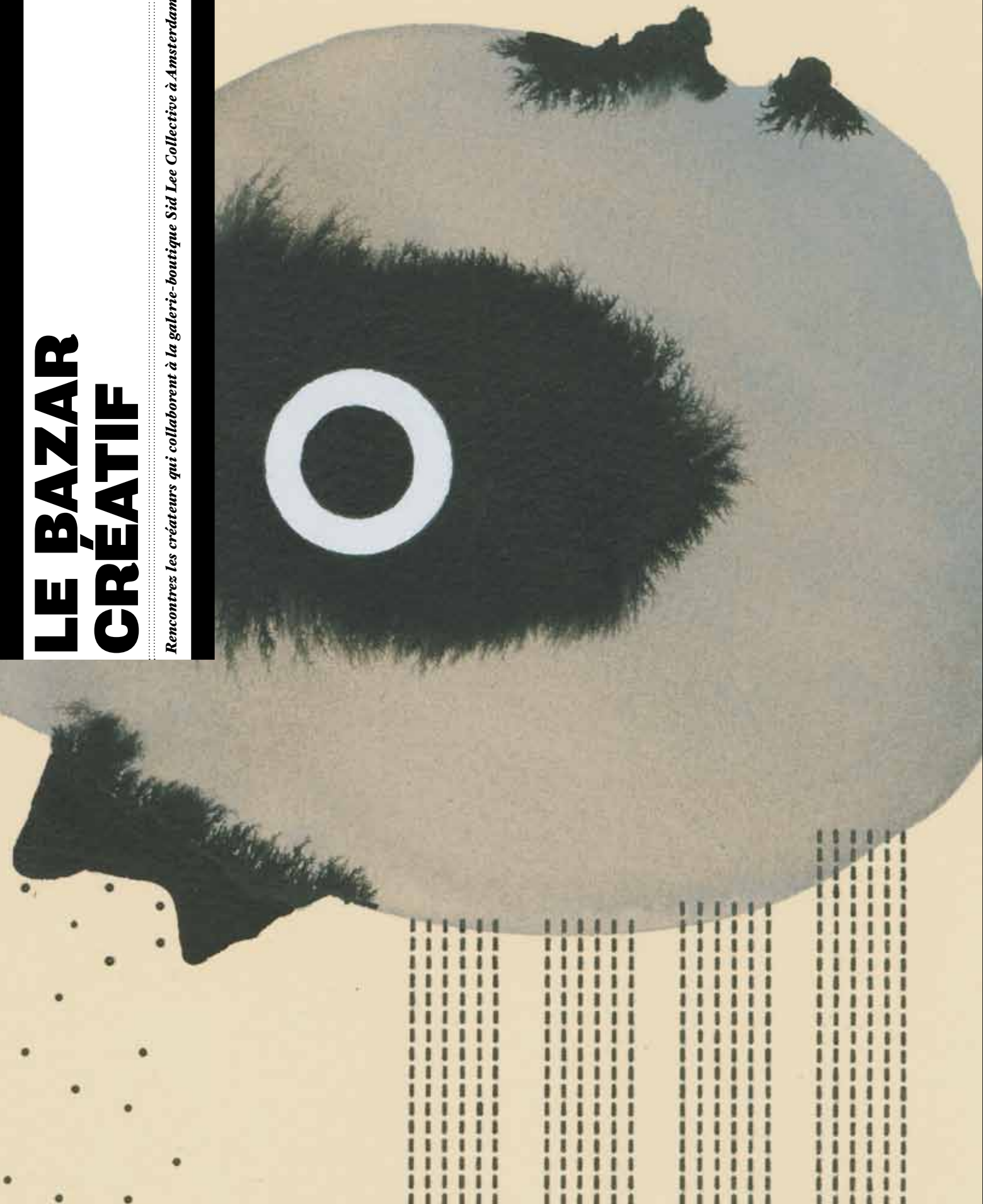


LE BAZAR CRÉATIF

Rencontres les créateurs qui collaborent à la galerie-boutique Sid Lee Collective à Amsterdam.





LE BAZAR CRÉATIF

Rencontrez les créateurs qui collaborent à la galerie-boutique Sid Lee Collective à Amsterdam.

LE BAZAR CRÉATIF - 4

SID LEE COLLECTIVE - 6

ADIEU - 10

AQUAOVO - 14

PEARLS BEFORE SWINE - 18

FURNI - 22

KRANE - 24

TEAM MACHO - 26

RENATA MORALES - 34

CASTOR - 40

COMPLEXGEOMETRIES - 44

PHILIPPE MALOUIN - 48

NAKED AND FAMOUS - 50

HARAKIRI - 52

REMERCIEMENTS - 54

LE BAZAR CRÉATIF

Vraie célébration de la Créativité commerciale™, le Sid Lee Collective Amsterdam est l'incarnation de notre culture et de nos racines montréalaises. C'est un organisme vivant qui vibre au rythme de nos valeurs.

Notre boutique sert de vitrine à de jeunes talents en design du Canada qui n'auraient autrement pas la chance d'être vus au-delà des frontières canadiennes.

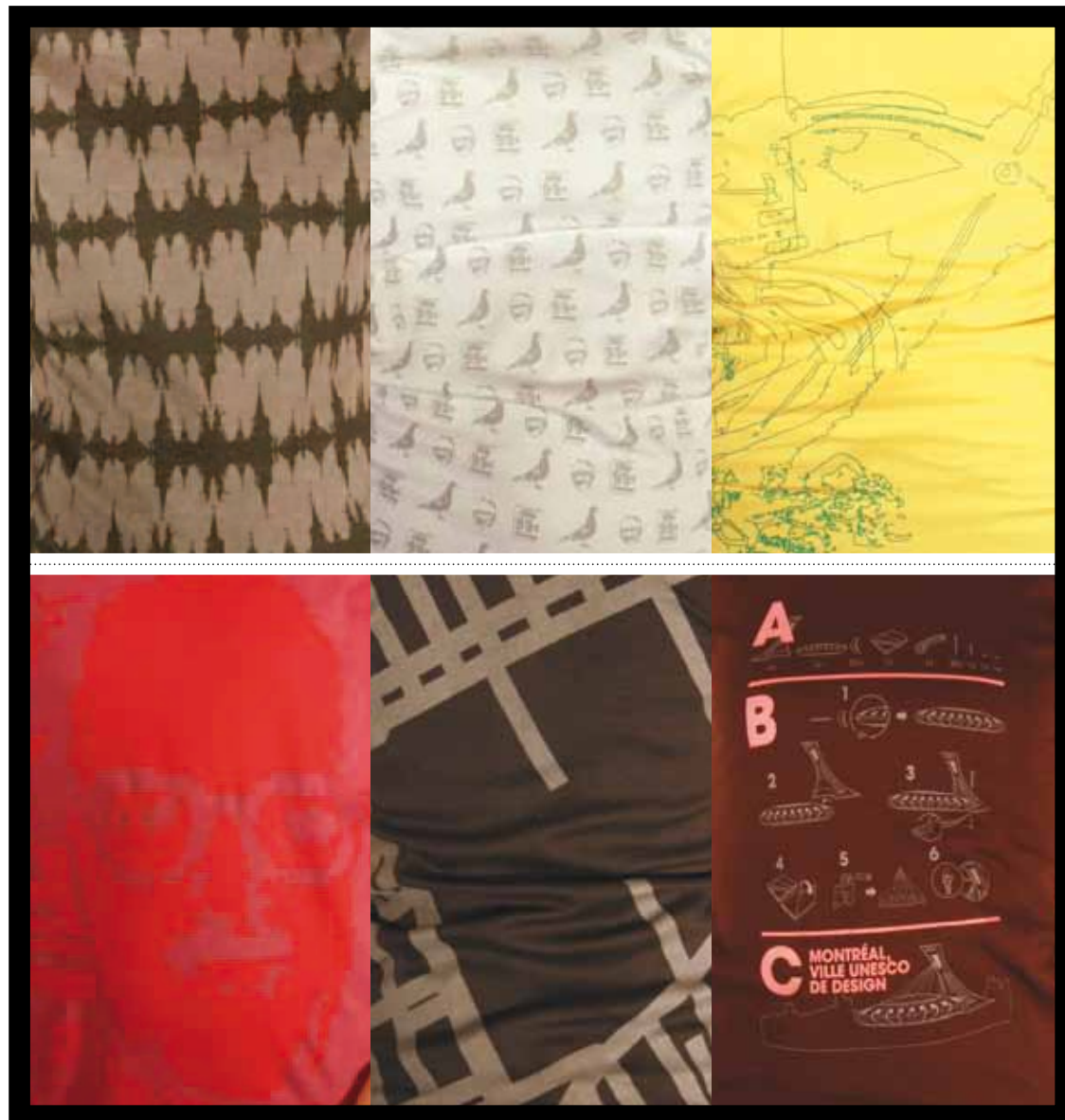
Les collaborateurs sont choisis d'abord pour les histoires qu'ils amènent avec eux, comme vous pourrez le découvrir dans ce magazine.

Onetop VÊTEMENTS

Le Sid Lee Collective a imaginé une série d'affiches pour honorer la désignation de Montréal « Ville UNESCO de design » en 2007. Onetop et Sid Lee ont réalisé une collection de t-shirts avec des imprimés inspirés de ces affiches. Au total, quarante modèles ont été créés.

Sid loves Turbo volumes 1 et 2 MUSIQUE

Turbo Recordings est un label qui s'engage à ne faire paraître que la meilleure qualité de musique électronique. Basée à Montréal, au Canada, Turbo est rapidement devenu une marque reconnue internationalement grâce au mélange de musique sans compromis et de travail artistique à l'avant-garde qui en a fait sa marque de commerce.



Sit! by Sid

MEUBLES

Sid Lee Collective et Perez s'unissent pour créer une collection de meubles à la fois coquine et sympathique.

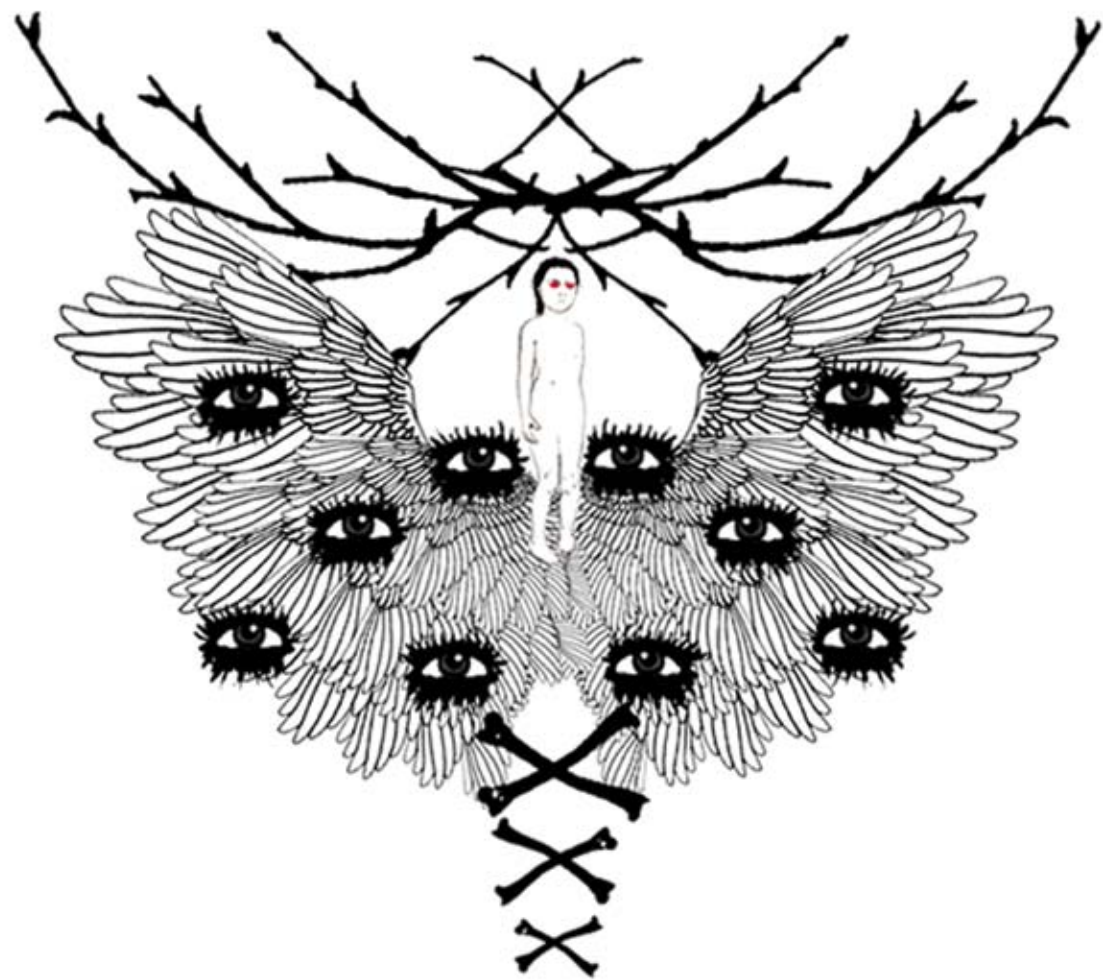


Sid's kitchen

ARTICLES DE CUISINE

Le summum dans le domaine des articles de cuisine inventifs, cette collection souligne les aspects artistiques et authentiques de notre culture culinaire.





ADIEU

Never can say
goodbye
(Ce n'est qu'un au revoir)

Melinda Santillan-Moreno bouge! Jamais au même endroit, la jeune artiste canado-mexicaine arpente la planète, physiquement et virtuellement. Des voyages, comme autant de rencontres qui transparaissent dans Adieu, sa collection de t-shirts translucides aux imprimés à la fois ludiques et frondeurs. Melinda repousse les frontières, tant terrestres qu'artistiques, mêlant les genres avec une rare candeur.

C'est durant ses études au Emily Carr College of Arts de Vancouver que la jeune femme découvre la sérigraphie, un procédé qui lui permet de jouer avec ses créations en les agençant selon l'inspiration du moment. Ses dessins à l'encre noire (l'artiste de 28 ans travaille le plus souvent en noir et blanc et confie: «Je suis intimidée par les couleurs») se superposent ainsi à des photos ou lettrages pour créer des compositions... colorées malgré tout! La beauté de la sérigraphie? Les combinaisons sont infinies! Les t-shirts aussi!

À l'image de leur créatrice globe-trotter, les premiers t-shirts de Melinda ont d'abord été distribués... au Japon! De fil en aiguille, de rencontre en rencontre, la collection Adieu a poursuivi sa route pour être finalement présentée à Montréal à la boutique Reborn, puis à l'édition 2007 de l'événement Souk @ SAT.

Les t-shirts de coton Adieu sont usés grâce à

un procédé unique. La recette? «Secrète!», lance Melinda dans un éclat de rire! Un petit bijou de secret qui donne corps et âme aux tissus translucides, ajoutant une touche *vintage* recherchée. «Chaque t-shirt est unique. L'usure et la composition des imprimés sont chaque fois différentes, de sorte que personne n'aura le même vêtement. C'est un peu ce que je recherche moi-même dans la mode, l'unicité.»

Melinda n'attend pas que les choses viennent à elle, elle les crée! Car l'art de Melinda ne se limite pas aux vêtements. «Internet me permet de faire des rencontres qui influencent beaucoup mon travail. Mes projets peuvent devenir internationaux sans même traverser de frontières!» Comme les événements «Famous Anonymous» qu'elle a imaginés, où les invités côtoient des photos grandeur nature de gens rencontrés au hasard de la route.

L'art est en effet partout pour la Montréalaise d'adoption, mais surtout dans les endroits insoupçonnés. Elle le découvre au détour du chemin, dans le lettrage doré des enseignes de Mexico, dans une ancienne photo de classe ou en observant la mode de la rue. «Ce qui rend un vêtement unique, c'est aussi celui qui le porte!» souligne-t-elle.

Et vous... quelle couleur allez-vous donner à vos adieux? ■



L'EAU VIVE AQUA- OVO

Noémie
et
Manuel Desrochers

CARBURENT À L'EAU!

Avec leur entreprise AQUAOVO, les jeunes entrepreneurs québécois tentent de redonner à l'eau son importance dans le quotidien des gens en proposant une alternative originale et écologique aux distributeurs d'eau traditionnels.



« AQUAOVO SE FAIT UN DEVOIR D'UTILISER LE MOINS DE PLASTIQUE POSSIBLE, LES FILTRES DE L'OVOPUR SONT RECYCLABLES, ET SES PIÈCES CONÇUES À LA MAIN. »

Il aura fallu trois années de recherches pour que Manuel ponde l'OVOPUR, un distributeur et filtre à eau nouveau genre fonctionnant sans électricité. Tout en rondeurs, le distributeur en forme d'œuf reproduit le plus possible le cycle naturel de l'eau en utilisant la gravité pour filtrer l'eau du robinet. Une approche *écodesign* naturelle pour le jeune concepteur qui place la nature au cœur de son processus créatif. « Observer, comprendre et imiter la nature » Manuel cite le naturaliste et inventeur autrichien Victor Schauberg (1885-1958), qui parlait de l'eau comme du « sang de la terre ».

Très actuel, l'OVOPUR s'inspire de connaissances millénaires en les adaptant aux spécificités du XXI^e siècle pour offrir aux citadins une eau de meilleure qualité. « Déjà, il y a 2000 ans, les Romains et les Grecs utilisaient la forme ovoïde dans leurs amphores pour conserver l'eau et le vin » souligne Manuel. Sans prétention artistique, le créateur est parvenu à développer un produit aussi écologique qu'esthétique, ■

l'OVOPUR ayant sa place dans certaines galeries d'art de la métropole québécoise !

Au-delà du style, les produits AQUAOVO sont tous marqués d'une conscience environnementale. AQUAOVO se fait un devoir d'utiliser le moins de plastique possible, les filtres de l'OVOPUR sont recyclables, et ses pièces conçues à la main. L'entreprise développe aussi une gamme d'accessoires écologiques, toujours avec des matériaux nobles et durables comme la porcelaine, le verre ou le métal.

Autodidacte, Manuel parle de l'eau avec une passion poétique : « L'homme a besoin de plus que vivre, il a besoin de se nourrir, et l'eau est l'une de ses nourritures essentielles. »

L'OVOPUR, c'est donc beaucoup plus qu'un filtre à eau : « C'est une expérience globale, sensuelle et ludique, une manière d'expérimenter l'eau dans son essence ! »

Une expérience qui pourrait changer à jamais notre manière de goûter l'eau...



IL ÉTAIT UNE FOIS...

PEARLS BEFORE SWINE

« Ne donnez pas ce qui est saint aux chiens, ni ne jetez vos perles devant les pourceaux, de peur qu'ils ne les foulent à leurs pieds, et que, se retournant, ils ne vous déchirent. »

Mathieu 7 : 6





« C'était comme trouver un petit coffre aux trésors. Ce n'était pas des perles ou de l'or, mais la valeur symbolique de ces objets m'a interpellée. »

Au commencement, il y avait les perles... Pearls Before Swine, c'est la fascinante histoire d'Himo Martin. L'histoire d'un esprit nomade (Himo a passé les premières années de sa vie à sillonner les routes de l'Amérique avec sa famille, après l'incendie de la maison familiale en 1980); une histoire peuplée de hasards, qui ont nourri son génie créatif farouchement environnementaliste. «L'environnement, les environnements m'inspirent, je tente de les recréer, de les fusionner dans mon travail», confie le joaillier.

Derrière chacun des bijoux de Pearls Before Swine se cache un peu de cette histoire captivante. Habité d'une conscience écologique héritée d'une famille hippie, Himo a débuté dans la joaillerie en tentant de sauver un disque vinyle endommagé!

Le bris s'est avéré esthétique, inspirant. La suite: une collection de bijoux faits à partir de disques recyclés, la plupart du temps trouvés au détour du chemin.

C'est aussi par hasard que les perles ont croisé la route d'Himo, après ses études au Liberal Arts Langara College de Vancouver. Pour rendre service à une amie, il a commencé à distribuer au Canada les perles Akoya, des perles de culture du Japon. Himo s'est ensuite laissé inspirer par ces grains, brisant le tabou de la perle parfaite. «Les gens ont une image très classique des perles, comme des symboles de pureté, de raffinement», analyse-t-il. Pour briser ce symbole de perfection, il a volontairement sélectionné les perles imparfaites, rejetées des joailliers traditionnels. «Ça n'a pas besoin d'être

parfait pour être magnifique, même que c'est parfois cette imperfection qui fait qu'une perle est rare.»

Le nom Pearls Before Swine est aussi chargé de symbolisme: ne pas offrir ce qui est désirable à ceux qui ne sauront pas l'apprécier. «Lorsque la forme d'art sur laquelle on travaille est anticonformiste, ça ne parle pas à tout le monde. Ça parle aux gens qui désirent précisément cette forme d'art», résume Himo.

À travers ses bijoux à la fois bruts et raffinés, Himo remet en question la valeur des objets. Le joaillier recrée notamment des pièces métalliques trouvées par hasard, les transformant en objets d'art: un clou forgé à la main au début du siècle renaît ainsi sous les traits d'une bague sertie de perles. Himo a même récupéré certaines pièces

métalliques sur le site de la maison familiale, incendiée il y a près de 30 ans. «C'était comme trouver un petit coffre aux trésors. Ce n'était pas des perles ou de l'or, mais la valeur symbolique de ces objets m'a interpellée.»

Pour le projet avec Sid Lee Collective, Himo travaille à représenter Montréal dans ses créations. Chaque bijou aura ainsi son histoire propre, étroitement liée à celle de Montréal et inévitablement liée à celle de leur créateur.

Pearls Before Swine, c'est donc une histoire: celle d'Himo, celle des perles, celle de Montréal... En portant ces bijoux, cette histoire devient aussi un peu la nôtre... ■

FURNI

*Back
to
basics*



À l'heure où les téléphones-cellulaires-agendas-lecteurs-MP3-multifonctions inondent les tablettes des grands magasins, les gars de FURNI ont choisi de naviguer à contre-courant et de revenir à l'essentiel. «Chez FURNI, on préfère quand le beau est simple. Les objets ont bien sûr une fonction, mais une fonction de base: une horloge FURNI, par exemple, ça vous indique l'heure», lance Mike Giles, sourire en coin!

FURNI propose donc une collection d'objets au style minimaliste, conçus de A à Z par les Montréalais Mike Giles et Devin Barrette. Horloges, réveils, porte-revues, accessoires de salle de bain: les produits FURNI ont tous en commun leur esthétique fonctionnelle, simple, avec une touche résolument rétro.

Ironiquement, FURNI a débuté quand Mike et Devin se sont retrouvés sans emploi... mais pas sans envie de travailler! Ils ont ainsi commencé à réaliser du mobilier sur mesure pour des particuliers. Mais tous deux caressaient l'idée de créer un jour leurs propres produits. Après quelques essais concluants (notamment en 2006 au Canadian Design Exhibition à New York), les gars de FURNI tentent l'expérience d'une première collection. Deux ans et 2000 livraisons plus tard, on peut dire que l'expérience s'est avérée un succès!

Un succès lié au travail complémentaire des deux associés: Devin a

étudié l'ébénisterie et se charge de l'aspect technique des créations tandis que Mike s'occupe surtout du développement artistique. «FURNI s'inspire de l'art rétro. On a de la chance, la ville de Montréal s'est développée à cette époque, dans les années soixante-dix: le métro, les courbes, les couleurs primaires... On n'a qu'à ouvrir les yeux et l'inspiration est là!»

Adeptes de la planche, les gars de FURNI ont doté leurs produits d'une touche personnelle, les baptisant d'après des *skateboarders* professionnels des années quatre-vingt (GATOR SE, KNOX, ALBA MA). «On essaie de montrer que FURNI c'est humain et tangible. Les grandes chaînes comme IKEA ont démocratisé le design, le rendant abordable. Mais puisqu'ils produisent en quantités industrielles, ils doivent sacrifier la qualité. Pas FURNI!» À l'achat, on vous remet ainsi un code qui vous permet de voir des photos du tandem en plein travail sur le site de FURNI (www.furnicreations.com).

Outre le style, cette idée de revenir à l'essentiel séduit également un grand nombre de clients. «Avec la technologie, certains produits développés aujourd'hui ont des fonctions dont l'utilisateur ne se servira jamais. Tellement que les livrets d'instructions ressemblent parfois à des bottins téléphoniques!»

Rassurez-vous, celui des créations FURNI ne compte qu'une seule fonction.





KRANE

UN OISEAU RARE

*Grue (crane) n. f. :
 À la fois un oiseau
 et une machine
 industrielle.
 Dans la symbolique
 asiatique, la grue
 est associée à la vie
 et à la longévité.*

Krane, c'est beaucoup plus qu'une définition: depuis 2004, c'est aussi une griffe – celle de Ken Chow – qui propose des vêtements pour hommes mariant styles d'hier et d'aujourd'hui, avec des détails empruntés au design industriel moderne. Une élégance robuste et travaillée... à la main. « L'objectif, c'est de faire de Krane un(e) mode (de vie!) s'adressant aux hommes qui apprécient la richesse et la diversité des cultures au quotidien. »

Derrière Krane se trouve le designer Ken Chow, né en Chine, mais ayant grandi près de Toronto. Les talents artistiques de Ken sont remarqués dès l'âge de 8 ans par une enseignante, qui suggère alors à ses parents de l'inscrire à des cours de peinture. D'abord intéressé par l'art visuel, Ken bifurque vers la (haute) couture pour étudier la mode masculine au Fashion Institute of Technologies de New York, avant d'apprendre auprès de Marc Jacob et Alexandre Flokhov (Cloak). Rien de moins!

L'amour de l'art, du design et de la culture en général transparaît dans chacune des confections du designer : « J'adore les arts, la musique, les films, l'architecture... Krane, c'est un mélange de plusieurs disciplines artistiques qui interagissent dans le contexte de la mode. »

« L'art de la guerre » influence aussi le travail de Ken, comme en témoigne l'esthétique militaire de ses sacs *vintage* (*Siebel Messenger bag*, *Krivak Duffle*). « J'ai développé cette attirance [pour l'esthétique militaire] enfant, alors que j'ai participé à un concours artistique dans le cadre du jour du Souvenir. » Sous les doigts de Ken, les soldats désarmés deviennent des icônes de mode, avec leurs uniformes « revampés » au chic pratique. Coton ciré, cuir, fermetoirs magnétiques: le style contemporain des sacs et manteaux de Krane (souvent figolés à la main) plaît aux jeunes professionnels urbains.

Ken puise aussi son inspiration dans l'architecture, celle notamment de Ieoh Ming Pei (la pyramide du Louvre à Paris compte parmi ses réalisations): « Pei est un esprit libre qui pense à l'extérieur du cadre. » À cette image, la cravate fermeture éclair en cuir (*Calfskin leather zipper tie*) de Krane joue avec les frontières pour sortir le vêtement de son cadre traditionnel, pour sortir la cravate de la salle de réunion!

Comme dans la symbolique asiatique, Krane semble décidément promis à une longue vie! ■

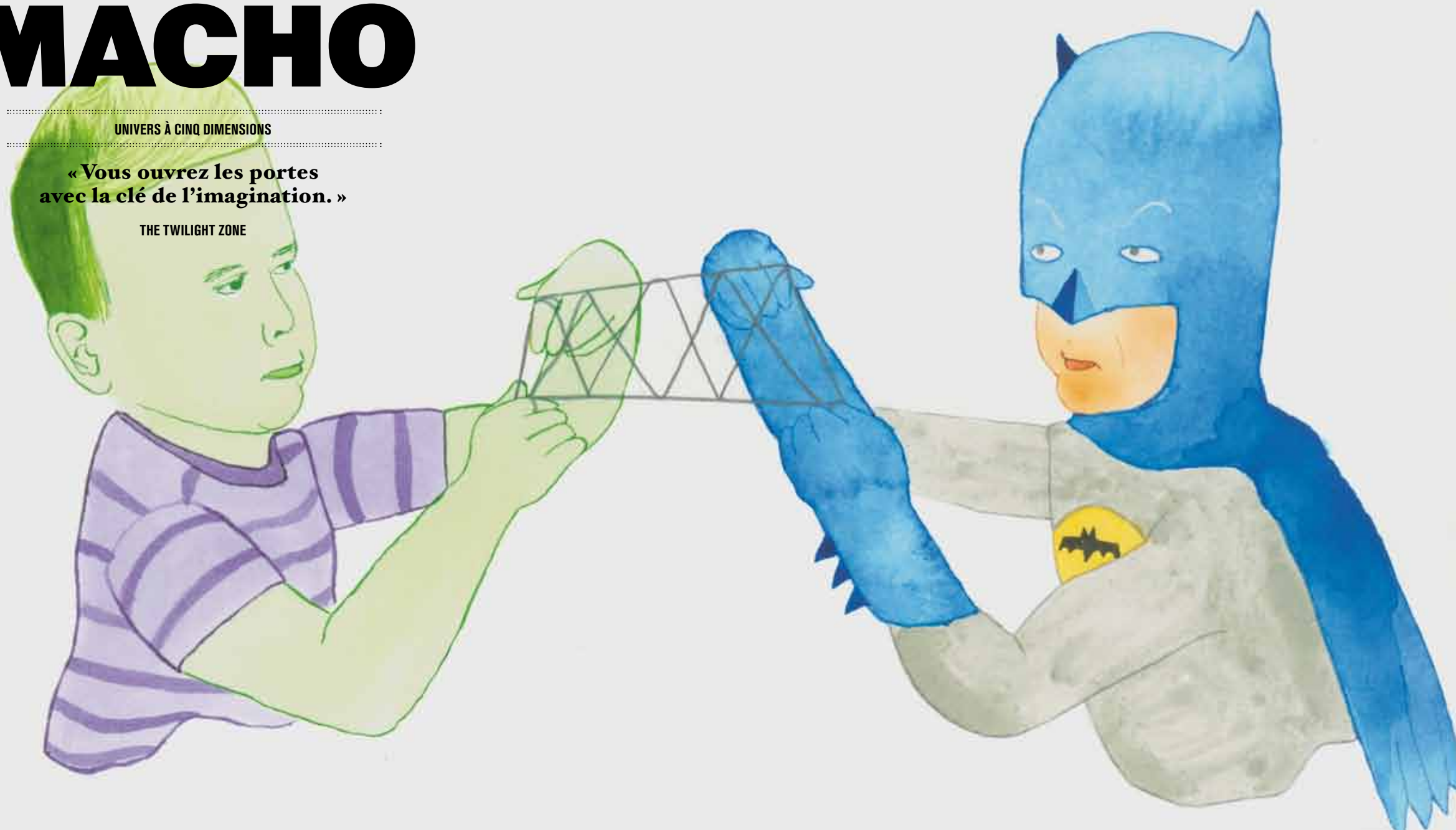


TEAM MACHO

UNIVERS À CINQ DIMENSIONS

« Vous ouvrez les portes
avec la clé de l'imagination. »

THE TWILIGHT ZONE





Oubliez vos idées préconçues sur l'art et ses règles et laissez-vous guider par les dessins du collectif Team Macho dans ce qui promet d'être une aventure haute en couleur!

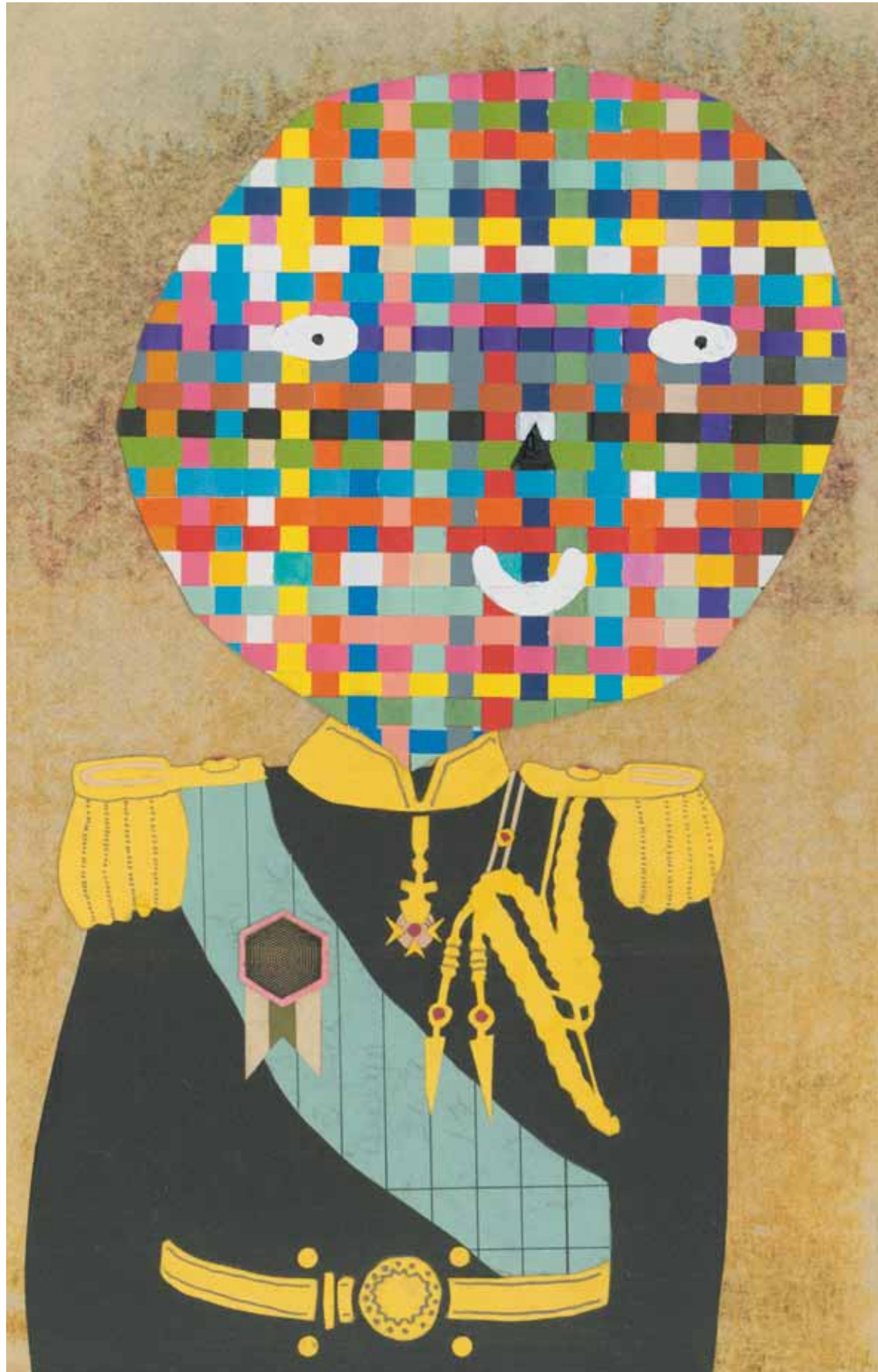
Team Macho est né d'une frustration, celle de quatre étudiants en illustration du Sheridan College de Toronto. Déçus par le manque de sensibilité artistique dans l'enseignement et la profession en général («l'illustration est souvent perçue comme un art de seconde classe»), ils décident en 2004 de transgresser les règles. Depuis, Lauchie Reid, Christopher Buchan, Stephen Appleby-Barr et Nicholas Aoki (Jacob Whibley se joindra plus tard au collectif) unissent leurs efforts et leurs talents pour créer une œuvre, des œuvres, dans lesquelles dialoguent styles, imaginaires et visions. «Chaque membre crée à sa manière. Les styles se mêlent de façon parfois chaotique, mais à la fin, une certaine cohésion se dégage de l'ensemble.»

Les dessins renferment donc une touche personnelle de chaque «Macho». L'improvisation a ainsi la part belle dans le processus de création collectif, et le résultat est étonnant: des styles juxtaposés qui donnent des œuvres bigarrées au ton résolument sarcastique (*Mao Guys, Hello Spyderman...*). Un esthétisme parlant. Des manifestes visuels qui ne laissent pas le spectateur indifférent et le poussent à la réflexion: l'observateur est en effet appelé à décoder l'histoire visuelle qui se cache derrière chaque mise en scène. «Le résultat final dépend de l'interprétation personnelle et unique du spectateur. L'image est donc décodée d'une manière différente chaque fois qu'elle est vue.»

Formés dans une vision de l'illustration à des fins commerciales, les Machos parsèment souvent leurs œuvres de messages (imagés) satirisant l'aspect monétaire et commercial du véhicule publicitaire. Publié en 2007, le recueil *Fancy Action Now* regroupe des perles visuelles comme *Baby Dyke, Angel Haters* ou encore *Lighting Factory*, réalisée sur une feuille lignée.

Après les expositions *Friends 4 Life* (2005) et *Team Macho is a Tough Man* (2006) à Toronto, les icônes machistes revivent en grand à Amsterdam, dans le cadre du projet Sid Lee Collective. Lauchie, Christopher, Stephen, Nicholas et Jacob tentent de repousser encore davantage les limites de leur(s) univers à travers des installations thématiques inédites.

L'univers artistique de Team Macho promet de propulser le spectateur bien au-delà de la quatrième dimension! ■





*L'impro-
visation
joue un rôle
vital dans
l'articu-
lation du
processus
créateur.*



VÊTEMENTS, PEINTURE,
MUSIQUE, THÉÂTRE :
RENATA MORALES
COLLABORE À MILLE
ET UN PROJETS, DU
CIRQUE DU SOLEIL EN
PASSANT PAR CANNES...

MORALES

Art déco



Difficile de cerner Renata Morales! Vêtements, peinture, musique, théâtre: Renata Morales collabore à mille et un projets, du Cirque du Soleil en passant par Cannes avec le dernier court-métrage de Denis Villeneuve («Next Floor») est en compétition dans le cadre de la Semaine de la critique du Festival international de Cannes 2008). «J'adore collaborer avec différentes personnes, travailler avec différents médiums,» confie la créatrice polyvalente.

Artiste de nature, la designer de 34 ans née au Mexique (mais plus Montréalaise que Montréal!), voyage... beaucoup! Ses yeux brillent lorsqu'elle parle de Tokyo, qu'elle a visité pour la première fois l'année dernière: «Tokyo, c'est un choc incroyable pour tous les sens, un grand mélange de folies!» Des dépaysements source d'inspiration pour elle, à l'instar de l'art sous toutes ses formes.

Arrivée à Montréal il y a 20 ans, Renata a étudié les arts plastiques au collègue Lionel-Groulx. «J'ai toujours eu ça en moi, l'art, la peinture, l'amour de la musique; et j'ai toujours voulu faire des vêtements.» C'est à Montréal qu'elle ouvre sa première boutique de vêtements en 1999; l'année suivante, le premier défilé de la griffe Morales a lieu dans la

métropole québécoise. Le premier d'une longue série de défilés. Mais la route a été longue avant d'y arriver et Renata confie sans honte: «Mes premiers vêtements étaient horribles!» Difficile à croire lorsqu'on regarde les robes ultra-féminines aux détails fleuris, tout en couleurs et en légèreté.

Les différentes formes d'art se rejoignent pour Renata, qui expose également ses toiles dans des galeries d'art. Celle qui signe ses vêtements comme on signe un tableau révèle: «La peinture est une alliée. Quand je crée des vêtements, une expression devient plus accessible grâce à la peinture.»

Le travail manuel reste le dada de Renata. Tout est dans la minutie: formes, tissus, agencements. Un souci du détail qui donne des robes texturées, empreintes de pureté. «Je suis beaucoup plus décoratrice, sculptrice de vêtements, par opposition à certains designers qui travaillent davantage comme des architectes.» Les robes préparées pour Sid Lee Collective sont fidèles à cette image, textures en plis travaillés et décorations raffinées.

Designer, peintre, décoratrice, sculptrice... Renata est un peu tout ça. Et avec elle, l'art et la mode n'ont jamais aussi bien fusionné.

« LA PEINTURE EST UNE ALLIÉE. QUAND JE CRÉE DES VÊTEMENTS, UNE EXPRESSION DEVIENT PLUS ACCESSIBLE GRÂCE À LA PEINTURE. »





CASTOR

ROCKING DESIGN!

*« Au départ,
on voulait être
des Rock Stars!
Malheureusement,
je n'ai aucun
talent musical! »*



Rocker dans l'âme, Brian Richer a plutôt choisi de brasser la cage du design avec son projet Castor Design. Le résultat est digne des plus grandes figures du rock : des lampes faites de tubes au néon recyclés, un conteneur converti en sauna et *Oddfellows*, un resto-bar transformé en espace événements qui ouvrira sous peu à Toronto.

Le « Castor designer » est encore jeune, deux ans à peine, mais déjà son travail acharné porte ses fruits. Il faut dire que le génie de Brian transporte le design au-delà des sphères traditionnelles. « Je ne théorise pas trop mon processus créatif, je n'ai pas de plan, je travaille comme ça vient. » Un vrai *jam*, quoi !

Après 8 ans à travailler comme sculpteur sur pierre, Brian a envie d'autre chose et décide de tenter l'expérience Castor Design en 2006. « Ça faisait longtemps que je créais des objets design pour moi, mais je ne les avais pas encore commercialisés. » Avec son comparse Kei Ng, architecte de formation et propriétaire du restaurant Kei à Toronto, Brian plonge donc tête baissée dans le merveilleux monde du castor bricoleur !

Le slogan des Castors : *makes **it look good*. « On essaie de créer en combinant humour et compétences. » Une philosophie qui guide leur travail et les amène à créer avec des matériaux souvent recyclés ou bruts. « Notre style est très *low-fi*, la fonctionnalité d'un objet ne doit pas être oubliée au profit de l'esthétique. Quand on y pense, recycler des tubes au néon pour faire une lampe, c'est presque absurde... Mais le résultat final est là ! »

Un résultat qui plaît aux adeptes d'un design singulier, qui ne se prend certainement pas au sérieux. Les produits uniques de Castor Design sont déjà distribués à Toronto, New York, Miami... et Amsterdam ! Brian est le premier surpris du succès de Castor Design : « J'ai fait une première lampe pour ma maison il y a 10 ans, et aujourd'hui, les gens en achètent ! » Les Castors devront de toute évidence tâcher d'appriivoiser le succès puisqu'il ne semble pas près de ralentir : Castor Design a été approché pour participer à la prochaine Biennale de Venise ! Vivement qu'on puisse trinquer au succès des Castors au *Oddfellows* ! ■





COMPLEXGEOMETRIES

LE LANGAGE COMPLEXE DU VÊTEMENT

(RE)PENSEZ VOTRE FAÇON DE VOUS VÊTIR!

C'est ce que propose Clayton Evans avec sa collection Complexgeometries, qui invite l'acheteur à porter un regard différent sur les vêtements pour interagir avec eux.

**« AVANT DE PORTER UN CHANDAIL DE LA COLLECTION,
VOUS DEVEZ COMPRENDRE COMMENT LE PORTER. »**



Coupes asymétriques et irrégulières, détails inusités, les vêtements de Complexgeometries obligent l'acheteur à la réflexion. « Les vêtements sont modi-

Montréal est un exemple. Clayton a dès lors une vision plus globale des vêtements, qui prend en compte le style, mais aussi la signification.

L'ATELIER DE CLAYTON EST UNE SORTE DE LABORATOIRE OÙ IL EXPÉRIMENTE SES IDÉES SUR DES VÊTEMENTS. À LA BASE DE SES CRÉATIONS, LE DÉSIR D'ÉQUILIBRER LE FOND ET LA FORME, LE STYLE ET LE SENS.

fiables, chaque personne peut ainsi les adapter à sa personnalité. » Pour le designer originaire de l'Alberta, les vêtements ont une utilité bien au-delà du style. « Les vêtements sont probablement la forme de communication non verbale la plus importante. Ce que vous portez, mais aussi comment vous le portez en dit long sur vous. »

C'est en 2002 que Clayton s'installe à Montréal, après des études au Alberta College of Design. Il découvre alors celui qui viendra transformer sa vision du vêtement, l'architecte américain et visionnaire écologique Buckminster Fuller (1895-1983), qui est notamment l'inventeur du dôme géodésique, dont la biosphère de

C'est la naissance de Complexgeometries! La collection, d'abord remarquée en Asie et en Europe, a pris la route des États-Unis à l'automne 2008.

Complexgeometries propose des collections pour hommes et femmes, mais également unisexes. Les vêtements de coton et de soie aux textures organiques sont souvent créés à partir d'un seul morceau de tissu. Les robes, chandails et tuniques de Complexgeometries ont tous quelque chose d'unique, à l'image de ceux qui les portent. « La mode n'est pas statique, elle bouge et se renouvelle constamment. Mes vêtements aussi! »

Avec Complexgeometries, prendre le temps de s'habiller peut avoir un tout autre sens... ■



Philippe
MALOUIN
 MÉTISSÉ SERRÉ



**«... le seul moyen
 de survivre,
 c'est d'avoir
 sa touche
 personnelle.»**

«Je suis venu à Londres pour jouir de la fantastique qualité de vie qu'offre cette métropole!» lance à la blague le designer québécois Philippe Malouin. Récemment diplômé de la Design Academy d'Eindhoven aux Pays-Bas, le designer de 25 ans vient tout juste d'ouvrir les portes de son premier studio londonien. «Tout semble graviter autour de Londres, que ce soit la musique, la mode, l'art ou le design : le milieu artistique émerge de là!»

Avant Londres, Philippe a roulé sa bosse entre le Canada, la France et les Pays-Bas. Un designer globe-trotter, cherchant sans cesse à repousser les limites du design, «des designs». Ses créations hybrides, comme la *Grace Table* (table gonflable), la *Hanger Chair* ou le *Monarc Bag*, mélangent à la perfection différentes écoles de design. Ainsi, l'approche très industrielle de l'Université de Montréal rejoint celle plus classique de l'École Nationale de Création Industrielle de Paris (où il a aussi fait ses classes) et celle plus conceptuelle et exploratoire prônée par la Design Academy d'Eindhoven! Un cas exemplaire de design fusion, entre industriel et limité!

L'évolution artistique de Philippe demeure étroitement liée à son évolution personnelle. Un métissage d'influences où se trouvent autant François Azambourg (Hermès), Frank Tjepkema (Tjep) et Tom Dixon. «Au tout début, j'essayais d'imiter ce que faisaient les grands designers. Mais j'ai vite compris que dans ce métier, le seul moyen de survivre, c'est d'avoir sa touche personnelle.»

Pas de doute, Philippe a aujourd'hui un style bien à lui! Au cœur de ses créations, la chaise cintre (*Hanger Chair*), une pièce qui redonne ses lettres de noblesse au mobilier occasionnel, celui qu'on sort du placard les soirs de «grande visite»! Fusion entre chaise pliante et cintre, la *Hanger Chair* joue double jeu : à la fois pratique et esthétique, elle donne envie de recevoir en grand!

Sortez la *Hanger Chair* du placard! ■

NAKED AND FAMOUS

DRESSED FOR SUCCESS

Le logo de Naked and Famous parle de lui-même: une femme nue format bédé nargue le consommateur pour lui vendre... des vêtements! Pas n'importe quels vêtements: des jeans de la meilleure qualité, faits de denim importé directement du Japon. Pas besoin de *stars* pour vous convaincre d'acheter un jean Naked and Famous: l'enfiler c'est l'adopter!

Derrière Naked and Famous, il y a le génie de Brandon Svarc. Les yeux du jeune homme s'illuminent derrière ses lunettes noires quand il parle de denim. «Je suis un peu un *nerd* du jean», lance-t-il à la blague. Pas surprenant que tous ses jeans soient taillés dans du *selvedge denim made in Japan* (pour les non-initiés, *selvedge* ou *salvage* tire son origine de «self-edge» et désigne la lisière finie de la toile de denim. Cette technique ancienne de tissage est garante de solidité et de qualité, mais a presque disparu, remplacée de nos jours par des techniques plus rentables). Un souci d'excellence que garde toujours en tête le Montréalais de 26 ans. Chez Naked and Famous, les méthodes de traitement du

denim allient des techniques ancestrales aux technologies de pointe pour donner un tissu unique de première qualité.

Les fringues, Brandon connaît! Depuis trois générations, sa famille travaille dans l'industrie du vêtement à Montréal. Le siège de Naked and Famous est d'ailleurs situé au cœur du quartier du vêtement de la métropole québécoise. Une passion de longue date qui l'a amené à élaborer des tissus inusités pour ses jeans de luxe: mélange de denim et de soie ou encore de denim et de cachemire, denim semi-rigide de 21 onces, et bien d'autres. Pour les *fans* de jeans soucieux de l'environnement, Naked and Famous a même concocté un modèle écologique, fait de coton biologique et teint avec de l'indigo naturel, coutures vertes à l'appui!

Née au début de 2008, Naked and Famous est encore toute jeune. Sa naissance n'a toutefois pas échappé à l'industrie de la mode, de New York à Montréal! Il faut dire que le produit fascine: des jeans de luxe fabriqués au Canada à des prix plus qu'abordables. «Chez Naked and Famous, on n'investit pas dans le tape-à-l'œil.» Pas de traitement abrasif du tissu, pas de broderies ou de fioritures tendance, rien de superflu! «En éliminant ces opérations coûteuses, les clients paient le prix réel d'un jean de qualité et non pas pour une image qui, au fond, n'a rien à voir avec le produit.» Une coupe simple, moderne, qui habille joliment votre nudité, tout ça dans du denim de la plus grande qualité: n'est-ce pas là la recette pour se vêtir de succès? Naked and Famous l'a compris. Et gageons que vous ne serez pas long à convaincre!



HARAKIRI

HYMNE À LA VIE



L'univers de Mireille Boucher déborde de vie! Organiques et intrigants, les bijoux Harakiri ne transpirent pas la mort, bien au contraire: ils portent tous en eux les traces d'une histoire mystérieuse et fantastique. Des bijoux avec une touche sombre, une profondeur fascinante; des bijoux remplis de questions... qui n'attendent pas forcément de réponse!

suisse qui a notamment collaboré au film *Alien: Le huitième passager*. Une influence bien assumée.

Une bonne dose d'imagination est requise pour deviner ce qui se cache derrière le détail d'un bijou Harakiri, comme le pendentif aux allures gothiques né d'une tête de souris travaillée, ou encore les pattes d'oiseau délicatement entrelacées.

SOUVENT INSPIRÉS DE LA NATURE, LES BIJOUX HARAKIRI ONT UN PETIT CÔTÉ SPIRITUEL.

Rien en apparence ne prédestinait Mireille Boucher à créer ses propres bijoux. Rien? Pourtant, c'est l'art de la joaillerie qui est venu à elle, alors qu'elle s'y attendait le moins. «Une collègue de travail portait une bague magnifique, se rappelle Mireille. Quelle surprise d'apprendre qu'elle l'avait elle-même fabriquée!» Un hasard qui la mènera loin, bien au-delà de son cours à l'école de joaillerie de Montréal. En 2003, c'est la naissance de Harakiri, avec ses bijoux déjà inusités. «Une de mes premières pièces, c'était un petit os moulé, incrusté d'une série de diamants.»

Souvent inspirés de la nature, les bijoux Harakiri ont un petit côté spirituel. «Une rumeur courait même à une époque selon laquelle mes bijoux étaient dotés de certains pouvoirs, se rappelle la designer de 35 ans. J'aime cette idée de bijoux aux pouvoirs magiques...»

Tous uniques, les bijoux Harakiri sont toujours faits de matériaux nobles, comme l'or ou l'argent, brossé, noirci ou brut. Fluides et mécaniques, les pièces de Mireille rappellent parfois l'univers fantastique d'Hans Ruedi Giger (graphiste et designer

Car délicatesse et douceur s'échappent aussi de la carapace dure des bijoux Harakiri; un contraste, à l'image de celle qui les a façonnés...

Le hara-kiri de Mireille est plus musical que morbide: c'est d'abord pour elle une chanson (*Atomic Flash Deluxe* de Nina Hagen), mais c'est aussi une certaine poésie, cachée derrière cette pratique en apparence sanglante. «À l'époque féodale, les gens croyaient que la vraie sincérité d'une personne résidait dans ses entrailles. Alors, les gens se tranchaient le ventre pour montrer leur sincérité réelle.»

Pas l'ombre d'un doute quant à la sincérité de Mireille! Une authenticité appréciée et reconnue par ses pairs. Celle qui a notamment collaboré aux défilés du designer Denis Gagnon a toujours mille et un projets en tête: «Je cherche maintenant à mouler de la résine pour en faire des pièces haut de gamme, car c'est vers ce créneau que je me dirige.»

Avec Amsterdam, c'est maintenant le monde qui s'ouvre à Mireille et Harakiri. Un monde avec ses zones d'ombre et de lumière, et ses contrastes qui cohabitent si bien dans les bijoux Harakiri.

COE
&
WAITO

« DAMES NATURES »





Coe&Waito, c'est une ode à la nature. Une ode chantée en duo par Alissa Coe et Carly Waito, deux jeunes designers ayant uni leur voix, mais surtout leur passion pour la céramique et le design industriel afin de réaliser des pièces fantaisistes. Leurs créations pures et modernes inspirent la paix et la tranquillité par leur blancheur immaculée.

La collaboration entre Alissa et Carly est d'ailleurs venue « naturellement » alors qu'elles étudiaient en design industriel au Ontario College of Art & Design. Sans se connaître, on arrivait souvent en classe avec des créations quasiment identiques, se remémorent-elles. Séduites par la céramique, les deux jeunes femmes plongent alors corps et âme dans le travail de cette « matière polyvalente, aux infinies possibilités. » La fin de leur scolarité ne signifie en rien la fin de leur collaboration, au contraire ! Fraîchement diplômées, elles lancent leur propre collection en 2004.

La suite, c'est Coe&Waito : des pièces

esthétiques et fonctionnelles, inspirées de l'environnement. « Parfois, nous faisons référence à un détail précis de la nature. D'autres fois, c'est simplement une impression ou une sensation que nous tentons de recréer », expliquent-elles. Un mariage habile entre le design industriel et l'art décoratif, entre le génie d'Alissa et celui de Carly.

Les créatrices s'inspirent des techniques japonaises ou scandinaves pour réaliser leurs pièces épurées et sensibles, teintées de merveilleux. Les vases de porcelaine aux détails de coraux côtoient ainsi les délicates pommes de pin en céramique et les systèmes d'éclairage feutré, sans oublier l'époustouflante installation de méduses éthérées, une œuvre présentée dans plusieurs galeries canadiennes. « Nous tentons de créer des objets qui ont un impact fort et durable, en encourageant une réponse émotive chez les gens. »

Nul doute que la collection de Coe&Waito saura vous toucher... naturellement !

REMERCIEMENTS

Sid Lee aimerait remercier:
la journaliste **Fabienne Vinet**

Et tous les créateurs participants.

aquaovo.com

pearlsbeforewine.ca

furnicreations.com

kranedesign.com

teammacho.com

renatamorales.com

castordesign.ca

complexgeometries.com

philippemalouin.com

nakedandfamousdenim.com

barakiridesign.com

COORDONNÉES

Ateliers : **Montréal**
75, rue Queen, suite 1400
Montréal (Québec)
H3C 2N6
Canada
Téléphone : +1 514-282-2200

Amsterdam
Gerard Doustraat 72
1072 VV Amsterdam
Pays-Bas
Téléphone : +31 (0) 206 623030

Paris
12, rue du Sentier
75 002 Paris
France
Téléphone : +33 (1) 44 88 83 90

Toronto
55 Mill Street
Building 5, Suite 500
Toronto, Ontario
M5A 3C4
Canada
Téléphone : +1 416-421-4200

Austin
Suite D-102
3601 South Congress
Austin, Texas 78704
United States
Téléphone : +1 512-444-3533

Sites web : sidlee.com
sidleearchitecture.com
jimmylee.tv



Un autre fansine **SID LEE**

