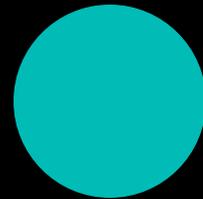
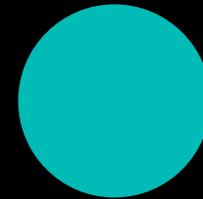
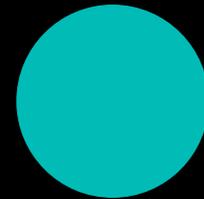
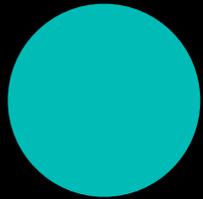


Mots	1
Première expo 2021	11
Développement durable	14
Éducation et nouvelles approches	28
Inclusion et dignité des personnes	38
Mode de vie et nouvelles pratiques	60
Plein air et loisirs	78
Santé et bien-être	92
Présentation du programme	105
Index	119





mot du doyen

2 Une fois de plus, les finissants du programme de baccalauréat en design de produits de l'Université Laval nous en mettent plein la vue avec des productions aussi pertinentes qu'innovantes. C'est dans le cadre de Première Expo 2021 que nous pouvons apprécier le talent de nos futures vedettes.

3 Grâce à cette exposition, les visiteurs seront à même de mieux comprendre l'impact du design de produits dans notre vie de tous les jours et sur nos choix responsables.

4 À nos finissant·e·s, je tiens à souligner votre immense talent, votre générosité et surtout votre persévérance. Les conditions avec lesquelles vous avez dû composer en cette période de pandémie commandent le plus grand des respects. Je vous félicite pour ce que vous avez accompli et je vous souhaite une route pavée de grands succès bien mérités.

5 Bonne route à toutes et à tous.

Alain Rochon
Doyen de la Faculté
d'aménagement,
d'architecture, d'art
et de design

7 Nous sommes de plus en plus confrontés à faire des choix réfléchis au quotidien en matière de développement durable. Le réchauffement climatique, la pollution des océans par les microparticules de plastiques que l'on retrouve même dans la chair des poissons des mers de l'arctique, la pêche commerciale qui est vouée à l'extinction, les pesticides qui rendent malade, et j'en passe, nous forcent à réfléchir sur la portée de nos actions au quotidien, notamment en matière de consommation. Cela représente tout un défi aujourd'hui pour les concepteurs de produits. Ces circonstances les condamnent à l'excellence à tout point de vue. D'abord, ils doivent s'assurer de la pertinence de leur création. Ensuite, le choix des matériaux, des méthodes de fabrication, des moyens de distribution, le cycle de vie d'un produit, est des aspects incontournables qui doivent répondre à des critères de plus en plus sévères. Toutes ces facettes d'un projet caractériseront la valeur innovante du produit à venir, valeur qui autrefois ne se traduisait principalement que par son apparence physique.

mot du directeur

2 Le processus — inspiré par un design responsable, clair, précis et juste — révèle ses méthodes, sa science, mais aussi sa sensibilité aux autres. L'action du designer prend de plus en plus d'importance dans notre société, et on commence à comprendre qu'il est chef de file quand il s'agit d'innover pour le bien-être des autres.

1 Ce recueil de la cohorte 2018-2021 du programme de baccalauréat en design de produit porte sur l'innovation. D'une page à l'autre, sont dévoilées les principales étapes de la démarche associée à tous les projets. De la recherche à l'idéation, de l'expérimentation au raffinement et à la production, lecteur et lectrice vous assistez à l'éclosion du savoir-faire, pensé dans ses dimensions, les plus fines.

3 À titre de directeur de l'École, je tiens à souligner le travail remarquable de cette cohorte qui a traversé courageusement la pandémie Covid-19, sans jamais baisser les bras devant les nombreux obstacles dressés devant eux. Je les félicite pour leur résilience, mais c'est aussi une connaissance nouvelle qui s'ajoute à leur portfolio et à leur fierté. On dira d'eux qu'ils sont restés debout dans la tempête, qu'ils ont poursuivi leur PREMIÈRE EXPO, sans faillir à la tâche, en ouvrant d'autres voies pour se présenter, et donnent du même coup à l'École un outil publicitaire de grande valeur dont on se servira pour son rayonnement tant à l'échelle locale qu'internationale.

4 Je suis ravi de ce recueil. J'en profite pour souligner le soutien du personnel enseignant, de l'équipe de gestion, enfin toutes les personnes qui de près ou de loin, ont permis à nos finissantes et finissants de graduer, sans retard.

5 Chères étudiantes, chers étudiants, je vous souhaite, une belle carrière, dans la poursuite de vos ambitions.

Michel Fleury, Ph. D.
Directeur
École de Design



mot de la directrice

1 Malgré tout, bien malgré eux, avec toute leur passion, avec leur énergie et leur persévérance, elles.ils ont réussi un très grand projet. D'abord celui de se dépasser dans un contexte hors du commun. Et ensuite un autre, qui représente le début d'une aventure en design que je leur souhaite fructueuse et enrichissante.

2 Déjà dans les projets de fin d'étude présentés cette année, leurs aspirations vers un monde plus soutenable et plus socialement équitable se manifestent avec grande éloquence, avec talent et ingéniosité. Nul doute qu'ils.elles seront à la hauteur des défis qui se poseront tout au long de leur parcours professionnel dans un monde changeant et parfois déstabilisant.

3 Je reste néanmoins convaincue qu'ils.elles sont tous et toutes bien outillé.e.s pour y faire face par le design. Les projets de fin d'études en design de produits de 2021 le démontrent déjà et tracent la voie pour un monde plus beau et plus juste. Félicitations!

**Caroline Gagnon, Ph. D.
Directrice de programme,
Baccalauréat en design
de produits, professeure.**





mot du parrain

1 J'aimerais personnellement féliciter tous les nouveaux finissants de l'École de Design de Produits en cette année 2021. Trois années de formation et d'études, dont la dernière particulièrement marquée par une pandémie qui affecte encore aujourd'hui nos sociétés et notre quotidien. Je réalise une fois de plus à quel point une approche créative est essentielle afin de répondre à des situations qui demandent toujours de nouvelles solutions à de nouveaux problèmes posés. Cette récente période nous aura permis de développer notre sens d'adaptation, ainsi que notre capacité à voir de nouvelles opportunités, des compétences qui sont propres à la profession de design.

2 On croit souvent que notre profession se consacre principalement à la valeur ajoutée d'éléments esthétiques et fonctionnels, mais après plus de 20 ans d'expérience dans le métier, je peux affirmer que le design, et plus particulièrement le processus créatif, sont des fonctions clés dans la définition, le développement et la diffusion du projet. Un rôle catalyseur, à la croisée des chemins, où les compétences d'écoute, d'observation, d'intuition, de visualisation, d'expérimentation et de sensibilité humaine rendent possible de créer et d'innover pour un monde meilleur.

4 Le talent créatif, la connaissance et l'expérience du processus et du développement, combiné avec un certain côté entrepreneurial, voilà ce que je considère les meilleurs atouts afin de démarrer une vie professionnelle en design. Bonne chance à tous les finissants !

3 Je suis heureux de parrainer cette 5e édition de Première Expo, ainsi que de son thème axé sur le cheminement créatif à travers les réalisations des finissants en Design de Produits au cours de la dernière année. Que ce soit dans un contexte d'industrie, de la culture, du service ou de la société, l'ouverture d'esprit et la diversité des projets témoignent du potentiel du design dans différents champs d'intervention ainsi que de son rayonnement dans notre société.

Francis Cayouette
Co-fondateur et designer
chez Unit10

mot d'une enseignante

1 Le processus créatif peut se définir de bien des façons. Il est pour moi une suite de gestes, d'actions, de réflexions actives ou passives qui s'entrecroisent, qui se combinent et qui permettent aux idées de prendre vie, de les façonner avec nos mains et avec notre esprit. Il est enclenché par une problématique observée et se nourrit de notre sensibilité au monde qui nous entoure. Au BDP, nous travaillons l'écoute de l'autre, le regard juste et la remise en question. La richesse du processus créatif provient de cette ouverture que nous combinons avec la matérialité.

2 Je souhaite partager mes plus sincères félicitations aux finissants de la cohorte 2018-2021. C'est une cohorte aux mille visages, elle est difficile à définir tout comme le processus créatif en design, mais elle est riche. On y retrouve des designers curieux, critiques, parfois extravertis ou plus réservés et qui s'épanouissent enfin. Ce que ces designers partagent tous pourtant, c'est sans aucun doute la résilience. Une longue année à braver l'absence de spontanéité et de discussions animées, le regard des pairs morcelé... d'importantes embûches au processus créatif.

3 Cher-es finissant-e-s, depuis le début de votre parcours je vous côtoie presque au quotidien, je vous ai vu évoluer et je peux percevoir les efforts que vous avez déployés cette année. Sachez que vous avez sincèrement tout mon respect. Je vous souhaite une carrière qui vous anime. Amusez-vous!

Claudia Després
Chargée d'enseignement

PREMIÈRE EXPO est l'événement annuel en design le plus couru de la Ville de Québec. Il couronne 3 années d'efforts et met en lumière les talents des étudiants.

En 2021, l'École de design de l'Université Laval a fait les choses en grand. Les trois programmes de premier cycle se sont unis dans le cadre de l'exposition PREMIÈRE EXPO 2021 qui s'est déroulée les 13, 14 et 15 mai. En raison des règles sanitaires imposées, les activités se sont tenues via le site internet et la page Facebook ainsi qu'en présentiel au Grand marché de Québec sous une formule de parcours déambulateur. Pour marquer cet événement, messieurs Maxime Rheault, cofondateur de Criterium et Francis Cayouette, cofondateur de Studio Unit 10 Design, ont parrainé l'exposition.

Organisé par les finissants des trois baccalauréats en design et supervisé par des chargés de cours de l'Université Laval, le thème de l'exposition représente le processus créatif du designer. Construit selon 5 étapes phares, ce processus regroupe les points communs essentiels dans la démarche créative de tout designer; la recherche, l'idéation, l'expérimentation, le raffinement et la diffusion.

Baccalauréat design de produits

Valorisation des déchets de micro-brasserie, enseignement à l'extérieur, création musicale au primaire, réalité vestimentaire post-mastectomie, conversion de fourgonnette, ne sont que quelques-uns des 23 thèmes qui ont fait l'objet d'études et de création de produits par les 47 finissants. Des créations originales qui répondent aux réalités quotidiennes des usagers.

Baccalauréat design graphique

C'est plus de 40 finissants qui présentent leur démarche stratégique et la création de diverses pièces de communication telles que : affiche, emballage, image de marque, visualisation d'information, site internet, motion design, etc.. Un moment unique pour rencontrer ces futurs professionnels.

Baccalauréat art et science de l'animation

C'est une cinquantaine d'étudiantes et d'étudiants regroupés en une vingtaine d'équipes qui vous feront découvrir des univers visuels variés. Que ce soit par la rencontre d'un homme prisonnier de son propre monde virtuel, ou encore par celle d'un gardien de phare qui a du mal à différencier la réalité de ses hallucinations, en passant par la rencontre d'une acrobate et de son lézard volant, vous serez transportés loin du quotidien le temps d'une animation.

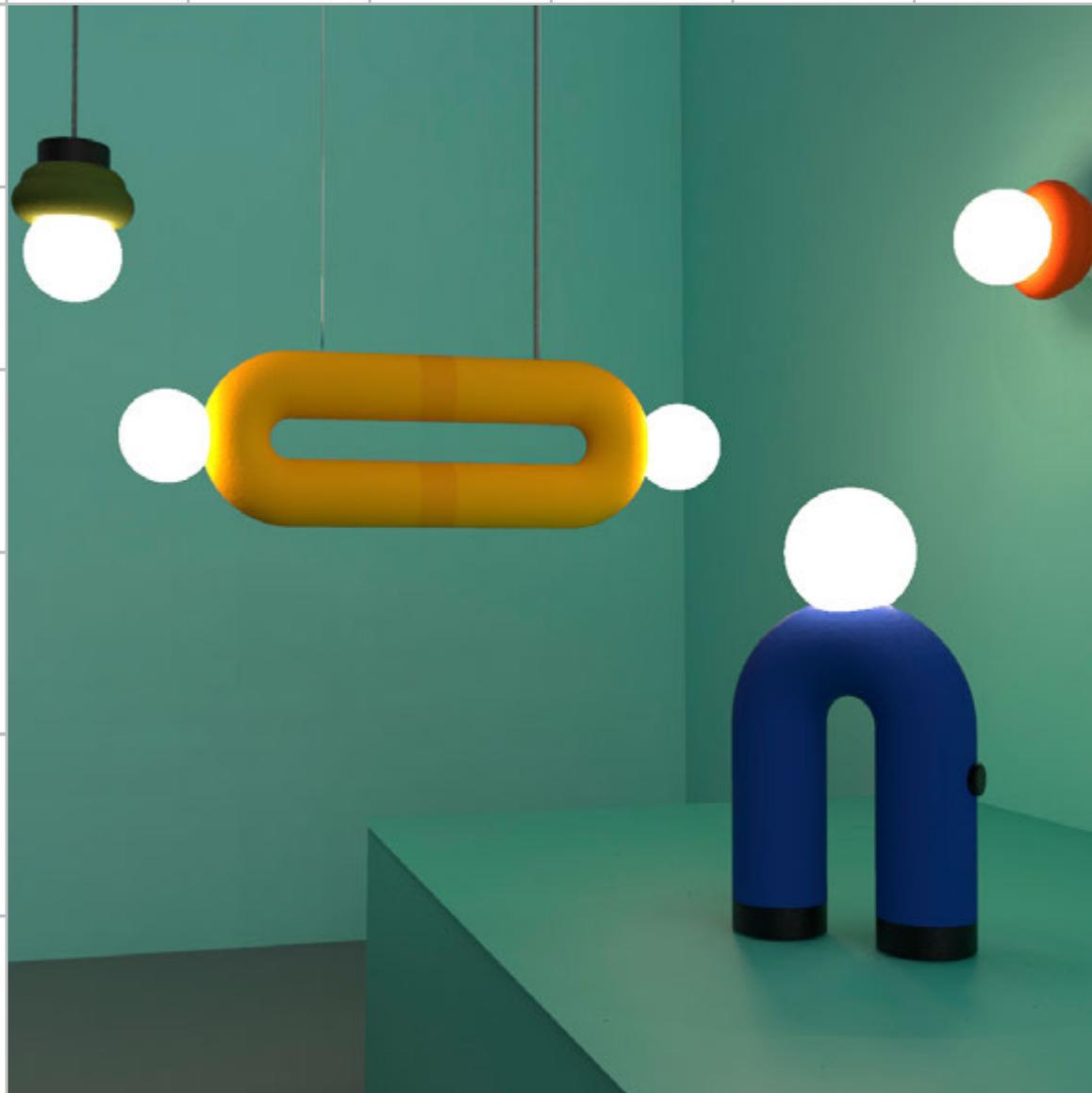
Noémie Cauchon
Christophe Dion
Marie-Anne Duchesne
Nicolas Delisle-Jubinville
Hervé Boudreau
Léonie Théberge
Marc-Antoine Dery
Érika Maltais
Marguerite Daas
Nicolas Poulin
Mily-Ann Goupil
Clodie Lajeunesse
Alexandra Walsh

Pier Tremblay
Geneviève Provencher-St-Cyr



Développement
durable, valorisation
et consommation
responsable

Collection Lubie
Hydr-EAU
BACORE

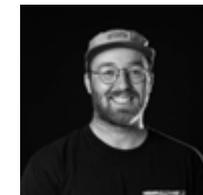


Collection Lubie

Luminaires fabriqués à base de drêches de microbrasseries

À propos de l'équipe

Jeremy, Philippe-Antoine et Sophie sont trois coéquipiers qui ont en commun le désir de concevoir un projet guidé par l'éco-conception. Se rassemblant dans leurs intérêts pour le chant et la rigolade, ils ont aussi des forces complémentaires : le souriant aime les calculs savants, le mécano aime les bidules technos, et la frisée a plein d'idées!



Jeremy
McMullan



Philippe-Antoine
Alexandre



Sophie
Roy

Mise en contexte

Le nombre grandissant de microbrasseries au Québec depuis les dernières décennies fait augmenter de façon significative les résidus issus du brassage de la bière. Ces résidus, appelés drêches, sont un mélange de céréales humides qui est voué soit à l'alimentation animale, soit au compost ou aux sites d'enfouissements. Les microbrasseries situées en milieu urbain ont davantage de difficulté à se départir de leurs drêches, principalement parce qu'elles n'ont pas autant de proximité avec les agriculteurs. La valorisation de cette matière permettrait de réduire l'extraction de matière première et de prolonger le cycle de vie des drêches.



Le produit

Amalgame entre lumière et bière, la collection Lubie représente une envie capricieuse, voire audacieuse. La simplicité de ces luminaires fait jaser par l'utilisation d'une matière hors de l'ordinaire. Les lampes sont fabriquées à partir de drêches de microbrasseries, qui sont les déchets solides du brassage de la bière. La matière est séchée puis pressée dans un moule et cette façon de faire permet de donner de la valeur à la matière, et non d'en faire un objet d'utilisation éphémère.

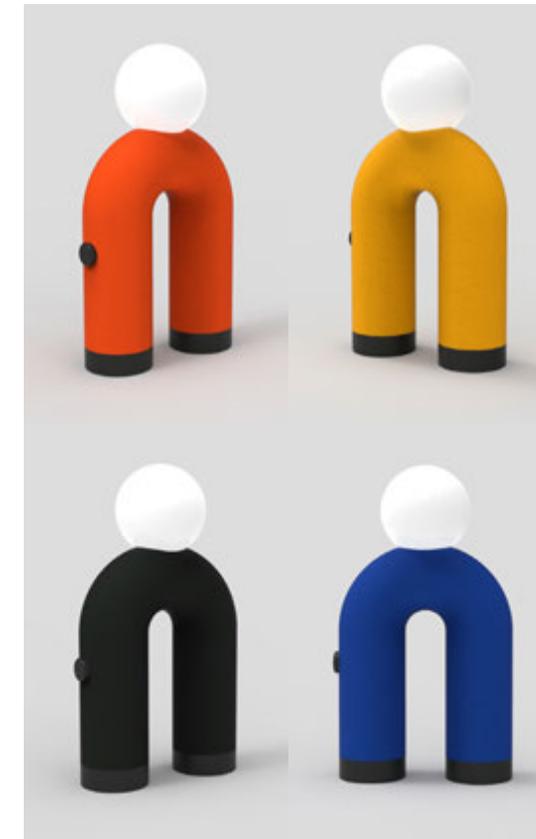
La création de luminaires permet ainsi de ramener la bio-matière dans le quotidien afin de se familiariser davantage avec les matériaux alternatifs et de les apprécier tout autant que les matériaux nobles. Parce que la bio-matière, dans ta vie, elle est là pour rester.



La démarche

En se basant sur le principe d'économie circulaire, il est essentiel de passer par la diminution de l'extraction de ressources par la valorisation de déchets de brassage.

Les expérimentations avec la matière ont permis de confirmer le potentiel des drêches dans l'utilisation d'objets moulés qui se distinguent par leur matérialité chaleureuse et contemporaine. Les différents luminaires de la collection sont conçus en ayant en tête la standardisation des pièces, afin de pouvoir utiliser un nombre réduit de moules, tout en créant des assortiments de pièces qui sortent de l'ordinaire.



L'entreprise

Dans une démarche d'écoconception, allonger le cycle de vie des drêches n'est pas la seule chose sur laquelle il est possible d'agir. Il est primordial de concevoir des produits sains, tant pour la santé que pour l'environnement. Cette réflexion est tout aussi importante pour la fin de vie de l'objet, puisque les composantes d'éclairages et les bases en drêches pourront être reconditionnées. Afin de boucler la boucle en grand, la collection Lubie s'intègre tout à fait au contexte des microbrasseries et alimente les discussions des plus curieux autour d'une bonne pinte.

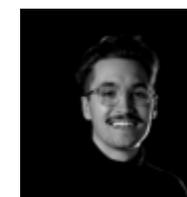


Hydr-EAU

Station d'hydratation extérieure qui s'adapte aux bornes d'incendie

À propos de l'équipe

Forts dans leur parcours pédagogique respectif en génie de la plasturgie pour l'un et en design industriel pour l'autre, Samuel Desjardins et Francis Théroix sont passionnés de design et de détails techniques. Habitant tous les deux le centre-ville de Québec depuis deux ans, ils ont relevé une problématique qui leur est apparue de façon évidente durant l'été 2020 : les infrastructures d'hydratation actuellement offertes par la Ville de Québec ne suffisent pas à répondre aux besoins de ses citoyens lors de leurs activités extérieures.



Samuel
Desjardins



Francis
Théroix

Mise en contexte

Le développement urbain devient de plus en plus complexe et la densification de la population augmente à un rythme effréné. Les enjeux de l'urbanisation des villes deviennent donc encore plus préoccupants afin d'offrir une qualité de vie acceptable à leurs habitants. Toutefois, parmi les mesures qu'elles mettent en place peu sont efficaces pour lutter contre le besoin essentiel de l'hydratation.

Le projet Hydr-Eau répond au besoin essentiel de l'hydratation dans les villes aux prises avec des îlots de chaleurs urbains et de l'étalement urbain effréné qui affecte le verdissement de l'espace. Ainsi, comment serait-il possible d'offrir un système de distribution de l'eau par l'utilisation de sources d'eau potable existantes, telles que les bornes d'incendie, sans nuire au service d'urgence et de voirie tout en harmonisant l'espace matériel urbain et en améliorant l'expérience de l'utilisateur?



Le produit

Hydr-Eau station est un dispositif d'hydratation extérieur qui s'adapte aux bornes d'incendie par une séquence d'utilisation sécuritaire et rapide, qui prend en compte les conditions d'utilisation des services d'urgence. En effet, il ne suffit que de quelques secondes pour retirer la station d'hydratation de la borne d'incendie. Son connecteur, de type swivel, est connu des pompiers et est compatible avec leurs équipements. L'un des avantages intéressants du raccordement aux bornes d'incendie est qu'elles s'alimentent dans le même réseau d'aqueduc que l'eau résidentielle.

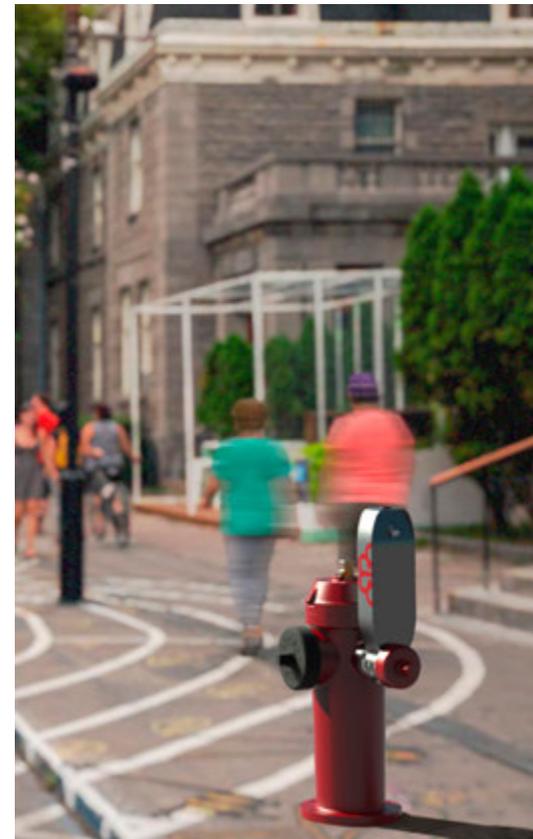
C'est pourquoi l'utilisation de celles-ci offre une multitude de possibilités d'implantation dans plusieurs secteurs urbains tout en offrant une installation et une désinstallation rapide. Par ailleurs, Hydr-Eau station, étant un dispositif axé sur le remplissage des bouteilles d'eau, limite la consommation excessive de l'eau que peut occasionner un abreuvoir et restreint l'achat de bouteilles d'eau à usage unique. Le connecteur, couplé à la borne d'incendie et à la station, permet de s'annexer à d'autres dispositifs offrant plusieurs possibilités de rafraîchissement et d'hydratation.



La démarche

La recherche s'est d'abord attardée sur des données scientifiques permettant de renforcer la pertinence de la problématique et des différents enjeux entourant l'hydratation de la population. Ces recherches ont notamment permis de confirmer l'importance des infrastructures offertes par les villes à leurs citoyens en plus de leur adaptabilité.

L'équipe s'est ensuite concentrée sur une étude terrain par différents moyens d'observation participatifs et non participatifs. Un recensement des différents types de bornes du Québec et des infrastructures a été effectué par cartographie. L'analyse des infrastructures des villes a permis de délimiter les dimensions standard et l'encombrement urbain présent dans les villes. Différentes entrevues avec des spécialistes du milieu comme les pompiers, les détaillants de bornes-fontaines et les professionnels de l'entretien ont permis de valider certains constats de l'étude. De futurs usagers ont également été questionnés pour estimer la consommation d'eau moyenne et connaître leur expérience face à ce type d'installation dans leur quartier.



L'entreprise

En s'alliant aux villes, aux municipalités et à des partenaires de l'événementiel, Hydr-Eau station a tout pour répondre aux besoins d'hydratation et de rafraîchissement. Le projet cherche donc à offrir des services personnalisables conçus pour les organisations publiques ou privées.

Après avoir validé la fonctionnalité de son système avec les services d'urgences, la station sera fabriquée de façon industrielle pour obtenir une précision de fabrication supérieure. De là, un projet pilote sera implanté dans la Ville de Québec afin de valider l'engouement des citoyens face à ce type d'installation. Selon les résultats, le projet pourra comprendre des objectifs de développement futur.

En s'alliant avec des partenaires tels que les villes ou les détaillants de dispositifs d'hydratation extérieurs, Hydr-Eau station pourra mieux orienter sa stratégie de développement d'affaires. Le projet entend développer son offre de produits et services clés en main pour implanter un dispositif d'hydratation de façon rapide et sécuritaire.



BACORE

Support de séchage naturel

À propos de l'équipe

L'équipe, composée de Catherine (designer de produits) et de Jérémie (designer industriel et de produits), a pour mission de simplifier les tâches quotidiennes en apportant une vision de consommation responsable grâce à leur produit.

L'expérience en design d'intérieur et du domaine de la construction de Catherine et la minutie de Jérémie ont permis de créer un produit atténuant les irritants quotidiens des usagers lors de la tâche répétitive qu'est le séchage des vêtements.

Mise en contexte

Le séchage naturel des vêtements demeure à ce jour l'une des options les plus performantes pour préserver la qualité des tissus et pour favoriser l'entretien de ceux-ci tout en économisant de l'énergie. Or, les dispositifs de séchage naturel ont peu évolué depuis de nombreuses années. De plus, pour les espaces de vie plus restreints, sécher naturellement les vêtements reste une tâche quotidienne assez complexe. Le projet cherche à enrayer l'encombrement de ceux-ci dans les espaces intérieurs et à adapter le produit au séchage des draps et aux tissus de grandes dimensions.



Catherine
Peachy



Jérémie
Raymond-Proulx



Le produit

BACORE est un support de séchage naturel polyvalent. Il se distingue des produits concurrentiels grâce à l'ajout de tablettes, qui peuvent servir de support pour le panier de vêtements, pour faciliter la séquence de rangement en pliant les vêtements directement sur cette surface ou bien pour étendre à plat de plus petits tissus sans les abîmer. Le support de séchage permet aussi de faire sécher deux tissus de grandes dimensions grâce aux appuis latéraux. Ces appuis ont également été conçus avec six entailles de chaque côté pour permettre d'apposer

des vêtements plus délicats à l'aide de cintres sans qu'ils se juxtaposent pour accélérer le séchage de ceux-ci. Lorsqu'il est utilisé au maximum de sa capacité, le support de séchage peut accueillir plus d'une vingtaine de morceaux de vêtements. Enfin, BACORE a été conçu en prenant en considération les principes de consommation responsable, c'est pourquoi les matériaux utilisés sont durables et réutilisables.



La démarche

L'idée de concevoir BACORE est apparue lors d'une conversation entre Catherine et Jérémie, tous deux habitant des espaces restreints. La tâche quotidienne de faire sécher des vêtements naturellement avec les produits sur le marché actuel ne semblait pas optimale selon les deux étudiants. À la suite de ce constat, plusieurs usagers ont été interrogés pour connaître les principaux irritants du séchage naturel en espace restreint. Après avoir recueilli ces données et les avoir analysées, de nombreuses idées ont été sortées, suivies de maquettes et de validations continues pour s'assurer de la viabilité et de l'efficacité du support de séchage. C'est donc après ces validations que le produit BACORE a pris forme en prenant en considération les principaux irritants recensés lors des observations pour finalement créer un produit performant et facile d'utilisation au quotidien.



L'entreprise

BACORE est conçu dans le but de faciliter le séchage naturel des vêtements en espace restreint. La mise en marché de BACORE prévoit être exclusivement en ligne en prenant en considération qu'il s'agit d'un secteur en pleine expansion, mais également pour réduire les coûts d'investissements et assurer une rentabilité à l'entreprise. À long terme, il est prévu de faire davantage de publicité ciblée, créer du contenu et bâtir un site personnalisé. Le support de séchage BACORE sera offert en plusieurs couleurs, notamment en noir mat, en champagne poli et en acier inoxydable dans le but d'offrir une coordination et une uniformité entre les différentes esthétiques intérieures des espaces de vie des usagers. À long terme, l'ajout de produits connexes tels que les cintres et les pinces à vêtements pourrait être envisagé pour compléter le support de séchage BACORE.



Éducation et nouvelles approches pédagogiques



mention
partenaire
apollo 13

Dehors Design

Nomade

Gamme de mobilier scolaire portatif pour la classe extérieure

À propos de l'équipe

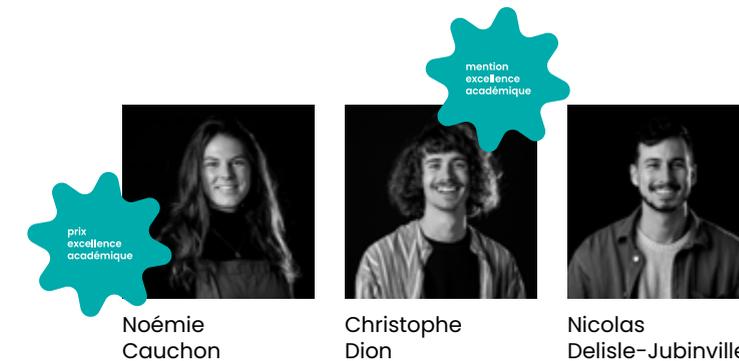
Les membres de l'équipe ont été guidés par une intention commune de reconnecter l'être humain à la nature. En tant que designers, cette intention s'est traduite par une volonté d'augmenter l'exposition quotidienne à la nature en passant par la matérialité. L'école leur paraissait alors comme le contexte le plus pertinent dans l'intégration profonde de nouvelles perceptions de l'environnement. L'éducation à l'extérieur s'est avérée être la solution évidente par sa cohésion avec leurs valeurs personnelles.

Mise en contexte

Vu la tendance pédagogique à la flexibilité et à la diversité des approches, de plus en plus d'écoles se tournent vers l'éducation à l'extérieur en raison de ses bienfaits sur le bien-être, mais aussi sur l'atteinte des objectifs académiques. L'engouement dans les milieux secondaires et postsecondaires a été renforcé en 2020 avec l'arrivée de la COVID-19.

Puisque la nouveauté est un facteur de risque, les institutions ont de faibles budgets à investir et cherchent à limiter l'engagement et l'effort à fournir lors de l'implantation.

Le projet se veut donc une gamme de produits permettant la transition de l'éducation vers l'extérieur pour une clientèle adulte.



Noémie
Cauchon

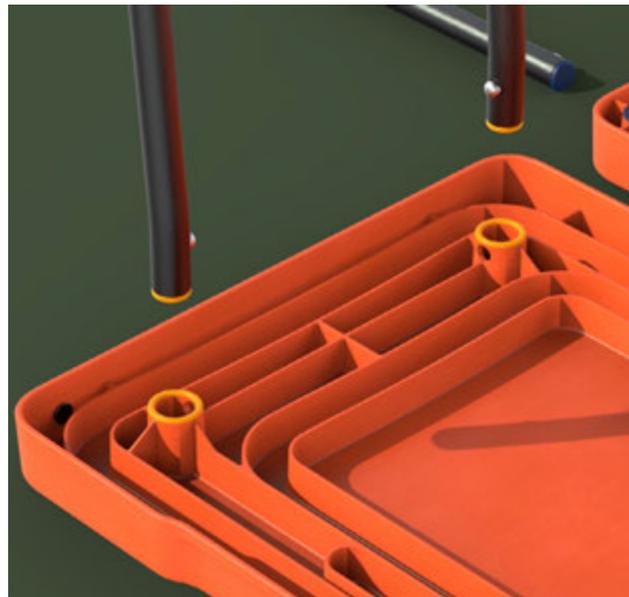
Christophe
Dion

Nicolas
Delisle-Jubinville

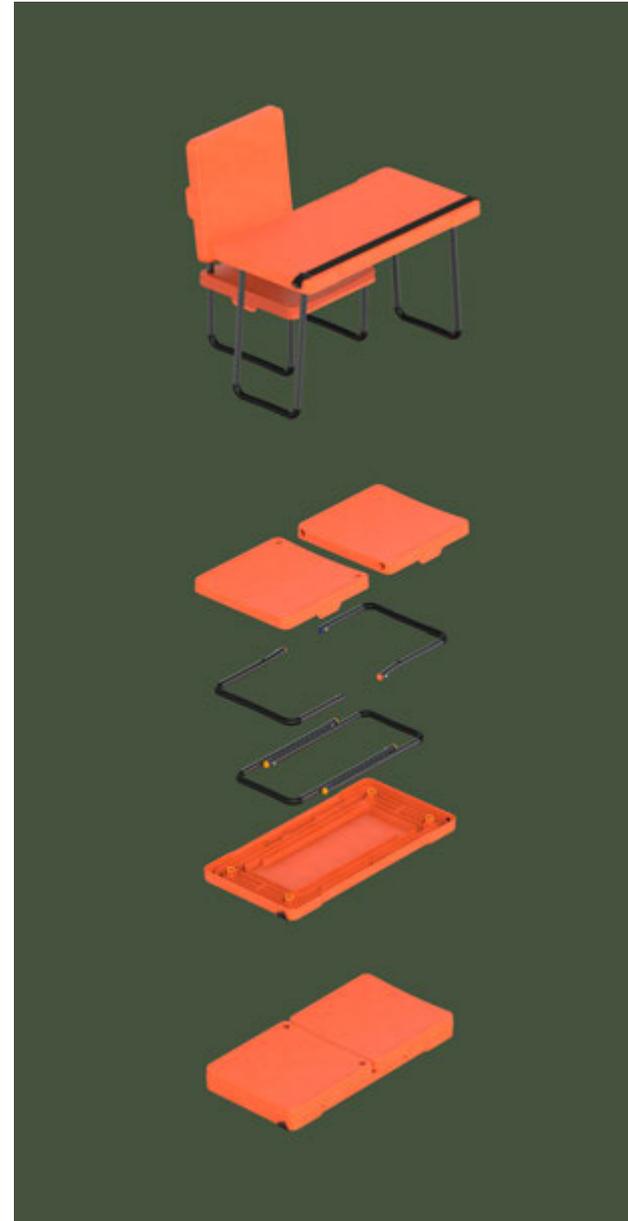


Le produit

La gamme Nomade offre à l'étudiant adulte un ensemble siège et surface pour travailler dans un confort de base, l'exposant à un maximum de naturalité. Le coffret peut être transporté individuellement ou dans le chariot, permettant à l'utilisateur de travailler soit seul ou avec ses pairs lors de rencontres d'équipe dynamiques, et ce, où il veut. Cette gamme mobile offre également à l'enseignant la liberté de créer son espace pour enseigner dans un lieu qui lui convient et selon une disposition qui répond à ses objectifs pédagogiques. Le tableau portable, grâce au chariot, facilite la communication tout en donnant un cadre à cet environnement de classe inusité.



Pour l'institution cliente, le Nomade constitue une offre clé en main couvrant le cycle d'usage dès l'emprunt jusqu'au retour du produit. Son système d'entreposage mobile de 15 unités, intégrant le chariot, optimise le rangement dans les espaces restreints. Enfin, la gamme Nomade élimine les risques associés à l'engagement permanent tout en minimisant les investissements monétaires.



La démarche

Le projet a débuté avec une recherche documentaire portant sur l'analyse de l'univers matériel du milieu scolaire. Les constats les plus révélateurs sont ensuite ressortis d'une vingtaine d'entretiens avec des experts, des directions d'écoles, des enseignants et des étudiants. Un questionnaire lancé auprès du public a aussi permis de recenser les inquiétudes perçues.

Il a rapidement été compris que l'éducation à l'extérieur amène son lot de complexité, surtout aux niveaux supérieurs. Le vrai défi a été de trouver le juste milieu entre ergonomie, portabilité et durabilité tout en maximisant l'exposition à la nature.

En précisant les tâches prioritaires à accomplir par l'étudiant, les éléments essentiels relatifs à la posture ont pu être définis, puis raffinés par la maquette. Enfin, le choix du plastique comme base du concept a aussi grandement guidé la conception vers un produit rappelant le mobilier existant, pour qu'il soit propice à une insertion durable dans le milieu scolaire actuel.



L'entreprise

L'entreprise Dehors Design se caractérise par la conception de produits amenant un contact avec la nature. Sa gamme de mobilier scolaire portable pour la classe extérieure lui permettra d'intégrer ce marché en pleine expansion et de profiter de la vague d'intérêt actuelle pour se lancer.

En tant qu'alternative aux classes architecturales demandant de grands investissements, le Nomade s'implantera facilement dans les écoles d'études supérieures en faisant office de premier pas dans l'expérience de l'éducation à l'extérieur. Puisque les dépenses du projet se situent sous le seuil des appels d'offres, il pourra être considéré comme étant plus accessible. Contrairement aux produits de substitution comme les produits de plein air, l'ensemble siège et surface se démarque par l'offre d'une posture engagée adaptée au travail à l'extérieur plutôt qu'à la détente.

À plus long terme, Dehors Design vise à évoluer et à parfaire son offre avec des produits permettant de profiter de l'hiver, par exemple.

Ara

Système de création et d'exploration musicales

À propos de l'équipe

Après plusieurs années d'expérience en camp de vacances, trois amateurs de musique et de création, passionnés par les enfants et la pédagogie se sont intéressés à l'idée de contribuer à l'arsenal d'outils disponibles favorisant l'apprentissage musical et la composition chez les jeunes du primaire. Leur motivation inflexible les pousse à perfectionner sans cesse leur idée sous tous ses angles.



Hervé
Boudreau



Dominic
Lavoie



Marc-Antoine
Dery

Mise en contexte

Après plusieurs observations terrain et des entretiens avec des enseignants et d'autres spécialistes du domaine, le constat fondateur du projet est le suivant : il peut être difficile pour les enfants du primaire de maintenir une bonne motivation lors de leurs cours de musique. Ces derniers sont lourdement contraints par les ressources accordées par la direction de l'école, par la performance de l'enseignant et du temps accordé à la matière. De plus, la création musicale est un volet peu accessible pour certains non-initiés. Ainsi, comment accentuer et maintenir la motivation des enfants afin de valoriser l'apprentissage de la musique dans un contexte scolaire ?



mention
école
de design



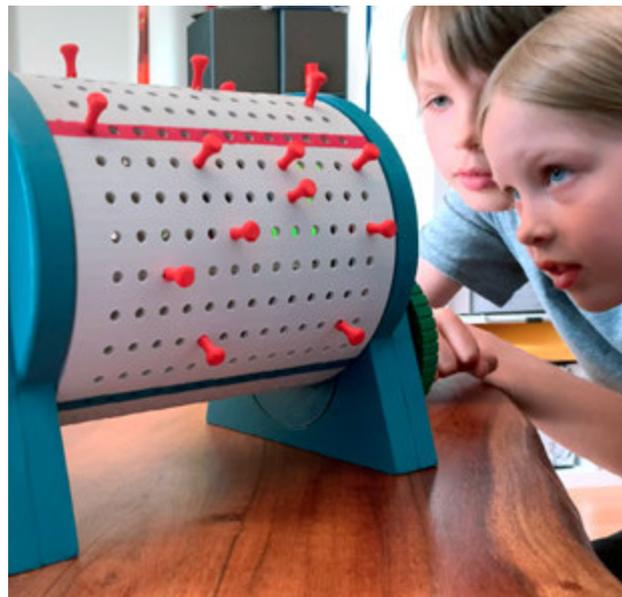
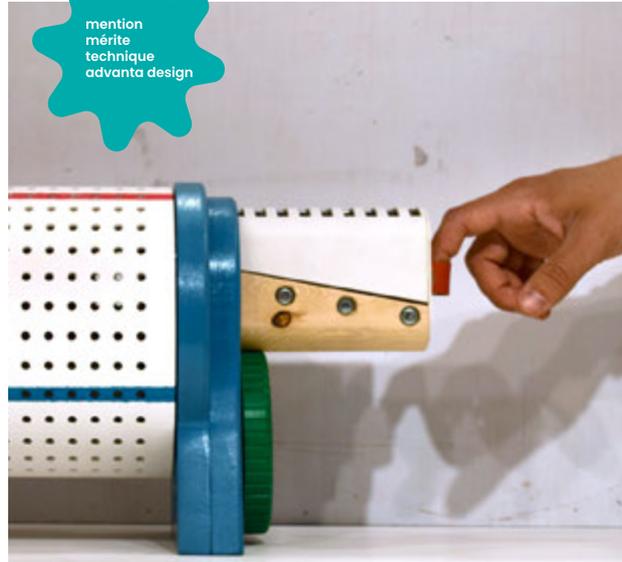
prix
partenaire
apollo 13

prix
entrepreneuriat
laval

Le produit

L'essence du projet Ara est d'offrir à l'utilisateur un processus itératif pour représenter sa composition, l'écouter, et la modifier à nouveau; tout cela, sans interface numérique. À la manière d'une boîte à musique traditionnelle, le cylindre rotatif est muni de goupilles amovibles qui activent un instrument placé dans la coque du cylindre. Cet instrument consiste en un peigne de lamelles métalliques encapsulé dans une caisse de résonance faite sur mesure. Les possibilités de varier la vitesse de rotation du cylindre et d'interchanger l'instrument avec un autre d'une gamme différente permettent à l'utilisateur d'apprécier sa création d'une nouvelle façon, ajoutant à la fonctionnalité de l'objet. Le produit vient avec

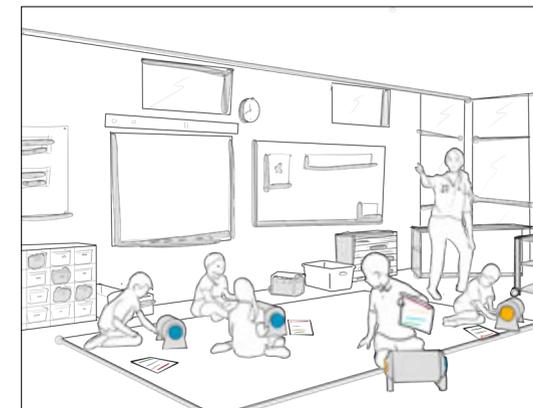
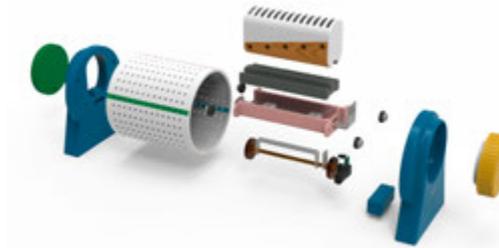
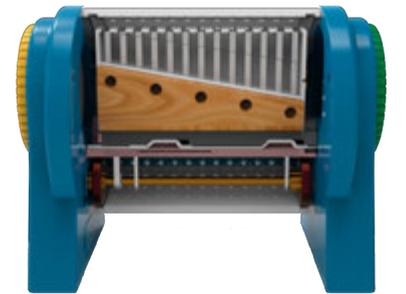
un écosystème d'activités éducatives adaptées à une classe du primaire. Bref, tout cela représente, pour les enfants, une porte d'entrée plus accessible et adaptée pour la création musicale, ayant le potentiel d'influencer pour le mieux leur développement personnel et social.



La démarche

L'objectif était de trouver un moyen d'offrir aux enfants une alternative à tous les produits informatiques de création musicale actuellement disponibles qui serait tangible et sans logiciel. Ces derniers étant souvent complexes et dispendieux, leur utilisation n'est pas adaptée pour des enfants dans un cours de musique.

L'équipe a dû surmonter plusieurs défis pendant le développement du produit. Notamment la qualité du son qui a demandé beaucoup d'expérimentation matérielle et technique, et même la consultation d'un luthier professionnel. Par ailleurs, puisque le produit comporte de nombreuses pièces mobiles, l'optimisation du mécanisme et l'élimination des vibrations ont nécessité plusieurs heures de développement et d'optimisation technique. Évidemment, le tout devait s'inscrire adéquatement dans une identité visuelle appropriée pour les yeux des jeunes usagers, tout en évitant de tomber dans l'aspect visuel d'un simple jouet. L'objet devait s'insérer parfaitement à la jonction des mondes de la musique, de l'éducation et du ludisme.



L'entreprise

Le contexte d'implantation de ce projet a ses contraintes. La nature sécuritaire des dépenses scolaires complexifie l'introduction de nouveaux outils et d'instruments dans les écoles. Ainsi, avoir une bonne qualité de produit, mais surtout une certaine notoriété en gage d'assurance est essentiel. Pour ce faire, il est très important de mettre le produit dans les mains des usagers le plus rapidement et le plus simplement possible. La gamme de produits sera disponible en service de location d'une durée variable pour répondre aux besoins spécifiques du client. Le service comprendra l'accès aux outils tangibles, soit cylindre, gammes et goupilles de composition, ainsi qu'un service de maintenance des objets et d'une banque de ressource en ligne comprenant des idées d'activités adaptées aux différents âges. Pendant cette phase d'implantation, l'objectif est de perfectionner le produit et le service afin d'éventuellement vendre l'ensemble de produits aux écoles.

Inclusion et dignité des personnes

**Germaine
Apprenti
cecile
Myrina
Nung**



Germaine

Ensemble de sacs pour la gestion des menstruations en plein air

À propos de l'équipe

Particulièrement intéressées par le design centré sur l'humain, la santé intime des femmes ainsi que le plein air, Florence et Claudel se sont donné comme objectif de travailler sur un sujet sensible et tabou pour le rendre plus accessible à tous. L'équipe réunit deux designers aux forces complémentaires autant sur le plan de la recherche que sur les plans de la synthèse et de la conception. Le tout s'exprime par une démarche empathique vers une vision d'inclusion et de solidarité féminine.



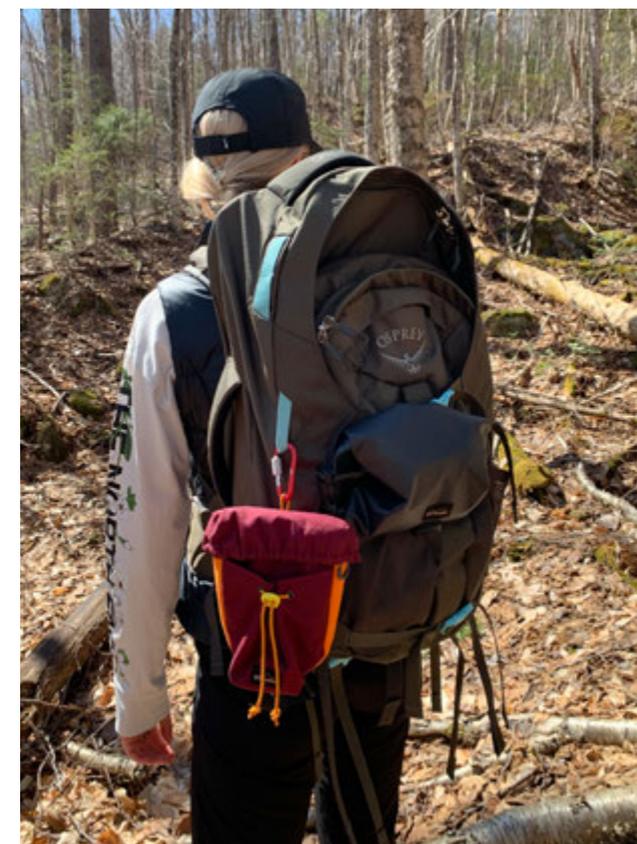
Claudel
Gagnon



Florence
Pouliot-Roy

Mise en contexte

L'enjeu complexe de la gestion de l'hygiène intime influe sur la participation des femmes dans les activités en plein air. Elle constitue un enjeu également pour les femmes itinérantes en milieu urbain. Des similitudes importantes existent entre ces deux groupes pour ce qui est de la gestion de leur hygiène. Leur réalité les expose aux mêmes préoccupations comme : nettoyer la région pubienne, éviter les infections et les bactéries, respecter leur corps et l'environnement et bien plus. Le projet vise donc à faciliter la gestion de l'hygiène intime de ces femmes vivant des situations précaires ou complexes.



Le produit

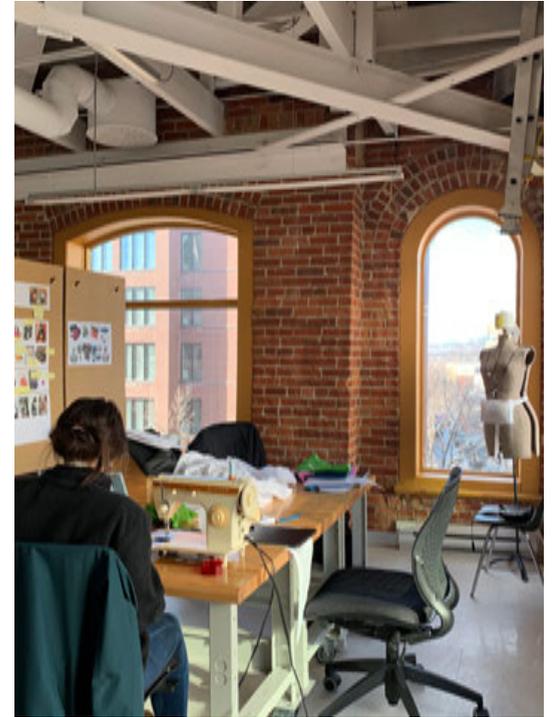
Le sac en polyester imperméable permet le transport des produits menstruels (réutilisables ou jetables) nécessaires pour une journée. Il simplifie les manipulations lorsque vient le temps de changer de protection sanitaire, grâce à une organisation compartimentée du matériel à l'intérieur et à une pochette « kangourou », qui se déploie à l'avant pour y déposer le matériel nécessaire et éviter qu'il soit déposé au sol. Les risques d'exposition aux bactéries et aux infections causées par la saleté sont réduits. Le sac en vinyle optimise et facilite la gestion des déchets menstruels.

La femme dépose les protections souillées et compresse le sac une fois refermé à l'aide des attaches latérales ajustables. Une valve évacue l'air sans retour, ce qui diminue le volume et évite les odeurs. Le sac s'ouvre aux deux extrémités, permettant de distinguer une section propre et une section sale. La section sale est délimitée par un anneau de silicone retenant un sac de plastique optionnel.



La démarche

Les résultats de la recherche et de la collecte de données ont permis d'identifier les deux étapes les plus problématiques : la gestion des menstruations et la gestion des déchets. C'est par un travail d'idéation, principalement par le biais de maquettes et de validations auprès des usagères, que l'ensemble de sacs a été développé et peaufiné. D'une part, l'équipe s'est attardée à développer un produit qui simplifie, sécurise et améliore la gestion des menstruations dans un environnement précaire ou complexe. Pour ce faire, des critères précis ont été établis. Il fallait que l'ensemble de sacs ait un volume réduit et une résistance aux intempéries et à la saleté en plus d'être entièrement lavable et versatile dans son utilisation et son transport (selon le corps et les préférences personnelles de l'utilisatrice). D'autre part, l'équipe a développé un produit qui encourage une gestion adéquate des items souillés, permettant de respecter l'environnement et d'améliorer l'expérience générale de la gestion des déchets menstruels selon les critères suivants : l'imperméabilité, l'étanchéité, la compressibilité, la diminution de l'utilisation de sacs de plastique et la versatilité dans son transport.



L'entreprise

La recherche et la collecte de données ont permis de constater que malgré des situations comportant des défis similaires, les besoins des femmes en plein air et des femmes en situation d'itinérance sont distincts. Alors que les besoins des femmes en plein air semblent pouvoir être répondus par Germaine, les femmes en situation d'itinérance ont aussi besoin d'un accès à des infrastructures, puisqu'elles y disposent de ressources matérielles et de soutien de divers organismes.

Germaine souhaite valoriser la solidarité féminine et, par le biais de dons, aider les entreprises comme le Projet L.U.N.E qui encadre les femmes en situation d'itinérance. Ainsi, à l'achat de chaque produit, un certain montant serait remis directement à l'organisme du Projet L.U.N.E qui est établi dans la Ville de Québec.

En plus de faciliter et d'améliorer l'expérience des femmes concernant l'hygiène intime en plein air, Germaine encourage une gestion responsable des déchets en nature et une production locale.


germaine



Apprenti

Ensemble clé en main d'ustensiles de cuisine adaptés pour les personnes autistes

À propos de l'équipe

Soucieuses du design à l'échelle humaine, Mégane et Caroline se sont intéressées à des usagers souvent oubliés par la société : les jeunes adultes ayant un trouble autistique. Leur projet a débuté par le désir d'améliorer la vie au quotidien de ces usagers. C'est en combinant leurs compétences respectives autant sur le plan de la recherche que sur les plans de la technique et de l'esthétique qu'elles créent leur produit.



Mégane
Duchemin



Caroline
Rouleau

Mise en contexte

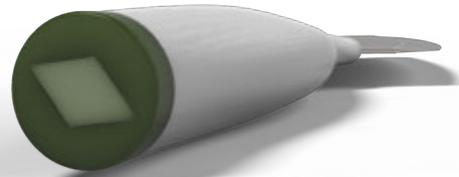
Selon la Fédération québécoise de l'autisme, plus ou moins 76 000 personnes autistes ont été recensées au Québec en 2014. Dès l'âge adulte, les personnes atteintes du trouble du spectre de l'autisme sont délaissées par les systèmes gouvernementaux et très peu de produits sont mis à leur disposition afin de les aider à atteindre une vie autonome. L'apprentissage de la cuisine est une des dernières compétences à acquérir avant de quitter le nid familial en raison de la complexité des tâches qui y sont reliées. Comment améliorer l'autonomisation des personnes autistes de niveau 1 et 2 en cuisine ?



Le produit

Apprenti est né du désir d'aider les adultes autistes à atteindre un niveau d'autonomie confortable. L'ensemble comprend des ustensiles adaptés, un livre de recettes simples décortiquées en images ainsi qu'une application qui offre des vidéos explicatives, de l'assistance vocale et bien d'autres. La clé de ce produit est le pictogramme sur chacun des ustensiles qui se retrouve aussi dans les recettes. Effectivement, l'association visuelle augmente nettement le taux de réussite lors de la préparation de recettes. De plus, ce produit offre plusieurs avantages tels

que des rappels de sécurité, un système de récompense et un générateur de recettes pour éviter le gaspillage alimentaire. Apprenti est un produit inclusif et clé en main qui assure une sécurité d'esprit pour les parents. Il facilite l'apprentissage de nouvelles tâches culinaires et encourage l'alimentation saine. Le produit offre un sentiment de fierté immense aux usagers qui peuvent maintenant naviguer dans la cuisine. Apprenti rend la cuisine accessible pour tous.



La démarche

La recherche a permis de constater que peu de produits adaptés pour la cuisine sont offerts sur le marché pour les adultes vivant avec un trouble du spectre de l'autisme. La démarche de design a donc été orientée par la documentation, l'expérience des usagers ainsi que par des personnes-ressources comme des ergothérapeutes.

À la suite de plusieurs rencontres et observations avec des personnes ayant un trouble du spectre de l'autisme, les designers ont conclu qu'un système complet serait nécessaire afin d'augmenter leur autonomie à leur plein potentiel. Dans ce contexte, le projet a vu le jour selon plusieurs critères centraux: prioriser la sécurité de l'utilisateur, viser un système complet permettant l'apprentissage de la cuisine et utiliser des systèmes et des technologies employées dans leur quotidien.

Enfin, une attention a été portée au développement esthétique du produit afin de créer des ustensiles neutres et inclusifs se détachant d'une apparence enfantine.



L'entreprise

Apprenti amorcera son offre de produits avec l'ensemble de base pour la cuisine et par la suite, développera d'autres produits comme des batteries de cuisine adaptées. Afin d'entrer sur le marché, l'entreprise aimerait s'affilier avec une compagnie déjà établie dans le domaine et ayant une grande notoriété. Cette collaboration permettrait de viser un public plus large et d'aider les adultes autistes qui sont souvent oubliés. La vente d'Apprenti se fera en ligne ou par l'intermédiaire de spécialistes comme des ergothérapeutes.

Apprenti a pour objectif de rester près de ses clients et de ses usagers afin de les aider. Des activités culinaires utilisant les produits pourraient être offertes à des fondations ou à des OBNL comme la Fondation Véro et Louis ou J'ai mon appart'. En plus d'aider les personnes ayant un trouble du spectre de l'autisme, Apprenti aidera un grand nombre d'utilisateurs connexes comme les personnes atteintes de déficiences intellectuelles ou de la trisomie 21.



cecile

Un outil adapté pour les personnes non voyantes qui permet de faciliter le magasinage en épicerie

À propos de l'équipe

Ces deux technologues et designers passionnés, débordants de créativité et très sensibles aux problématiques à dimension sociale ont désiré créer un projet pour augmenter l'autonomie et diminuer l'isolement et l'anxiété chez les personnes aux prises avec un handicap visuel. Le souhait de faire une différence dans la vie des gens ainsi que la somme des expériences, des compétences et des qualités de chacun aura permis la création d'une équipe forte et outillée.



Alex
Fortin-Bouffard



Frédéric
Côté

Mise en contexte

Les résultats des nombreuses entrevues, enquêtes et recherches documentaires démontrent que les personnes souffrant d'un handicap visuel dépendent majoritairement de l'aide d'accompagnateurs physiques pour effectuer des achats essentiels. Appuyés par des histoires vécues, les difficultés et les inconforts tels que l'anxiété que vivent les personnes non voyantes à l'épicerie ont été mis en lumière. L'inaccessibilité des informations sur les produits s'avère être une problématique importante à résoudre afin d'améliorer l'autonomie des personnes aveugles et malvoyantes. Comment concevoir un outil accessible et adapté, afin de pouvoir choisir un produit facilement et de façon autonome sans le voir ?



Le produit

Cecile est un appareil prêté sur demande à l'entrée de l'épicerie qui accompagne l'utilisateur durant son expérience de magasinage. Le lecteur tire avantage de la grande majorité des produits qui possèdent un code-barre unique, placé en périphérie de la tablette, sous le produit. Après avoir numérisé un code-barre, l'utilisateur peut choisir l'information désirée à l'aide de boutons texturés intuitifs. L'information est transmise de façon sonore, depuis un haut-parleur intégré. De plus, grâce au système de positionnement en intérieur,

les signaux transmis par deux balises placées stratégiquement permettent à l'utilisateur de se localiser en temps réel dans le commerce et être informé des produits à proximité. Pour le rangement, la borne de chargement s'harmonise avec le comptoir de courtoisie et permet d'accueillir deux télécommandes. Le logiciel du système Cecile est pensé pour les épicerie et le critère principal de sa conception est de ne pas augmenter la charge de travail de ses employés.

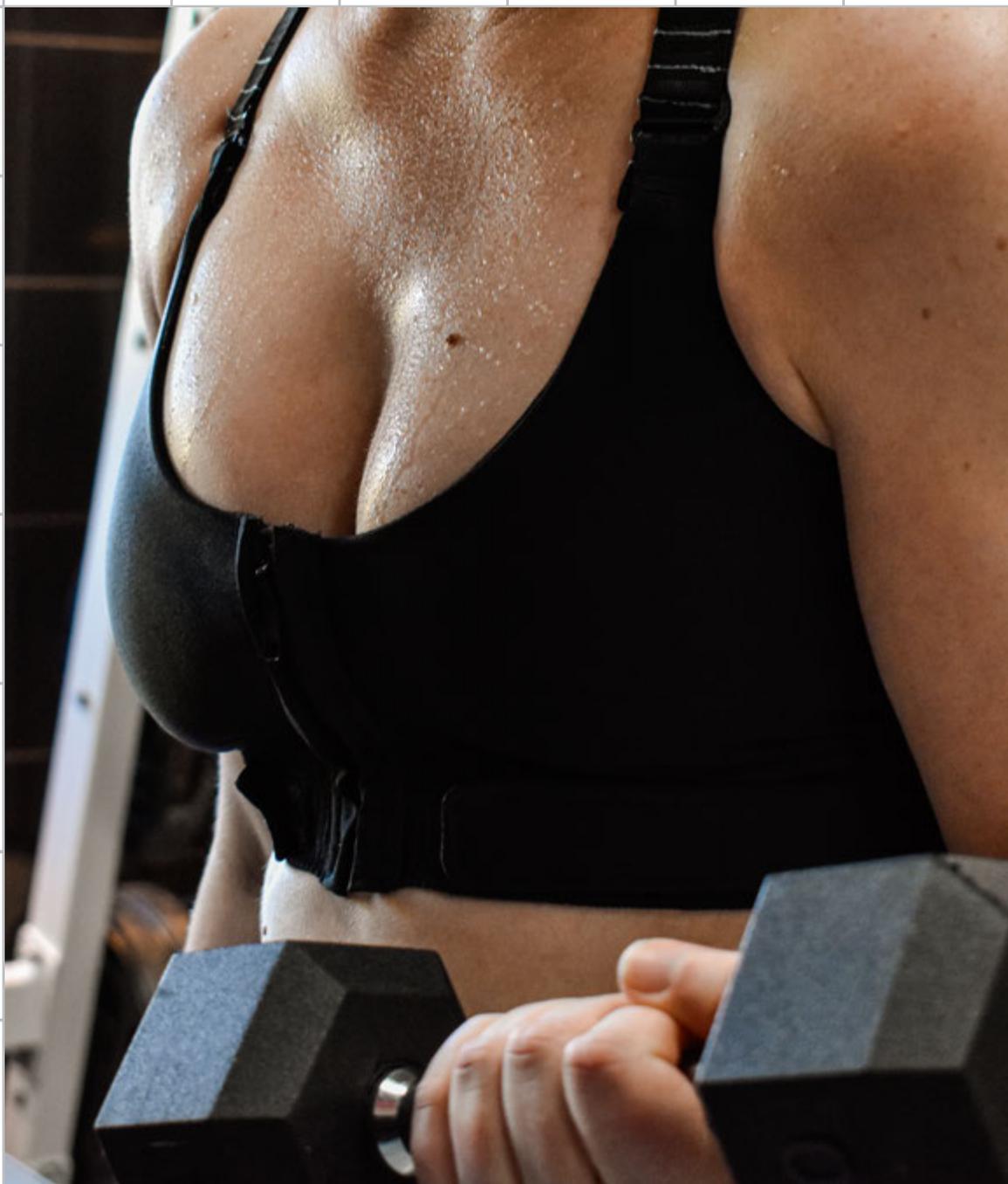


La démarche

L'objectif premier du projet de design est de venir en aide à la communauté de personnes atteintes de déficiences physiques afin d'améliorer leur qualité de vie. Pour aider à comprendre la réalité des usagers, l'aide des fondations Caecitas et CQPA a été essentielle pour s'immerger dans l'univers particulier de la non-voyance. L'analyse des recherches documentaires et la recherche sur le terrain auront ensuite permis de cibler un contexte là où les inconforts semblent être récurrents: l'épicerie. Les exercices de validation effectués auprès des différents acteurs du projet ont permis de naviguer entre les idées et les concepts de solution. Afin d'expérimenter les concepts, le prototypage rapide aura facilité la conception de différentes maquettes de volume, testées en épicerie par de véritables usagers.

L'entreprise

Cecile propose aux épiciers une façon d'accompagner leur clientèle atteinte de déficience visuelle. Cette solution offre également une porte d'entrée vers la lutte contre l'exclusion sociale et une façon d'attirer une clientèle loyale. La première étape du développement consiste à aller chercher du financement à l'aide de concours et de subventions afin de poursuivre la démarche de recherche avec des partenaires industriels. Ensuite, une autre campagne de financement et de partenariat auprès des épicerie sera mise en place afin d'élaborer un projet pilote. Après une deuxième phase de recherche et développement, Cecile sera mise en production et sa première version pourra être commercialisée. Le modèle clé en main comprend tout l'équipement nécessaire au bon fonctionnement, l'installation et la mise en service. Le service sera offert sous forme de contrat périodique.



Myrina

Soutien-gorge sportif pour les femmes en situation post-mastectomie

À propos de l'équipe

Bien qu'elles aient toutes deux des parcours académiques différents, elles ont en commun une approche empathique du design qui est centrée sur l'utilisateur. Avec leur projet de fin d'études axé sur une problématique sensible, les designers utilisent leur formation en design pour amener des solutions féministes qui répondent à des besoins réels. Ces deux femmes sont motivées par le désir d'enrichir le milieu dans lequel elles évolueront tout au long de leur carrière.



Rosalie
Castonguay-Van



Valérie
Drouin

Mise en contexte

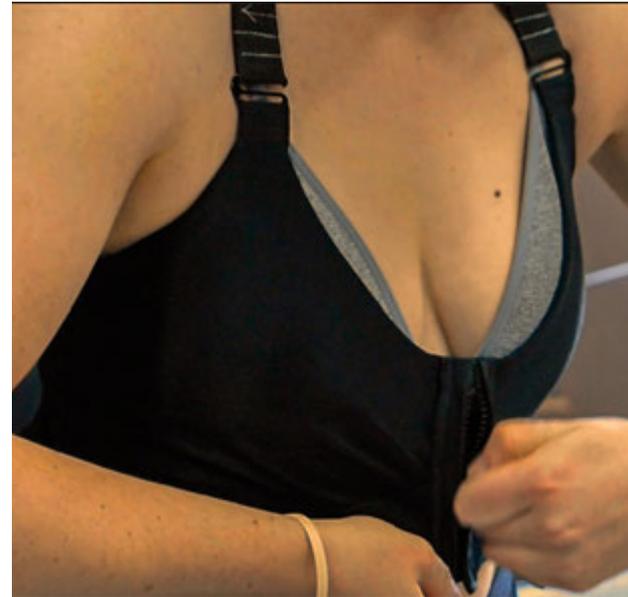
Selon la Société canadienne du cancer, une femme canadienne sur huit sera atteinte du cancer du sein au cours de sa vie. Le traitement le plus courant est la mastectomie, une chirurgie qui consiste à enlever partiellement ou entièrement le sein afin de retirer la masse cancéreuse. De ces femmes, 60 % n'auront pas de reconstruction après cette intervention. Toutes ces femmes doivent réapprendre leur corps après cette chirurgie. Dernièrement, des groupes de femmes qui ont subi une mastectomie militent afin de normaliser les poitrines asymétriques. Des entretiens ont révélé que l'expérience vestimentaire joue un rôle crucial dans le processus d'acceptation du nouveau corps.



Le produit

Les produits existants, tels que les soutiens-gorge adaptés ou les prothèses mammaires externes, sont conçus pour camoufler les effets de la mastectomie. Il n'existe pas de produit permettant à une femme d'assumer sa poitrine asymétrique au quotidien. De plus, il existe très peu de soutiens-gorge de type sportif pour les femmes ayant subi une mastectomie. Ces femmes ont besoin d'un soutien-gorge adéquat pour leur mode vie, tel que Myrina qui leur offre le choix de porter ou non une prothèse externe. Conçu avec des textiles performants, soit le lycra, le bambou et le mérinos, Myrina possède un système d'ajustement à deux

endroits stratégiques afin de s'adapter à tous les types de poitrines asymétriques. Pensé pour les femmes mastectomisées, il s'enfile sans risque de douleur ou d'inconfort. Ce soutien-gorge offre également un degré de compression ajustable, répondant aux différents enjeux de support lors d'activités physiques.

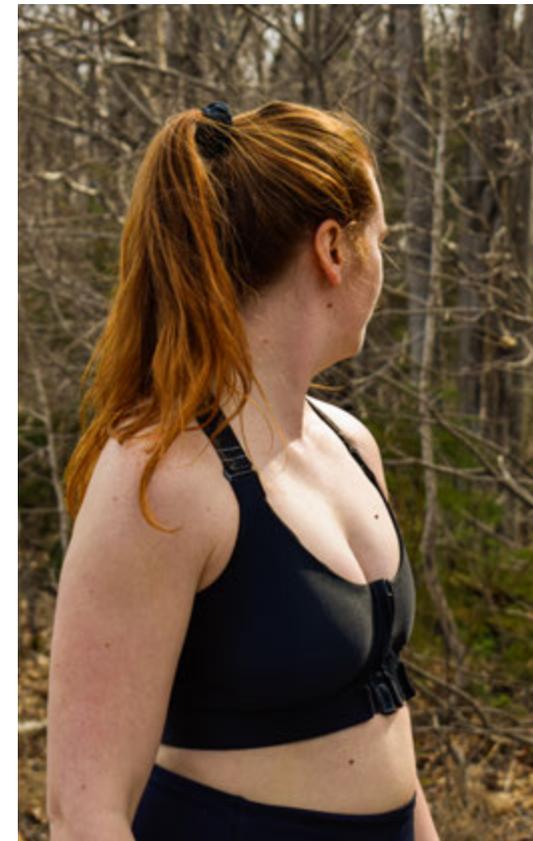
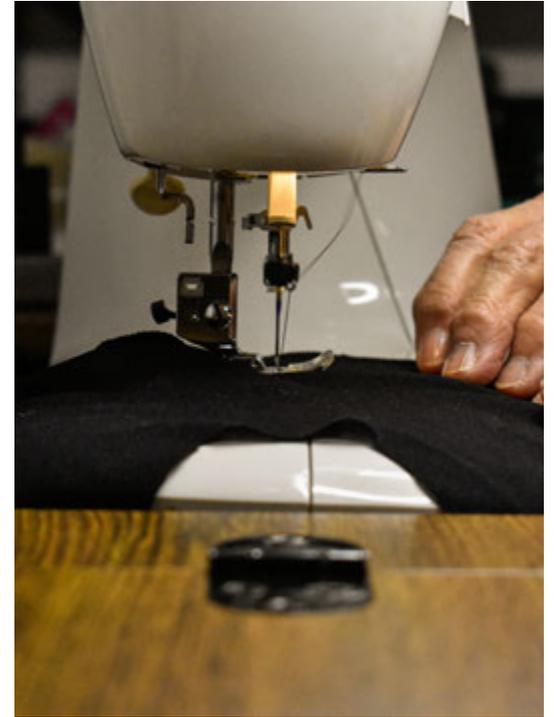


La démarche

Le principal défi pour les designers a été d'explorer et de comprendre la réalité vécue par les femmes mastectomisées. Elles ont mené des entretiens avec une demi-douzaine de femmes ayant subi des interventions variées, deux oncologues travaillant au Centre des maladies du sein de Québec ainsi qu'une thérapeute physique d'un centre de correction vertébrale. C'est grâce à ces témoignages sincères que les designers ont pu développer et orienter leur produit pour combler les besoins décrits par ces femmes.

Pour en apprendre davantage sur les produits textiles, l'équipe de design a développé son concept en faisant des recherches, notamment sur les matières et leurs caractéristiques, et en consultant deux experts dans le domaine du vêtement sportif ainsi que deux couturières d'expérience.

De plus, les designers ont continué d'impliquer régulièrement les femmes rencontrées tout au long du processus de conception. Elles ont d'ailleurs joué un rôle important dans la production des prototypes.



L'entreprise

Myrina est conçu pour les femmes ayant subi une mastectomie, partielle ou complète, cherchant à nouveau un mode de vie actif et qui veulent adhérer à la tendance émergente naturelle et d'acceptation du nouveau corps. Le produit s'insère dans un marché concurrentiel avec des produits sportifs ainsi qu'avec des produits adaptés à la mastectomie. Toutefois, il s'agit de produits de substitution, car il n'existe pas pour l'instant de concurrence intra-sectorielle. Bien que ce soit un produit qui sera en vente sur le web ainsi que dans des boutiques spécialisées, le but premier du produit est de répondre aux besoins des femmes ayant subi l'intervention. Myrina sera offert dans une variété de couleurs et de grandeurs pour permettre une meilleure appropriation de la femme.

Les designers souhaitent d'ailleurs travailler à long terme avec des organismes tels que La société du cancer du sein ou encore Ruban rose.



Nung

Une trousse rigide de survie menstruelle

À propos de l'équipe

Les deux designers se sont rencontrées lors de la première année du baccalauréat. Depuis ce temps, elles ont travaillé ensemble sur plusieurs beaux projets. Pour le projet final, dès le départ, elles avaient comme but de mettre en lumière les femmes afin d'avoir au moins une retombée positive quelconque dans leur vie.



Pascale
Bouchard



Mahika
Haché

Mise en contexte

Une femme aura environ 500 cycles menstruels au cours de sa vie. Les menstruations demandent à la femme de prévoir son quotidien, surtout lorsqu'elle doit être à l'extérieur de son domicile. Elle doit alors penser à apporter tous les articles essentiels avec elle afin que son expérience soit optimale.

L'objectif du projet est de diminuer les irritants liés au transport de produits menstruels : les oublis, les changements de sous-vêtement dû à une fuite, le contexte extrême non adapté aux besoins des femmes et plus encore.



Le produit

Nung est une trousse de « survie menstruelle » personnalisable, qui a été conçue spécialement pour les femmes qui ont vécu la triste réalité de ne pas avoir de protection hygiénique à portée de main. Cette situation peut être causée par un oubli ou parce que les protections hygiéniques sont inutilisables, car elles ont été écrasées par des effets personnels. Nung transporte non seulement des produits hygiéniques, mais tous les produits essentiels au maintien d'une bonne routine menstruelle à l'extérieur du domicile.

Nung est une trousse rigide en PLA qui contient différents compartiments cachés réservés aux objets tels que des pilules, du désinfectant à main, des lingettes réutilisables, un sac réutilisable, un emplacement pour un sous-vêtement de rechange et sans oublier les fameuses protections hygiéniques.

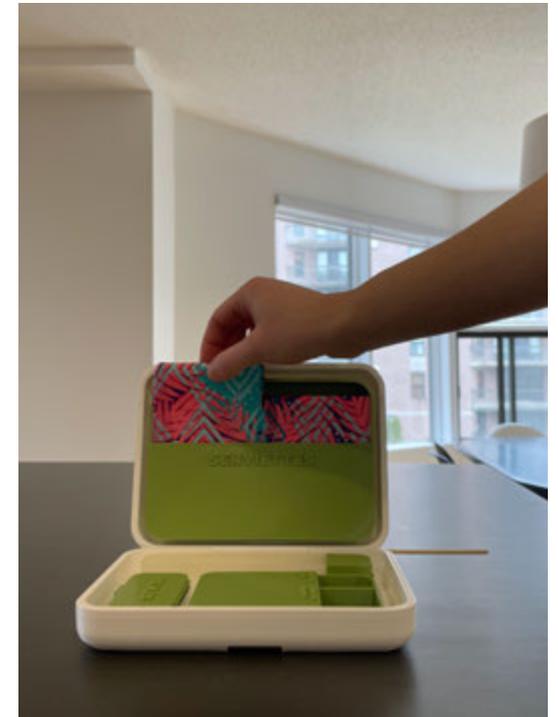


La démarche

Afin de comprendre le plus possible les réalités et les besoins des femmes, des entrevues avec plusieurs types de femmes ont été menées. Rapidement, il est apparu que chacune d'entre elles avait des préférences personnelles quant aux produits d'hygiène féminine transportés.

Pour mieux mettre en contexte, une liste de tous les objets féminins qui sont transportés à l'extérieur du domicile a été établie, puis les objets les plus importants sont ressortis parmi plusieurs vidéos. Une analyse de l'espace ainsi que des objets des différents types de toilettes publics a ensuite été réalisée. Ces observations ont permis de prendre des décisions sur les aspects techniques de la trousse comme la dimension, la forme, les matériaux et son système de fermeture.

Lors de la conception du produit, l'une des priorités était d'intégrer la participation des femmes tout au long de la conception afin de valider la pertinence des choix et de pouvoir s'assurer de répondre à leurs besoins.



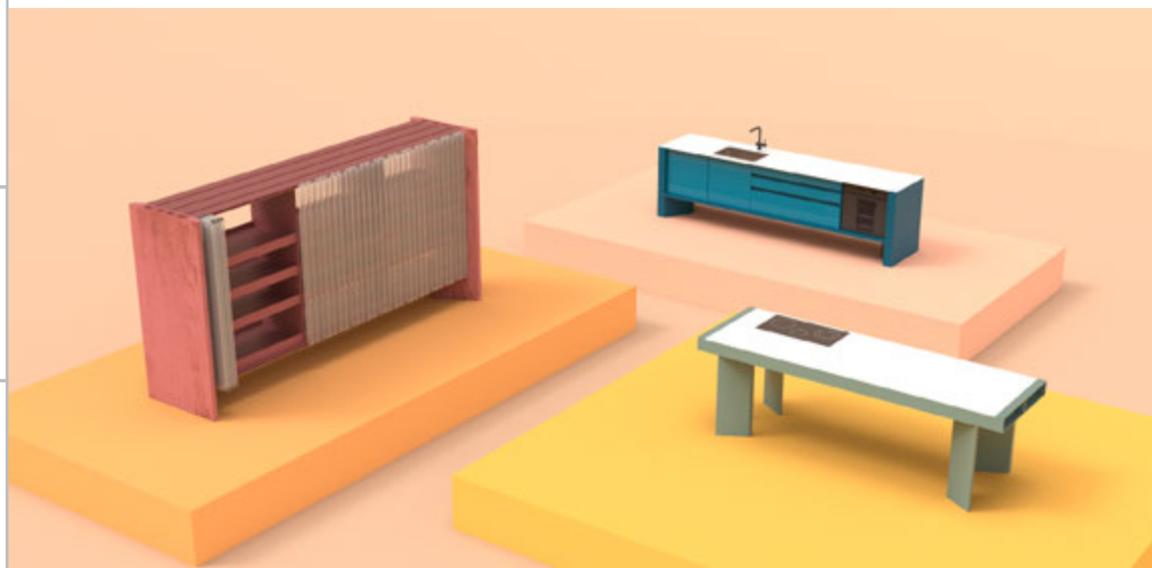
L'entreprise

La démarche visée est de s'établir dans le marché des trousse de transport féminines. L'équipe se concentrera plus particulièrement sur le transport des produits hygiéniques féminins. Nung se place comme étant une innovation dans ce marché par son inclusivité et son concept de personnalisation des trousse. De plus, le projet permet de développer une relation de confiance tout en étant à l'écoute des besoins des femmes qui utilisent les trousse Nung. La mise en marché de la trousse se fait exclusivement par l'entremise du site internet afin d'avoir une incidence sur le plus grand nombre de femmes possible et de permettre aux consommatrices d'avoir accès à l'aspect personnalisable de notre produit. Afin de se faire connaître auprès de notre clientèle et pour favoriser la croissance de l'entreprise, il est envisagé d'ouvrir des boutiques éphémères et de travailler avec des partenaires d'affaires aux valeurs similaires.



Mode de vie et nouvelles pratiques

Cuisine (a*)typique
Krew Keg
ODE
VERÅ



Cuisine (a*)typique

Cuisine (a*)typique

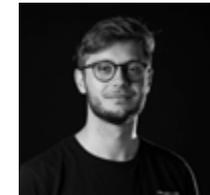
Ensemble de mobiliers de cuisine autoportants

À propos de l'équipe

En entamant leur dernière année au baccalauréat en design de produits, l'équipe voulait explorer un sujet qui relie le bonheur individuel et collectif, la culture ainsi que le lègue passé et à venir. Au cours de leurs discussions, une multitude de souvenirs concernant la nourriture, les repas partagés et les moments passés à les préparer émergeaient sans cesse. Si leurs discussions les ont menés sur ce chemin, leurs entretiens avec diverses personnes ont confirmé leur intuition.



Marie-Anne
Duchesne



Pierre-Olivier
Gonthier

Mise en contexte

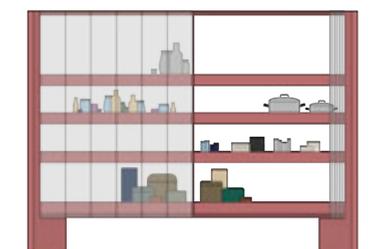
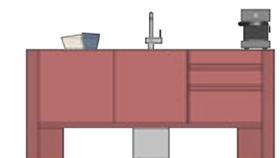
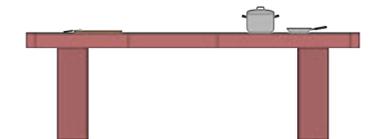
Se nourrir est bien plus qu'un besoin physiologique pour assurer notre survie. La nourriture est une forme d'amour, de mémoire, d'identité, de création et de connexion avec ce qui nous entoure.

Cuisiner, c'est établir un dialogue, partager ses ressources, ses histoires et ses émotions avec ceux qui nous sont chers.

Concrètement et symboliquement, la cuisine a transcendé son utilité culinaire; elle est le cœur de la maison, l'endroit où l'on vit nos moments les plus précieux.

Toutefois, l'environnement entourant ces moments est trop souvent rigide et laisse peu de place à la convivialité.

De là est née l'intention de revaloriser l'espace de cuisine résidentielle et l'action de cuisiner en accord avec son importance culturelle et sociale.



Le produit

L'ensemble de mobilier (a*)typique se compose de trois unités autoportantes qui mettent de l'avant la spécificité de l'action collaborative et le partage. L'unité centrale crée un lieu de rassemblement et un espace dédié à la cuisine. Dans l'idée que ce mobilier soit le point focal de l'espace, les éléments de la cuisine qui nécessitent une présence active et continue y sont intégrés. À ce mobilier central s'ajoute une unité de rangement dont l'ouverture de la porte, inspirée par la forme d'un rideau, dévoile les outils de cuisine de manière fluide et marque le début de la préparation.

La gamme est complétée par une unité de services qui intègre la robinetterie et qui offre davantage d'espace de rangement. Les mobiliers sont conçus pour habiter pleinement l'espace, leurs détails de conception apportent un grand niveau de modularité leur permettant de s'incorporer aux différentes pièces selon de multiples configurations sans intervention de construction majeure.



La démarche

Puisque la cuisine représente un aspect significatif du quotidien pour tous, les discussions avec les usagers et l'immersion dans l'univers de la cuisine ont été au cœur de la démarche. Des entretiens ont permis de recueillir des données sur les usages, les expériences et les perceptions de la cuisine. La richesse de la littérature à propos du contexte historique et des normes de la cuisine a également servi de point d'ancrage au projet. Le développement de produit a ensuite été guidé par l'intention de mettre de l'avant l'action de cuisiner autant que l'implication sociale en cuisine. Ainsi, le concept d'une cuisine plus inclusive à l'aire de vie, flexible dans son aménagement et pérenne face aux besoins des usagers constitue les principaux critères de conception. Ce sont ces critères qui ont mené à repenser la cuisine non seulement dans ses mobiliers, mais dans son système complet.



L'entreprise

Cuisine (a*)typique est née de la volonté de proposer un changement au niveau des systèmes de mobiliers de cuisine. L'entreprise vise à briser l'offre homogène du marché en proposant une nouvelle vision de la cuisine appuyée sur la portée sociale de cet espace. En se dissociant des modèles d'achats traditionnels, le nouveau système de mobiliers offre davantage de possibilités à l'utilisateur et favorise son autonomie lors de la conception de sa cuisine tout en simplifiant le processus.

La collaboration avec des studios d'architecture et de design d'intérieur qui partagent cette intuition constitue la stratégie principale pour faire la mise en marché de la proposition, tout comme la présence de la compagnie dans des salons et des revues de design pour en faire la promotion.

Suivant un modèle de designers-entrepreneurs, le savoir-faire et l'expertise de l'équipe dans le domaine de la cuisine font partie intégrante de la proposition de valeur de l'entreprise.



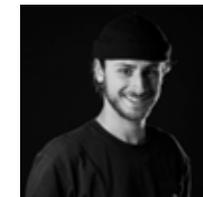


Krew Keg

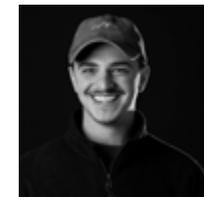
Système d'embouteillage dédié à l'univers brassicole à domicile

À propos de l'équipe

Ces trois passionnés de design ont des forces complémentaires et propres à chacun. Ensemble, ils se démarquent par un désir d'accomplissement dans leurs projets qui intègrent de façon importante l'aspect social. Ils partagent également le désir de rapprocher les gens qui les entourent et de rendre les moments plus mémorables et personnalisés. Les membres de l'équipe se voient encore travailler ensemble dans un avenir rapproché pour continuer de créer de nouveaux projets.



Antoine
Limoges



Louis-Gabriel
Kendirgi



Charles-Olivier
Boiteau

Mise en contexte

Le manque d'équipement sécuritaire et hygiénique adapté au grand public en plus du manque de service et d'accompagnement dans les procédures sont des remarques récurrentes concernant la fermentation de boissons artisanales. En effet, ce domaine demande beaucoup de recherche, de compréhension et d'organisation pour un néophyte ou un amateur afin d'assimiler toutes les différentes étapes selon la boisson envisagée et de se procurer du bon équipement et de bons ingrédients. Les usagers sont aussi limités dans les méthodes de conservation et de consommations possibles. De cette réflexion est née la problématique suivante : démocratiser et améliorer l'expérience brassicole à domicile en offrant une gamme de produits organisée, hygiénique et accessible pour tous.



Le produit

Krew Keg offre une gamme unique et innovante en ce qui a trait à la phase d'embouteillage des bières artisanales faites à domicile. Ce système de tonnelet compact et transportable réduira grandement les manipulations nécessaires à la phase d'embouteillage tout en favorisant le partage et l'entreposage des créations, mais en éliminant les contraintes technologiques et complexes.

Son système de poches interchangeable permet de basculer d'une bière à l'autre sans aucun compromis sur le goût et la conservation. Cette gamme de produits vient avec un support pour le maintien des poches lors de l'embouteillage et de la réfrigération. Cette combinaison offre un produit unique qui saura se distinguer sur le marché.



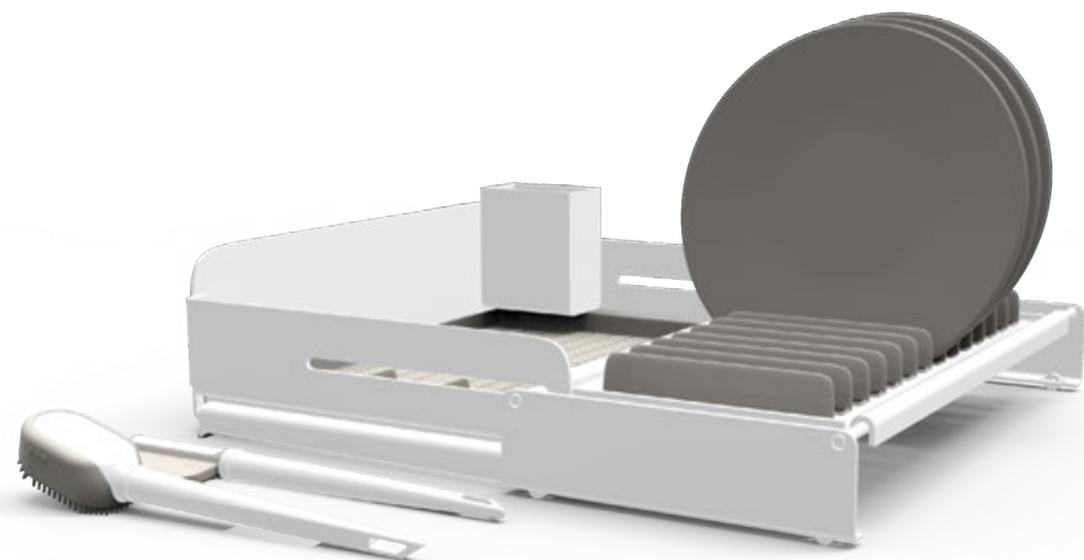
La démarche

Comprendre en quoi consiste le brassage de la bière à la maison et son procédé s'est révélé d'une grande importance dès le début de la démarche. Il a été constaté que l'équipement est généralement « DIY » et nécessite souvent beaucoup de résolution de problèmes. Les brasseurs de bière peuvent utiliser les équipements de démarrage très longtemps avant de ressentir les lacunes, mais la majorité va passer rapidement des bouteilles au tonnelet dû aux nombreux irritants apportés par l'embouteillage. Par contre, il a été constaté qu'un tonnelet coûte très cher et, pour faire plusieurs brassés de bière, il est nécessaire d'en avoir plusieurs. Le but du projet a donc été de trouver un équilibre entre le coût modeste et le partage apporté par les bouteilles. De plus, lors de l'expérimentation du projet, il a été de mise de simplifier l'utilisation d'un tonnelet pour le rendre plus compact et portable.



L'entreprise

La démarche visée est de s'établir en tant que référence chez les brasseurs à domicile. En ouvrant la voie vers le monde de la fermentation à domicile, une relation d'exclusivité sera développée avec les utilisateurs. Pour ce faire, un enseignement, des recettes ainsi qu'un accompagnement seront proposés aux utilisateurs. Cela permettra aussi de continuer à développer des produits en unisson avec les utilisateurs et leurs besoins. Pour établir la présence du produit dans le monde du brassage à domicile, des partenariats avec des associations comme LABAQ ou avec des commerces comme BrewHQ et Northern Brewer sont prévus. L'association LABAQ propose des cours pour les débutants en brassage et participe souvent à des rassemblements de brassage. Ce serait donc une occasion de participer à ces événements et de faire découvrir le monde du brassage à domicile en faisant connaître le produit.



ODE

Gamme d'outils pour le nettoyage de la vaisselle

À propos de l'équipe

L'équipe composée de Mégane Pouliot, designer d'intérieur et de produits, ainsi que de Julia Renaud, designer industrielle et de produits, désire faciliter le nettoyage de la vaisselle au quotidien par l'entremise de solutions durables et fonctionnelles. Ces deux femmes aux compétences complémentaires s'assurent d'ancrer leurs produits dans une optique de commercialisation influencée du marketing.

Ayant pour objectif central la création de valeur globale, celles-ci ont pour mission de diminuer, par l'entremise de leurs produits, les irritants rencontrés par les usagers au quotidien.

Mise en contexte

Le nettoyage de la vaisselle à la main est souvent connoté négativement en raison des nombreux irritants comme : la perception de perte de temps, les enjeux environnementaux reliés au gaspillage de l'eau, les défis d'organisation dans l'espace, le désordre physique et visuel ainsi que les irritants spécifiques au nettoyage. Pour améliorer l'expérience de l'utilisateur lors de la tâche, l'objectif de ce projet vise à revaloriser le nettoyage de la vaisselle à la main en offrant une gamme d'outils adaptés, performants et durables qui diminueront les divers irritants rencontrés lors des étapes de cette corvée.



Mégane
Pouliot



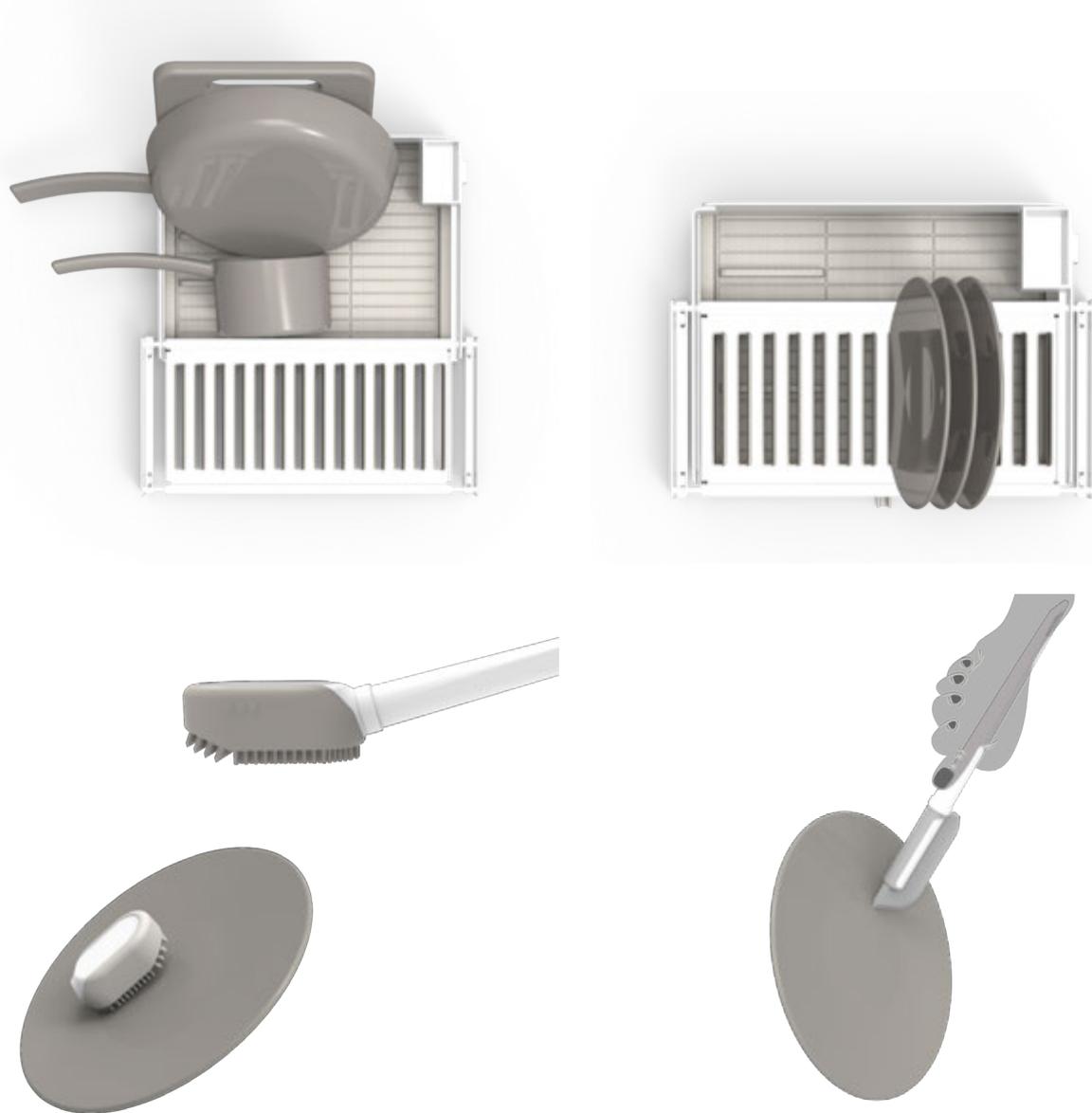
Julia
Renaud



Le produit

ODE est une gamme de trois outils s'attaquant aux différentes étapes du nettoyage de la vaisselle. Le but est d'offrir une proposition de valeur complète, soit monétaire, psychologique et fonctionnelle, qui favorise une économie de temps et qui mettra de l'avant les bienfaits méditatifs de l'activité à son utilisateur. La gamme se distingue de la concurrence par sa performance et son adaptabilité aux différentes saletés, et situations de nettoyage ainsi qu'aux différents articles et environnements.

Elle est faite de matériaux de qualité, tels que l'aluminium et le silicone, et garantit l'hygiène, l'entretien, la durabilité ainsi que l'attachement émotionnel de l'utilisateur envers son équipement. Face à la concurrence, ODE se distingue par ses multiples innovations axées sur l'utilisation réelle des produits. Finalement, la gamme s'inscrit dans un usage et une vie responsable par sa durabilité et par la possibilité de récupérer la majorité des matériaux.



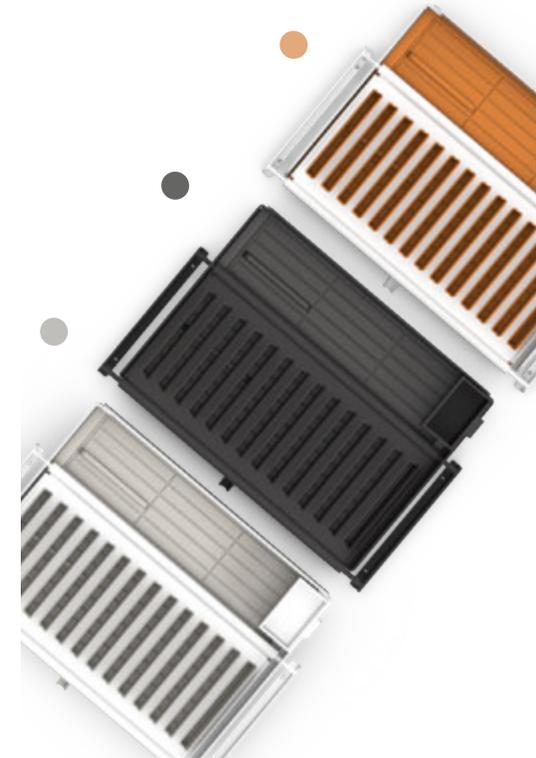
La démarche

Le projet a pris naissance après avoir fait le constat que la tâche avait en majorité une connotation négative en raison des nombreux irritants qu'elle implique. Plusieurs entrevues et observations ont révélé qu'il y avait un réel manque sur le marché. De plus, issue d'une combinaison de recherches documentaires et des travaux de terrain, la démarche a prouvé que la tâche pouvait avoir des bienfaits méditatifs et calmants. Cette découverte a grandement orienté la philosophie ainsi que les objectifs du projet. L'analyse a permis à l'équipe d'explorer plusieurs concepts qui ont été validés à chaque étape pour assurer une logique d'usage fluide et spécifiquement la faisabilité de ceux-ci. Après avoir validé auprès d'utilisateurs et d'experts en fabrication, ces concepts ont été raffinés pour aboutir avec le projet ODE qui s'inspire des avantages de la tâche afin de la valoriser par le biais d'outils favorisant la diminution d'irritants et d'enjeux liés à cette corvée.



L'entreprise

ODE est une gamme de produits de nettoyage qui est issue d'une conception de haute qualité favorisant ainsi la durabilité et la performance. L'entreprise vise d'abord à répondre aux besoins de clients cherchant des produits qui s'attaquent à des problématiques spécifiques liées au nettoyage ainsi qu'au séchage de la vaisselle tout en étant désireux d'avoir des produits de qualité, responsables et élégants. La concurrence étant forte dans ce marché, leur positionnement sera très spécifique et comblera des clients avec ou sans lave-vaisselle qui ont un pouvoir d'achat conséquent pour acheter ces produits. L'entreprise s'intéresse aussi à une conception responsable, par le choix des matériaux et par l'interchangeabilité des embouts des outils de nettoyage, afin de satisfaire les besoins du marché ciblé. Finalement, l'entreprise prévoit d'acquiescer une notoriété avec une campagne de sociofinancement pour se diriger vers la vente en ligne sur le site transactionnel de l'entreprise et sur des sites de collaborateurs stratégiques.





VERÅ

Jardin d'hydroculture permettant de régénérer des légumes-feuilles et fines herbes à domicile

À propos de l'équipe

Étant passionnée par le design et l'aménagement d'espace, Marie-Laurence désire joindre l'utile à l'agréable par une approche empathique misant sur l'adaptabilité. Optimiser l'expérience du quotidien et simplifier certaines tâches courantes s'inscrit donc au cœur de sa démarche.



Marie-Laurence Belle

Avec sa grande sensibilité esthétique, cette jeune designer n'hésite pas à concentrer ses efforts sur les besoins des usagers et de leurs espaces de vie, en considérant soigneusement l'environnement dans lequel s'insère l'objet afin de l'intégrer harmonieusement au décor.

Mise en contexte

L'année 2020 a mis en exergue l'insécurité alimentaire et a engendré une redéfinition des espaces de vie, entraînant un engouement pour la culture domestique. L'enquête terrain a toutefois révélé des complexités spatiales à cette pratique en contexte urbain : aucun potager extérieur ni de balcon et un espace restreint à l'intérieur.

De plus, l'hiver, les heures d'ensoleillement insuffisantes, l'air asséché par le chauffage et le froid disqualifient les seuils des fenêtres comme option. Également, les cycles d'entretien et les manipulations salissantes freinent l'enthousiasme d'un grand nombre d'usagers. Le faible degré d'expérience et l'impression qu'il faut avoir le pouce vert pour réussir se sont aussi révélés comme étant des facteurs de réticence.



Le produit

VERÅ permet de faire pousser des légumes-feuilles, de régénérer des cœurs de laitue coupés jusqu'à quatre fois, de semer de fines herbes et de germer des micro-pousses en toute simplicité. L'usager a donc des aliments frais à portée de main à l'année dont les qualités nutritives sont optimisées par la fraîcheur et le court délai entre la récolte et l'assiette. C'est un jardin hydroponique d'intérieur à basse technologie ayant une consommation énergétique minimale. Le temps et la vitalité des plantes sont optimisés puisque le système racinaire puise directement les éléments nutritifs en bonne proportion, sans risque de carence.

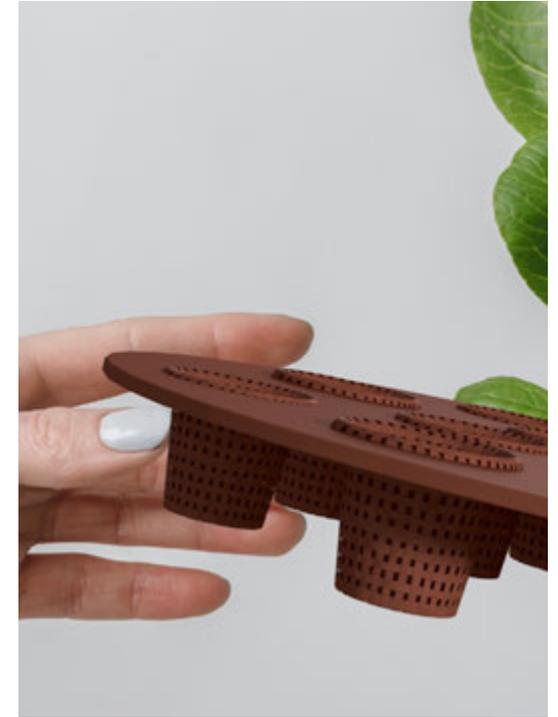
La solution hydroponique est biologique et doit seulement être ajoutée toutes les deux semaines lors du changement d'eau. Inspirée par l'effet de protection et de préciosité associé à la cloche de verre et par l'authenticité des aliments qu'elle couvre, VERÅ tire son nom d'un terme slave référant à la véracité, l'authenticité et la brillance estivale.



La démarche

Pour bien comprendre l'influence des facteurs biologiques sur la croissance des végétaux, les principes théoriques des cultures potagères et la pratique à l'intérieur ont été étudiés en profondeur. L'évolution contemporaine de la pratique et les modes de vie ont été particulièrement ciblés afin d'identifier le potentiel d'amélioration de l'expérience des usagers et favoriser les techniques horticoles qui sont plus authentiques et sensibles aux besoins des végétaux. Ensuite, l'analyse des produits existants et du marché a permis de bien caractériser le segment de clientèle et sélectionner les aspects de l'expérience nécessitant une solution de design.

Tout au long du projet, un grand nombre d'expérimentations ont été menées pour tester les options possibles et valider l'efficacité des techniques de culture hors-sol pour les légumes et herbes de cuisine. Finalement, le processus aura permis de conclure que l'hydroponie est la technique hors-sol la plus pertinente pour répondre à la problématique initiale du projet de design.



L'entreprise

Soucieuse de contribuer à l'amélioration de l'expérience du jardinage à l'intérieur, l'entreprise VERÅ souhaite implanter sur le marché une nouvelle alternative pour faciliter la culture de végétaux comestibles.

La démarche entrepreneuriale vise à mettre de l'avant le savoir-faire québécois, en mettant au cœur de sa mission la valorisation des ressources et le talent des fabricants d'ici. La vision d'une production entièrement réalisée au Québec est un vecteur important pour orienter le développement de relations partenaires, tout comme les principes d'écoconception. Ces principes préconisent la réparabilité et la réutilisation afin de favoriser l'utilisation de matériaux responsables et durables. Pour sa mise en marché, la proposition est offerte sous forme de gamme afin d'offrir la possibilité aux usagers d'ajouter et de remplacer les composantes de leur jardin. Celui-ci peut ainsi être adapté en fonction de leurs préférences d'utilisation et de l'expérience souhaitée.

Plein air,
loisirs
et extérieur

RAPHY.
QUINUVAN
Ensemble Zéro Risque



**RAPHY.**

RAPHY.

Parc pour bébé s'harmonisant aux réalités du camping

À propos de l'équipe

Véritables adeptes de camping et d'aventures en montagne, Angélique Renaud-Olmstead et Marianne Scherrer ont décidé de rallier leurs forces et expériences afin de réaliser ce grand projet ensemble. Animées par le désir d'encourager les jeunes parents à partager le plaisir de découvrir la nature avec leurs enfants, elles voulaient rendre le camping en famille avec de jeunes enfants sécuritaire, simple et accessible.



Angélique
Renaud-Olmstead



Marianne
Scherrer

Mise en contexte

Partir en camping avec de jeunes enfants demande toujours une bonne préparation pour pouvoir s'évader en nature sans tracas et satisfaire les besoins de tous. Le matériel nécessaire peut rapidement surcharger la voiture et encombrer l'intérieur de la tente.

Pour plusieurs, un des items essentiels en camping familial est le parc pour enfants. Il permet d'assurer sécurité et tranquillité d'esprit lors des nuits et des siestes pour les enfants âgés de 2 ans et moins. Un objet très utile, mais qui vient également avec son lot d'irritants, puisqu'il est lourd, difficile à manipuler et encombrant dans la tente et lors des transports.



Le produit

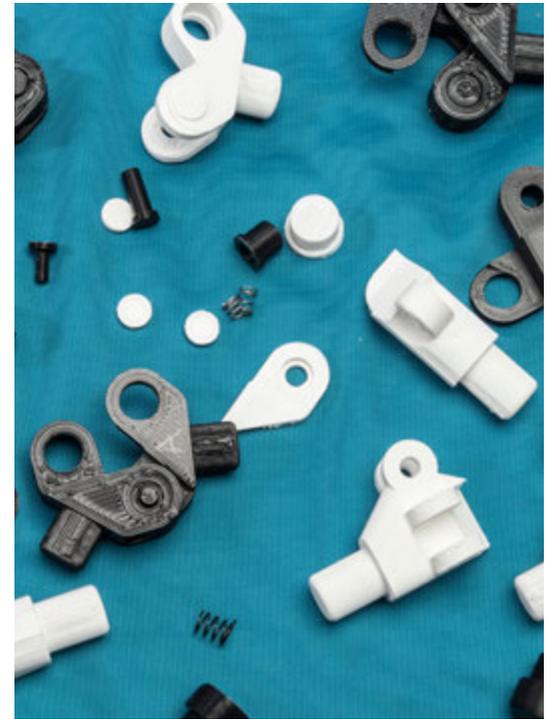
RAPHY est un parc pour bébés compact, léger, simple d'utilisation et adapté aux diverses réalités du camping. Ce parc a été conçu dans l'optique d'offrir un lieu sécuritaire et apaisant pour les siestes et les nuits des enfants dans la tente et à l'extérieur. Ce parc permet aux parents de partager leur passion pour le camping avec leurs enfants dès leur tout jeune âge. RAPHY rend l'utilisation du parc agréable pour les parents puisqu'il peut se ranger dans

un sac d'expédition, ce qui facilite son déplacement et son utilisation en contexte de camping tout en assurant le bien-être et le confort des enfants. Réfléchi et développé pour le plein air, ce parc résistant à l'eau est équipé d'une toile moustiquaire ainsi que d'une toile noirceur pour diffuser la luminosité du soleil. De plus, il est léger grâce à sa structure en aluminium, ce qui lui permet même d'être porté en bandoulière.



La démarche

Sur le marché, la présence de produits de camping adaptés pour les jeunes enfants est infime. Lors du processus de recherche, de jeunes familles ont été rencontrées pour bien comprendre les enjeux liés au camping avec de jeunes enfants âgés de 1 et 3 ans. C'est lors de ces discussions que l'occasion de travailler sur l'amélioration d'un parc pour enfants est ressortie puisqu'il est grandement utilisé par les diverses familles, mais très peu apprécié. Pour ce faire, plusieurs maquettes ont été réalisées et pensées en collaboration avec de futurs diplômés en génie mécanique pour élaborer et tester un principe de pliage simple d'utilisation permettant au parc un rangement compact. D'autres réflexions sur le plan des caractéristiques nécessaires à ce nouveau parc ont permis d'ajouter des éléments tels qu'une fermeture éclair sur le côté et une toile moustiquaire pour l'adapter aux réalités du camping.



L'entreprise

RAPHY propose une solution simple et efficace pour partir en camping avec toute la famille. Petit et léger, ce parc facilite les moments en nature en offrant une place sécuritaire pour les enfants. Pour intégrer le marché du plein air, une campagne de sociofinancement viserait d'abord à capter le pouls du marché et à poursuivre le développement technique du parc en collaboration avec des ingénieurs.

La seconde phase de commercialisation sera d'être présent dans les salons d'exposition de plein air et de maternité, en plus de faire de la promotion dans différentes revues pour faire parler de ce nouveau produit. Lors de cette étape, RAPHY sera uniquement vendu en ligne. Une fois que le parc répondra aux normes de sécurité liées aux produits pour les enfants, il pourra être distribué dans les magasins de plein air et de maternité pour viser une clientèle plus large et accorder une plus grande visibilité.

QUINUVAN

Kit de conversion de fourgonnette



À propos de l'équipe

Il était important pour ce designer fanatique de plein air et de voyage de s'investir dans un sujet en lien avec la nature. Puisqu'il a grandi au milieu de celle-ci, c'est d'elle qu'il a le plus appris et d'où provient son inspiration. Parce que la nature est à la fois créatrice de rêve, de souvenir et de plaisir, le designer souhaite maintenant reconnecter le monde avec elle.



Louca
Craig

Mise en contexte

Ce travail provient tout d'abord d'un projet personnel qui n'a jamais pu se concrétiser. C'est en découvrant la réalité du marché et du contexte de la conversion de fourgonnette en véhicules aménagés que sont apparues des opportunités. Alors que ce style de vie est actuellement exclusif à une clientèle de niche et fortunée, très peu d'options permettent de diversifier la clientèle et de le rendre plus accessible. De plus, le processus de conversions est très complexe et nécessite de grandes compétences dans une multitude de domaines. Il fallait donc trouver comment simplifier le processus de conversion d'une fourgonnette en véhicule aménagé et le rendre plus accessible.



Le produit

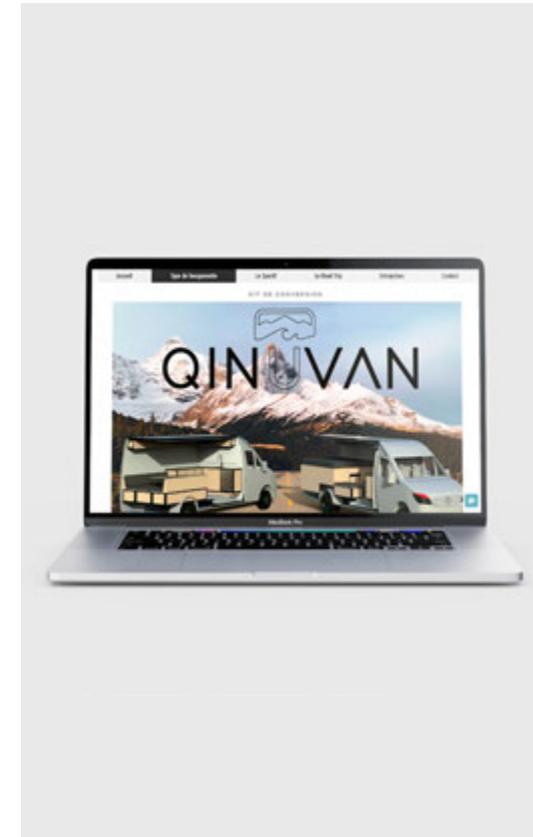
Voici QUINUVAN, le premier kit de conversion de fourgonnette dans son genre. Ce produit déconstruit comprend la structure des meubles formés principalement d'extrusions d'aluminium. Les panneaux de bois qui créent le corps des meubles ne sont pas inclus dans les kits. L'utilisateur doit donc se procurer le bois et suivre le guide de découpe. Il devra insérer les planches dans les extrusions d'aluminium préalablement assemblées. Le produit a ainsi été conçu pour que n'importe qui soit capable de les assembler.

Il existe deux types d'aménagement. Le SPORTIF est conçu pour une clientèle active qui nécessite beaucoup d'espace pour leurs accessoires de sport. Celui-ci est caractérisé par son lit fixe qui permet un espace de garage, ainsi qu'un espace d'înette. Le deuxième est le ROAD TRIP qui est conçu pour des voyageurs qui veulent profiter au maximum de l'intérieur de leur fourgonnette. Il se distingue par son grand espace d'înette qui se convertit en lit.



La démarche

Ce projet est l'aboutissement de plusieurs mois de recherches et de validations auprès d'utilisateurs et de professionnels dans le domaine. Il était primordial de comprendre la réalité des utilisateurs et de créer un produit qui allait répondre à leurs besoins. De ce processus a émergé le pilier central du projet : son extrusion principale en U. Cette forme toute simple permet une interconnexion des composantes de la structure de chaque meuble de la fourgonnette. L'aluminium, un matériau durable, léger et recyclable, était le choix par excellence pour favoriser les matières fabriquées au Québec. La structure est simplement une ligne directrice pour l'utilisateur et vise à leur permettre d'exprimer leur créativité et de s'appropriier le produit en le personnalisant à leur image.



L'entreprise

Le plan d'affaire de QUINUVAN se base directement sur l'accessibilité du produit. Sa mise en marché est exclusivement réalisée sur sa plateforme en ligne. La stratégie est de ne pas avoir d'intermédiaires, afin de vendre directement aux clients. Tout le principe du projet est de vendre un produit déconstruit. Ainsi la majorité de la main-d'œuvre est réalisée par le client et permet donc de diminuer les coûts, qui est l'un des facteurs les plus importants de la fabrication d'un produit. De plus, la matière première la plus lourde, soit le bois, doit être achetée par l'utilisateur. Elle permet donc de réduire au maximum les coûts de livraison du produit, ainsi que son empreinte carbone. C'est donc en revoyant les méthodes traditionnelles de la conception d'un produit que naissent des démarches entrepreneuriales innovantes centrées sur les besoins des utilisateurs et en respect avec la nature.

Ensemble Zéro Risque

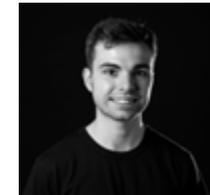
Ensemble d'accessoires permettant le changement d'un pneu en situation d'urgence

À propos de l'équipe

William et Pierre-Olivier sont deux designers curieux, minutieux et qui aiment relever des défis. Ils sont passionnés de mécanique et de l'expérience utilisateur. Lors du projet, ils avaient comme intention de rendre le changement de pneu en situation d'urgence plus accessible. L'idée étant de permettre aux usagers de la route d'être plus indépendants. Ils avaient comme vision d'améliorer l'accessibilité en offrant une alternative simplifiée aux outils actuels.



William
Gaulin



Pierre-Olivier
Marotte

Mise en contexte

Le changement de pneus en situation d'urgence est une tâche que beaucoup de conducteurs automobiles redoutent. La procédure, qui au premier abord semble simple, peut rapidement devenir complexe et même dangereuse pour les usagers de la route qui sont inexpérimentés. L'équipe s'est alors penchée sur l'idée de concevoir un système de changement de pneu permettant à un plus grand nombre d'usagers ayant des limitations physiques ou ayant peu de connaissances en mécanique automobile de le faire par eux-mêmes.



Le produit

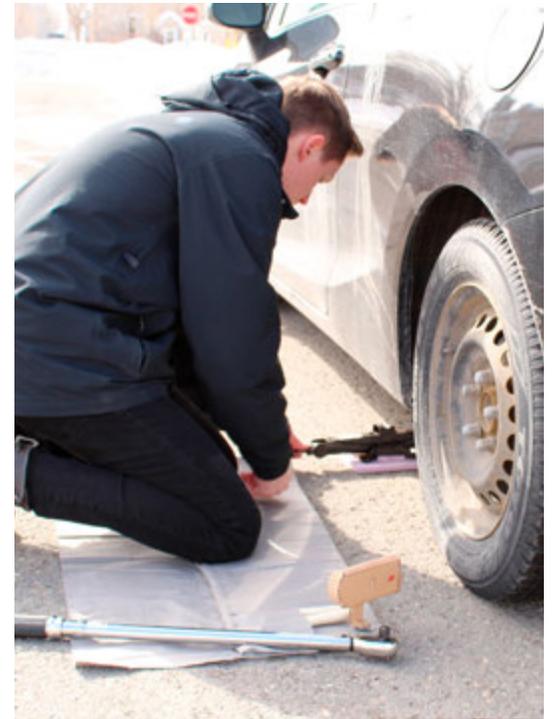
L'ensemble de changement de pneu en situation d'urgence est une collection d'outils et d'accessoires compacts pouvant être rangés avec la roue de secours sous le coffre arrière de l'automobile ou sous un banc. Il comprend un tapis de confort, un outil multifonctionnel permettant à la fois de retirer les boulons de la roue et de soulever l'automobile à l'aide d'un cric, une plaque de support pour améliorer l'équilibre du cric, une lampe dynamo et différents embouts pour l'outil multifonctionnel.

La collection créée permet de faciliter la manœuvre pouvant être stressante et difficile ou même impossible pour certains usagers ayant moins de force physique ou ayant peu de connaissances en mécanique automobile. L'ensemble permet de simplifier les mouvements, d'améliorer la compréhension des différentes étapes, de sécuriser la manœuvre en guidant l'utilisateur et d'améliorer le confort de ce dernier.



La démarche

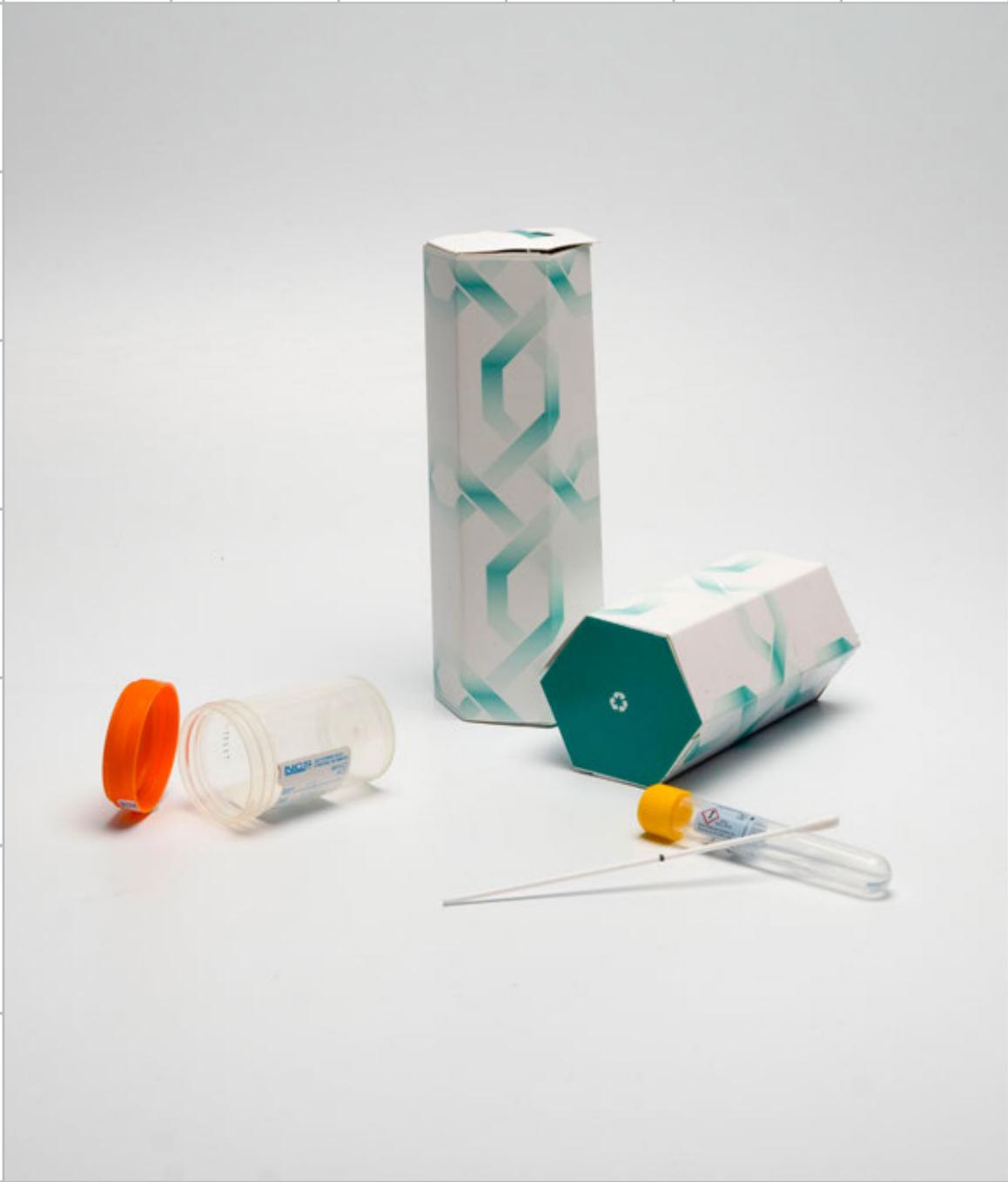
L'ensemble d'urgence a été créé en collaboration avec des usagers dans l'intention de pallier aux nombreux irritants présents lors d'un changement de pneus. L'équipe au cours du processus de création a interrogé, observé et questionné différents types d'utilisateurs pour s'assurer de répondre aux nombreux besoins identifiés et répertoriés sous trois aspects : la facilité, le confort et la sécurité.



L'entreprise

Le prix de vente initial de l'ensemble sera de 69,95 \$. Risque Zéro vise trois clientèles cibles : les nouveaux conducteurs, les personnes jeunes plus inquiètes et les personnes âgées voulant garder un plus grand niveau d'autonomie. De plus, la stratégie de mise en marché se fait en deux étapes. Au départ, une campagne de sociofinancement sera faite. Celle-ci servira principalement à confirmer la demande pour l'ensemble Zéro Risque. Par la suite, si la campagne de sociofinancement est réussie, des commandes seront passées chez différents fournisseurs. Pendant la production des premières unités, il sera possible de tenter de vendre le produit à des magasins à grande surface en s'appuyant sur le succès de la campagne de sociofinancement.

Santé et bien-être

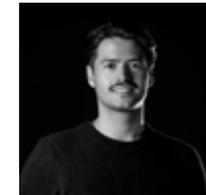


SAC

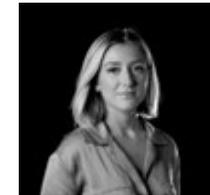
Une gamme de trousse qui accompagne les outils de dépistage d'une ITS lors de l'autoprélèvement

À propos de l'équipe

Passionnés du design social, William et Maude font équipe afin d'améliorer l'expérience du dépistage des ITS. Leur démarche inclusive et leur vision centrée sur l'utilisateur leur ont permis de plonger dans un sujet tabou et intime qui conjugue l'éthique du care (le soin mutuel) et le domaine médical. Désirant déstigmatiser un comportement naturel et exposer des problématiques inconnues du système de santé québécois, ils ont comme objectif de mettre de l'avant l'utilisateur dans un processus de compassion.



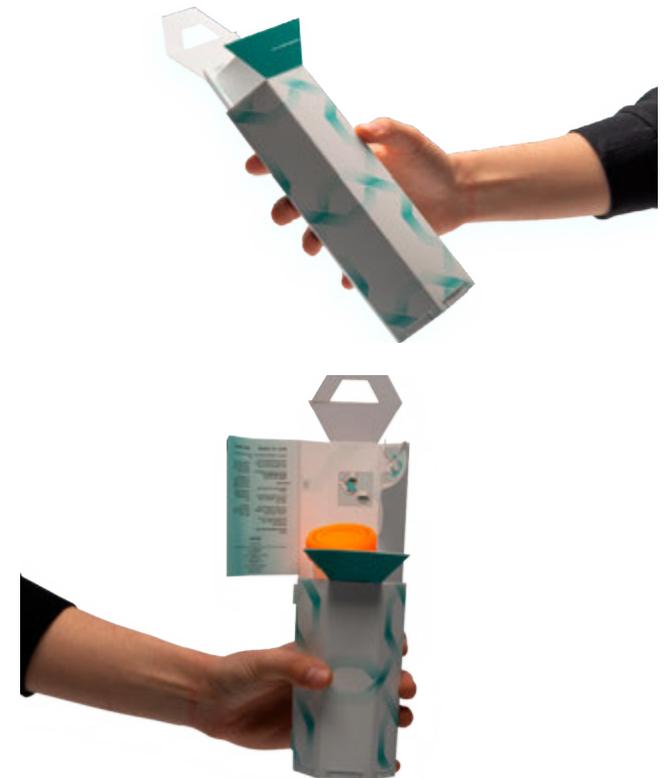
William
Cloutier



Maude
Murphy

Mise en contexte

Considérées comme des épidémies silencieuses, la chlamydia et la gonorrhée sont des infections transmissibles sexuellement touchant majoritairement les jeunes de 15 à 24 ans au Québec. Il est donc essentiel, pour une personne qui a des relations sexuelles non protégées, de se faire dépister au moins 1 à 2 fois par année. Néanmoins, lors de l'expérience d'un auto-prélèvement pour le dépistage en clinique, les usagers sont laissés à eux-mêmes. Ils n'ont aucune instruction visuelle ni de moyen adéquat pour transporter les outils. Par conséquent, l'expérience de dépistage est un facteur déterminant de la capacité à poser un diagnostic efficace.



Le produit

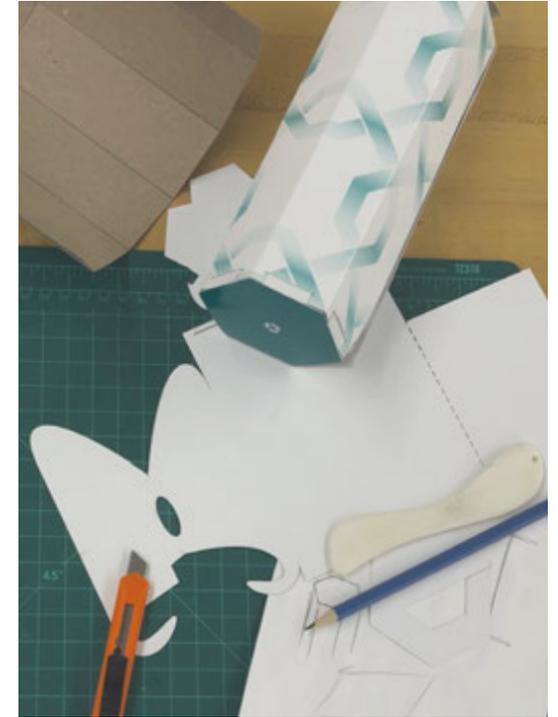
Le SAC intervient dans l'expérience de dépistage de deux façons distinctes. La première est de proposer une trousse de transport qui permet de regrouper les outils de prélèvement (pot urinaire, écouvillons et éprouvettes) de façon confidentielle et ergonomique et qui, par sa forme et ses multiples fonctions, facilite l'expérience en toute praticité. De cette manière, les usagers peuvent effectuer un auto-prélèvement sans jugement, dans un confort physique et psychologique grâce à l'accessoirisation et à l'organisation du SAC.

La deuxième est d'offrir un outil de communication accessible et non genré, permettant aux usagers de recevoir un accompagnement visuel pendant et après leurs prélèvements. Le SAC invite à un usage intime qui promeut le fait de prendre soin de la santé sexuelle de tous. Bref, il permet une meilleure prise en charge du prélèvement, un transport confidentiel à l'abri des barrières humaines et favorise l'inclusion.



La démarche

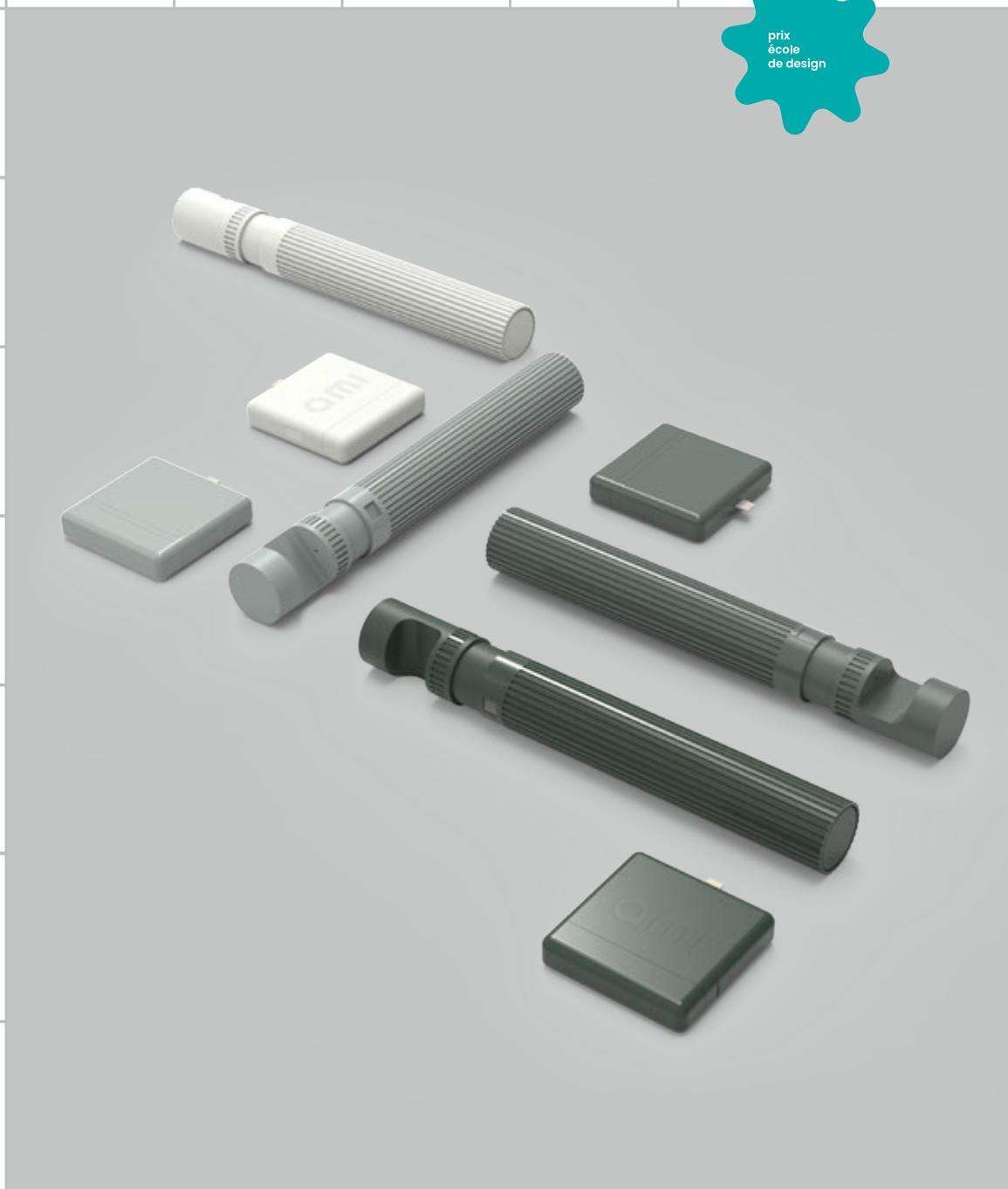
Le marché des outils de prélèvement est dominé par les géants pharmaceutiques qui possèdent le monopole de la production et de la vente du matériel médical. À la suite de différentes enquêtes et entrevues avec des acteurs du milieu, l'approche entreprise par l'équipe de design centre l'utilisateur à chaque étape du développement du projet. Cette méthode tente de redéfinir une approche humaniste dans une expérience protocolaire et générique, tout en exposant les enjeux du système de santé et de permettre d'intervenir sur un plan d'accompagnement, d'informatisation et d'accessoirisation lors de l'expérience de l'autoprélèvement pour un dépistage des ITS.



L'entreprise

Le SAC tente de mobiliser une conscience sociale inclusive afin de permettre une approche évolutive qui s'inscrit dans la société actuelle. Il se distingue à travers un organisme à but non lucratif ayant pour objectif de déstigmatiser les barrières du tabou entourant le dépistage des ITS et de permettre aux usagers de vivre une expérience plus confortable qui repousse les limites du jugement dans le contexte de prélèvements pour un dépistage. En prenant en considération le marché réglementé et régi par des mesures gouvernementales, le tout amplifié par le monopole des géants pharmaceutiques, une arrivée à court terme sur le marché privé octroie une sécurité financière et une récolte de données quantitatives dans le marché ciblé. À long terme, le SAC désire une collaboration continue avec des organismes communautaires et les institutions gouvernementales pour promouvoir la mise en fonction d'un produit qui humanise l'expérience du dépistage dans les multiples contextes publics et privés.

prix
école
de design



ami

Dispositifs permettant le calcul de la glycémie capillaire

À propos de l'équipe

Le souci d'amalgamer pragmatisme et esthétique découle du parcours scolaire éclectique de ces deux jeunes designers. Juliette et Martin ont respectivement fait des études en architecture et dans le domaine de la santé avant d'entamer le baccalauréat en design de produits où ils ont eu le privilège de s'épanouir outremer, personnellement et professionnellement, lors d'un semestre en France à l'Esadse. Ils aspirent à mettre à profit leur formation pour devenir de véritables agents de changements sociétaux.



Juliette
Turcotte



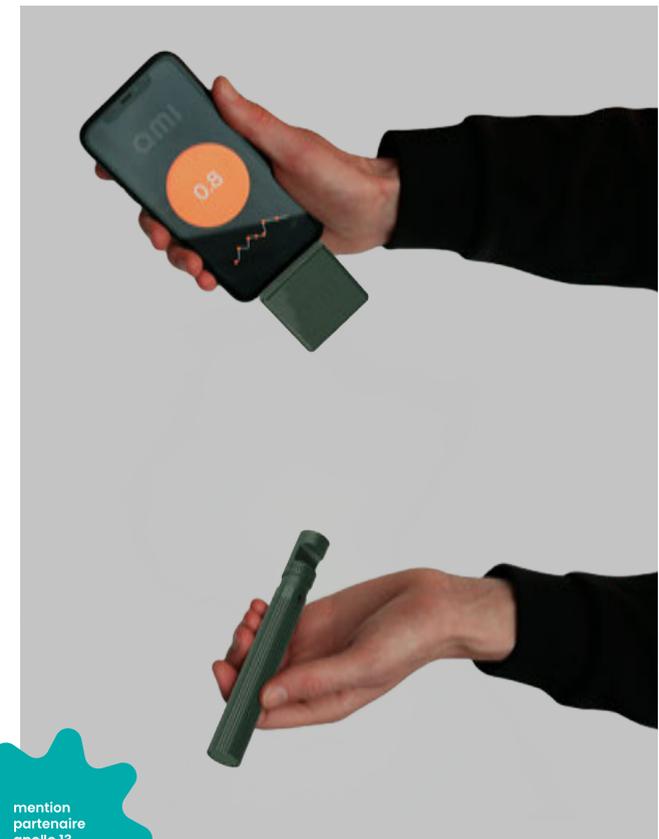
Martin
Vanasse

Mise en contexte

Le diabète de type 1, maladie qui ne se guérit pas, mais qui se traite, touche environ 42 millions d'êtres humains. Son traitement exige une grande rigueur et en est ainsi autant contraignant, si ce n'est pas plus, que la maladie elle-même.

Le calcul de la glycémie, une étape primordiale dans la gestion du diabète, doit se faire plusieurs fois par jour et requiert de multiples dispositifs médicaux ainsi que diverses manipulations humaines.

De ce fait, les résultats glycémiques obtenus à cette étape sont souvent plus ou moins exacts: ce qui altère, à court et à long terme, la santé d'une personne diabétique.



mention
partenaire
apollo 13

Le produit

Le produit ami a pour priorité le bien-être des personnes diabétiques et considère que ceux-ci dépendent d'une santé à la fois physique et mentale. Ainsi, ami souhaite les accompagner dans leur quotidien, plutôt que de s'y imposer, en respectant leur mode de vie et leur intégrité. Pour ce faire, ami offre une expérience optimisée du calcul de la glycémie capillaire communément appelée la saignée. Plus précisément, il propose un ensemble de dispositifs, soit un stylo-piqueur et un glucomètre, dont la conception facilite la séquence d'utilisation ainsi que

le transport et assure une augmentation de la sécurité et du confort. Autrement dit, ami favorise un calcul de la glycémie capillaire plus fréquent et plus précis pour ultimement contribuer à une meilleure gestion globale du diabète de type 1. Après tout, un ami est une personne de confiance qui nous sécurise par sa présence et nous aide convenablement en cas de besoin, peu importe le moment.



La démarche

Alors que les géants pharmaceutiques tirent profit des besoins fondamentaux des diabétiques, ces derniers n'ont d'autre choix que de financer une industrie qui a le pied sur le frein quant à l'amélioration des produits offerts pour assurer leur survie.

Dans ce contexte, la démarche de design s'est articulée sur deux plans parmi lesquels les designers ont joué le rôle de traducteurs entre le monde pharmaceutique et le monde des diabétiques, univers qui se contredisent malgré leur interdépendance.

Il a été primordial de comprendre l'aspect théorique du traitement de la maladie et des recommandations des spécialistes, en dissipant leurs impressions parfois fausses des produits pharmaceutiques existants. Une étude terrain décomplexée a été effectuée ultérieurement sur un groupe de diabétiques de type 1 pour décortiquer les décalages entre l'utilisation pratique et théorique de leurs dispositifs. Le but était de clairement établir les besoins réels des diabétiques.



L'entreprise

La conception d'ami s'appuie sur les différents critères de l'INESSS dans l'objectif de le rendre assurable par la RAMQ, donc d'en optimiser l'accessibilité au Québec.

Malheureusement, puisque le nombre de diabétiques augmente d'environ 4 % annuellement, le marché est en expansion. En fournissant aux diabétiques des dispositifs ayant une plus grande durabilité et en ancrant la valeur du produit dans sa qualité, l'entreprise envisage de tirer profit de l'expansion des marchés plutôt que sur la vente répétitive de dispositifs imprévisibles, fragiles et désuets, profitant ainsi aux diabétiques, à l'entreprise et à la planète.

Le produit ami constitue un premier pas pour l'entreprise dans le marché très hermétique qu'est l'univers pharmaceutique. Sa commercialisation vise à établir une relation client et une crédibilité d'entreprise dans l'objectif de développer un autre projet d'envergure : la conception d'un dispositif de calcul de la glycémie capillaire non intrusif.



MEDA

Rangement sécuritaire pour la conservation du cannabis à usage médical.

À propos de l'équipe

Ayant comme volonté de mettre de l'avant l'acceptation sociale dans la communauté, Elizabeth Harvey et Jasmine Brunet s'intéressent aux méthodes de soins non traditionnels. Soucieuses du bien-être commun, elles mettent de l'avant une démarche empathique afin de mieux comprendre le mode de vie des usagers atteints de douleurs physiques et mentales au quotidien.



Jasmine
Brunet



Elizabeth
Harvey

Mise en contexte

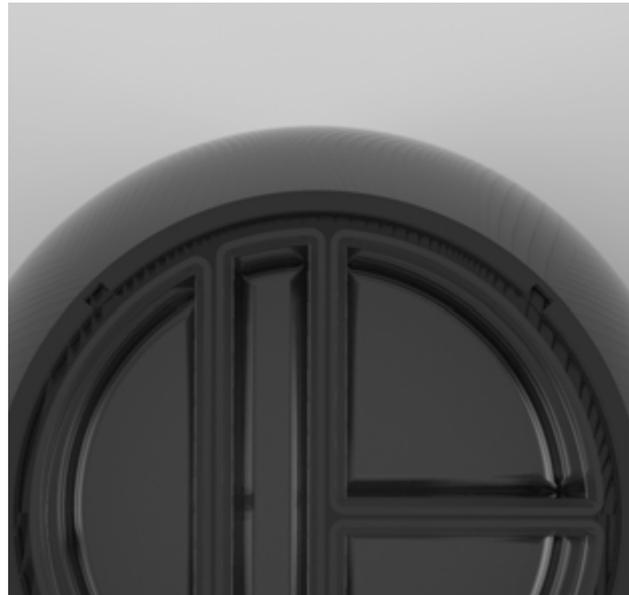
L'utilisation de cannabis à des fins médicales date d'une époque très ancienne. Pourtant, l'acceptation sociale du cannabis sous toutes ses formes est un enjeu bien présent dans le monde moderne. Ainsi, la stigmatisation peut rapidement influencer les patients sur leur prise de position face à cette méthode de soins. De plus, il est difficile d'ignorer le taux d'intoxication en hausse chez les enfants depuis la légalisation des produits comestibles à base de cannabis. Alors, comment améliorer l'expérience entourant la consommation à usage médicale et auto-thérapeutique, pour permettre aux patients de bénéficier d'une saine utilisation sans préoccupations?



Le produit

Voici MEDA, un rangement sécuritaire composé d'un mécanisme de sécurité qui empêche les enfants d'atteindre le contenu du rangement. Il est muni d'un couvercle étanche à l'air qui garde les odeurs et il comprend des contenants amovibles en verre, de 3 à 5 oz, qui sont idéaux pour préserver la fraîcheur des produits entreposés. Son esthétique subtile lui permet de se dissimuler dans les espaces de vie. MEDA est une façon moderne et responsable d'organiser les produits à base de cannabis, en réponse aux problèmes

personnels et sociaux qu'entraîne la consommation de cannabis médical. En plus de conserver les produits de façon sécuritaire et organisée à la maison, l'ajout du petit boîtier «Le Transportable» vient compléter l'expérience utilisateur en offrant la possibilité aux patients qui consomment quotidiennement de transporter efficacement et de façon sécuritaire une petite quantité de produit.



La démarche

Le projet a pris tout son sens au moment où une personne, souffrant de douleurs chroniques au dos, a partagé ses expériences de consommation de cannabis médical et ses insécurités qui l'empêchaient de profiter de ce traitement de dernier recours. Le projet s'est ensuite poursuivi avec une phase de recherche axée sur l'utilisateur. Sous forme de rencontres, ces études de cas ont permis de cibler les irritants et les besoins principaux des consommateurs médicaux et auto-thérapeutiques.

Par la suite, l'équipe s'est penchée sur les accessoires de consommation disponibles sur le marché. Plusieurs de ces accessoires ont une esthétique flamboyante et sont peu adaptés aux besoins des consommateurs médicaux. Le développement d'un boîtier de rangement était la solution la plus optimale pour poursuivre la démarche de design centrée sur trois critères : la sécurité, le transport et la conservation.



L'entreprise

Le rangement MEDA se situe dans un marché de niche qui s'adresse aux patients médicaux et auto-thérapeutiques soucieux de leur bien-être et de celui d'autrui. Il est donc primordial d'établir un lien de confiance et de respect envers ceux-ci. C'est pourquoi la mise en place d'une plateforme en ligne rehaussera l'expérience globale. La plateforme offrira un forum de discussion afin de créer des liens et d'établir un sentiment de communauté. Les patients qui désirent éliminer les désagréments que causent la consommation de cannabis et ses dérivés pourront alors se procurer MEDA sur cette plateforme. Cette communauté serait d'abord créée par l'entremise d'une campagne de socio-financement. La campagne servira pour établir des liens avec la clientèle et savoir à quelle phase de l'acceptation elle se situe durant la première année du lancement. Éventuellement, il serait souhaitable que le produit soit disponible dans des cliniques spécialisées telles que la Croix Verte.

Au cœur du quartier Saint-Roch situé au centre-ville de Québec, l'École de design offre un environnement d'apprentissage inspirant, en interaction avec les réseaux technologiques, artistiques et culturels qui collaborent aux objectifs d'apprentissage. L'École offre des programmes d'études de premier et deuxième cycle en animation 2D-3D, design graphique, design de produits et design d'interaction. Ses locaux sont situés à l'Édifice La Fabrique. Elle partage, entre autres, de nombreux ateliers et laboratoires de pointes avec l'École d'art.



Le programme de baccalauréat en design de produits de l'Université Laval apporte une solide formation en développement de produits et des services qui l'accompagne, de leur conception à leur fabrication. Par une connaissance approfondie des procédés de fabrication, des considérations éthiques et esthétiques ainsi que par une forte aptitude empathique envers les problématiques humaines concernées par le design, le programme apporte à l'étudiant un bagage à la fois pratique et intellectuel garant d'un avenir professionnel épanouissant et fructueux et d'une contribution pertinente et responsable au développement de la société.

Le programme accorde une très grande place à l'apprentissage transversal des champs de compétences nécessaires au développement de produits. Cet apprentissage s'opère à l'intérieur d'une formule d'ateliers axés sur l'intégration de connaissances tant théoriques que pratiques. Au cœur de l'intégration des cinq champs de compétence, l'apprentissage en ateliers vise à développer et consolider une culture approfondie du design en regard des enjeux de la société actuelle et future : globalisation, équité et inclusion, durabilité. Ainsi, par des aptitudes poussées en créativité, en compréhension des problématiques humaines et en gestion de développement de produits tout comme en fabrication et représentation à la fois conceptuelle et technique, l'étudiant possèdera une formation à la fine pointe des avancées en design et de ses apports à la société.

Personnalité type ; Penser autrement et surprendre. Chercher à comprendre les univers et les dynamiques humaines et sociales influençant les environnements matériels. Être curieux. Savoir écouter, regarder, observer et interpréter le monde qui nous entoure. Être critique et exigeant. Avoir le souci du détail. Avoir des aptitudes créatives pour la mise au point de solutions concrètes. Savoir déceler les possibilités d'amélioration de la vie quotidienne. Aimer travailler en équipe et accepter de se remettre en question. Avoir envie de contribuer à un projet commun.

Possibilités de carrières et Avenir ; En fonction de ses intérêts et de ses aptitudes, le finissant en design de produits peut occuper différentes fonctions :

- Designer industriel
- Directeur artistique
- Chargé de projet
- Designer stratégique
- Directeur du design
- Développeur de produits
- Chef de produits
- Designer de services
- Designer entrepreneur
- Directeur de projet
- Directeur de recherche
- Écoconcepteur
- Designer-artisan

Plusieurs types d'entreprises emploient ou ont recours aux services de designers de produits : studios et agences de design ; bureaux d'architectes, de design d'intérieur et d'événements ; bureaux d'ingénieurs et firmes de gestion de projets ; agences de publicité et de communication, entreprises de services et d'interaction web ; industries manufacturières, tourisme, sports et loisirs, de logistique et distribution, commerces au détail ; fonction publique et grandes entreprises (services bancaires, services en assurances, etc.).

Orientation ; Le baccalauréat en design de produits s'articule autour de cinq grands axes de connaissances.

DESIGN

Le design, c'est-à-dire la connaissance de la culture du design et du design thinking, de ses fondements et des concepts y étant liés dans la création, la production, la fabrication et la consommation de produits et services.

ETHNOGRAPHIE

L'ethnographie, c'est-à-dire la reconnaissance et l'interprétation des préoccupations des usagers et du contexte social et culturel dans lesquels ils vivent et évoluent afin de concevoir des produits et services significatifs, adéquats, appropriés et suscitant de la valeur.

CRÉATIVITÉ

La créativité, c'est-à-dire la génération de nouvelles idées pour en dégager de l'innovation, le développement de l'originalité et de la qualité dans la création de nouveaux produits.

GESTION

La gestion, c'est-à-dire l'acquisition des connaissances et des habiletés de gestion requises pour stimuler l'entrepreneuriat, le développement d'entreprises et la promotion et le développement de nouveaux produits et services.

CONNAISSANCES TECHNIQUES ET PROFESSIONNELLES

Les connaissances techniques et professionnelles, c'est-à-dire l'acquisition des savoir-faire et des notions scientifiques et techniques (propriétés des matériaux, prototypage, modes de transformation adaptée, production manufacturière) et des modes de représentation et communication visuelle (logiciels CAO, dessins) nécessaires à la pratique du design.

Installations technologiques ;

À l'école, les étudiants en design de produit ont accès à un ensemble d'installations et de services d'assistance technique de grande qualité.

Atelier céramique

Atelier moulage

Atelier bois et métal

Atelier prototypage rapide

Atelier de sérigraphie

Tirage et impression numérique

Laboratoire photo argentique

Studio de son

Studio de montage vidéo

Imprimantes laser

Numériseurs

Assistance technique

Une équipe de techniciens qualifiés assurent un service de dépannage et d'entretien de l'équipement informatique de l'étudiant. En outre, l'étudiant disposera d'une allocation budgétaire pour la réalisation de son projet final auprès de partenaires et fournisseurs externes. Cette approche initie l'étudiant aux réalités de la fabrication de produits en industrie et à la gestion de projet.

Ce programme vous permet d'acquérir une solide formation en création de produits, de leur conception à leur fabrication. Il cherche à former des designers désireux de réaliser des changements tangibles au profit de la société.

Direction du programme
Caroline Gagnon
Professeure agrégée
Directrice du baccalauréat en design de produits
Édifice La Fabrique, FAB-2200M
418 656-2131, poste 403291
caroline.gagnon@design.ulaval.ca

90 crédits
Reconnaissance d'acquis maximale : 45 crédits
Durée estimée de 3 ans
Cheminement à temps complet obligatoire
75 places disponibles
Session d'admission
Automne

Site du programme
ulaval.ca/etudes/programmes/baccalaurat-en-design-de-produits

Pour information
Conseillère à la gestion des études
Valérie Martin
418 656-2131, poste 408674
conseillere.art-design@art.ulaval.ca



Novatize

NOVATIZE

Agence spécialisée en commerce électronique

Nous allions stratégie, design, développement et marketing afin d'offrir à nos clients une expertise complète pour l'atteinte de leurs objectifs commerciaux. Nous pensons et mettons en œuvre des stratégies de commerce électronique axées sur le retour sur investissement soutenues par les solutions technologiques les plus performantes.

Chez nous, le design occupe une place de choix dans notre approche client et s'inscrit dans tout ce que nous faisons. Grâce à notre expertise en design Web et conception, nous propulsons les marques de nos clients et réglons des problématiques numériques d'envergure. L'équipe de Novatize est fière de s'associer à l'exposition des finissants en design de l'université Laval et d'encourager la prochaine génération de designers à s'impliquer dans le monde du numérique.

MOT DU DIRECTEUR ARTISTIQUE

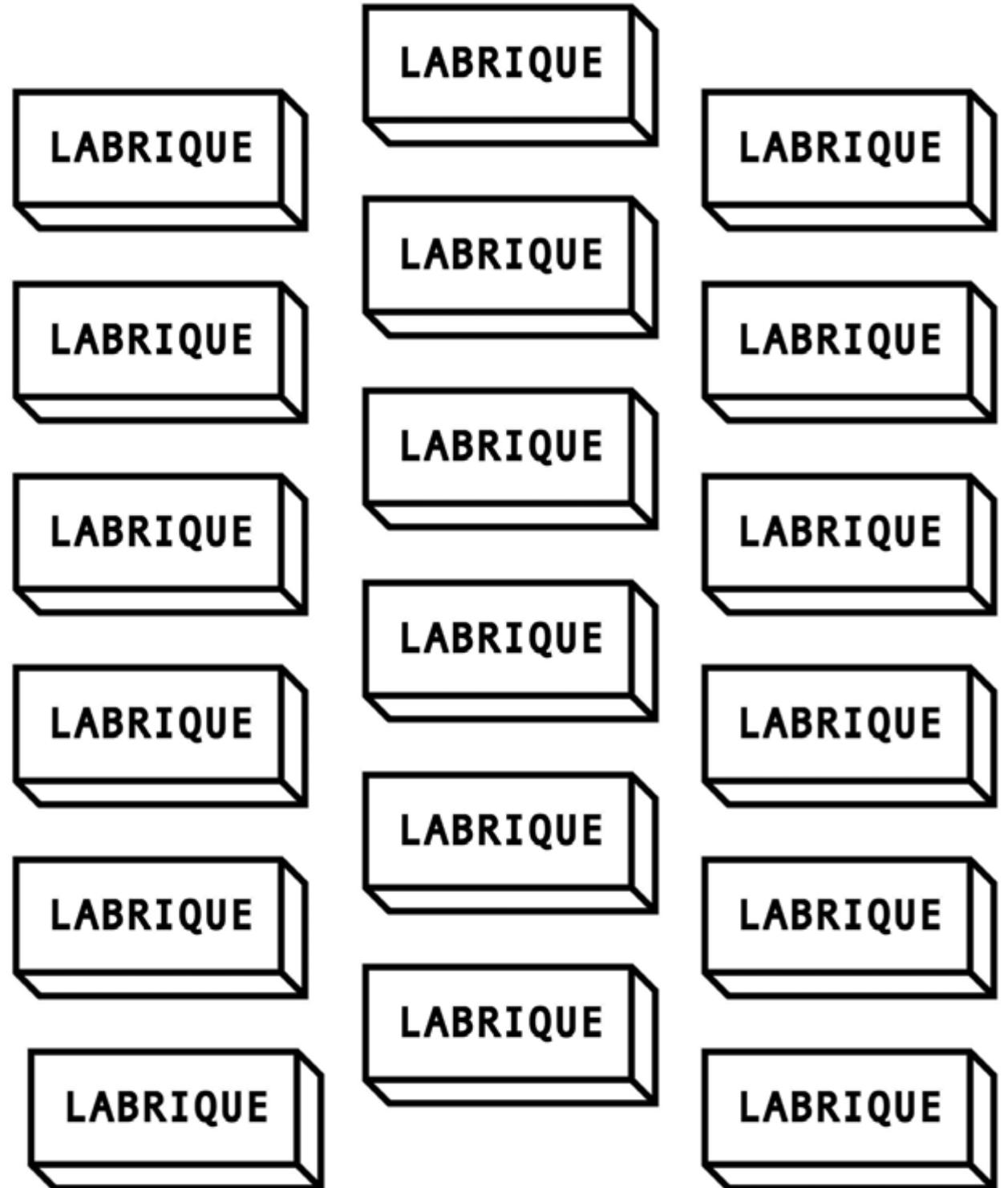
Francis Leduc

Étant moi-même un diplômé, du Baccalauréat en design graphique, j'ai un attachement tout particulier pour l'école de design ainsi que son exposition annuelle. Récemment, cette dernière s'est dotée d'une nouvelle identité. J'aime beaucoup le nom de l'évènement "Première Exposition" car il symbolise le commencement. L'exposition de fin de Bac est un rituel, un tremplin vers le monde professionnel. À ce titre, il nous fait plaisir d'encourager la relève en remettant une bourse au projet Web s'étant le plus démarqué.

Bonne exposition à tous et à toutes!



F Leduc



b⁰réale

**On fait pas
de bière.**

(mais des sites web, oui)

info@borealemedia.com

borealemedia.com

Atelier 0

Association des étudiants et étudiantes
en design de produits de l'Université Laval



FÉLICITATIONS AUX FINISSANT(E)S!

C'est avec une grande fierté que Beenox encourage la relève et les talents de la région.



JOINS-TOI À NOTRE ÉQUIPE DÈS AUJOURD'HUI!

**LMG audace & créativité
est fière d'encourager
la relève en design graphique.
Félicitations aux finissants!**

IMAGE DE MARQUE
DESIGN / PUBLICITÉ
ÉDITION / WEB

QUÉBEC 418 692.1119
MONTRÉAL 514 647.3861
LMGCOM.COM

lmg
audace & créativité



FÉLICITATIONS POUR VOTRE BAC
 MAINTENANT, IL VOUS FAUT FAIRE VOTRE MARQUE

PARA = ÈLE

LES EXPERTS QUÉBÉCOIS EN CRÉATION ET GESTION DE MARQUE

KABANE

Agence inspirée par la relève d'ici.

**BLEU
 OUTREMER**
 COMMUNICATION + DESIGN



Les finissants en design sont nos futurs collègues, compétiteurs, amis, et même nos patrons! Encourageons la relève en leur donnant les opportunités que nous aurions voulu avoir.

nurun

Tous engagés

En cette situation exceptionnelle, Desjardins demeure présent auprès des gens et des collectivités.

Notre appui au Comité des finissants en design graphique en est un exemple concret.

Nous sommes là pour vous et nous continuerons de l'être.

Desjardins
 Caisse de Québec



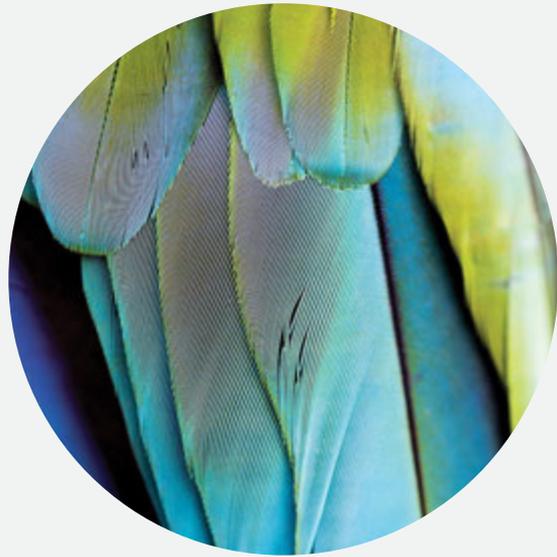
**UNIVERSITÉ
 LAVAL**

Faculté d'aménagement,
 d'architecture, d'art et de design
 École de design

Alexandre, Philippe-Antoine	16
Belle, Marie-Laurence	74
Boiteau, Charles-Olivier	66
Bouchard, Pascale	56
Boudreau, Hervé	34
Brunet, Jasmine	102
Cauchon, Noémie	30
Castonguay-Van, Rosalie	52
Cloutier, William	94
Côté, Frédéric	48
Craig, Louca	84
Delisle-Jubenville, Nicolas	30
Dery, Marc-Antoine	34
Desjardins, Samuel	20
Dion, Christophe	30
Duchemin, Mégane	44
Duchesne Marie-Anne	62
Drouin, Valérie	52
Fortin Bouffard, Alex	48
Gagnon, Claudel	40
Gaulin, William	88
Gonthier, Pierre-Olivier	62

Haché, Mahika	56
Harvey, Elizabeth	102
Kendirgi, Louis-Gabriel	66
Lavoie, Dominic	34
Limoges, Antoine	66
Marotte, Pierre-Olivier	88
McMullan, Jeremy	16
Murphy, Maude	94
Peachy, Catherine	24
Pouliot, Mégane	70
Pouliot-Roy, Florence	40
Raymond-Proulx, Jérémy	24
Renaud, Julia	70
Renaud Olmstead, Angélique	80
Rouleaux, Caroline	44
Roy, Sophie	16
Scherrer, Marianne	80
Théroux, Francis	20
Turcotte, Juliette	98
Vanasse, Martin	98

ROLLAND ENVIRO^{MC} SATIN



Un choix écologique

Faits de fibres durables recyclées postconsommation à 100 %, l'École de design de l'Université Laval est fière d'avoir choisie les papiers Rolland Enviro® Satin constituant le choix idéal pour réduire son impact environnemental et soutenir l'économie circulaire, tout en profitant de résultats haut de gamme pour ses recueils imprimés.

Direction artistique
et éditoriale
Marguerite Daas

Directeur création
Maxime Rheault

Coordination
Clodie Lajeunesse

Avec l'aide de
Alexandra Walsh,
Nicolas Poulin.

Imprimé par
LG Chabot

Imprimé
Mai 2021

Imprimé à
Québec, Qc

ISBN
9 782981 677259

Une tonne de Rolland Enviro Satin plutôt qu'un papier vierge sauve l'équivalent de :

 **4 tonnes métriques de bois**
24 arbres

 **1 561 kg CO₂**
6 219 km parcourus en voiture

 **8 kg COVNM**
7 540 km parcourus en voiture

 **7 m³ d'eau global équivalent**
71 douches de 10 minutes en Amérique du Nord

 **42 GJ**
191 684 ampoules 60W pendant une heure



100 %



PCF



Sans frais: 1 800 567-9872
rollandinc.com

 **ROLLAND**
GROUPE SUSTANA



9 782981 677259

