

novembre-décembre 2018

La cuisine,
fonctionnelle et durable

Tarifs douaniers
pour le design

La salle de bain,
accessible et élégante

i+D

Imprimer
le futur



Feature the fabulous.

Gecko
SW 6719

Cruising
SW 6782

Selecting colors has never been easier, faster or more fabulous. Get access to a suite of professional color tools from fan decks to color sample kits to our inspirational in-store color displays in more than 4,300 Sherwin-Williams® locations. We've got color covered. Now, so do you. Learn more at swcolor.com.

Colors provided by The Sherwin-Williams Company. Color samples shown approximate actual paint colors as closely as possible.

SHERWIN-WILLIAMS.



 BainUltra®

Get the
VIBE

VIBE™ by BAINULTRA®

VIBE™ is a new collection of therapeutic bathtubs with minimalist and contemporary flair. The collection is perfect for urban city dwellers who want to bring value and refinement to smaller bathrooms.

Follow us on:



bainultra.com/a-drop-of-design

1-800-463-2187



Pulling a room together just got easier.

With the industry's largest inventory of trend forward coordinating accessories, tailored service and support, and easy online order management, you can get exactly what your client needs, fast.

WINTER MARKETS | ATLANTA 11-A-1 | DALLAS WTC 560



Authenticity.
AND ALLURE.

Amy Kehoe x The Heritage Collection

“OFTEN, WHAT GIVES AN OBJECT AUTHENTICITY IS THE ONE WHO IS BEHIND THE OBJECT—ITS MAKER—AND ITS FINISH, ITS TOUCH. AN AUTHENTIC PIECE ISN’T “OF THE MOMENT” OR TOO CONTRIVED. IT’S SIMPLY SOMETHING YOU NEVER TIRE OF.”

- AMY KEHOE
Interior Designer/Co-Founder Nickey Kehoe

dacor
LET THE SHOW BEGIN

NEW YORK | CHICAGO | LOS ANGELES
Opening Winter 2018/19





Explore the inspiration for Amy Kehoe's own kitchen remodel at dacor.com.



Big on small spaces?
So are we.

Crate&Barrel **CB2**

DESIGN TRADE PROGRAM

Interior designers, architects and home stagers—enjoy the perks of our Design Trade Program, including an exclusive discount at Crate and Barrel and CB2. Sign up today at crateandbarrel.com/DesignTradeProgram.



Crate & Barrel

novembre-décembre 2018

VOLUME 2, NUMÉRO 6

Le magazine de Designers
d'intérieur du Canada
et de l'American Society
of Interior Designers

26

LE SYNDROME CHINOIS

Quelles sont les conséquences des tarifs douaniers, en place et potentiellement en hausse, sur les produits de la Chine, utilisés notamment en design d'intérieur? Selon certaines sources, de bonnes et de mauvaises nouvelles.

PAR BARBARA THAU

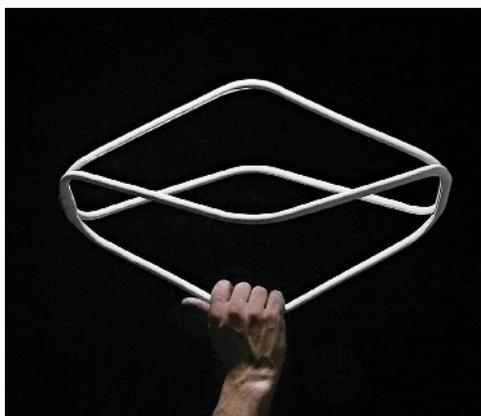


Photo : Steelcase

44

LA CUISINE TOURNÉE VERS L'AVENIR

Un environnement sain et une planète durable poussent vers de nouvelles sphères les concepts d'aujourd'hui — et de demain — de la pièce qui est au cœur de chaque foyer : la cuisine.

PAR JESSICA GOLDBOGEN HARLAN



Photo : True Manufacturing

38

PRÊT-À-IMPRIMER

De concepts exceptionnels pour des produits courants à une résidence fabriquée sur place, l'impression 3D ne semble connaître aucune limite.

PAR BRIAN LIBBY



Photo : EarnestTise



— X —
 ART
 INFUSION

Geometric Abstraction Appreciate bold serenity in this reimagining of the Golden Era Movement. View our complete catalogue of bathroom products at dxv.com

This DXV bathroom was designed by **Alan Tanksley**

© AS America, Inc. 2018
 DXV presents the Randall® Faucet Collection, Pop® Rectangle Vessel Lavatory and Fitzgerald® Freestanding Soaking Tub.



DXV

CLASSIC

GOLDEN ERA

MODERN

CONTEMPORARY

novembre-décembre 2018

PHOTO DE COUVERTURE :
Mariana Popescu

52

PROFIL ICONIQUE : JAMIE DRAKE

L'un des plus grands talents de l'industrie, ce professionnel établi à New York insufflé personnalité et sens du lieu dans chacun de ses concepts intérieurs.

PAR AMBROSE CLANCY



Image : Danilo Agutoli



Photo : GRAFF

54

BEAUTÉ ET SÉCURITÉ POUR TOUS

Finitions, appareils et accessoires innovants pour la salle de bain permettent la cohabitation entre une expérience de spa et la conception universelle.

PAR MICHELE KEITH

Rubriques

- 14 Bloc-générique
- 16 Vue intérieure
- 20 Le poulx du design : Surrey, Colombie-Britannique, Canada
- 22 Matériaux
- 32 Le design en chiffres
- 36 Collaborateurs
- 64 Ressources et annonceurs
- 66 À venir

EN COUVERTURE :

Le textile technique KnitCrete tricoté en 3D rend possible une sculpture en béton par Zaha Hadid Architects.



**FOR THE ENGLISH VERSION
OF THIS ISSUE, PLEASE VISIT**

http://digitaledition.iplusdmag.com/iplusdmagazine/november_december_2018



Lineare Collection



BEST. DECISION. EVER.

When it comes to your dream home – making sure it is perfect means tons of tough decisions. Let our knowledgeable product experts relieve the stress and restore the fun while introducing you and your design team to our extensive collection of products from the most sought after brands.

Request your appointment today at [fergusonshowrooms.com](https://www.fergusonshowrooms.com)

 **FERGUSON**
Bath, Kitchen & Lighting Gallery

WILLIAMSBURG | NEWPORT NEWS | VIRGINIA BEACH

[FERGUSONSHOWROOMS.COM](https://www.fergusonshowrooms.com)

ambiente

the
show



*sensational
exceptional
original* February 8–12, 2019

The outstanding diversity of the international consumer goods market. The experience of innovations and new concepts for the HoReCa sector. The trade fair that leads your industry into the future.

Information and tickets:
ambiente.messefrankfurt.com
Tel. +17709848016
info@usa.messefrankfurt.com

horeca

 messe frankfurt

i+D

RÉDACTRICE EN CHEF
Jennifer Quail

ÉQUIPE DE RÉDACTION
Collaborateurs

Ambrose Clancy, Jessica Goldbogen Harlan,
Michele Keith, Brian Libby, Barbara Thau

Traduction
Sylvie Trudeau

Comité consultatif de rédaction

Kati Curtis, ASID, LEED AP,
Kati Curtis Design;
Ellen S. Fisher, ASID,
New York School of Interior Design;
Jason Kasper, BID, MFM, PIDIM, DIC,
IDEATE Design Consulting Inc.;
Reed Kroloff, joneskroloff;
Tim Pittman, Gensler;
Aandra Currie Shearer, IDIBC, DIC

DESIGN DE PUBLICATION

Gauthier Designers

Lisa Tremblay, présidente
Shawn Bedford, directeur de création
Élyse Levasseur, directrice artistique
Carole Levasseur, coordonnatrice de projet

PRODUCTION

Stamats Commercial Buildings Group

Stamats Communications, Inc.
T : 800.553.8878, x5025
Tony Dellamaria, président
Steven Sloan, éditeur
Tom Davies, directeur de publicité i+D
Candy Holub, directrice de la production
Linda K. Monroe, directrice de projet

PUBLICITÉ

Tom Davies, directeur publicité i+D
tom.davies@stamats.com
T : 319.861.5173
Sans frais : 800.553.8878, x5173
F : 319.364.4278

Commentaires : editor@iplusmag.com.

**AMERICAN SOCIETY
OF INTERIOR DESIGNERS**

1152 15th Street NW, Suite 910
Washington, D.C. 20005
T : 202.546.3480
F : 202.546.3240
www.asid.org

ASID – Présidente, conseil de direction
BJ Miller, FASID, CCIM

ASID – Président-directeur général
Randy W. Fiser, Hon. FASID

ASID – Vice-président, Communications
Joseph G. Cephas

**DESIGNERS D'INTÉRIEUR
DU CANADA**

901, rue King Ouest, bureau 400
Toronto (Ontario) M5V 3H5
Canada
T : 416.649.4425
F : 877.443.4425
www.idcanada.org

**DIC – Présidente,
conseil d'administration**

Sally Mills, DIC, IDIBC, AID, RID, NCIDQ

DIC – Directeur général
Tony Brenders

**DIC – Gestionnaire principale,
Communications**
Vesna Plazacic

i+D (ISSN : 2575-7628 [imprimé]; 2575-7636 [en ligne, anglais]; 2575-7709 [en ligne, français]) Volume 2, numéro 6, novembre-décembre 2018. Droit d'auteur © 2018 par l'American Society of Interior Designers (ASID). Publié bimestriellement en janvier-février, mars-avril, mai-juin, juillet-août, septembre-octobre et novembre-décembre par Stamats Communications, inc., 615 Fifth Street SE, Cedar Rapids, Iowa 52401. L'obtention de *i+D* est un avantage offert aux membres de l'ASID et de Designers d'intérieur du Canada (DIC). Une portion des droits annuels d'adhésion des membres de l'ASID, d'une somme de 2,42 \$, est appliquée à l'abonnement à *i+D*. Bureaux de la rédaction : 1152 15th Street NW, Suite 910, Washington, D.C. 20005. Frais de poste pour périodiques payés à Washington, D.C., et autres bureaux de poste. MAÎTRE DE POSTE : Faire parvenir tout changement d'adresse à *i+D*, s/s de ASID Customer Service, 1152 15th Street NW, Suite 910, Washington, D.C. 20005.

La publication de publicités dans cette revue ne signifie nullement que l'ASID ou DIC y adhèrent. L'ASID, DIC et leur partenaire de publication se réservent le droit, à leur seule et entière discrétion, de rejeter en tout temps toute publicité présentée par quelque partie que ce soit. Les opinions exprimées dans cette publication ne sont pas nécessairement celles de l'ASID, de DIC, de leurs personnels respectifs ou de leur partenaire. Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire par quelque moyen que ce soit, électronique ou mécanique, en tout ou en partie, le contenu de ce magazine sans avoir préalablement obtenu l'approbation écrite de l'ASID.



BE FEARLESS

THE CONVERGENCE OF FUNCTION & STYLE

Experience a comfortable collaboration of classic modern silhouettes draped in luxurious, worry-free Sunbrella® performance fabrics.

Explore more at mgbwhome.com.

join today >

OUR TO-THE-TRADE LOYALTY PROGRAM

The MG+BW Comfort Club offers you 30%–50% savings every day, with exclusive access to special offers and services. Please contact a Signature Store near you for more details.

Mitchell Gold
+Bob Williams | 

800.789.5401 | MGBWHOME.COM



LE CHEZ-SOI ET AU-DELÀ

La recherche et la technologie ont longtemps été les forces motrices du domaine de l'aménagement intérieur. De la conception d'appareils écoénergétiques et de surfaces antimicrobiennes aux avancées en matière de conception de structures et de produits qui rendent les lieux accueillants pour tous, le domaine du design est intrinsèquement lié à la santé et au bonheur des gens, des lieux de toutes sortes, et du monde en général.

Alors que l'année tire à sa fin, le présent numéro d'*i+D* fait le point sur l'endroit où nous en sommes aujourd'hui, et sur les possibilités à venir. Nous y étudions l'évolution du climat commercial en réaction aux actuels et éventuels tarifs douaniers visant la Chine (« Le syndrome chinois », p. 26), et nous explorons les nombreuses avenues du design d'intérieur et de l'architecture qui profitent déjà des capacités de l'impression 3D, ainsi que le potentiel d'utilisation de cette technologie hors des confins de notre propre planète (« Prêt-à-imprimer », p. 38). Nous faisons également une incursion au cœur de la maison aux fonctionnalités axées sur la conception de cuisines technologiquement avancées pour les gens de tous les âges (« La cuisine tournée vers l'avenir », p. 44), et nous portons notre regard sur la création de salles de bain de conception universelle qui ne sacrifient rien au style (« Beauté et sécurité pour tous », p. 54).

Il existe une démocratie du design, illustrée dans ces sujets et les autres que nous couvrons dans chaque numéro d'*i+D*. Lorsque l'on examine les progrès réalisés dans le domaine du design — qu'il s'agisse de création de nouvelles options d'habitations au moyen d'imprimantes de grande taille ou de permettre à des propriétaires de vieillir chez soi harmonieusement, en passant par bien d'autres aspects —, les options que procure le design et les impacts positifs qu'elles peuvent avoir sur les gens ne connaissent aucune frontière. Le pouvoir de transformation du design est offert à tout un chacun, tant sur notre planète actuelle, que n'importe où ailleurs où nous pourrions un jour nous mettre à construire. ●

Randy W. Fiser
Président-directeur
général



Tony Benders
Directeur
général





DESIGN
WITHIN
REACH

BALTHAZAR SERIES



PAMPLONA SERIES



LOUNGE SERIES



ISA  INTERNATIONAL
1976 - 2017

**Le poul
du design**
Surrey,
Colombie-Britannique,
Canada

Le centre communautaire Clayton est un complexe d'aspect futuriste qui agit comme un prolongement du boisé se trouvant sur le même site.
(Image : HCMA Architecture + Design)



CARREFOUR COMMUNAUTAIRE

LORSQUE LA FIRME HCMA ARCHITECTURE + DESIGN, ÉTABLIE EN COLOMBIE-BRITANNIQUE, A ENTREPRIS LE DESIGN DU CENTRE COMMUNAUTAIRE CLAYTON, À SURREY, C.-B., ELLE IMAGINAIT UN PROJET QUI REPOUSSERAIT LES FRONTIÈRES DU DESIGN ARCHITECTURAL ET DE LA DURABILITÉ, AINSI QUE CELLES DU PROGRAMME, POUR FAIRE PARTIE INTÉGRANTE DE LA VIE DES GENS DE LA RÉGION.

Situé près de deux écoles secondaires et sur un terrain boisé, le centre est conçu de manière à combler les besoins des jeunes de la région, tout en offrant des lieux et des possibilités qui permettent à la communauté tout entière de créer des liens. Les arts et la culture sont au cœur de ce centre, avec des salles pour la musique et l'enregistrement, une salle de répétition et une bibliothèque, ainsi que des expériences positives en matière de santé et de voisinage comme un gymnase, un centre de conditionnement physique, une cuisine et un jardin communautaires, un centre de partage d'outils assorti d'un atelier, ainsi qu'une diversité de lieux de soins à la petite enfance et d'apprentissage.



Comme une voûte forestière, la structure révolutionnaire de gros bois d'œuvre en forme de feuilles est conçue comme une série de vire-vent à grande échelle s'imbriquant les uns dans les autres.
(Image : HCMA Architecture + Design)



Sous la voûte forestière se trouve un grand espace intérieur qui aspire à répondre aux besoins et à évoluer, tant physiquement que par ses activités.
(Image : HCMA Architecture + Design)

Le design du centre emprunte des éléments au boisé environnant et propose une expérience qui s'apparente à l'immersion parmi les arbres, les branches, les feuilles, le couvert forestier, les clairières tachetées de lumière et le refuge que peut procurer la forêt. Ce bâtiment municipal comporte une structure en gros bois d'œuvre, en forme de feuilles stylisées qui imitent la voûte forestière, avec des ouvertures vitrées en claire-voie et au plafond évoquant la lumière qui passe entre les cimes des arbres, tout en reliant les espaces individuels qui composent ce carrefour communautaire. Dans le but d'obtenir la certification Passive House, l'orientation par rapport au site et l'emplacement des éléments du programme à l'intérieur du bâtiment ont été conçus de manière à profiter de la course du soleil. Avec ces considérations ainsi que d'autres, Clayton est en voie de devenir le premier centre communautaire à obtenir la certification de maison passive en Amérique du Nord et la plus grande installation passive au Canada à ce jour. Tout aussi impressionnante que le concept du centre est la modification des politiques qui l'accompagne. En vertu d'une nouvelle structure de gouvernance facilitée dans le cadre du processus de design, les quatre principaux services — récréation, bibliothèque, arts et parcs — travailleront de manière collaborative au nouveau centre, bien qu'ils fonctionnent actuellement selon des modèles de dotation et de financement différents. Le centre communautaire Clayton doit ouvrir ses portes en 2019. ●



Where your vision feels right at home.



From pergolas and trellis, to planters, arbors, and more, Walpole will meet your custom design needs. Crafted in AZEK®
Call 800-343-6948 or visit walpoleoutdoors.com

80+ years Walpole Outdoors™
Servicing professionals and customers directly nationwide since 1933

JOINDRE L'UTILE À L'AGRÉABLE



Photo 1 : ROHL/Photo 2 : Newport Brass/
Photo 3 : Top Knobs/Photo 4 : Belwith-Keeler



SOUVENT RELÉGUÉE À LA CATÉGORIE DES ÉLÉMENTS DÉCORATIFS, LA QUINCAILLERIE PROPOSÉE SUR LE MARCHÉ D'AUJOURD'HUI A BEAUCOUP PLUS À OFFRIR. Bien loin l'époque où designers ou propriétaires devaient choisir entre forme et fonction pour la quincaillerie servant à une variété d'applications et d'endroits.

Les barres d'appui ont bien évolué, devenant aussi élégantes que fonctionnelles, pour la tranquillité d'esprit et la sécurité des propriétaires comme de leurs invités, ainsi que dans bon nombre d'aménagements d'hébergement et de lieux publics, comme les salles de spectacles ou les centres commerciaux. Et la facilité d'utilisation, d'une manette de robinet ou de barres d'appui, entre autres, est un facteur important et un grand avantage dans cette arène, tout comme l'utilisation de textures pour procurer des repères visuels, ou tactiles, pour ceux qui peuvent avoir des problèmes de vision.

Le choix du bon produit peut faire que des propriétaires seront en mesure de vivre et de vieillir chez soi ou d'inviter des parents âgés à la maison. Et, sur le plan commercial, de faire en sorte que les voyageurs et les clients de restaurant de tous âges et de tous niveaux de capacités sont à l'aise et en sécurité, même hors de chez eux.

Pour en apprendre davantage sur l'aménagement de salles de bain qui sont à la fois esthétiques et conformes aux normes d'accessibilité, voir l'article « Beauté et sécurité pour tous », p. 54. ●

1. ROHL, EMPIRE ROYAL. Le fonctionnement simple à manette unique de cette pièce de la collection Jörger de ROHL la rend accessible à un plus large public. Chaque pièce est fabriquée à la main par des artisans allemands dévoués aux traditions familiales d'esthétique et de perfection technique de ROHL et de Jörger.

2. NEWPORT BRASS, BARRES D'APPUI. Conçues pour compléter toute collection pour salles de bain, les nouvelles barres d'appui sont offertes en sept longueurs, de 12 à 47 pouces (30 à 120 cm), en 27 finitions décoratives et une variété de styles. L'entreprise a aussi fait de la durabilité le moteur de sa production d'ensemble et de son développement de produits. Les initiatives à cet effet comprennent un processus de finition à faibles émissions et l'obtention de la certification WaterSense pour ses robinets à faible débit.

3. TOP KNOBS, GRACE. Inspirée par une beauté sans âge, Grace, la collection si bien nommée, célèbre le 25^e anniversaire de Top Knob et offre 276 options réparties en six collections différentes, ce qui permet de satisfaire aux besoins de tous les utilisateurs. Top Knob met l'accent sur sa totale transparence relativement aux matières de base et offre un outil de recherche qui permet aux designers et aux consommateurs de chercher un produit par matériau : laiton, bronze, fer forgé, etc.

4. BELWITH-KEELER, CULLET. Les éclats permettent de créer un motif qui offre des repères visuels et tactiles, et les formes et tailles des poignées faciles à agripper contribuent davantage à la facilité d'utilisation. Belwith-Keeler conçoit des éléments de quincaillerie depuis 1893 et, au cours de son histoire, elle a élargi son spectre en créant des ornements de capot pour Ford, ainsi que d'autres produits.

EMBRACE CHAOS.



The bed you choose prepares you for whatever the day has in store for you. So choose carefully. Order our new eye-opening catalog at hastens.com. Be awake for the first time in your life.®

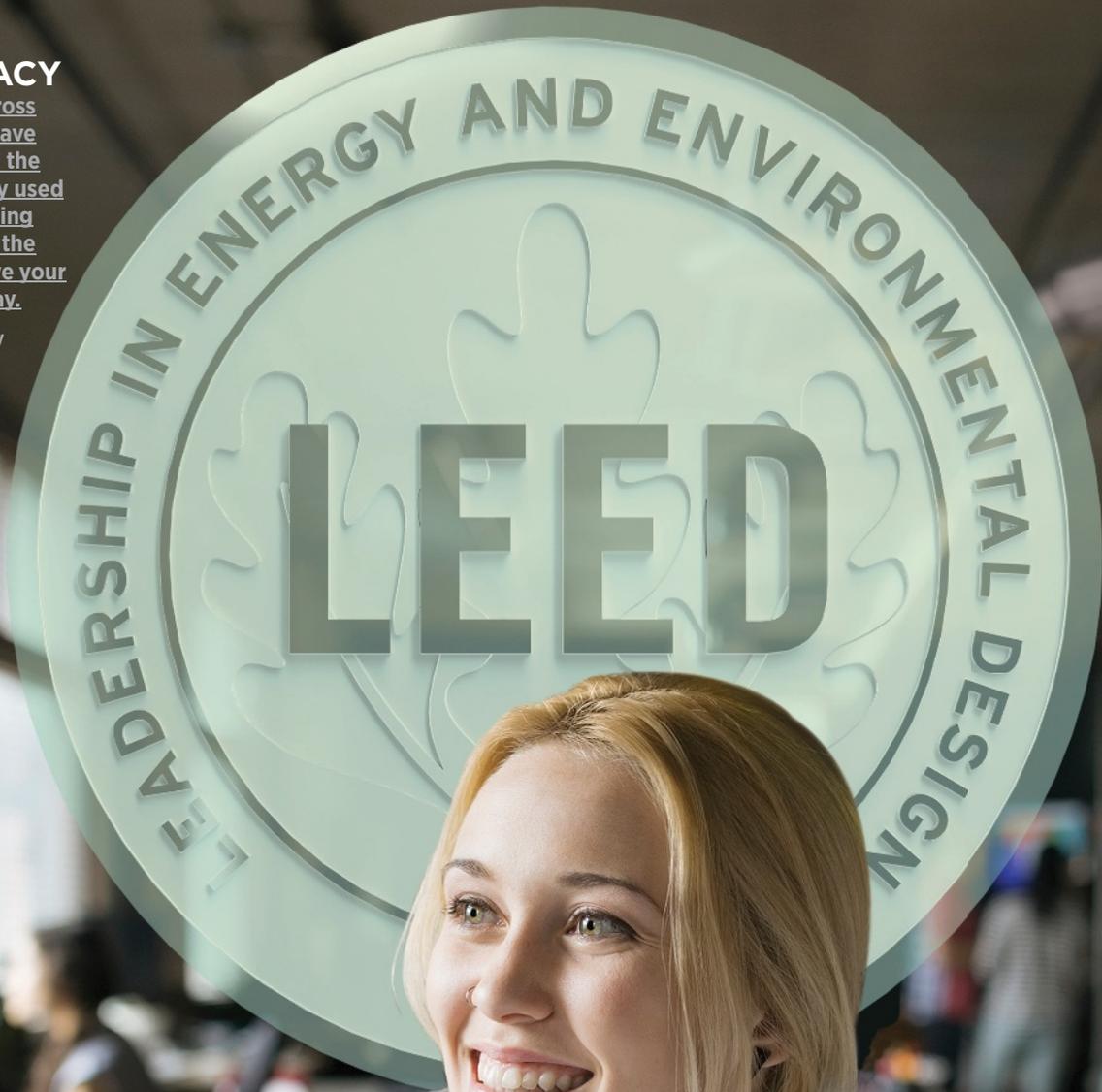
Hästens 
since 1852



LEED: A LEGACY

Leaders across the globe have made LEED the most widely used green building program in the world. Leave your legacy today.

#LEEDlegacy



[usgbc.org/LEED](https://www.usgbc.org/LEED)



THE FINEST HANDCRAFTED POOL TABLES IN THE WORLD



MADE
IN THE
USA

BLATT BILLIARDS
Since 1923

AMERICAN
SOCIETY OF
INTERIOR
DESIGNERS
ASID
INDUSTRY PARTNER

Worldwide delivery and installation

blattbilliards.com | 800-252-8855 | info@blattbilliards.com

LE SYNDROME CHINOIS

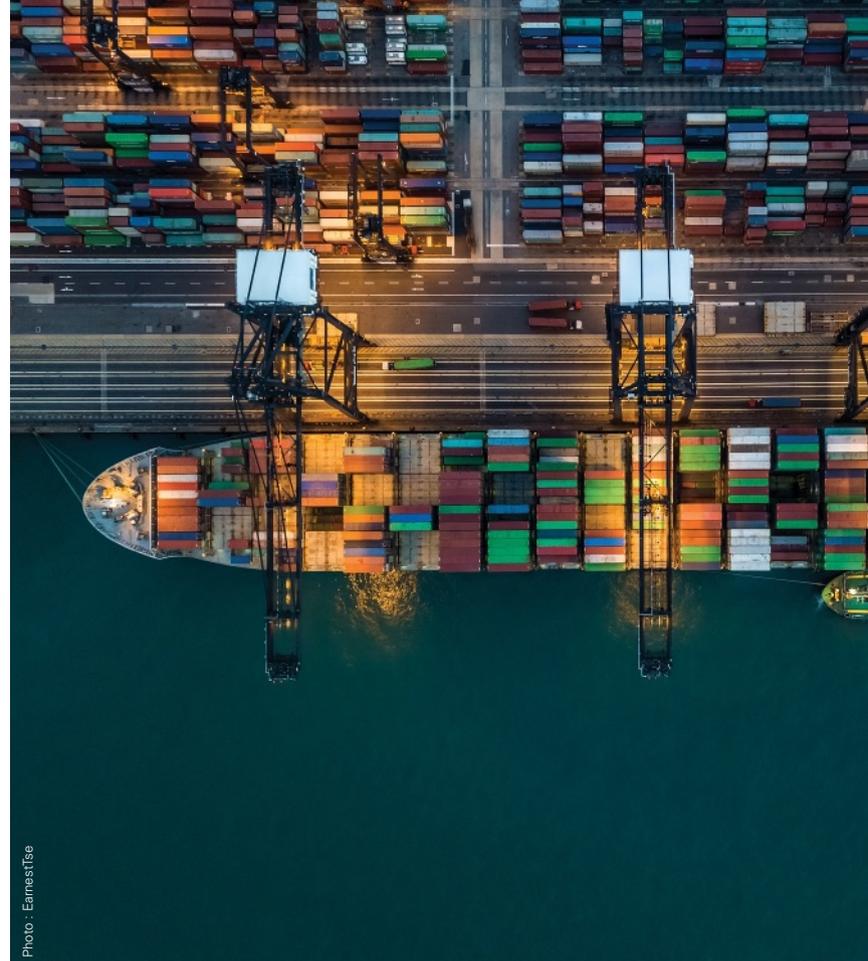
PAR BARBARA THAU

La communauté du design est aux prises avec des tarifs douaniers sur des milliards d'importations en provenance du partenaire commercial qui est devenu l'atelier de fabrication du monde

LES TARIFS SUR UNE COQUETTE SOMME DE 200 MILLIARDS DE DOLLARS D'IMPORTATIONS EN PROVENANCE DE LA CHINE, DES LUMINAIRES AU QUARTZ DES DESSUS DE COMPTOIRS, ONT ENTRAÎNÉ UN DÉSACCORD INDÉSIRABLE IMPOSÉ PAR LA MAISON BLANCHE ENTRE LA COMMUNAUTÉ DU DESIGN ET LA NATION QU'ELLE EN EST VENUE À CONSIDÉRER COMME LA FABRIQUE DE L'AMÉRIQUE DU NORD.

Les tarifs de 10 pour cent, qui ont débuté à l'automne dernier, mais qui sont sur le point de grimper à 25 pour cent le 1^{er} janvier 2019, ont déclenché des remaniements stratégiques sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement en design d'intérieur : alors que les fournisseurs qui vendent au secteur du design absorbent ces augmentations de prix, les imposent ou songent à le faire, les entreprises de design d'intérieur se démènent pour trouver des partenaires d'approvisionnement locaux et internationaux afin de remplacer l'expertise de leurs partenaires chinois ainsi que les relations bien établies avec eux.

Le secteur du design est aux prises avec ce délicat chassé-croisé de faire absorber les coûts aux clients, dont les oreilles se dressent à l'idée de ces hausses de prix, tout en gérant les projets de manière à éviter ces mêmes augmentations, disent les professionnels du design.



En plus de réduire le déficit commercial avec la Chine, les tarifs reflètent les mesures de rétorsion de l'administration pour mettre fin à l'acquisition déloyale par la Chine de technologie et de propriété intellectuelle américaines », selon une déclaration du représentant au Commerce des États-Unis.

Si les tarifs ont pour effet de réduire les contrefaçons de conception et de produits, c'est une bonne chose, disent certaines sources.

Mais une guerre commerciale n'est pas une manière prudente de faire les choses, explique l'économiste Marci Rossell de Delphin Investments. « Le vol de propriété intellectuelle est un problème légitime, mais la solution devrait se trouver par des canaux officiels, comme l'Organisation mondiale du commerce (OMC), plutôt que dans une guerre commerciale. »

« Beaucoup de nos fournisseurs, les petits comme les grands, nous ont avisés qu'ils augmentaient leurs prix ou que nous devrions nous attendre à des augmentations de prix sous peu. »

—JOHN CIALONE, TOM STRINGER DESIGN PARTNERS

Un air d'incertitude

Désormais, l'incertitude plane sur la communauté du design alors qu'elle tente d'évoluer dans cette séparation forcée avec son plus important partenaire commercial. « Depuis son adhésion à l'OMC en 2001, la Chine est devenue l'atelier de fabrication du monde, fait remarquer Marci Rossell. Il régnait une confiance en une chaîne d'approvisionnement stable, puisque la Chine était intégrée dans l'économie mondiale. »

La relation symbiotique entre les nations, de celle qui existait au sein de la communauté du design, s'est développée de manière à ce que « les États-Unis soient la source d'idées et d'innovation, et la Chine, le metteur en œuvre de ces idées — les deux économies étaient unies de cette manière », indique Mme Rossell. Maintenant, avec ces tarifs, « cela ressemble presque à un divorce ».

Et l'effet de domino fait que les prix grimpent « pour chacun des maillons du processus de design d'intérieur et d'immobilier, à chacun des points de la chaîne d'approvisionnement », du coût des tissus à tout ce qui entre dans la rénovation et l'ameublement d'une maison, comme la montée en flèche du prix des lave-linge, de 13 pour cent. Et, alors que des tarifs encore plus prononcés sur les importations chinoises seront imposés à partir de janvier, la communauté du design se prépare aux éventuelles répercussions de ces augmentations, qui ont tendance à se produire à retardement. Par conséquent, il faudra renégocier toute une série de contrats liés aux projets de design, de ceux avec les usines et les grossistes à ceux des architectes et des designers avec les clients, « qui contiendront désormais des clauses pour imprévus en anticipation des changements qui auront lieu dans le futur ».

La firme Tom Stringer Design Partners a déjà commencé à ajuster les réunions de projets et les dates d'achèvement, puisque les prix des matières premières tant pour le mobilier, les accessoires et l'équipement, ainsi que les matériaux de construction, sont touchés, explique John Cialone, partenaire et vice-président de l'entreprise, qui agit aussi à titre de président de la section de l'Illinois de l'American Society of Interior Designers (ASID-IL). « Beaucoup de nos fournisseurs, les petits comme les grands, nous ont avisés qu'ils augmentaient leurs prix ou que nous devrions nous attendre à des augmentations de prix sous peu », dit-il. Par conséquent, poursuit-il : « J'ai recommandé à des clients de se procurer certains articles en particulier ou de faire les gros achats, afin que ces augmentations aient moins de répercussions sur leur projet ». Par exemple, en vue de contourner une hausse prévue de 15 pour cent chez un fournisseur, la firme a recommandé à un client d'acheter un luminaire plus tôt que prévu.

« Les clients suivent cette question de près, car cela a des répercussions tant sur l'économie en général que sur leur situation financière personnelle », fait remarquer M. Cialone. Ainsi, bien que leur plan 401k soit en hausse, « ils remarquent aussi que les prix des matières premières et des biens grimpent ».

Même si Tom Stringer Design Partners n'a pas encore été frappée par les tarifs, « nous nous attendons à une éventuelle diminution de l'ensemble des ventes, si les gens commencent à perdre confiance », ajoute John Cialone.

Pour sa part, la firme fait de l'exploration du côté des fabricants locaux comme un moyen d'éviter les tarifs internationaux. Bien que les sources locales puissent se raréfier et être plus coûteuses en raison d'une hausse de la demande, « nous appuierions alors notre communauté locale », ajoute-t-il.



If it's worth creating, it's worth protecting.

Not every insurance policy has the right level of protection for your business. That's why ASID, The Insurance Exchange, Inc., and The Hanover have partnered to offer an exclusive, cost-effective insurance program for ASID members, including:

- Professional Liability (Errors & Omissions)
- Business Owner's Policy
- Homeowners & Auto

▶ Contact us for a quote, or to learn more about the ASID Member insurance program.

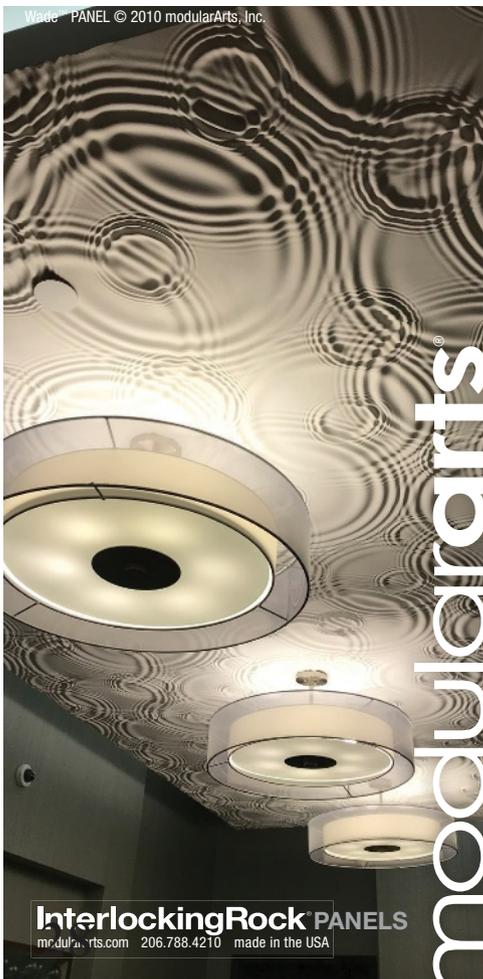
800-346-1403 | www.ASIDinsurance.org



continuous
glass
reinforced
gypsum



Chisley™ PANEL ©2018 modularArts



Waide™ PANEL © 2010 modularArts, Inc.

InterlockingRock™ PANELS
modularArts.com 206.788.4210 made in the USA

Les affaires du design Les tarifs douaniers



John Cialone,
Tom Stringer
Design Partners

Le facteur PI

Un autre éventuel bon côté à ces tarifs : mettre un frein aux contrefaçons des originaux par des pays étrangers. « Je crois en effet que ce serait un avantage », souligne M. Cialone.

Mitchell Gold, PDG de Mitchell Gold + Bob Williams, est d'accord avec le président en ce qui concerne la violation de la propriété intellectuelle par la Chine, et que ce pays devrait être pénalisé. L'Italie, par exemple, « ne copierait jamais le produit de quelqu'un d'autre si littéralement », dit-il. Mais l'administration n'a pas donné suffisamment de préavis aux fournisseurs pour qu'ils puissent planifier en conséquence, explique-t-il. « Soudainement, il y a des droits de douane de 8 000 \$ sur un chargement qui arrive de Chine. »

Bien que la plupart des produits pour la maison offerts par Mitchell Gold + Bob Williams soient fabriqués aux États-Unis à partir de son usine, l'entreprise ressent malgré tout les effets des tarifs imposés à la Chine sur les matériaux qui les composent et sur certains produits finis. En fait, l'entreprise de mobilier a subi une hausse de 10 pour cent sur le coût du tissu, dont environ 20 pour cent provient de Chine, ainsi que sur des matériaux comme le chrome et l'acier poli.

Bien que les tarifs aient incité la firme à s'approvisionner davantage en Indonésie, au Vietnam et aux Philippines, cela est plus vite dit que fait. L'immense main-d'œuvre de la Chine, ses prouesses en production et la longue relation de travail de la firme avec ses partenaires de fabrication là-bas sont précieuses et ne peuvent être facilement remplacées, selon M. Gold.

Par exemple, trouver un expert en production multimédia — qui peut fabriquer une collection pour chambre à coucher dont « les pattes sont en inox poli et le reste, en bois et en verre » — avec le même savoir-faire que ses usines chinoises est un exploit, explique-t-il. Nous aimerions tout simplement qu'il n'y ait pas de conflit commercial ni de nécessité d'en avoir un. »



Marci Rossell,
Delphin Investments
(Photo : Steve Green,
David Durochik Photography)

« Le vol de propriété intellectuelle est un problème légitime, mais la solution devrait se trouver par des canaux officiels, comme l'Organisation mondiale du commerce [OMC], plutôt que dans une guerre commerciale. »

—MARC ROSELL, DELPHIN INVESTMENTS



For those who
can see both
the big picture
AND the details.

We're excited to announce our new Trade Program for Interior Designers, Architects and Organizers. Get exclusive everyday discounts across our entire line of custom closets and organization products, track your purchases and take advantage of expert project support. Join today at [containerstore.com/trade-program](https://www.containerstore.com/trade-program).

NEW

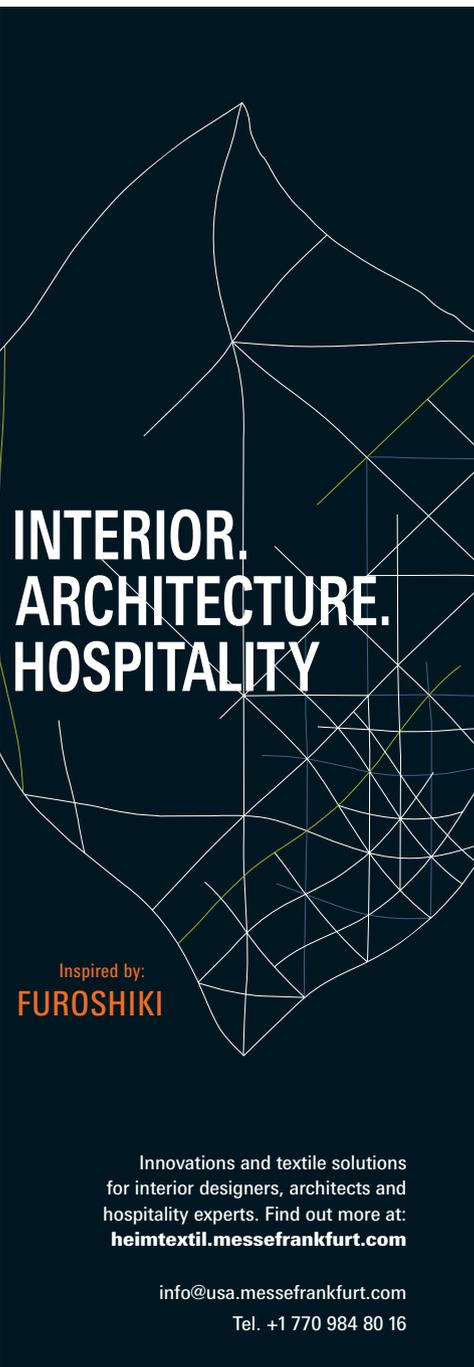
TRADE PROGRAM

The Container Store®



heimtextil

January 8–11, 2019
Frankfurt, Germany



**INTERIOR.
ARCHITECTURE.
HOSPITALITY**

Inspired by:
FUROSHIKI

Innovations and textile solutions
for interior designers, architects and
hospitality experts. Find out more at:
heimtextil.messefrankfurt.com

info@usa.messefrankfurt.com
Tel. +1 770 984 80 16

 messe frankfurt

Les affaires du design Les tarifs douaniers



Bob Ulrich,
Currey &
Company

Augmenter les prix, ou non ?

Currey & Company s'approvisionne en Chine pour environ 30 pour cent de sa marchandise : produits finis tels lustres, luminaires, et mobilier d'appoint ou matériaux tels fer, porcelaine et laiton. Et on y a choisi de ne pas facturer la hausse de 10 pour cent aux clients de design aux É.-U. et au Canada l'automne dernier. « Nous avons pensé à nos clients et à leurs projets, dit Bob Ulrich », premier vice-président des ventes de cette entreprise de produits pour la maison.

Bien que ses ventes n'aient pas encore souffert, ils attendent de voir si ce sera le cas avec la prochaine vague de tarifs en janvier. Le cas échéant, « une hausse de 25 pour cent sera trop importante pour que nous puissions l'absorber, et nous devons ajuster nos prix sur ces produits venant de Chine en conséquence », dit-il.

En prévision de la hausse, Currey & Company a commencé à ajouter des clauses de non-responsabilité à ses projets de design indiquant que toutes les soumissions comprenant des produits importés de Chine sont valides jusqu'au 31 décembre 2018 et sujettes à des rajustements en date du 1^{er} janvier si les tarifs de 25 pour cent entrent en vigueur. « C'est une situation délicate, puisque nous donnons souvent des prix des mois d'avance, et ces soumissions sont la base de l'établissement des budgets pour ces projets », dit Bob Ulrich.

Malgré tout, le modèle d'approvisionnement diversifié protège la firme, ajoute-t-il. « Nous ne dépendons pas uniquement de la Chine pour nos ressources. Nos partenaires commerciaux aux Philippines, en Indonésie, en Inde et au Vietnam fournissent la majorité de ce que nous fabriquons et cela continue de croître. »

Rechercher les bons côtés à cette situation — réduction du vol de PI, soutien aux partenaires commerciaux locaux, diversification du modèle d'approvisionnement — sera un point à surveiller lorsque nous franchirons le seuil de la nouvelle année, qui pourrait voir s'intensifier la situation des tarifs douaniers. Mais pour l'instant, du moins, la communauté du design continuera son observation vigilante, s'ajustant au besoin, en surveillant de près son résultat net et celui de ses clients. ●

BARBARA THAU

est journaliste d'affaires spécialiste de l'industrie du commerce de détail ainsi que des nouvelles et tendances relatives à la consommation. Elle contribue à Forbes.com, où elle rédige la rubrique hebdomadaire « Minding the Stores » (À propos des commerces). On la cite à titre d'experte du commerce de détail dans les médias comme USA Today, National Public Radio et CNN Money.



KINGS HAVEN

Empowering you to create the look and lifestyle your clients will love.

Artisan Lighting • Handcrafted Furnishings • Decorative Accessories

www.KingsHaven.com

844-546-4799

Info@KingsHavendd.com

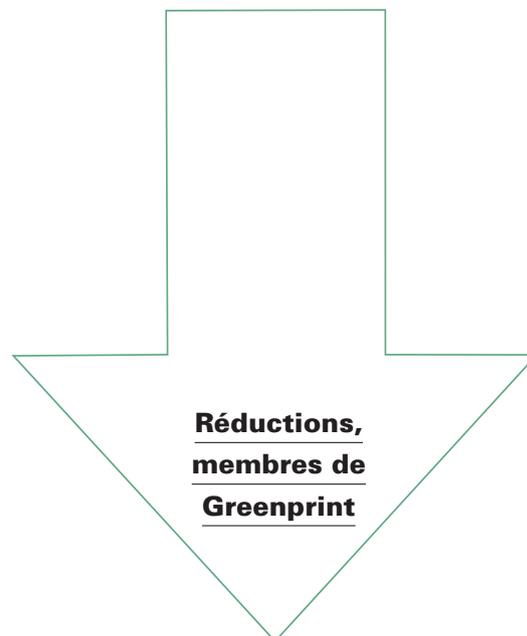
LE CLIMAT COMMERCIAL

Un volet du Center for Sustainability and Economic Performance de l'Urban Land Institute, le Greenprint Center for Building Performance est un regroupement mondial de propriétaires, investisseurs et institutions financières du secteur immobilier engagés envers l'amélioration de la performance environnementale dans l'ensemble de l'industrie immobilière mondiale. Un nouveau rapport du centre Greenprint indique que l'industrie de l'immobilier commercial fait d'importants progrès en matière de réduction de la consommation d'énergie, des émissions de carbone, de l'utilisation de l'eau et des déchets.

Le *Greenprint Performance Report* fait le suivi de la performance de près de 8 000 propriétés détenues à l'échelle mondiale par les membres de Greenprint, et il les étalonne et les analyse. Le volume 9, le plus récent rapport, montre que ces propriétés ont connu une réduction de 3,3 pour cent de la consommation d'énergie, de 3,4 pour cent des émissions de carbone et de 2,9 pour cent de l'utilisation de l'eau, entre 2016 et 2017. À elle seule,

la réduction des émissions en 2017 est équivalente à environ 1,5 million d'arbres plantés, 12 600 voitures retirées de la circulation, 6 300 maisons à consommation d'énergie nulle et à 136 000 barils de pétrole non consommé. C'est la huitième année consécutive que les bâtiments des membres affichent une amélioration de leur performance en ce qui a trait à la consommation d'énergie et la réduction des émissions.

De manière générale, les bâtiments comptent pour plus d'un tiers des émissions de carbone mondiales ayant des effets sur le climat. Ces récentes données indiquent que les membres de Greenprint sont sur le point de dépasser l'objectif de réduction des émissions de 50 pour cent d'ici 2030, un délai d'exécution qui s'inscrit dans les objectifs du Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat et de l'Accord de Paris des Nations Unies (accord de Paris sur le climat). ●



**Réductions,
membres de
Greenprint**

3,3 %

Consommation d'énergie

3,4 %

Émissions de carbone

2,9 %

Utilisation de l'eau

Source :
rapport Greenprint Performance
Report, Volume 9



WhiteWalls.com | 800-624-4154

MAGNATAG
Visible Systems

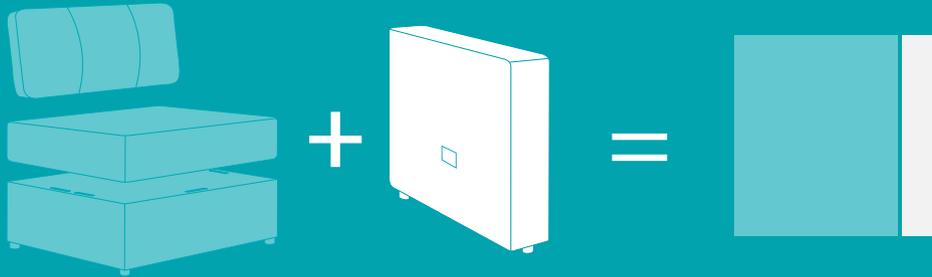
**ENDLESS CREATIVITY.
UNLIMITED POSSIBILITIES.**

WhiteWalls® Magnetic Dry-Erase Wall Panels

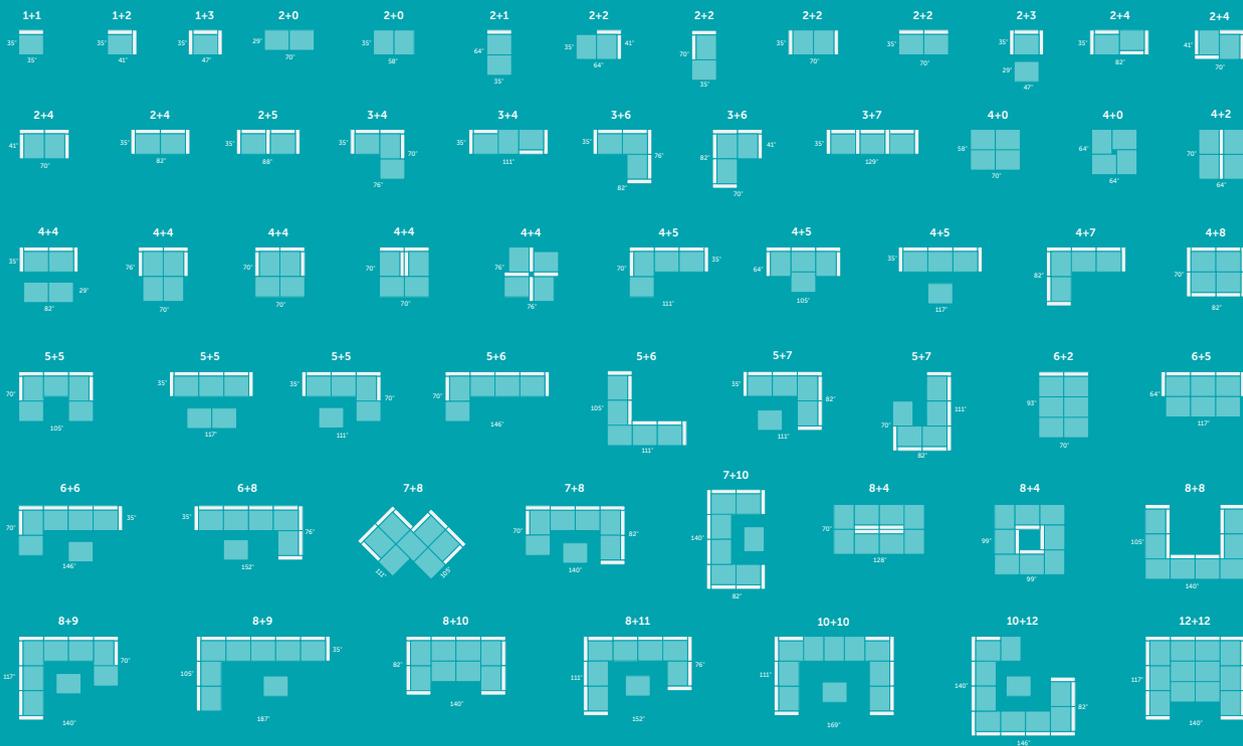


The World's Most *Adaptable* Couch™

One Seat, One Side, Endless options



With Sactionals, you can make these configurations and more.



LOVESAC

Designed for Life Furniture Co.

Visit us at [Lovesac.com](https://www.Lovesac.com) for more info.

HEALTH CARE DESIGN PROJECTS ARE NEVER ACCOMPLISHED ALONE.



CONNECT THE DOTS.

Collaboration in Health Care
Planning, Design, & Construction

MARCH 17–20, 2019 | PHOENIX, AZ

Break through the silos and join thousands of health care planning, design, construction, and operations colleagues for the 2019 PDC Summit in Phoenix, March 17–20, 2019.



LEARN MORE AND
REGISTER TODAY
AT PDCSUMMIT.ORG.

Hurry! The discounted
early-bird rate ends
January 11, 2019!

PDC
SUMMIT
2019

PDCSUMMIT.ORG | [#PDCSUMMIT](https://twitter.com/PDCSUMMIT)

SINCE 1997



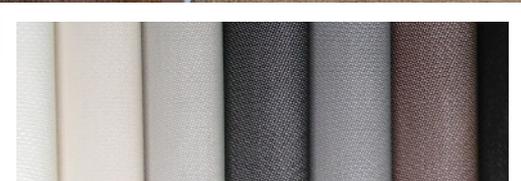
2019 PDC Summit supporting organizations:



FLEXSHADES® BY DRAPER



Perfect match



 **SHEERWEAVE**
BY PHIFER

Create your own.

Motorized, manual, or battery-powered window shades.
Hundreds of fabrics, color, and openness choices.

 **DRAPER®**

draperinc.com | 800.238.7999



Collaborateurs

La réalité 3D, naguère confinée à un écran d'ordinateur à titre de magnifique outil visuel, ressemble aujourd'hui aux fantaisies de science-fiction des générations passées, alors que l'impression de tous types d'objets, des articles ménagers à des maisons entières, transforme en réalité les idées créatives jadis inaccessibles. Les auteurs de ce numéro d'i+D présentent leurs points de vue sur les merveilles de l'impression 3D, et nous transmettent quelques détails sur le sujet de leur article.

1. Michele Keith, *Beauté et sécurité pour tous*
En travaillant à son article sur les salles de bain (p. 54), Michele a été étonnée de constater le nombre colossal de modèles de robinets qui existent sur le marché. « Juste au moment où je pensais les avoir tous vus, une autre collection apparaissait. Ce qui prouve qu'il y a toute une panoplie de gens imaginatifs dans le domaine du design, dit-elle. Aussi, j'ai constaté que les designers interviewés sont non seulement au fait des règlements les plus importants de l'ADA, mais qu'ils sont réellement déterminés à proposer à leurs clients les systèmes les meilleurs et les plus appropriés selon leurs besoins particuliers et leurs désirs. » Et quant à l'impression et la technologie 3D en général, Michele croit que rien n'est impossible. « Mais j'espère sincèrement que dans l'avenir, une bonne partie de la technologie servira à trouver des remèdes pour des maladies comme l'Alzheimer et le cancer ainsi qu'à améliorer l'éducation partout dans le monde. Cela dit, ajoute-t-elle, j'ai toujours voulu mon propre réacteur dorsal, pour voler d'un endroit à l'autre de la ville, mais il faudrait d'abord que quelqu'un trouve le moyen d'éviter qu'il ne s'écrase! »

2. Ambrose Clancy, *Profil ICONique : Jamie Drake*
« La réalisation artistique semble être un parcours fascinant pour l'impression 3D. Mais ce qui fait peur est la fabrication d'armes en plastique à la maison », dit Ambrose en révélant certains avantages et inconvénients de la technologie présentée dans l'article principal de ce numéro. Que du positif, par contre, au cours de son entrevue avec Jamie Drake pour la série « Profil ICONique » (p. 52). Il a été impressionné par « le sens de la direction de Jamie Drake et sa conviction de ne pas se laisser distraire le temps venu de prendre une décision importante, mais plutôt d'agir avec fermeté et célérité », dit-il en citant son engagement, dans sa jeunesse, à vouloir fréquenter l'école de design Parsons et sa décision,

plus tard, de s'associer à un partenaire, après près de 40 ans de gestion de sa propre entreprise. Cependant, le designer a surpris Ambrose, en expliquant qu'il n'y avait désormais plus de « formules toutes faites pour le design dans différentes régions du pays ». Professionnellement parlant, mais aussi sur une note plus personnelle, Ambrose est rédacteur en chef du *Shelter Island Reporter*, qui a récemment obtenu un prix de la National Newspaper Association pour l'« excellence générale » d'un hebdomadaire. « Nous laissons tous ce prix nous monter à la tête avec joie », déclare-t-il.

3. Jessica Goldbogen Harlan, *La cuisine tournée vers l'avenir*
Jessica a fréquenté l'Institute of Culinary Education; s'identifier à son article sur le design des cuisines (p. 44) s'est donc avéré être une recette gagnante. « Voir cette technologie intelligente finalement intégrée à la cuisine résidentielle est vraiment enthousiasmant. J'ai entendu parler des appareils de cuisine intelligents pour la première fois il y a environ 20 ans... et cela a mis du temps à prendre forme, mais je suis heureuse de voir enfin arriver ces innovations! » Les nombreuses options et modifications offertes aux personnes aux prises avec des enjeux de mobilité, ainsi qu'aux petits enfants, ont plu à Jessica. « J'enseigne la cuisine aux enfants, et je les vois devoir composer avec des comptoirs trop hauts, des micro-ondes qu'ils ne peuvent atteindre et d'autres obstacles. Si l'on conçoit certaines parties de la cuisine en fonction des enfants, ils grandiront sans doute en ayant confiance en eux et en sachant cuisiner », souligne-t-elle. Et pour ce qui est de l'impression 3D, Jessica aimerait en voir davantage dans la cuisine. « Je crois que la technologie a un potentiel incroyable pour des objets comme les poignées de tiroir, les séparateurs de tiroirs dans les modules d'armoires non standard, ou encore des luminaires et autres touches décoratives. »

4. Brian Libby, *Prêt-à-imprimer*
« Je suis très enthousiaste vis-à-vis des capacités d'impression en 3D, s'exclame Brian, à tel point que je soupçonne que dans l'avenir, on ne l'appellera pas nécessairement impression 3D puisqu'elle aura évolué bien au-delà de son but initial pour devenir une réelle industrie de la construction automatisée. La variété de matériaux que l'on peut désormais imprimer, du béton et des céramiques au métal et au verre, est ce qui me frappe le plus. » Bien qu'il en ait appris beaucoup en recherchant le sujet pour ce numéro (p. 38), ce qui l'a le plus surpris est le « processus d'impression liquide rapide qui a été développé par le MIT et Steelcase. C'est vraiment Impression 3D version 2.0. » Sa liste de souhaits personnels? « L'amateur de football collégial en moi aimerait vraiment un modèle réduit du stade Rose Bowl. » Dans ses temps libres, Brian travaille à un livre : *In Search of Portland [Oregon]*, « sur l'histoire de la ville et de certains de ses résidents les plus célèbres, du peintre Mark Rothko au musicien Elliott Smith. »

5. Barbara Thau, *Le syndrome chinois*
S'informant sur les tarifs douaniers pour son article « Les affaires du design » (p. 26), Barbara a constaté avec surprise « les étroites relations symbiotiques tissées au fil du temps entre le secteur manufacturier chinois et la communauté du design nord-américaine — qu'il est impossible de remplacer en une minute de New York ». Comparaison des plus appropriées de la part de cette magicienne des mots new-yorkaise. Et que pense Barbara de l'impression 3D, de sa technologie en développement et de ses possibilités? « J'adore l'idée d'utiliser la 3D pour mettre le pouvoir de la création personnalisée dans les mains des consommateurs », dit-elle. ●



Island and Countertop, CALACATTA SLIK and MOVEMENT | Residential Project, Cape Town (South Africa) | Designed by Tamara Karsten, Spotlights Kitchen

www.neolith.com

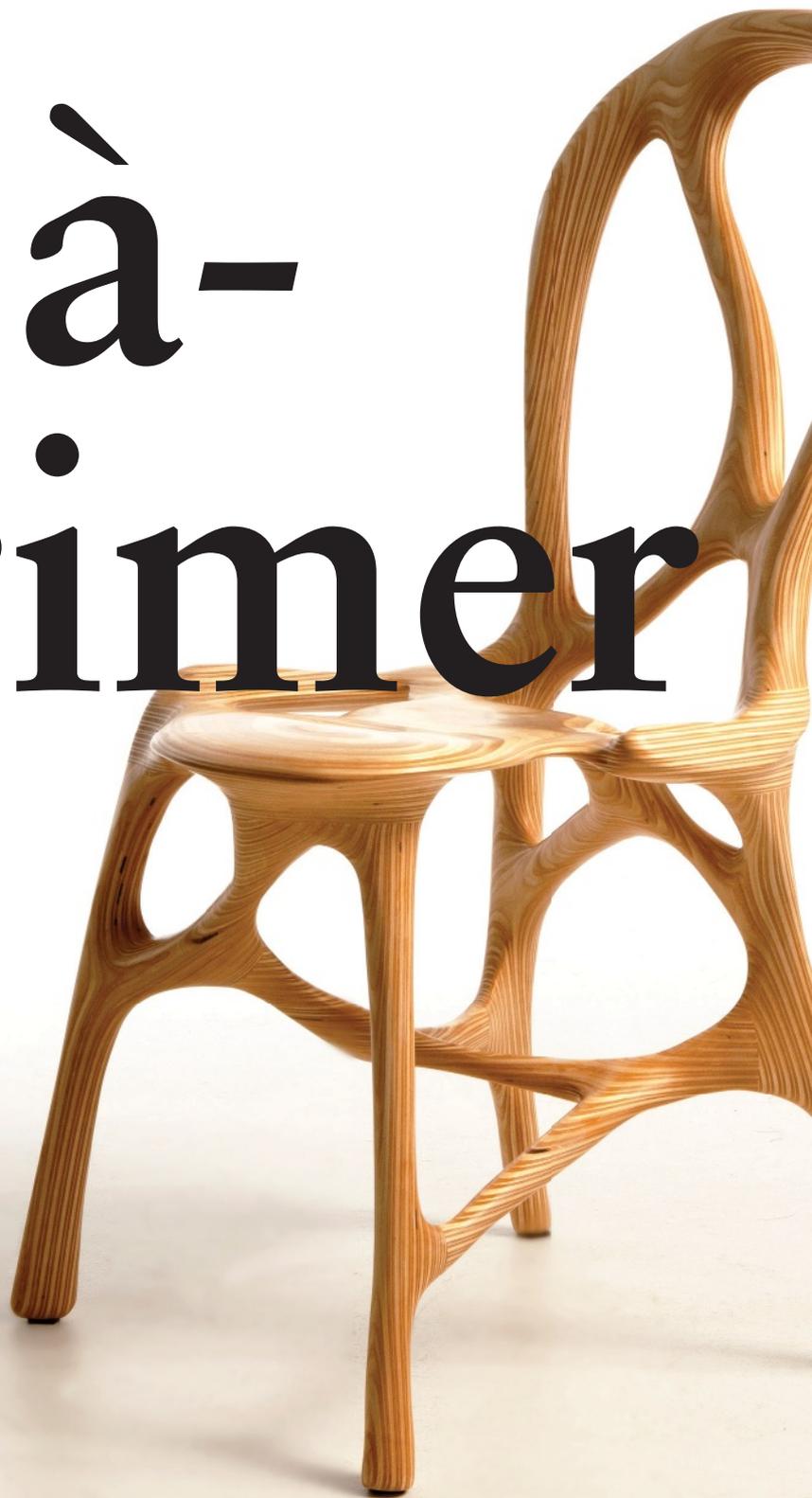
NEOLITH®, DESIGN, DURABILITY, VERSATILITY, SUSTAINABILITY.

Interior and exterior applications: Countertops, Cladding, Furniture and Flooring. Resistant to stains, scratches, chemicals, extreme temperatures and UV exposure. Maximum format, minimum thickness, different finishes. More than 50 selections available.



Le designer Peter Donders
allie savoir-faire et technologie
informatique pour créer
des pièces de mobilier
exceptionnelles, notamment
sa chaise Dusty faite de
contreplaqué de bouleau.
(Photo : PeterDonders.com)

Prêt-à- imprimer





L'impression en 3D est en train de changer la manière dont sont faits tous les objets, du mobilier aux robinets, et jusqu'aux bâtiments mêmes

Permettant de produire les objets les plus minuscules autant que des bâtiments à l'échelle, l'impression 3D est l'une de ces rares inventions, comme Internet ou la presse à imprimer, qui a le pouvoir de transformer notre vie quotidienne et même notre économie tout entière.

Depuis la révolution industrielle, la fabrication a largement été réservée aux quelques élus qui possédaient les ressources pour la production en masse. Désormais, grâce à la nouvelle génération d'imprimantes 3D, beaucoup étant abordables, tout un chacun peut se livrer au processus de la conception et de la production d'un objet, n'importe où — qu'il s'agisse de particuliers bricoleurs à la maison, de designers réalisant des prototypes de leurs idées ou, dans certains cas, d'entreprises se livrant à une forme modeste de production de masse. Cela dit, l'on s'attend à ce que le marché de l'impression 3D atteigne une valeur de plus de 32 milliards de dollars d'ici 2023, à un rythme de croissance annuel d'un peu plus de 35 pour cent, selon la firme de recherche interentreprises MarketsandMarkets.

Sans doute, nulle profession ne sera en fin de compte plus touchée par l'avenir de l'impression 3D que le design d'intérieur. Chaque échelle de design, à la maison, au travail et dans les loisirs, pourrait l'être. Mais toute nouvelle technologie apporte aussi son lot de battage publicitaire. Jusqu'où l'impression 3D a-t-elle réellement fait son chemin auprès du grand public, et jusqu'où peut-on s'attendre à ce que la technologie nous mène ?

Bien entendu, il n'y a pas qu'une seule réponse à cette question, car il existe tout un paysage de produits et de possibilités d'impression 3D à explorer. Ce qui est clair, cependant, c'est que la notion de base que nous avons de cette technologie — objets relativement petits faits de minces couches de résine de plastique — est déjà en train de se transformer.

Des sources de possibilités

Un exemple typique, la collection de robinets DXV d'American Standard, par LIXIL Corporation, des produits imprimés en 3D au moyen d'une poudre de métal, qui a été présentée pour la première fois en 2015. Avec leurs formes sculpturales qui dirigent de manière artistique le flot de l'eau qui en coule, les robinets se distinguent, même lorsqu'on ne sait pas qu'ils ont été imprimés au moyen de cette technologie. Le modèle Vibrato, par exemple, se tordsse en un maillage, tandis que dans le modèle Shadowbrook, 19 jets individuels se combinent en un seul, reproduisant ainsi le chant d'un ruisseau.

« Le critère le plus important pour utiliser l'impression 3D est qu'il s'agit de la seule technique possible pour fabriquer ces formes », explique Jean-Jacques L'Henaff, vice-président du design pour LIXIL Americas. « Les gens croient qu'il suffit d'appuyer sur le bouton Impression pour qu'un produit apparaisse. Mais c'est un peu plus complexe que cela. Ce fut une courbe d'apprentissage plutôt longue. »

Pour imprimer les robinets DXV, l'on se sert d'une poudre de métal que l'on fait fondre pour créer les différentes formes, mais la forme en porte-à-faux de la plupart des robinets était problématique. « Nous avons constaté que l'impression au métal exigeait une structure d'appui, explique M. L'Henaff. Vous la réalisez en plastique, puis la faites fondre après coup. Nous avons effectué environ 100 essais d'impression de ces robinets avant de trouver la bonne manière de procéder, chacun des essais exigeant environ 100 impressions. Il a fallu beaucoup de temps avant d'en arriver à un point où nous pourrions créer un processus reproductible. Mais maintenant que nous avons résolu cette énigme, nous pouvons créer toutes les formes que nous voulons. »

Le métal n'est pas le seul matériau utilisé pour l'impression 3D de ces jours. Les chercheurs de l'institut de technologie Karlsruhe en Allemagne, ainsi que ceux du Massachusetts Institute of Technology, ont expérimenté l'impression au moyen de verre. Les imprimantes 3D à la céramique sont déjà sur le marché, permettant à quiconque d'imprimer tout ce qui lui passe par la tête, des carreaux de plancher aux assiettes et autres articles de maison. Plus que jamais, il est possible pour les designers de créer un concept totalement intégré, comme certains grands tel Frank Lloyd Wright l'ont déjà fait, concevant tout, de la maison elle-même à la table et aux objets qui vont dessus.



Le robinet Vibrato imprimé en 3D de DXV propose un motif léger de dentelle interprété au moyen de métaux robustes.
(Photo : DXV)

3D + savoir-faire

Les meubles se prêtent vraiment bien à l'impression en 3D, et, au cours de la dernière décennie, un grand nombre de designers de mobilier ont produit des tables, des chaises et autres articles au moyen de ce processus. En 2014, par exemple, Philips, a commandé une série de luminaires imprimés en 3D aux agences de design WertelOberfell de Berlin et Strand+Hvass du Danemark, bien que leur prix se chiffrait dans les milliers de dollars. Plus récemment, IKEA a présenté sa collection OMEDELBAR d'éléments décoratifs muraux en métal imprimés en 3D, qui ont la forme de mains.

De nombreux designers de mobilier découvrent des moyens de produire des meubles qui combinent l'aspect de l'impression en 3D avec le savoir-faire traditionnel. Dans de nombreux cas, la version imprimée en 3D d'un meuble sert de prototype, mais dans d'autres cas, cependant, il s'agit d'un produit fini. Et encore d'autres scénarios trouvent que l'impression en 3D ne permet pas réellement de fabriquer le meuble, mais rend sa réalisation possible. Prenons Peter Donders, le designer belge de mobilier, qui se sert de l'impression 3D à la fois comme méthode de production et, dans d'autres cas, pour créer les moules de pièces qui seront fabriquées selon une méthode traditionnelle. « En tant qu'artisan, j'ai l'habitude de fabriquer des objets à la main », dit Peter Donders, fils de charpentier ayant grandi en construisant des meubles, mais qui a commencé à utiliser l'impression en 3D il y a une décennie. « Je peux aller beaucoup plus loin dans mes créations : plus de complexité, plus de détails et encore plus de variations sur un même concept. »

Sa chaise *Batoidea*, produite pour la première fois dans le cadre d'un concours lors de la semaine du design de Moscou en 2011, est fabriquée à partir de moules à usage unique imprimés en 3D avec du sable pour créer une chaise toute en courbes dont la forme rappelle une toile d'araignée. Pour un concept ultérieur — la chaise Ti-Join —, Peter Donders a conçu et imprimé en 3D les joints en titane, en plus d'utiliser le processus du moule de sable. Sur la chaise Ti-Join, les joints imprimés prennent la vedette, plutôt qu'être considérés comme des éléments qu'il faut dissimuler à la vue. « Le client adore voir les détails de la fabrication, explique le concepteur. Cela donne de la personnalité au design, outre sa forme. »

Une maison imprimée en 3D au Texas, créée au moyen de l'imprimante Vulcan d'ICON, pourrait devenir la solution à la pénurie de logements partout dans le monde.
(Photo : ICON)

Prêt-à-imprimer — par Brian Libby



S'attaquant à des travaux de plus grande échelle, Zaha Hadid Architects a fait sensation très récemment avec KnitCandela — une coquille de béton mince et sinieuse construite sur une forme ultralégère tissée en 3D que l'on a transportée de la Suisse au Mexique dans une valise. Exposée au Museo Universitario Arte Contemporáneo (MUAC) de Mexico, KnitCandela réalisée au moyen de KnitCrete rend honneur aux structures de coques de béton créées par l'architecte et ingénieur hispano-mexicain Félix Candela. KnitCrete est un textile technique tricoté en 3D, dont la technologie a été développée chez ETH Zurich par le Block Research Group, en collaboration avec la chaire de Physical Chemistry of Building Materials qui fait partie du Swiss National Centre of Competence in Research (NCCR) Digital Fabrication. Les coffrages ne sont pas seulement faciles à transporter, mais ils réduisent la nécessité de structures de soutien additionnelles et contribuent aussi à simplifier la logistique sur les chantiers de construction.

« Les gens croient qu'il suffit d'appuyer sur le bouton Impression pour qu'un produit apparaisse. Mais c'est un peu plus complexe que cela... [et la] courbe d'apprentissage [est] plutôt longue. »

—JEAN-JACQUES L'HENAFF, LIXIL AMERICAS

Des maisons à la conquête du monde

Dans le monde de la construction d'aujourd'hui, nous sommes aussi témoins des remarquables débuts des bâtiments imprimés en 3D. En 2016, par exemple, la firme Gensler a vu la réalisation du premier immeuble de bureaux imprimé en 3D, ou plutôt des premiers immeubles, car il s'agit d'un groupe de structures d'un seul étage, et de 2 600 pieds carrés (241,5 m²), qui sont devenues le siège social de la Dubai Future Foundation. Chacun des immeubles a été fabriqué à Shanghai au moyen d'imprimantes 3D productrices de béton, puis on les a expédiés à Dubai, où ils ont été assemblés. Les coûts de main-d'œuvre estimés par Gensler ont été coupés de 75 pour cent et l'ensemble des déchets de construction d'environ la moitié.

Plus récemment, ICON, la société de technologies de la construction établie au Texas s'est associée à New Story, organisme à but non lucratif de l'habitation afin de construire des dizaines, voire des centaines, de maisons imprimées en 3D dans les pays en développement, à partir de 2019. Et à titre de validation de principe, un peu plus tôt cette année, ils ont créé à Austin, Texas, la première maison imprimée en 3D autorisée au pays : une modeste habitation de 350 pieds carrés (32,5 m²) en béton, réalisée au coût de moins de 4 000 \$, en 48 heures. L'imprimante, fabriquée par ICON, était un prototype que la société croit être en mesure d'améliorer bientôt.

« Le prototype a fonctionné à merveille. Il ne reste plus maintenant qu'à en faire une pièce de technologie modulaire », fait remarquer Jason Ballard, cofondateur et PDG d'ICON. Il estime que la deuxième version sera en mesure d'imprimer des maisons pouvant aller jusqu'à 2 000 pieds carrés (186 m²). Mais Jason Ballard croit que, pour réussir dans le marché américain, l'impression en 3D au moyen de béton ou autres matériaux de construction de base se doit d'être plus raffinée sur le plan esthétique. « Beaucoup de gens parmi le public américain ayant vu la première maison que nous avons imprimée à Austin l'ont adorée. Nous avons eu des milliers de demandes, explique-t-il. Mais un certain segment a indiqué ne pas être encore tout à fait prêt à ça. » En effet, une maison a besoin de plus que des murs et un toit, comme de l'isolation, du câblage électrique et de la place pour des conduits de ventilation et des fenêtres.

Malgré tout, Jason Ballard fait valoir que l'impression en 3D est destinée à être plus qu'un marché à créneau. « Ce n'est pas seulement pour l'arrière-cour des gens ou pour les pays en développement, dit-il. Vous pouvez construire une cabane ou un manoir. C'est un nouveau paradigme. »

Une imprimante 3D a créé les éléments de béton pour ces bureaux conçus par Gensler pour la Dubai Future Foundation. Ces éléments ont ensuite été assemblés sur place, plutôt que construits, ne générant que très peu de débris.
(Photo : Gensler)



Actif liquide

Étant donné la manière dont l'impression en 3D a déjà transformé l'industrie, il est facile d'oublier qu'il s'agit encore d'une technologie émergente. En fait, peut-être qu'un jour, plus personne n'utilisera l'appellation impression 3D et que cette invention du 21^e siècle qui change la donne sera en réalité connue sous le nom d'impression liquide rapide...

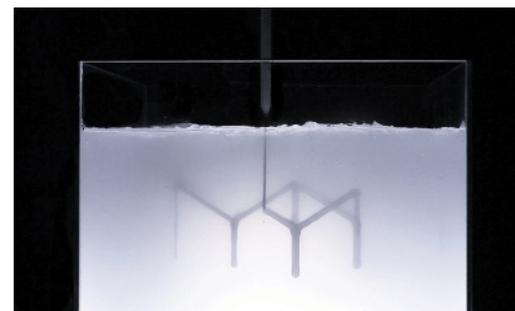
L'année dernière, lors de la semaine du design de Milan, une équipe du Self-Assembly Lab du Massachusetts Institute of Technology, en partenariat avec le fabricant Steelcase et le designer industriel Christophe Guberan, ont dévoilé une méthode d'impression 3D qui imprime à l'intérieur d'un grand contenant de gel. Essentiellement, ce nouveau processus permet aux designers de créer un plus grand éventail de formes avec un sentiment de fluidité que l'impression 3D classique n'a pas encore été en mesure d'offrir. Pourtant, d'un point de vue pratique, l'impression liquide rapide est aussi considérablement plus rapide et peut plus facilement imprimer à une grande échelle. Tout ce qu'il faut est un grand réservoir et une grande quantité de gel. Cela, explique Charlie Forslund, directeur de l'approvisionnement, Innovation matérielle, de Steelcase, offre une possibilité de réelle personnalisation de masse.

« Une nouveauté, en elle-même, ne se suffit pas. L'impression 3D, comme toute technologie, doit offrir un avantage distinct, déclare M. Forslund. La personnalisation ou l'expression que vous pouvez donner à un objet ou un produit qui n'était pas possible auparavant : cela pourrait être quelque chose. » Il voit différentes formes d'impression 3D, que ce soit l'impression liquide rapide ou d'autres versions permettant d'augmenter la taille et la vitesse, devenir une sorte de passerelle, « entre des manières à très faible volume et à coût très élevé de fabriquer quelque chose, et l'autre extrémité du spectre, qui produit des unités par dizaines ou centaines de milliers. L'impression 3D peut être un pont entre ces deux extrêmes. Ainsi, vous pourriez introduire

à plus faible volume un produit dans un marché et, lorsqu'il atteint un volume plus élevé, vous auriez le potentiel de passer à une forme de fabrication différente. » Steelcase envisage un avenir où les tables, chaises et autres meubles de base pourront être personnalisés pour chaque client.

Mais cela ne signifie pas toutefois que la plupart des firmes de design d'intérieur ou d'architecture utilisent l'impression 3D quotidiennement ni même pour produire une partie de chaque produit architectural fini. Même chez les sociétés comme Gensler, qui a conçu les immeubles de bureaux au moyen de l'impression 3D à Dubai et a attiré l'attention l'année dernière pour un produit de recherche combinant drones et impression 3D, « il est un peu plus rare d'utiliser l'impression 3D du côté des intérieurs et de l'architecture », explique Josh Berliner, designer architectural et industriel du bureau de San Francisco. « Mais beaucoup d'aspects de l'impression 3D offrent tellement de potentiel. Nous en arriverons à un point où nous pourrions imaginer des techniques de construction légèrement différentes qui transformeront notre manière de construire. Et je crois que c'est vraiment enthousiasmant. » ●

Une méthode en 3D qui imprime des formes exceptionnelles à l'intérieur d'un grand récipient de gel a été dévoilée à la semaine du design de Milan en 2017.
(Photo : Steelcase)





Le dessus de la table Bassline de Steelcase a été imprimé au processus d'impression liquide rapide en seulement 28 minutes, n'exigeant que peu de manipulation, outre que la fixation des pattes.
(Photo : Steelcase)

« Une nouveauté, en elle-même, ne se suffit pas. L'impression 3D, comme toute technologie, doit offrir un avantage distinct... vous pourriez introduire à plus faible volume un produit dans un marché et, lorsqu'il atteint un volume plus élevé, vous auriez le potentiel de passer à une forme de fabrication différente. »

—CHARLIE FORSLUND, STEELCASE

BRIAN LIBBY
est journaliste, photographe
et cinéaste primé. Ses articles ont
paru dans The New York Times,
The Wall Street Journal, The Atlantic
et Architectural Digest.

La vie (et le logement) sur Mars



David Bowie demandait dans l'une de ses célèbres chansons s'il y avait de la vie sur Mars... Si les humains colonisent un jour la planète rouge, les imprimantes 3D pourraient bien y jouer un rôle essentiel : permettre à des robots de bâtir des habitations. Par le biais de sa direction de missions de technologie spatiale, la NASA explore de telles possibilités grâce à son programme Centennial Challenges (défis du centenaire). Dans le cadre de ce concours, la NASA s'est associée à l'université Bradley pour son défi de l'habitat imprimé en 3D, un processus comptant plusieurs étapes dans lequel des équipes d'étudiants universitaires créent avec succès de premières représentations numériques des caractéristiques physiques et fonctionnelles d'une maison sur Mars au moyen d'outils logiciels spécialisés. La prochaine étape, qui aura lieu en avril 2019, consistera à se réunir à l'usine du commanditaire Caterpillar inc. en Illinois (près de l'université Bradley) pour construire les modèles.

« Jusqu'à maintenant, le processus a mis en lumière d'intéressantes questions et possibilités », indique Lex Akers, Ph. D., doyen du Caterpillar College of Engineering and Technology à l'université Bradley. « Par exemple, comment construire l'imprimante 3D ? Devez-vous simplement créer une version agrandie d'une imprimante existante, ou vous servir de la fonctionnalité d'autonomie d'un robot relativement grand qui se déplace autour de l'objet qu'il imprime ? Nous avons vu les deux solutions. Nous construisons des habitations, donc nous sommes en train de construire un dôme. Il doit être fait d'un matériau que l'on peut mettre en place rapidement, mais aussi qui se solidifie rapidement, afin que vous puissiez continuer à bâtir. Certains utilisent une structure intérieure qu'ils sacrifieront, et cela a dû être fait de manière autonome. D'autres se servent de matériaux de leur invention qui permettraient une impression rapide sans aucune structure interne. »

Mais ce qui est sans doute le plus enthousiasmant, c'est que la NASA encourage les équipes d'étudiants à envisager d'utiliser la matière indigène à la planète, comme la terre et la roche. « Nous en sommes à un point où nous savons de quoi est fait le sol de Mars, et chaque gramme que vous embarquez dans une fusée est précieux, mentionne M. Akers. C'est donc tout simplement logique d'utiliser ce qui est déjà sur place, tout comme les humains l'ont toujours fait sur Terre. »

Que nous soyons sur notre troisième planète à partir du Soleil ou sur Mars, M. Akers croit le contexte élargi voulant que l'impression 3D fasse partie de l'automatisation de l'industrie de la construction du futur. « Il y aura moins de travail manuel et beaucoup plus de programmation innovante, dit-il. Il y aura un plus grand besoin d'architectes et d'ingénieurs et moins de dur labeur à gagner sa vie en transportant des choses d'un côté ou de l'autre. » Mais cette rapidité et cette efficacité contribueront à résoudre des problèmes. « On a estimé qu'il faudrait construire encore 30 millions d'habitations par année, pour faire face à la croissance de la population et à ceux qui n'ont pas de maison. Mars n'est pas le seul endroit où nous avons besoin de construire rapidement. »

La cuisine tourne l'avenir

Des enfants curieux aux baby-boomers qui prennent de l'âge, du mouvement écologique à la technologie du téléphone intelligent, une foule de facteurs influent sur le design de la cuisine d'aujourd'hui

Alors que la cuisine a longtemps été le cœur de la maison, il est logique qu'elle évolue à mesure que changent les modes de vie. « Les gens ne se soucient pas de leur salon, ils veulent simplement une pièce à vivre qui est centrée autour de la cuisine », proclame Liz Dickson, propriétaire et designer principale de Millbrook Circle Interior Design de Baltimore.

Les designers, tout comme les fabricants, rapportent que les styles transitoires et contemporains sont ceux qui règnent chez les consommateurs, mais que derrière une allure léchée, se trouve une cuisine qui fonctionne réellement pour son utilisateur, qu'il s'agisse d'une petite de six ans qui se prépare un sachet de maïs soufflé, d'un millénarier futé qui adore recevoir ou d'une baby-boomer aux genoux arthritiques. Les nouvelles technologies, les aménagements réinventés ainsi que les matériaux et les appareils qui contribuent à une maison saine et un monde durable entraînent aussi les choix que l'on fait dans les projets de rénovation de cuisine d'aujourd'hui.

Les avancées en technologie de la cuisson, ainsi que des styles qui se démarquent ou qui se fondent dans le décor définissent la cuisine chez Bertazzoni.
(Photo : Bertazzoni)

e ée vers



Un design qui compte

Les styles les plus populaires de cuisines aux États-Unis sont, dans l'ordre, la cuisine de ferme, le transitionnel et le contemporain, selon le *2018 Kitchen & Bath Design Trends Survey* de la National Kitchen & Bath Association (NKBA). Ces trois styles se trouvaient au sommet de la liste de 73 à 79 pour cent des personnes interrogées. Entre-temps, au Canada, les cuisines de style contemporain sont les plus populaires, selon 83 pour cent des professionnels interrogés, suivies par celles de style transitionnel et moderne du milieu du siècle dernier.

Cela ne surprend pas les fabricants d'armoires comme Wood-Mode inc. « Au cours des dernières années, l'attrait des styles transitoire et contemporain a constitué un changement de taille », dit Marianne White, directrice du développement des détaillants. Plus particulièrement, on remarque un intérêt accru pour les lignes nettes, les moulures simplifiées, et l'on s'éloigne des poteaux tournés et des détails sculptés qui étaient naguère populaires. L'intérêt réside dans le détail : des finis texturés, de ceux obtenus par les techniques de peinture au blanc de céruse ou de sablage du bois au jet, ce qui en met en valeur le grain, ou encore des stratifiés aux effets tactiles.

Les finitions qui captent l'attention sont aussi importantes chez SapienStone, qui façonne des dessus de comptoirs et autres surfaces dures en porcelaine. Rovere Baio et Rovere Buckskin sont deux nouveaux finis conçus de manière à reproduire des surfaces de bois. « Lorsque vous les regardez et les touchez, leur surface offre une certaine irrégularité », indique James Amendola, directeur des ventes nationales et du marketing chez SapienStone. Ils offrent la même apparence que du bois vieilli, et nous utilisons notre technologie de pigmentation dans la masse, de sorte que vous pouvez voir les nervures de l'effet bois sur les bords.

Les plans d'aménagement à aire ouverte continuent d'être la norme en design résidentiel, la cuisine s'intégrant alors entre zone de détente, coin salle à manger et cheminée. Mais, selon Mme White, alors que les propriétaires profitent du concept de la grande salle, on observe néanmoins un mouvement qui consiste à minimiser ou dissimuler les « éléments fonctionnels » de la cuisine lorsqu'on ne s'en sert pas. « Dans le passé, de gros appareils commerciaux encombrants prenaient la vedette, explique-t-elle. Mais aujourd'hui, nous nous efforçons de réduire leur impact sur le design. Les gens placent des panneaux intégrés sur les appareils de manière à les faire disparaître parmi les armoires. »

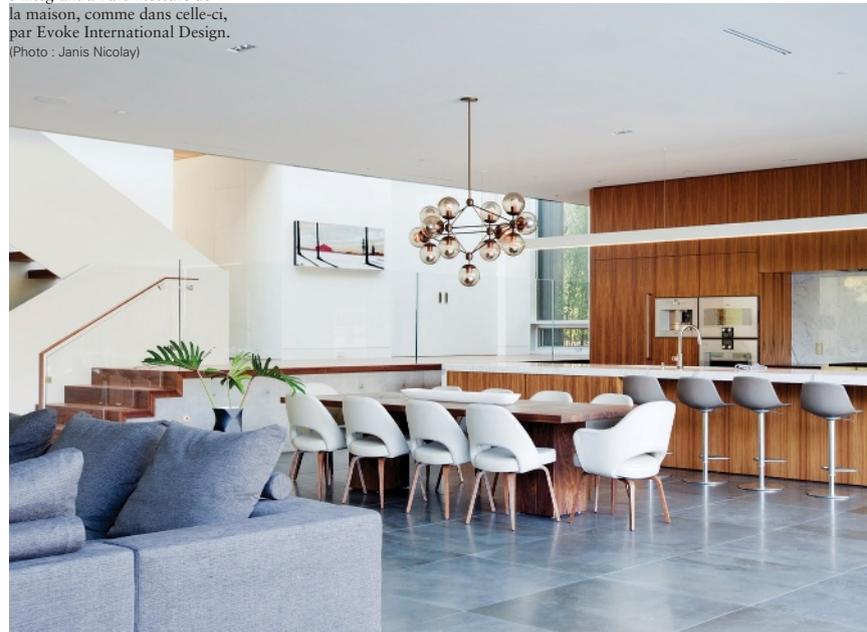
Et par conséquent, ajoute Mme White, « Vous finissez par cacher à la vue la partie utilitaire de votre cuisine afin que celle-ci soit plus attrayante, vue de l'autre extrémité de la pièce, où peuvent se trouver votre canapé, la cheminée et un grand écran de télé. »

David Nicolay, cofondateur et premier directeur d'Evoke International Design inc. de Vancouver, en Colombie-Britannique, Canada, convient que le plan à aire ouverte de nombreuses maisons a une incidence sur la manière de concevoir la cuisine. « Notre objectif est de faire des cuisines qui s'intègrent dans l'architecture de la maison aussi bien qu'une pièce d'ébénisterie, fait-il remarquer. Et de nos jours, les principaux appareils sont si bien conçus et minimalistes qu'ils deviennent un atout dans l'esthétique d'ensemble de la cuisine. » Des cuisinières à induction et des éviers de cuisine aux lignes épurées et faits de matériaux qui se fondent aux comptoirs comptent parmi les moyens de faire une cuisine profilée et plus compatible visuellement avec le reste de la maison.

À l'autre extrémité du spectre, certains fabricants font encore le choix d'offrir des articles qui en imposent. « Plutôt que cacher le réfrigérateur derrière un panneau, les designers peuvent s'en servir comme pièce de résistance », indique Andrew Shead, directeur des ventes et du marketing chez True Residential, une division de True Manufacturing. Et il cite pour exemple la nouvelle finition bleu cobalt, que l'on a vue récemment sur le réfrigérateur côte-à-côte True 48 avec porte en verre.

Liz Dickson voit aussi de subtils changements en matière de design de cuisine, qui reflètent la manière dont les gens vivent, cuisinent et reçoivent de nos jours. Les micro-ondes se sont déplacés, d'au-dessus des cuisinières à une armoire murale, une armoire du bas, ou même à un tiroir. Le petit bureau est désormais désuet, souvent remplacé par un coin-bar ou un réfrigérateur-cellier, plus particulièrement chez ceux qui reçoivent beaucoup. Les dessus de comptoir ne servent plus à exposer le plus récent appareil à la mode ou un joli ensemble de bols, articles qui sont maintenant cachés dans des armoires ou des « garages » pour petits appareils.

Les plans de cuisine ouverts permettent de créer des cuisines s'intégrant à l'architecture de la maison, comme dans celle-ci, par Evoke International Design. (Photo : Janis Nicolay)



Aires de circulation élargies et poignées faciles à agripper signifient que des lieux nets et modernes, comme cette cuisine par Adam Gibson Design, peuvent être accessibles pour tous. (Photo : Tony Valainis)

Une cuisine pour tous

Selon la NKBA, 30 pour cent des personnes qui entreprennent un projet de rénovation de cuisine le font pour mettre leur cuisine à niveau afin qu'elle corresponde à leurs besoins alors qu'ils prennent de l'âge, et leur retraite. Cette population, que l'on a nommée celle du « vivre chez soi », profite de modifications telles que comptoirs sans éblouissement, robinets « mains libres », lampes à DEL plus brillantes, surfaces de cuisson à induction plus sécuritaires et armoires organisées de sorte que les articles les plus utilisés se trouvent à une hauteur facilement accessible.

Liz Dickson de Millbrook Circle ajoute que beaucoup de caractéristiques sont offertes, des dessus de comptoir à hauteur réglable aux armoires accueillant des cuisinières en passant par des fours muraux plus bas et des éviers accessibles en fauteuil roulant. La meilleure partie est que — tout comme ce qui se passe dans le design de salles de bain (voir « Beauté et sécurité pour tous », p. 54) — le design pour les personnes ayant des problèmes de mobilité est souvent indétectable, comparativement aux allures utilitaires des solutions d'antan.

« Alors que croît le pourcentage de la population vieillissante, nous allons rater le coche si nous ne concevons pas en fonction de ce groupe », fait remarquer Adam Gibson, d'Adam Gibson Design à Carmel, Indiana. Parmi les éléments dont peuvent tenir compte les designers dans la cuisine, ajoute-t-il, on compte des portes plus larges pour accès en fauteuil roulant ou avec un déambulateur, des poignées plus faciles à agripper pour les doigts aux prises avec l'arthrite et des commandes d'éclairage regroupées.

Mme White mentionne que Wood-Mode répond souvent à des demandes de designers qui cherchent à apporter des modifications spécifiques à leurs clients. Il peut s'agir d'un espace coup-de-pied pour accommoder un fauteuil roulant ou d'un tiroir pour micro-ondes placé à une hauteur convenant à un enfant.

« Tout le monde devrait être en mesure d'utiliser un appareil », fait remarquer M. Shead de True Residential. « Dans nos réfrigérateurs de 30 pouces verticaux et côte-à-côte, les composants fonctionnels sont situés au haut, ce qui fait que la tablette supérieure est beaucoup plus basse que dans bien des frigos intégrés, et que plus de gens peuvent avoir accès aux tablettes sans utiliser de marchepied. »

Avec l'augmentation des émissions de cuisine avec des enfants et le désir de les faire participer à la préparation des repas, ainsi que leur donner plus d'indépendance, il est important que la cuisine soit sûre et accessible pour eux. Chez True, les réfrigérateurs sous comptoir ou les tiroirs réfrigérants sont populaires auprès des familles avec enfants, plus particulièrement pour des collations facilement accessibles. « L'une des plus grandes demandes que nous recevons vient de parents qui veulent encourager les jeunes enfants à utiliser la cuisine de manière sécuritaire, explique David Nikolay. Cela se manifeste typiquement par la conception de zones accessibles pour leur permettre de préparer seuls des aliments de tous les jours comme les céréales et le pain grillé. C'est presque devenu la norme dans tous nos concepts, désormais. »



Sain et vert

« On pense plus que jamais aux matériaux durables, et je m'attends à ce que cette tendance se poursuive avec l'utilisation d'électroménagers et de systèmes chauffage, ventilation et climatisation (CVC) encore plus efficaces », souligne Adam Gibson. Parmi les nouvelles tendances en matière de durabilité et de santé qu'il voit arriver, l'on compte des lave-vaisselle sans paramètres de chaleur, des puits de lumière tubulaires, des produits sans COV et des chauffe-eau à la demande, sans réservoir.

Chez Wood-Mode, Marianne White fait remarquer que les designers tiennent de plus en plus compte des répercussions sur la santé lorsqu'ils choisissent des accessoires et des appareils. « Tous nos matériaux sont réglementés quant aux produits chimiques et aux adhésifs que nous utilisons afin de faire en sorte qu'ils ne contiennent aucun élément nocif. »

Entre-temps, SapienStone, aborde tant les aspects de la santé que les aspects environnementaux dans son développement de produits et son processus de fabrication. James Amendola dit que les surfaces de SapienStone sont réalisées sans résines et sont non poreuses, ce qui signifie qu'elles n'absorbent pas de bactéries d'origine alimentaire. Sur le plan environnemental, les usines de l'entreprise en Italie et au Tennessee recyclent tous les matériaux, comme les chutes ou les pièces imparfaites. Elles recyclent également leurs eaux et produisent une quantité minimale d'émissions et de gaz de dégagement.

M. Amendola fait remarquer un autre aspect de la durabilité chez SapienStone : « Parce que nous sommes en mesure de reproduire l'aspect et la texture tactile de la pierre naturelle, nous contribuons à ralentir l'épuisement des carrières, partout dans le monde. »

Le futur, c'est maintenant

Liz Dickson voit beaucoup d'options durables du côté des comptoirs. Entre autres, elle aime les surfaces qui intègrent du verre recyclé, ainsi qu'un comptoir de Durat cent pour cent recyclable, qui est aussi fait de matières recyclées.

Les appareils ménagers eux aussi deviennent plus respectueux de l'environnement. On conçoit des lave-vaisselle qui utilisent moins d'eau et d'énergie, et les condensateurs de réfrigérateurs sont plus petits et requièrent moins de liquide de refroidissement. Chez Dacor, l'entreprise a choisi des matériaux plus performants et écoénergétiques pour un grand nombre de ses réfrigérateurs. Certains fabricants utilisent aussi du liquide réfrigérant non polluant et un compresseur qui fonctionne à vitesses variables pour réduire la consommation d'énergie.

Chez True Manufacturing aussi, on prend la durabilité au sérieux. L'entreprise construit des appareils qui dureront de nombreuses années. « Si les unités que nous construisons fonctionnent pendant 30 à 40 ans, cela réduit notre empreinte de beaucoup », indique Andrew Shead. De plus, les réfrigérateurs sont conçus de manière à être beaucoup plus écoénergétiques; l'entreprise se sert de matériaux composites recyclés, ainsi que d'isolant écologique, et elle a grandement réduit l'utilisation de matières dangereuses comme le plomb, le mercure et le cadmium.

Du côté de la construction, la responsabilité environnementale est tout aussi importante. Mme Dickson remarque que, par le passé, les armoires que l'on démolissait s'en allaient directement dans le conteneur à déchets, alors qu'aujourd'hui, la plupart des entrepreneurs les retirent avec soin et en font don à des organismes qui peuvent les revendre ou les donner.



Dacor intègre la technologie tels le Wi-Fi, les écrans tactiles et les caméras de télésurveillance dans de nombreux appareils de cuisson et de réfrigération. (Photo : Dacor)

On fait miroiter depuis longtemps la promesse d'appareils ménagers intelligents, et le temps de cette idée est enfin venu. Il est possible de commander les petits appareils, l'éclairage et le chauffage au moyen d'applications, et de mener les contenants à déchets au doigt et à l'œil. Les écrans plats muraux, les socles d'accueil, les claviers de contrôle de l'éclairage et les dispositifs d'activation par la voix comptent parmi certaines des plus récentes options de haute technologie dans la cuisine, selon le rapport sur les tendances de la NKBA. L'étude montre également que ceux de la génération X (maintenant âgés de 37 à 52 ans) sont plus susceptibles d'ajouter de la technologie dans la conception de leur cuisine.

Ce qui tend à disparaître est le soi-disant « centre de commandes », un bureau où peut se trouver à demeure un ordinateur pour les tâches de la maison comme le paiement des factures et les échanges de courriels. Avec l'arrivée de la technologie sans fil, un endroit câblé pour un ordinateur de bureau devient rapidement désuet puisque les résidents sont maintenant libres d'aller où bon leur semble avec leur tablette ou leur portable. Au lieu de quoi, l'on demande souvent à Liz Dickson de prévoir des ports USB dans les îlots de cuisine ou près des prises de courant pour recharger des appareils.

Au cours des dernières années, nous avons fait d'énormes progrès en matière de développement de produits et de technologie », indique Scott Kim, directeur de produits et de R et D chez Dacor. « Bon nombre de nos produits de cuisson et de réfrigération sont compatibles avec le Wi-Fi au moyen d'écrans tactiles, de contrôles dissimulés et de caméras de télésurveillance. » Il croit que l'industrie continuera de voir le développement de produits pour la cuisine qui intégreront harmonieusement l'automatisation et autres technologies intelligentes au quotidien.

La prévalence croissante de l'éclairage à DEL ouvre elle aussi de nouvelles avenues en matière de design de cuisine. Chez Wood-Mode, une nouvelle gamme d'armoires intègre complètement l'éclairage à DEL ainsi que l'espace pour câblage requis dans le design et l'installation de l'armoire. L'entreprise travaille en partenariat avec Häfele America Co. pour concevoir des applications telles que l'éclairage de tâches et vers le bas ainsi que l'éclairage intégré aux armoires et tiroirs. Chacun de ces éclairages sert à une fonction précise et peut être programmé selon différentes combinaisons selon le moment de la journée ou la tâche à accomplir.

Jeff Wolfe, directeur du marketing pour Wood-Mode fait remarquer, « la technologie à DEL, en tant que source à faible chaleur et énergie, a réellement permis de mettre de l'éclairage dans des endroits plus restreints, il suffit de regarder du côté des voitures, avec leurs bordures de DEL sur les intérieurs ».

Un autre avantage des DEL est la longévité des lampes. Liz Dickson explique qu'il est plus facile d'installer de l'éclairage dans les plafonds voûtés ou autres endroits difficiles à atteindre, puisque les lampes peuvent durer des décennies avant qu'il faille les remplacer.

La cuisson à induction continue de susciter de l'intérêt dans les cuisines du futur, bien que les surfaces de cuisson les plus populaires demeurent celles qui fonctionnent au gaz. SapienStone a mené la technologie de l'induction au niveau suivant, en intégrant une surface à induction directement dans la surface de porcelaine du comptoir.

Bertazzoni aussi propose des avancées en matière de cuisson. L'entreprise indique que son nouveau brûleur au gaz en laiton MonoBloc de 19 000 BTU offre la plus rapide capacité à bouillir de l'eau, tandis que de nouvelles jauges à interface utilisateur avec affichage de mode de cuisson intégré et sonde pour four, une jauge de température qui surveille les cycles de préchauffage et la progression de la température de cuisson, ainsi qu'un four à convection rapide qui combine la cuisson à convection, un grill électrique et un micro-ondes comptent parmi les autres progrès technologiques offerts.

Que réserve l'avenir en matière de technologie pour la cuisine ? Le rapport *2018 Kitchen Technology Awareness and Usage Report* de la NKBA fait état de possibilités d'appareils de cuisson qui peuvent cuire automatiquement des aliments ou éteindre l'appareil lorsqu'on a oublié de le faire, de fonctions mains libres, d'éclairage avec modes pré réglés et de socles de recharge intégrés.



Mais il y a d'abord certains obstacles à surmonter : selon cette étude, chez les consommateurs, le principal frein à l'intégration de plus de technologie, telle que des fonctions intelligentes, dans leur cuisine est l'*a priori* voulant que le coût soit trop élevé, la crainte de problèmes de confidentialité et la préoccupation que cette technologie puisse tomber en panne et exiger des réparations.

La touche humaine

Et même avec toute cette technologie futuriste intégrée dans leurs cuisines, les consommateurs rêvent d'une expérience personnalisée et « faite main ».

L'un des messages les plus importants que transmet Wood-Mode est que les armoires que fabrique l'entreprise sont manipulées des milliers de fois par son personnel, entre autres pour l'application des finis et le vieillissement artificiel à la main, ainsi que pour les demandes des clients. Les boutons en bois, par exemple, pourraient bien être tournés à la main par une famille amish locale.

Chez Dacor, la touche humaine est tout aussi importante. En effet, certaines collections offrent des boutons de porte moletés, tandis que la collection de réfrigérateurs et congélateurs Atelier Edition propose des panneaux intérieurs en porcelaine peints à la main. « Dacor porte une attention toute particulière aux détails... et transforme nos produits en œuvres d'art », mentionne Scott Kim.

Qu'une cuisine regorge de touches façonnées à la main ou qu'elle soit d'un modernisme futuriste, une chose demeure : les designers disposent d'un grand spectre de ressources pour concevoir une cuisine qui reflète réellement son utilisateur et dont tous peuvent profiter pleinement. ●

JESSICA GOLDBOGEN HARLAN
est l'auteure de huit livres de cuisine, dont Ramen to the Rescue, Mason Jar Lunches, et The 5-Ingredient Vegetarian Pressure Cooker Cookbook. Elle a écrit pour divers publications et sites Web, notamment HFN, Town & Country, et Yahoo!; elle a aussi agi à titre d'experte en équipement de cuisine pour About.com. Diplômée de l'Institute of Culinary Education, elle donne des cours de cuisine privés et de groupe aux adultes et aux enfants.

1. Des options comme ce réfrigérateur bleu cobalt de True Residential servent de « pièce de résistance ». (Photo : True Manufacturing)
2. Millbrook Circle allie un design frais et fonctionnel au confort et au luxe discret. (Photo : Millbrook Circle)
3. Les surfaces de porcelaine de SapienStone imitent la pierre naturelle et ralentissent l'épuisement des carrières. Bright Onyx est leur modèle présenté ici. (Photo : SapienStone)
4. Style contemporain et facilité d'utilisation sont mis en évidence dans ces armoires encastrées de Wood-Mode. (Photo : Wood-Mode)

SCALE

The ASID National Student Summit

NEW YORK CITY
March 1-3, 2019

AMERICAN
SOCIETY OF
INTERIOR
DESIGNERS



YOUR FUTURE NEEDS SCALE

SCALE IS **THE** EVENT OF THE YEAR FOR DESIGN STUDENTS. GET THE SKILLS YOU NEED TO START A SUCCESSFUL CAREER BOUND FOR THE STRATOSPHERE.

→ SCALE.ASID.ORG

LAND A SCHOLARSHIP OR JOB BEFORE GRADUATION

ASID STUDENT PORTFOLIO COMPETITION

Submit your portfolio to compete against students from coast to coast for scholarships, national exposure, SCALE tickets, and more.

asid.org/spc

SPONSORED BY



ASID NATIONAL STUDENT CAREER FAIR

Connect with potential employers and set up on-the-spot interviews to land an internship or job before graduation.

ASID STUDENT CHAPTER AWARDS

Is your chapter doing great work? Get recognized by your peers and future colleagues on a national stage.

asid.org/sca



NATURESCAPES HPD™

TEKNOFLOR'S FIRST ORGANIC POLYMER SHEET

PETAL CERTIFIED BY
THE INTERNATIONAL LIVING FUTURE INSTITUTE

NO WAX, NO BUFF

TEKNOFLOR®

SHANNON SPECIALTY FLOORS | SHANNONSPECIALTYFLOORS.COM | [f](#) [t](#) [@](#) [in](#)

Profil ICONique

L'un des grands noms qui se distinguent dans le monde du design depuis quatre décennies, Jamie Drake a bâti sa réputation — devenant rapidement une légende — de créateur de lieux qui sont définis par la couleur, le prestige, l'esprit et le confort. Sa connaissance des antiquités et de la manière de les utiliser, associée à un design avant-gardiste, est la marque de fabrique de l'œuvre de Jamie Drake, mise en lumière dans son livre New American Glamour. Diplômé de la Parsons School of Design de New York, il siège désormais au conseil de cette école.

Il a lancé sa propre entreprise, Drake Design Associates, en 1978 à Manhattan. En 2015, le designer a fusionné son entreprise avec celle de son ancien protégé, Caleb Anderson, pour former Drake/Anderson. La firme affiche une liste de clients qui comprend, entre autres, des noms d'Hollywood et de Manhattan aussi célèbres que Madonna et Michael Bloomberg, ancien maire de New York et baron des médias. Comme exemple de son éventail, Drake a réalisé la rénovation de Gracie Mansion, la résidence officielle du maire de la ville de New York, et il a aussi conçu une installation médicale en Floride.

Designer sous licence pour de nombreuses entreprises, dont un fabricant mondial de tapis, de meubles et de tissus de haut niveau, Jamie Drake a reçu de nombreux honneurs de la profession, notamment le prix du directeur de Partnership for the Homeless pour son dévouement philanthropique et son travail sur le terrain auprès des moins nantis. Une force au sein de la section de New York de l'ASID, il a obtenu un éloge présidentiel et un prix platine, et il a été admis au College of Fellow de l'ASID. Jamie Drake est actuellement président de The Alpha Workshops, où il a été membre du conseil pendant de nombreuses années.

Natif d'une petite ville de la Nouvelle-Angleterre (Woodbridge, Connecticut), il habite New York depuis ses années universitaires.

Jamie Drake



i+D : On dit que simplement vivre à New York, rend les gens plus intelligents jour après jour.

J. Drake : Je ne sais pas si je suis plus intelligent. Mais j'apprends à coup sûr quelque chose chaque jour. J'ai déménagé à New York après avoir obtenu mon diplôme de l'école secondaire pour venir à Parsons. New York est l'endroit où je voulais venir et lorsque j'ai été admis à Parsons, j'ai cessé de présenter des demandes dans d'autres écoles.

i+D : Que lisez-vous ces jours-ci ?

J. Drake : Je lis tous les jours le New York Times [et] le New York Post. En version imprimée.

i+D : Vous commencez votre journée avec les hauts et les bas.

J. Drake : Disons que j'en retire deux différents points de vue. Et, je dois l'admettre, à cause des distractions, parce que nos vies nous sont livrées directement dans la paume de la main, bien souvent, je ne termine pas la lecture des journaux le jour de leur publication. Mais je les conserve et je les lis.

i+D : Combien se passe-t-il de temps après votre réveil avant que vous ne jetiez un œil à ce tyran qui tient dans la paume de la main ?

J. Drake : Quatre-vingt-dix secondes. Je sais. Nous en sommes vraiment captifs, n'est-ce pas ?

i+D : Existe-t-il encore des styles de design régionaux, par exemple, Nouvelle-Angleterre, Californie ou le Sud-Ouest ?

J. Drake : Il existe des sensibilités régionales. Mais rien ne se limite vraiment à un endroit. On est cependant toujours influencé par la qualité de la lumière. Et les tissus, les textures et les couleurs correspondent à leur région.

i+D : Vous n'utiliserez pas des couleurs pastel en Nouvelle-Angleterre ?

J. Drake : Peut-être. Et à Miami, je ne me sers pas souvent de velours.

i+D : Quelle est la différence entre concevoir une installation médicale et Gracie Mansion ?

J. Drake : Le programme compte d'abord et avant tout. Par exemple, en acquérant une compréhension de la manière dont les patients se serviront des lieux, et en voulant améliorer l'expérience et en faire profiter l'utilisateur dans les deux cas. Les fils conducteurs sont le regard que je porte sur les projets : un sentiment d'émerveillement, d'équilibre et de justes proportions.

i+D : Quelle est la première chose que vous avez conçue ou construite ?

J. Drake : Un fort, avec mon meilleur ami, Larry, du coin de la rue, à Woodbridge. Nous avons sept ans. C'était une fosse dans le sol, entourée de roches provenant des murs de pierre qu'il y avait dans notre ville. J'étais responsable de le décorer et j'avais pillé une grange abandonnée de l'autre côté d'une colline dans la forêt. On y avait trouvé des lavabos rouillés et des bouteilles en verre brisées. Je les appelais les « antiquités ».

i+D : Décrivez le client infernal...

J. Drake : Celui qui refuse d'avoir foi en vous. Qui remet tout en question, de la taille de la portion inférieure d'une moulure située à 14 pieds du sol, à savoir si elle devrait faire trois huitièmes ou un quart de pouce. Et qui veut voir maquette après maquette. Et qui discute de chaque cordon, de chaque coussin. Vous vous demandez pourquoi ces types de clients ont engagé un designer, au lieu de tout faire eux-mêmes.

i+D : Qu'est-ce qui cloche avec le design, aujourd'hui ?

J. Drake : Première réponse : il n'y a rien qui cloche. Deuxième réponse : trop de gens se laissent influencer par les « influenceurs » et les tendances, au lieu de trouver ce qu'ils aiment en eux-mêmes.

i+D : Avez-vous fait l'expérience de la révolution de l'impression 3D ?

J. Drake : Oui. Nous l'avons utilisée pour concevoir des éléments de quincaillerie, des robinets et des poignées de porte sur certains projets. Je m'en émerveille.

i+D : Quel sport pratiquez-vous ?

J. Drake : Tirer sur ma cigarette électronique. Bon, d'accord. M'entraîner trois fois par semaine avec un entraîneur.

i+D : Qu'est-ce qui vous exalte ?

J. Drake : La créativité. Voir une chose que je n'ai jamais vue avant.

i+D : Qu'est-ce qui vous effraie ?

J. Drake : Les grosses vagues, les chevaux qui courent vite, les motocyclettes. Et aussi, le climat politique dans le monde.

i+D : Certains designers ont informé leurs clients qu'en raison des tarifs douaniers imposés par Trump, ils ne seraient pas en mesure d'absorber les coûts supplémentaires, et que les prix allaient augmenter. Avez-vous vécu cela ?

J. Drake : Pas encore, mais nous nous attendons à voir les coûts augmenter en raison des tarifs. J'ai une collection de meubles sous licence dont les propriétaires sont des Chinois et les produits sont fabriqués au Vietnam. Ils sont vendus partout dans le monde, et en grande partie en Chine, alors je présume qu'ils seront touchés.

i+D : Pas un bon scénario.

J. Drake : Nous vivons à l'ère de la mondialisation et nous devons tous prospérer en tant que planète. Les tarifs sont un désastre.

i+D : De quoi ne tenez-vous pas compte en examinant le CV d'une personne ?

J. Drake : Je regarde tout. Chaque mot, chaque virgule et chaque signe de ponctuation. L'adresse. Tout.

i+D : Quel a été votre premier emploi ?

J. Drake : Chez Macy's, quand j'avais 16 ans. J'ai travaillé au rayon des articles ménagers, aux ventes. Mais ils ont fini par me laisser m'occuper des étalages. J'étais assez doué.

i+D : Et qu'en avez-vous retiré ?

J. Drake : Faites ce que vous avez à faire avec cœur et vous réussirez.

i+D : Pendant des années, vous avez dirigé vous-même votre entreprise. Puis, il y a trois ans, vous vous êtes associé à Caleb Anderson. Pourquoi partager la direction ?

J. Drake : Nous étions de plus en plus occupés, et je voulais réfléchir à la manière dont nous pourrions continuer à croître, à servir nos clients existants, et peut-être le faire d'une manière qui serait moins stressante pour moi. Pour me permettre de travailler avec un peu plus de liberté détendue, et partager les plaisirs et le talent.

i+D : Quel trait de votre personnalité aimeriez-vous changer ?

J. Drake : Mon impatience.

i+D : Et comment ça se passe ?

J. Drake : Je me démène. ●

AMBROSE CLANCY
est rédacteur en chef du Shelter Island Reporter
et romancier, auteur documentaire et
journaliste. Ses articles ont paru dans GQ,
The Washington Post et le Los Angeles Times.

Beauté et pour tous

Les avantages de la conception universelle dans les salles de bain d'aujourd'hui signifient que *tous* les utilisateurs peuvent profiter de ce qui se fait de mieux en matière de forme et de fonction

Les statistiques indiquent que la salle de bain peut être la pièce la plus dangereuse d'une maison. Chaque année, selon les Centres pour le contrôle et la prévention des maladies (CDC), environ un quart de million de personnes de plus de 15 ans se rendent à l'urgence en raison de blessures subies dans la salle de bain, et environ 14 pour cent d'entre elles sont hospitalisées. De plus, le National Institute on Aging (NIA) fait remarquer : « Plus d'un tiers des adultes de plus de 65 ans glissent et tombent chaque année, et 80 pour cent de ces chutes ont lieu dans la salle de bain ».

La bonne nouvelle, c'est que fabricants et designers sont à l'affût de nouvelles technologies pour créer des produits pour la salle de bain qui satisfont à la fois aux normes les plus élevées de l'Americans with Disabilities Act (ADA) et aux exigences stylistiques les plus rigoureuses. Ici, les spécialistes du domaine interviennent en créant des baignoires qui sont belles à regarder, sécuritaires et fonctionnelles pour tous.

Outre leur facilité
d'utilisation, les robinets
de la collection Metropol de
Hansgrohe, à la silhouette
géométrique, créent de jolis
reflets de lumière.
(Photo : Hansgrohe)

sécurité

Par
Michele Keith



Le point de vue des designers d'intérieur

Diane Foreman, designer chez Neil Kelly Company, à Seattle : « En travaillant avec des clients aux prises avec une quelconque invalidité, le plus beau cadeau que peut offrir un designer est l'amalgame entre beauté et fonction adaptée à leurs besoins. D'abord et avant tout, vous devez viser la sécurité maximale, la manœuvrabilité et le confort, et tout cela commence par un plan d'aménagement conforme aux normes de l'ADA. »

Elle cite par ailleurs certains de ses incontournables : douche sans seuil avec banc intégré ou repliable, toilette de hauteur confortable avec barres d'appui, pomme de douche-téléphone à hauteur variable, surfaces antidérapantes, rangement accessible en fauteuil roulant et surfaces contrastantes, par exemple, un bord de comptoir d'une couleur différente de celle des armoires situées dessous, ce qui est utile pour les personnes en perte de vision.

Et plus particulièrement, des surfaces antidérapantes et faciles d'entretien. Mme Foreman est attirée par « les carreaux de grand format à l'aspect de terrazzo, les carreaux estampés, les carreaux de porcelaine à l'aspect de bois, ainsi que les linoléums à motifs et textures ».

Renommée pour ses intérieurs primés, y compris dans la catégorie de la conception universelle, elle s'enthousiasme pour l'« art fonctionnel » d'aujourd'hui, disant qu'il y a tant d'objets parmi lesquels choisir. De magnifiques robinets à manettes. Des barres d'appui coordonnées aux collections de robinets. Des douches et de l'éclairage à commande vocale. Et qu'est-ce qui dynamise le design de salles de bain de nos jours ? « L'allure et la fonction de spa à domicile, haut la main », explique-t-elle. En outre, « de plus en plus de clients optent pour le luxe d'une douche de spa à la maison, plutôt qu'une baignoire ».

Beverly Binns, directrice du design de l'entreprise familiale Binns kitchen + bath design de Toronto, s'attaque à d'autres questions liées à l'accessibilité. « Tous les espaces aménagés devraient être universels, déclare Mme Binns. C'est bon pour tout le monde. Et, bien qu'aujourd'hui certains clients puissent ne pas avoir besoin de barres d'appui, nous aimons les aider à prévoir pour l'avenir. Dans ce cas, en installant un système de support dans le mur qui pourra servir lorsque viendra le temps. »

L'équipe de Neil Kelly Company fournit une planification et une conception bien pensées répondant aux objectifs et attentes d'un client, comme cette salle de bain principale qui comporte aussi des exigences de fonctionnalités.
(Photo : Neil Kelly Company)



« En travaillant avec des clients aux prises avec une quelconque invalidité, le plus beau cadeau que peut offrir un designer est l'amalgame entre beauté et fonction adaptée à leurs besoins. »

—DIANE FOREMAN, NEIL KELLY COMPANY

Celle dont le travail a également récolté des prix de design est des plus enthousiastes à l'idée que les maisons s'automatisent de plus en plus au moyen de commandes tactiles. « En gros, une fois réglées les fonctionnalités comme la température de l'eau et le type de jet de douche, il suffit de mettre le système en marche ou de l'éteindre au moyen d'un simple bouton. » Cela signifie que même les personnes âgées pour qui la technologie est moins intuitive sont à l'aise.

« En tant que spécialiste de la cuisine et de la salle de bain, ajoute Mme Binns, nous avons toujours cherché à offrir des revêtements de sol antidérapants. De nos jours, la frontière entre le design résidentiel et le design commercial s'atténuant, de nombreux styles apparaissent dans les intérieurs résidentiels, offrant différentes finitions et une variété de matériaux. »

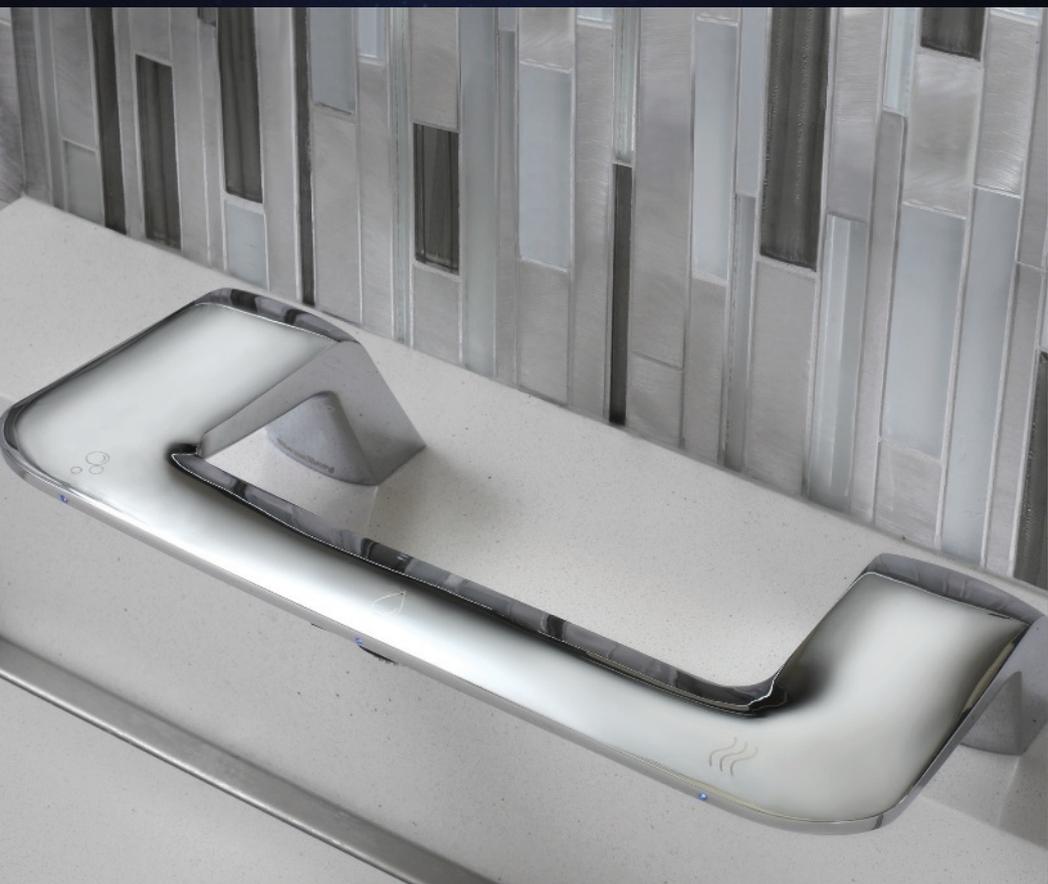
Lorsqu'on lui demande si la baignoire est « passée », elle répond, « Non, pas du tout. Mais trop souvent, elles offrent davantage une présence sculpturale que fonctionnelle. Nous nous assurons toujours de prévoir suffisamment d'espace autour de la baignoire, ce qui facilite l'accès pour y entrer et en sortir. »

Et, à la mention de Mme Foreman à propos de l'importance du contraste de couleurs, Mme Binns ajoute : « Il y a beaucoup d'éléments, avec tous ces appareils et accessoires, vous voulez donc un fond en subtilité avec, disons, un sol plus foncé que les murs et les objets tels que le banc de douche requis par les codes d'accessibilité, pour offrir un contraste entre les lignes verticales et horizontales. Ces éléments créent des points de référence spatiale, des indices de base qui permettent aux gens de s'orienter et de manœuvrer. »

Et ce qui dynamise le design ces temps-ci ? Mme Binns explique que c'est le concept de la salle d'eau, où la douche, la baignoire et la toilette se trouvent ensemble dans un espace ouvert et partagé.



EXQUISITE PERFORMANCE.
BROUGHT TO LIFE.



CLEAN. RINSE. DRY.



ALL-IN-ONE WASHBAR.

Bradley provides an unmatched range of commercial washroom products and solutions, like the award-winning WashBar,[®] available in custom basin options. With advanced design and cutting-edge performance, take your vision to the next level. **Commercial washrooms brought to life.**



HANDWASHING & DRYING | ACCESSORIES | PARTITIONS | LOCKERS

BRADLEYCORP.COM/WASHBAR

Quoi de neuf ?

« Chaque produit GRAFF est fait en songeant à l'accessibilité pour tous les âges », indique Céline Marcotte, directrice du développement des affaires pour le fabricant de produits pour la cuisine et la salle de bain. « Nous respectons les règles de l'ADA et restons au fait de leur évolution, afin de concevoir des produits conformes. L'ADA fait partie de notre système de valeurs. »

De plus, en offrant une vaste gamme de modèles de style contemporain, transitionnel et classique, ainsi qu'un grand nombre de finis — chrome poli, nickel brossé et poli, bronze olive, or 18 et 24 carats, or brossé et laiton brut — l'entreprise soutient les concepts esthétiques du jour.

Un exemple que donne Mme Marcotte, la barre d'appui conforme selon l'ADA, qui est offerte en quatre dimensions et sept modèles pour compléter chacune des collections signature de GRAFF. « Utilisez les barres d'appui assorties au support de douche à main coulissant pour plus de fonctionnalité dans la douche, sans sacrifier au concept », ajoute-t-elle.

La technologie permet d'intégrer de nombreuses caractéristiques à une variété de produits GRAFF. Parmi les plus populaires, la collection Aqua-Sense pour douche qui « combine l'eau, la lumière et le son, créant ainsi un équilibre harmonieux et un sentiment plus profond de bien-être. Du visionnement de vidéos à la thérapie par la couleur, c'est une expérience multimédia au moyen d'un pavé tactile. »

« Vous voulez un fond en subtilité avec, disons, un sol plus foncé que les murs et les objets tels que le banc de douche requis par les codes d'accessibilité et offrant un contraste entre les lignes verticales et horizontales. Ces éléments créent des points de référence spatiale, des indices de base en matière d'orientation qui permettent aux gens de manœuvrer. »

—BEVERLEY BINNS, BINNS KITCHEN + BATH DESIGN



Les choses changent rapidement

Depuis le début des années 2000, dit Ryan Ramaker, directeur principal, marketing, gestion et développement de produits chez Hansgrohe North America, « de nombreux fabricants de plomberie ont intégré beaucoup de style à des produits qui respectent également les lignes directrices de l'ADA. Aujourd'hui, ajoute-t-il presque toutes nos collections de robinetterie comportent soit une manette ou soit notre nouvelle technologie Select, qui nous permet d'offrir un assortiment réellement très complet de produits axés sur la conception universelle. »

Au sujet de la gamme Select, il explique : « Développés pour les robinets de salles de bain, les produits intégrant la caractéristique Select offrent un bouton-poussoir placé de façon ergonomique, qui facilite le maniement au moyen du poignet, du coude ou du poing fermé. »

Parce que « l'expérience utilisateur est un facteur clé du processus de design, ajoute M. Ramaker, dans nos sièges en Allemagne comme aux États-Unis, nous invitons des consommateurs, des clients professionnels et des invités à essayer nos produits. Ici en Géorgie, notre installation de formation et d'exposition Aquademy est une ressource dynamique que peuvent utiliser les professionnels du design et les consommateurs pour explorer le monde des produits de cuisine et de salle de bain, ainsi que des lieux accessibles selon l'ADA. »

Que l'on recherche l'esthétique ou la facilité d'utilisation et la fonctionnalité, « une expérience positive est essentielle », insiste M. Ramaker.



SIMPLE,
SOPHISTICATED,
CLEAN & ADAPTABLE.

The Antioch® Single Handle Pull-Down Kitchen Faucet.

Three designer finishes. One fluid, curvy addition to that dream kitchen.

Details make the difference. View the entire Antioch® collection at danze.com

danze

danze®
by GERBER

Les robinets artistiques
du groupe Gi-Design/
Menea sont des sculptures
d'eau en titane et en inox
inspirées de formes de la
nature, dans ce cas, le boa.
(Photo : Menea Group)

Les apparences comptent

« Les modèles de robinets conformes à l'ADA étaient très ordinaires et d'apparence plutôt terne », dit John Weinstein, directeur pour l'Amérique du Nord de Franz Viegener. Mais plus maintenant, nous rassure-t-il. « En commençant par les basiques d'une allure coordonnée, chaque collection consiste en robinets, systèmes de douche, éléments de rebord ou muraux, remplisseurs de baignoire sur pied et autres accessoires, tous apparentés. »

Quant au processus, il déclare : « Notre équipe de design s'efforce d'apporter des éléments de design esthétiques à un produit utilitaire, satisfaisant ainsi aux besoins des personnes invalides ou âgées tout en préservant l'esthétique désirée. Lorsque nous relevons ces deux défis dans un même produit, nous avons une situation gagnante pour tous ».

Présenté cette année, Lollipop, le robinet à un seul trou de l'entreprise, fait appel à la plus récente technologie pour sa manette de commande à bascule qui ne requiert qu'une légère poussée, lui obtenant l'approbation ADA, tandis que son design aux lignes épurées et la texture moletée en complètent l'esthétique et procurent un équilibre visuel. « Nous cherchons à trouver de nouveaux moyens de visualiser un robinet... prouvant ainsi que le respect de l'ADA ne rime pas nécessairement avec "ordinaire" », explique M. Weinstein. Faisant remarquer que les robinets Lollipop et le tout aussi accessible Nerea sont offerts en de nombreux finis, notamment or poli et or rose, il ajoute : « Non seulement ils fonctionnent à merveille, mais ils constituent aussi des œuvres d'art, parfaits pour toute salle de bain contemporaine haut de gamme ».



Art ou...

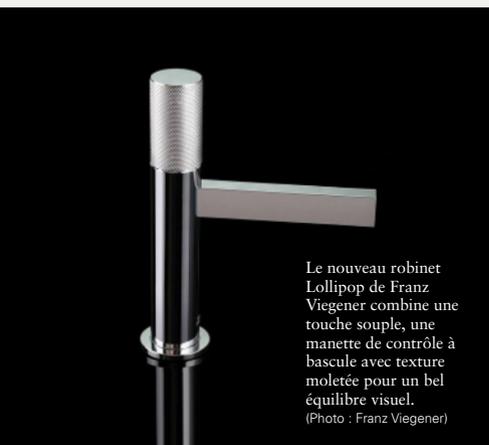
Parmi les robinets les plus inventifs — exposés au Triennale Design Museum de Milan en 2016 — se trouvent ceux de Gi-Design de la région du Piémont en Italie. Les modèles actuels des Water Sculptures, comme on les a nommés, rappellent des esquisses fluides de cheval, de serpent, de boa et d'aigle.

Faits de titane — mais aussi offerts en acier — « les robinets Sculptures sont entièrement personnalisables », mentionne Matteo Enea, directeur général du groupe Menea, représentant de l'entreprise aux É.-U. « Notre équipe possède de l'expérience dans plusieurs domaines de l'architecture et du design, depuis les matériaux jusqu'aux différents types de poignées en passant par la forme, de sorte qu'ils sont en mesure de créer des objets qui interprètent des visions novatrices offrant aspect pratique et confort. »

Il est possible de contrôler à distance les Sculptures par commande tactile, vocale ou Wi-Fi, grâce à un système technologique innovant. Un disque ou cylindre d'acier sans fil active l'eau. Un faisceau de lumières à DEL multicolores apparaît lorsque l'eau se met à couler. Le client peut régler la température à son gré d'une simple pression sur un bouton. Ce système est facile à faire fonctionner par tous les types de clients, encore une autre manière par laquelle une salle de bain magnifiquement conçue peut vraiment être accessible pour tous. ●

MICHELE KEITH

est une auteure new-yorkaise dont le travail a paru dans The New York Times, ASPIRE Design and Home, Luxury Listings NYC, et DESIGN, entre autres magazines. Elle a également écrit deux livres cadeaux pour The Monacelli Press : Designers Here and There et Designers Abroad.



Le nouveau robinet Lollipop de Franz Viegener combine une touche souple, une manette de contrôle à bascule avec texture moletée pour un bel équilibre visuel.
(Photo : Franz Viegener)



Les robinets, douches et accessoires de la collection AXOR Montreux de Hansgrohe sont modelés selon les premiers robinets fabriqués industriellement.
(Photo : Hansgrohe)

EMTEK[®]
ASSA ABLOY



Luxe béton



Naguère considéré principalement comme l'ingrédient incontournable d'un look résidentiel aux accents industriels, le béton a subi une métamorphose. Grâce à ceux qui osent rêver, ainsi qu'aux nouvelles technologies, le béton est aujourd'hui devenu tout ce qu'il n'était pas il y a à peine dix années.

« Nous réalisons chaque coulée à la main en petite quantité », indique Kate Balsis, partenaire, avec ses sœurs Hailey Weller et Sally Smithwick, Ryan, le mari d'Hailey et son propre mari, Chad, du Concrete Collaborative établi en Californie. « C'est ce processus qui confère un aspect haut de gamme et authentique à notre produit. »

« Transformer du béton en une chose si recherchée a été un objectif depuis le début, explique-t-elle. Actuellement, les clients adorent les motifs modernes et graphiques comme ceux de notre collection strands, par Sarah Sherman Samuel. Frais, moins classiques, plus architecturaux. Pour une ambiance de spa populaire et contemporaine, la collection venice terrazzo offre l'aspect luxueux désiré. »

Fait tout aussi important, l'entreprise, dit-elle, « se tient au courant de la réglementation de l'ADA, des nouveaux essais en matière de résistance au glissement et des codes locaux en vigueur. Tous sont des facteurs de ce que nous vendons et de la manière dont nous le vendons sur le marché. La fonctionnalité occupe le premier rang, intégrée au produit, tout en préservant d'intégrité du design. »

« Nous faisons des essais de glissement de tous les éléments pour le sol, l'intérieur, l'extérieur, les salles d'eau, etc. Et nous offrons différentes textures pour satisfaire aux différentes exigences de l'ADA. Nous avons même développé une finition sur mesure extra rugueuse pour nos pavés utilisés dans des communautés de personnes à la retraite telles Fountainview, à Playa Vista, en Californie. »

Un autre pionnier du monde du béton est Staj Olson, fondateur d'Igneous Bath, au Montana. Il a fait ses débuts en 2016 avec les baignoires en béton à parois minces et chauffées Airah et Banskah. Menant la technologie pour la salle de bain vers de nouveaux sommets, la baignoire comporte des thermostats Wi-Fi compatibles avec Nest ainsi qu'une interface tactile en couleur que l'on peut contrôler de près ou de loin et qui conserve l'eau à la température voulue.

La silhouette des baignoires est épurée et contemporaine, tout en étant « chaleureuse ». Presque par magie, chaque baignoire devient une « exposition d'art temporaire », avec ses microfissures et de légères variations de couleur du ciment qui apparaissent lorsqu'elle est remplie. Puis, tout disparaît lorsqu'on la vide.

Staj Olson se sert de finis qui sont durables et réparables. Il remplace le bruit des jets et des pompes de circulation de l'eau par une chaleur silencieuse et pénétrante. Le ciment exclusif au propriétaire qu'il utilise est très dense, et rend la baignoire résonnante.

Ce qui est idéal pour l'option sonore qui la transforme en haut-parleur Bluetooth, recevant le signal d'un téléphone intelligent ou autre dispositif. Le média choisi peut se faire entendre dans toute la salle de bain ou seulement dans la baignoire ou sous l'eau.

Sculptant personnellement chaque moule, Staj Olson peut tout personnaliser. « Ces baignoires constituent un investissement personnel, dit-il. Je veux offrir à chacun exactement ce qu'il désire. »



Le groupe Concrete Collaborative fabrique une variété de produits de béton exceptionnels, durables et novateurs pour les intérieurs et les extérieurs. (Photo : Concrete Collaborative)

Salle d'exposition Section publicitaire spéciale (en anglais seulement)

KingsHaven

Empowering you to create the look and lifestyle your clients will love. KingsHaven revitalizes lighting and décor as customized art and as a reflection of exceptional style for residential, hospitality, and commercial settings. KingsHaven's products are created with exceptional craftsmanship by talented, worldwide artisans. Hand-forged iron and wood-crafted lighting ranges from historic reproductions of fine European antiques to more modern traditional and transitional designs. Many elegant, in-stock selections are available for expedited shipping. KingsHaven provides bespoke finishes and fully custom options. Product tear sheets, pricing quotes, dimensions, and photos available. www.KingsHaven.com / 844-546-4799 / Info@KingsHavendd.com



UNITED STATES POSTAL SERVICE Statement of Ownership, Management, and Circulation (Requester Publications Only)

1. Publication Title: **POSTAL SERVICE**

2. Issue Frequency: **Bi Monthly**

3. Issue Date for Circulation Data Below: **Nov/Dec 2016**

4. Annual Subscription Price: **\$35.85**

5. Number of Issues Published Annually: **2**

6. Annual Circulation Mailed in PS Form 3811: **35,850**

7. Total Paid and Unpaid Circulation: **35,850**

8. Total Paid Circulation: **35,850**

9. Total Unpaid Circulation: **0**

10. Copies not Mailed: **0**

11. Copies Mailed: **35,850**

12. Copies not Mailed: **0**

13. Copies Mailed: **35,850**

14. Total Copies (Net Press Run): **35,850**

15. Total Copies (Gross Press Run): **35,850**

16. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

17. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

18. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

19. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

20. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

21. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

22. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

23. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

24. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

25. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

26. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

27. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

28. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

29. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

30. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

31. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

32. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

33. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

34. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

35. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

36. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

37. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

38. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

39. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

40. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

41. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

42. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

43. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

44. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

45. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

46. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

47. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

48. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

49. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

50. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

51. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

52. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

53. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

54. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

55. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

56. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

57. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

58. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

59. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

60. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

61. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

62. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

63. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

64. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

65. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

66. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

67. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

68. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

69. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

70. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

71. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

72. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

73. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

74. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

75. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

76. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

77. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

78. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

79. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

80. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

81. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

82. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

83. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

84. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

85. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

86. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

87. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

88. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

89. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

90. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

91. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

92. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

93. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

94. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

95. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

96. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

97. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

98. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

99. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

100. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

101. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

102. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

103. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

104. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

105. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

106. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

107. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

108. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

109. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

110. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

111. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

112. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

113. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

114. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

115. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

116. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

117. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

118. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

119. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

120. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

121. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

122. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

123. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

124. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

125. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

126. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

127. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

128. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

129. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

130. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

131. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

132. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

133. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

134. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

135. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

136. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

137. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

138. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

139. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

140. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

141. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

142. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

143. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

144. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

145. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

146. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

147. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

148. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

149. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

150. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

151. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

152. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

153. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

154. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

155. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

156. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

157. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

158. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

159. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

160. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

161. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

162. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

163. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

164. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

165. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

166. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

167. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

168. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

169. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

170. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

171. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

172. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

173. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

174. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

175. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

176. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

177. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

178. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

179. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

180. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

181. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

182. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

183. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

184. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

185. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

186. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

187. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

188. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

189. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

190. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

191. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

192. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

193. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

194. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

195. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

196. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

197. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

198. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

199. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

200. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

201. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

202. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

203. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

204. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

205. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

206. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

207. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

208. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

209. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

210. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

211. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

212. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

213. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

214. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

215. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

216. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

217. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

218. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

219. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

220. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

221. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

222. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

223. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

224. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

225. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

226. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

227. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

228. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

229. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

230. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

231. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

232. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

233. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

234. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

235. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

236. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

237. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

238. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

239. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

240. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

241. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

242. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

243. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

244. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

245. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

246. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

247. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

248. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

249. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

250. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

251. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

252. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

253. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

254. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

255. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

256. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

257. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

258. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

259. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

260. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

261. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

262. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

263. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

264. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

265. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

266. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

267. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

268. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

269. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

270. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

271. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

272. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

273. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

274. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

275. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

276. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

277. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

278. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

279. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

280. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

281. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

282. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

283. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

284. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

285. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

286. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

287. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

288. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

289. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

290. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

291. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

292. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

293. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

294. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

295. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

296. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

297. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

298. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

299. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

300. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

301. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

302. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

303. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

304. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

305. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

306. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

307. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

308. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

309. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

310. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

311. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

312. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

313. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

314. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

315. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

316. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

317. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

318. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

319. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

320. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

321. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

322. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

323. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

324. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

325. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

326. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

327. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

328. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

329. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

330. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

331. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

332. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

333. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

334. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

335. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

336. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

337. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

338. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

339. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

340. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

341. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

342. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

343. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

344. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

345. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

346. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

347. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

348. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

349. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

350. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

351. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

352. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

353. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

354. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

355. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

356. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

357. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

358. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

359. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

360. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

361. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

362. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

363. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

364. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

365. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

366. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

367. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

368. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

369. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

370. Total Copies (Net of Waste): **35,850**

371. Total Copies (Gross of Waste): **35,850**

372. Total Copies (Net of Waste): **3**

arauco
PRISM
LOVE YOUR LAMINATES



Bring the outside in.

Meet the latest in thermally fused laminates.

Our 16 newest Prism TFL designs are inspired by things we love about a walk in the woods—natural tones, timeless textures, the relaxing freshness of the outdoors. The serene light ash, relaxed pine and subtle, warm oak looks in this collection bring understated elegance to any indoor space. We can't wait to see you turn 'em into something fun.

Sun: WF441 Burlap, Tree: WF448 Seared Oak, Bird: WF445 Sahalie Pine, Leaf Left: WF439 Outlandia, Leaf Right: WF446 Charred Oak



Order a sample or explore
our full catalog online at
www.prismTFL.com

Ressources et annonceurs

RESSOURCES

Section Page

Le pouls du design : Surrey, Colombie-Britannique, Canada	20
Clayton Community Centre www.surrey.ca/community/21490.aspx	
HCMA Architecture + Design www.hcma.ca	
Passive House Canada, Passive House certification www.passivehousecanada.com	
Matériaux : Accessoires	22
Belwith-Keeler www.belwith-keeler.com	
Ford Motor Company www.ford.com	
Newport Brass www.newportbrass.com	
ROHL www.rohlhome.com	
Top Knobs www.topknobs.com	
WaterSense, U.S. Environmental Protection Agency www.epa.gov/watersense	
Les affaires du design : Le syndrome chinois	26
American Society of Interior Designers—Illinois Chapter (ASID-IL) www.il.asid.org	
Currey & Company www.curreyandcompany.com	
Delphin Investments www.delphininvest.com	
Mitchell Gold + Bob Williams www.mgbwhome.com	
Office of the United States Trade Representative www.ustr.gov	
Tom Stringer Design Partners www.tomstringer.com	
Organisation mondiale du commerce (OMC) www.wto.org/indexfr.htm	
Le design en chiffres : Le climat commercial	32
<i>Greenprint Performance Report, Volume 9</i> www.americas.uli.org/research/centers-initiatives/greenprint-center/greenprint-performance-report	
Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat www.ipcc.ch	
Accord de Paris des Nations Unies (accord de Paris sur le climat) http://treaties.un.org/pages/ViewDetails.aspx?src=TREATY&cmdsg_no=XXVII-7-d&chapter=27&clang=_fr	
Urban Land Institute (ULI) www.uli.org	
Urban Land Institute's Center for Sustainability and Economic Performance www.americas.uli.org/research/centers-initiatives/center-sustainability	
Urban Land Institute's Greenprint Center for Building Performance www.americas.uli.org/research/centers-initiatives/greenprint-center	
Prêt-à-imprimer	38
American Standard www.americanstandard-us.com	
Block Research Group, ETH Zurich www.block.arch.ethz.ch	
Bradley University www.bradley.edu	
Caterpillar College of Engineering and Technology at Bradley University www.bradley.edu/academic/colleges/egt	
Caterpillar Inc. www.caterpillar.com	
Christophe Guberan www.christopheguberan.ch	
Dubai Future Foundation www.dubaifuture.gov.ae	
DXV by American Standard www.d xv.com	
ETH Zurich www.ethz.ch/en	
Frank Lloyd Wright Foundation www.franklloydwright.org	
Gensler www.gensler.com	
ICON www.iconbuild.com	
IKEA www.ikea.com	
Karlsruhe Institute of Technology www.kit.edu	
LIXIL Group Corporation www.lixil.com	
MarketsandMarkets www.marketsandmarkets.com	
Massachusetts Institute of Technology (MIT) www.web.mit.edu	
Milan Design Week www.milandesignagenda.com/category/milan-design-week	

Moscow Design Week https://moscowdesignweek.ru/	
Museo Universitario Arte Contemporáneo (MUAC) https://muac.unam.mx	
National Aeronautics and Space Administration (NASA) www.nasa.gov	
New Story www.newstorycharity.org	
Peter Donders Collection www.peterdonders.com	
Philips (sera nommé Signify en 2019) www.lighting.philips.com/main/home	
Physical Chemistry of Building Materials, ETH Zurich www.ifb.ethz.ch/pcb	
Steelcase www.steelcase.com	
Strand+Hvass www.strand-hvass.com	
Swiss National Centre of Competence in Research (NCCR) Digital Fabrication www.dfabhouse.ch/nccr-digital-fabrication	
WertelOberfell www.werteloberfell.com	
Zaha Hadid Architects www.zaha-hadid.com	
La cuisine tournée vers l'avenir	44
Adam Gibson Design www.adamgibson.com	
Bertazzoni https://us.bertazzoni.com	
Dacor www.dacor.com	
Durat www.durat.com/home	
Evoke International Design Inc. www.evoke.ca	
Häfele America Co. www.hafele.com/us/en	
Millbrook Circle Interior Design www.millbrookcircle.com	
National Kitchen + Bath Association (NKBA) www.nkba.org	
NKBA 2018 Kitchen & Bath Design Trends https://store.nkba.org/products/2018-nkba-design-trends-report	
NKBA 2018 Kitchen Technology Awareness and Usage Report https://store.nkba.org/products/nkba-kitchen-technology-awareness-and-usage-report	

SapientStone, Inc. www.sapientstone.com	
True Residential, True Manufacturing www.true-residential.com	
Wood-Mode, Inc. www.wood-mode.com	
Profil ICONique : Jamie Drake	52
American Society of Interior Designers—New York Metro Chapter (ASID NY Metro) www.nymetro.asid.org	
Drake/Anderson www.drakeanderson.com	
Parsons School of Design www.newschool.edu/parsons	
The Alpha Workshops www.alphaworkshops.org	
The Partnership for the Homeless www.partnershipforthehomeless.org	
Vie et design : Beauté et sécurité pour tous	54
Binns kitchen + bath design www.binns.net	
Centers for Disease Control and Prevention (CDC) www.cdc.gov	
Concrete Collaborative www.concrete-collaborative.com	
Fountainview www.fountainviewgonda.com	
Franz Viegener www.franzviegenger.us/en	
Gi-Design www.gi-design.it	
GRAFF www.graff-faucets.com/en	
Hansgrohe USA, Hansgrohe Group www.hansgrohe-usa.com	
Igneous Bath www.igneousbath.com	
Menea Group www.meneagroup.com	
National Institute on Aging (NIA) www.nia.nih.gov	
Neil Kelly Company www.neilkelly.com	
Sarah Sherman Samuel www.sarahshermansamuel.com	
Triennale Design Museum www.triennale.org/en	
À venir : Des avenir durables	66
The LEGO Group www.lego.com/en-us	

ANNONCEURS

Annonceur/site internet Page

ambiente—Messe Frankfurt www.ambiente.messefrankfurt.com	14
ARAUCO www.prismtfl.com	63
ASID—SCALE: The ASID National Student Summit www.scale.asid.org	50
BainUltra www.bainultra.com/a-drop-of-design	3
Blatt Billiards www.blattbilliards.com	25
Bradley Corporation www.bradleycorp.com/washbar	57
Crate and Barrel www.crateandbarrel.com/DesignTradeProgram	8-9
DACOR www.dacor.com	6-7
Danze by Gerber www.danze.com	59
Design Within Reach www.dwr.com	17
Draper www.draperinc.com	35
DXV by American Standard www.d xv.com	11
Emtek—ASSA ABLOY www.emtek.com	61
Ferguson www.fergusonshowrooms.com	13
Hästens www.hastens.com	23
heimtextil—Messe Frankfurt www.heimtextil.messefrankfurt.com	30
Interior Designers of Canada (IDC) www.idcanada.org	65
ISA International www.havaseat.com	18-19
KingsHaven www.KingsHaven.com	31, 62
LACAVA www.lacava.com	CV4
Lovesac www.lovesac.com	33
Magnatag www.whitewalls.com	32
Mitchell Gold + Bob Williams www.mgbwhome.com	15
modularArts www.modulararts.com	28
Neolith by theSIZE www.neolith.com	37
PDC Summit 2019 www.pdcsummit.org	34
Shannon Specialty Floors www.shannonspecialtyfloors.com	51
Sherwin-Williams www.swcolor.com	CV2
Surya www.surya.com	4-5
TAMLYN—XtremeInterior Architectural Solutions www.xtremeIAS.com	CV3
The Container Store www.containerstore.com/trade-program	29
The Insurance Exchange www.ASIDInsurance.org www.TIE-inc.com	27
U.S. Green Building Council (USGBC) www.usgbc.org/LEED	24
Walpole Outdoors www.walpolewoodworkers.com	21

PROFESSIONNELS MENTIONNÉS DANS CE NUMÉRO

Lex Akers, PhD, Caterpillar College of Engineering and Technology, Bradley University	Liz Dickson, Allied ASID, Millbrook Circle Interior Design	Scott Kim, Dacor	Sarah Sherman Samuel, sarahshermansamuel.com
James Amendola, SapientStone, Inc.	Peter Donders, Peter Donders Collection	Jean-Jacques L'Henaff, LIXIL Americas/ LIXIL Group Corporation	Sally Smithwick, Concrete Collaborative
Caleb Anderson, Drake/Anderson	Jamie Drake, FASID, Drake/Anderson	Céline Marcotte, GRAFF	Bob Ulrich, Currey & Company
Jason Ballard, ICON	Matteo Fenea, Menea Group	David Nicolay, Intern Architect AIBC, RID, Evoke International Design Inc.	John Weinstein, Franz Viegener
Chad Balsis, Concrete Collaborative	Diane Foreman, CKBD, Neil Kelly Company	Staj Olson, Igneous Bath	Hailey Weller, Concrete Collaborative
Kate Balsis, Concrete Collaborative	Charlie Forslund, Steelcase	Ryan Ramaker, Hansgrohe North America, Hansgrohe Group	Ryan Weller, Concrete Collaborative
Josh Berliner, Gensler	Adam Gibson, CMKBD, Adam Gibson Design	Marci Rossell, Delphin Investments	Marianne White, Wood-Mode, Inc.
Beverly Binns, BAA ID, Binns kitchen + bath design	Mitchell Gold, Mitchell Gold + Bob Williams	Andrew Shead, True Residential, True Manufacturing	Jeff Wolfe, Wood-Mode, Inc.
Félix Candela, architect	Christophe Guberan, christopheguberan.ch	Frank Lloyd Wright, Frank Lloyd Wright Foundation	
John Cialone, ASID, NCIDQ, Tom Stringer Design Partners			

JOIN THE CONVER SATION

JOIN IDDC

Interior Designers of Canada (IDC) is the national advocacy association for interior designers with a mission to advance and promote the Canadian interior design industry locally, nationally, and internationally.

Membership perks:

- Online access to job opportunities through Career Centre
- Exclusive deals and discounts on insurance rates, auto rentals, and more
- Subscription to *i+D* magazine
- Education seminars and webinars (CEUs)
- Access to industry research and stats
- Advocacy tools to help designers succeed
- Annual awards and scholarships
- Access to events and networking
- Weekly industry news and updates
- Promotion on IDC's social media channels
- Discounted rates for events & IDC's annual design symposium

InteriorDesignersofCanada



IDCanadaTweets



416.649.4425 • t

877.443.4425 • tf

info@idcanada.org • e

Visit idcanada.org for more info on membership, events and latest news.



interior designers of canada
designers d'intérieur du canada

DES AVENIRS DURABLES

Attirer les jeunes esprits créatifs vers le domaine du design est une quête de tous les jours pour les écoles et les firmes professionnelles. Cependant, une formation en design ne commence pas par la décision d'obtenir un diplôme dans l'une des disciplines du design, mais bien plus tôt, lorsque les jeunes esprits fertiles sont ouverts aux nouvelles idées et à l'exploration de leur créativité. Dans le numéro de janvier-février, *i+D* cherchera à comprendre comment les jeunes d'aujourd'hui apprennent à connaître le design d'intérieur et l'architecture, comment des compagnies telles que le groupe LEGO contribuent à sensibiliser le milieu aux pratiques de construction positives et comment l'actuelle communauté du design peut s'impliquer dans l'avenir de la profession. ●

LEGO lance des éléments botaniques, comme des feuilles, des buissons et des arbres, faits de plastique à base végétale provenant de la canne à sucre. (Photo : Le groupe LEGO)





XTREMEINTERIOR
ARCHITECTURAL SOLUTIONS



844.365.9462
www.xtremeIAS.com

XtremeInterior Architectural Solutions combines your design and our style to create a visual statement that not only meets your needs but enhances the beauty of your space. Our team of in-house architects have collaborated with experienced design professionals to develop an **extensive line of interior extruded aluminum trims** that compliment standard drywall applications as well as various panel installations. XtremeIAS has thousands of design and color options, allowing architects and users to dramatically improve their building aesthetics and create modern architectural lines.



"Doing it right since 1971."



KUBISTA | vanity in matte taupe | sink | faucets
NAVI | wall-mount mirror
LINEA | towel stand
GIULIA | wall-mount toilet

LACAVA
lacava.com