

Jun 2024 Présentation générale

# Rümkker

# Rümker est une firme qui allie accompagnement stratégique et design durable.

De la réflexion à la réalisation de projets, nous avons la volonté que votre organisation génère un impact positif sur sa communauté et son environnement.

Notre équipe est composée de deux volets, stratégie et design. D'une part, l'équipe stratégie accélère les réflexions par une approche basée sur la cocréation. D'une autre part, l'équipe design conçoit des expériences commerciales et muséales mémorables, le plus souvent dans un esprit d'écoconception.

Rassembler  
et comprendre  
pour mieux créer.

# Rümkker

## **L'avantage de l'approche par ateliers**

Nos parcours collaboratifs font briller le dialogue, l'inspiration et l'ingéniosité, et mettent la table pour que les grandes idées se rencontrent. En vous impliquant activement dans les démarches, on amène vos projets encore plus loin.

# Un échantillon de notre équipe



Justin Dubé-Fahmy

**PRÉSIDENT FONDATEUR ET CHEF DE CRÉATION**

À travers ses 22 ans d'expérience en design d'environnements et de ses 17 ans en tant que chef de création, Justin a su bien s'outiller pour offrir des réflexions pertinentes sur les contextes qu'il étudie. Ses capacités à comprendre la problématique du client et à réagir rapidement lui permettent de trouver des solutions innovatrices et efficaces.

Habile à diriger une équipe de dix spécialistes de l'espace et de la stratégie, Justin garde une vue globale sur ses projets : de la direction artistique à l'organisation de l'information avec le client jusqu'à la négociation avec les partenaires tout en étant créatif pour trouver des solutions aux enjeux survenant en cours de projet. Dans le cadre de ce projet, Justin apportera sa vision créative et stratégique dans l'optique de faire bénéficier l'exposition d'un rapport qualité expérientielle/coûts le plus optimal.



Frédérique Majeau-R., M.Sc, PMP

**ASSOCIÉE, GESTIONNAIRE DE PROJETS ET VP OPÉRATIONS**

Ayant toujours été divisée entre les arts et la science, Frédérique se trouve maintenant sur son X en gestion de projets de design, discipline où l'on touche à tout. Organisée, fiable et possédant une mémoire hors du commun, Frédérique veille au respect des échéanciers et des coûts pour les projets de l'entreprise. Son expérience de 7 ans en gestion de projets de design lui octroie son rôle de leader collaborative auprès des différentes équipes et partenaires tout au long de la progression de l'exposition. Après avoir mené l'entreprise à travers l'innovateur *Parcours du Développement Durable* offert par la Ville de Montréal en 2021-2022, ses compétences et son intérêt marqué pour le développement durable feront profiter l'exposition tout au long du processus de réalisation.

**PRÉSENTATION DU STUDIO**



## Marie-Christine Gagnon

### **DIRECTRICE, STRATÉGIE ET IMPACT**

Pendant son parcours professionnel, Marie-Christine a eu l'opportunité de développer ses compétences en communication chez Sid Lee et Ig2, puis d'effectuer un pivot en tant que stratège d'impact. Elle a ainsi mené à bien des projets d'impact allant des refontes d'ADN à l'accompagnement d'équipes dans leurs chantiers structurants, visant à réinventer l'entreprise de demain. Les dimensions sociales et environnementales sont au cœur de ses réflexions. Passionnée de développement durable, elle a complété un programme de 2e cycle en environnement ainsi qu'un Baccalauréat multidisciplinaire. Aujourd'hui elle cumule 4 années chez Rümker. Elle est la directrice du volet stratégie et impact de la compagnie. Elle chapeaute au quotidien une équipe et de nombreux partenaires pour accompagner nos clients dans l'amélioration de leurs services et l'atteinte de leur vision.



## Chloé Melançon-Beauséjour

### **STRATÈGE ET CHARGÉE DE PROJET**

Chloé a en poche un baccalauréat en journalisme, une maîtrise en sociologie et 11 ans d'expérience en communication et en gestion de projet au sein d'organismes du monde associatif et de l'éducation.

Campagnes d'envergure, stratégie, service conseil, rédaction, design de site web et d'application mobile, refonte d'image de marque, animation de conférences et de formations multiples... Chloé sait piloter des mandats diversifiés avec curiosité, un regard aiguisé et une approche résolument humaine.

### **PRÉSENTATION DU STUDIO**



Marie-Anne Miljours

**GESTIONNAIRE DE PROJETS D'IMPACT**

Designer-maroquinière de formation, Marie-Anne a été entrepreneure éco-responsable dans le domaine de la mode pendant 10 ans. C'est à travers sa pratique dans la filière textile qu'elle a pu être témoin des défis à opérer une entreprise valorisant le développement durable. Elle s'est donc orientée vers la maîtrise en Management et développement durable de HEC Montréal afin d'approfondir ses connaissances en développement durable, en économie circulaire et en finance durable, et ainsi pouvoir accompagner les entreprises dans leur transition socio-écologique.



Alexandre Joyce

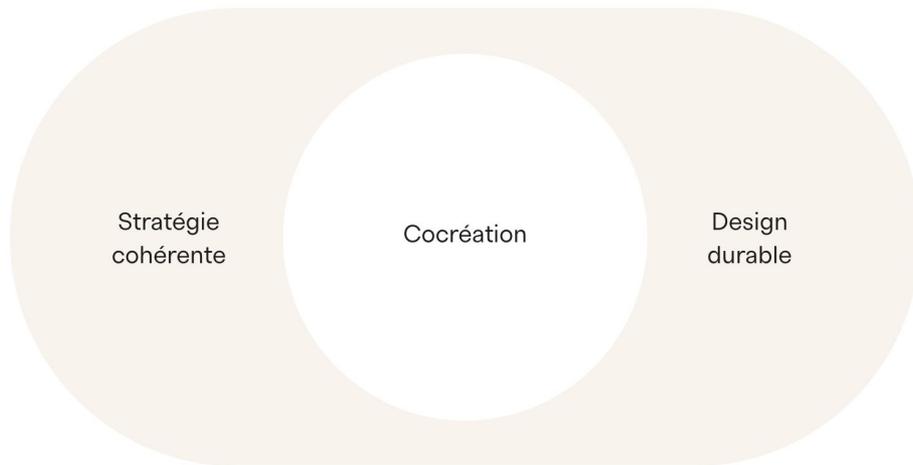
**PH.D., ADIQ, NPDP, CONSEILLER EN INNOVATION**

Alexandre est à la fois un designer, un stratège et un animateur. Il accompagne les équipes de projets de tous les départements à créer une vision, bâtir des produits et services et convaincre la direction pour faire avancer les projets. Il a complété son doctorat à l'Université de Concordia sur le design de nouveaux modèles d'affaires. Depuis 2008, il travaille aussi comme conseiller d'innovation et d'écoconception pour l'Institut de développement de produit avec des clients comme Cascades, Trudeau, Philips, Rona, et Venmar. De plus, il s'implique dans la communauté sur les conseils d'administration d'Option-Consommateurs et Vélo-Québec.



## Notre démarche s'appuie sur trois grands piliers porteurs.

Rümker c'est l'union de deux expertises complémentaires qui abordent réflexion et design avec cohérence avec une approche régénérative.



# Nos services de stratégie

---

## Accompagnement stratégique

Ensemble, nous explorons les opportunités et les défis, élaborant des stratégies adaptées à votre vision et à votre réalité. Notre phase d'empathie pour comprendre vos usagers et notre expertise combinée à la vôtre vous guident vers une croissance durable.

---

## Design Thinking

Plongez dans l'univers créatif du design thinking et accélérez l'innovation avec notre équipe. Nous vous accompagnons dans le processus structuré mais flexible, en cultivant une approche centrée sur l'humain. Ensemble, transformons vos idées en solutions pratiques, inspirantes et testées auprès des publics-cibles.

---

## Positionnement de marque

Le positionnement de marque est bien plus qu'une simple étiquette. Avec ouverture et expertise, nous façonnons une identité authentique qui résonne avec votre public. Notre approche inclusive implique les membres clés de votre équipe. Tout commence avec votre raison d'être et vient s'ancrer dans la façon dont votre organisation change le monde à sa façon.

---

## Ateliers de cocréation

Nos ateliers de cocréation sont des espaces d'inspiration et d'innovation collective. Guidés par nos nombreux outils et canevas, nous facilitons des sessions dynamiques où idées et perspectives fusionnent. Confiez-nous un enjeu à solutionner avec vos équipes et nous bâtirons un parcours sur mesure ou optez pour nos formations à la carte.

# Nos services de design

---

## Idéation/conception

Notre équipe de designers expérimentés excelle dans la modernisation et la création de projets originaux, couvrant un large éventail de domaines tels que le design d'objet, d'exposition, d'espace et de mobilier, avec une focalisation particulière sur l'importance de l'expérience humaine.

---

## Développement créatif

Les nombreuses années d'expériences de l'entreprise lui ont permis de participer à une multitude de projets créatifs. À travers ses expertises et partenaires, Rümker a également d'autres cordes à son arc tel le design graphique, la conception-rédaction et l'intégration technologique, et bien sûr le design d'expériences interactives.

---

## Développement technique

(incluant plans et devis)

Selon les projets, les propositions d'idées peuvent être véhiculées de différentes façons. Pour illustrer celles-ci, les créatifs sont capables de fournir des esquisses, des dessins en 2D, des plans techniques et des vues en trois dimensions.

---

## Stratégies d'écoconception

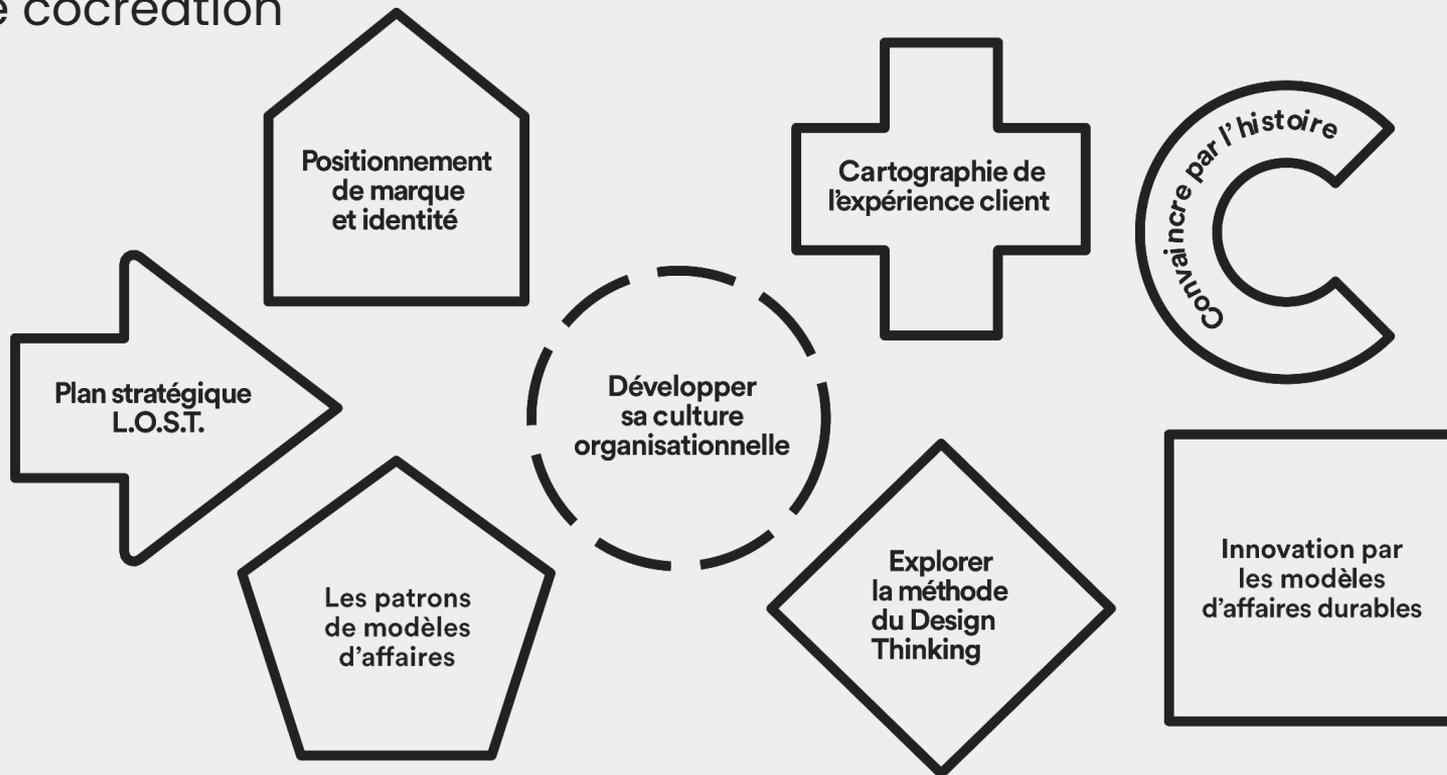
Notre engagement envers l'écoconception, intégrant une approche holistique et utilisant une matériauthèque numérique et physique, se concrétise à travers des projets qui visent à minimiser l'impact environnemental tout en optimisant la performance et l'esthétique des produits, soutenu par le développement d'un outil d'aide à la décision pour des choix écologiques informés et responsables.

---

## Production et installation clé en main

Une compréhension juste des divers enjeux techniques, esthétiques et budgétaires permet à Rümker de présenter des projets spécifiquement adaptés aux besoins des clients, en respectant toutes les contraintes. Entre autres, la négociation avec fabricants, le suivi de production pour contrôle de qualité et la résolution de problèmes techniques font également partie des forces de l'agence.

# Nos ateliers de cocréation



# Notre démarche

**01**

Diagnostic

Comprendre, se projeter  
et planifier

**02**Ateliers de  
cocréation

Se réunir pour faire  
émerger les idées

**03**

Stratégie

Se réinventer et  
accélérer l'innovation

**04**

Création

Design et concrétisation  
de la vision

**05**

Déploiement

Passer des idées  
à l'action

**06**

Impact

Maximiser les  
retombées positives

# Nous sommes dédiés aux idées qui changent le monde.

Comme chaque geste compte, le développement durable est au coeur de notre approche. Nos pratiques visent l'innovation et la résilience des organisations.

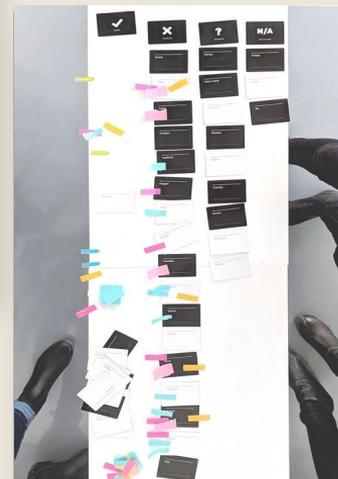
Les grandes lignes de notre plan développement durable :

- Accompagnement par Ellio et le programme Ecoleader
- Création d'un outil d'aide à la décision pour les designers
- Politique d'approvisionnement responsable et
- Guide de la RSE
- Matériauthèque physique et numérique en écoconception
- Réseautage visant à développer les synergies et les opportunités d'économie circulaire
- Certification B-Corp, FSC et **ÉCO**responsable<sup>MC</sup> Niveau 2 en voie d'obtention



Nous avons obtenu notre  
certification Niveau 1 en 2022!

# Les ateliers



# Les ateliers



Voici quelques-uns des  
domaines pour lesquels  
notre équipe  
multidisciplinaire a déjà  
co-créé

SERVICES ET EXPÉRIENCES

---

INNOVATION EN ENTREPRISE ET IMPACT

---

PUBLIC ET INSTITUTIONNEL

---

ORGANISMES À BUT NON LUCRATIF

---

COMMERCE DE DÉTAIL

---

SANTÉ, BEAUTÉ, BIEN-ÊTRE

---

SOLUTIONS TECHNOLOGIQUES

## 2 Nos outils

# Les avantages

Combiner judicieusement  
**vos connaissances de  
votre milieu et notre  
expertise en planification  
stratégique et en gestion  
de projet d'impact**



- Notre approche personnalisée et une prise en charge équilibrée



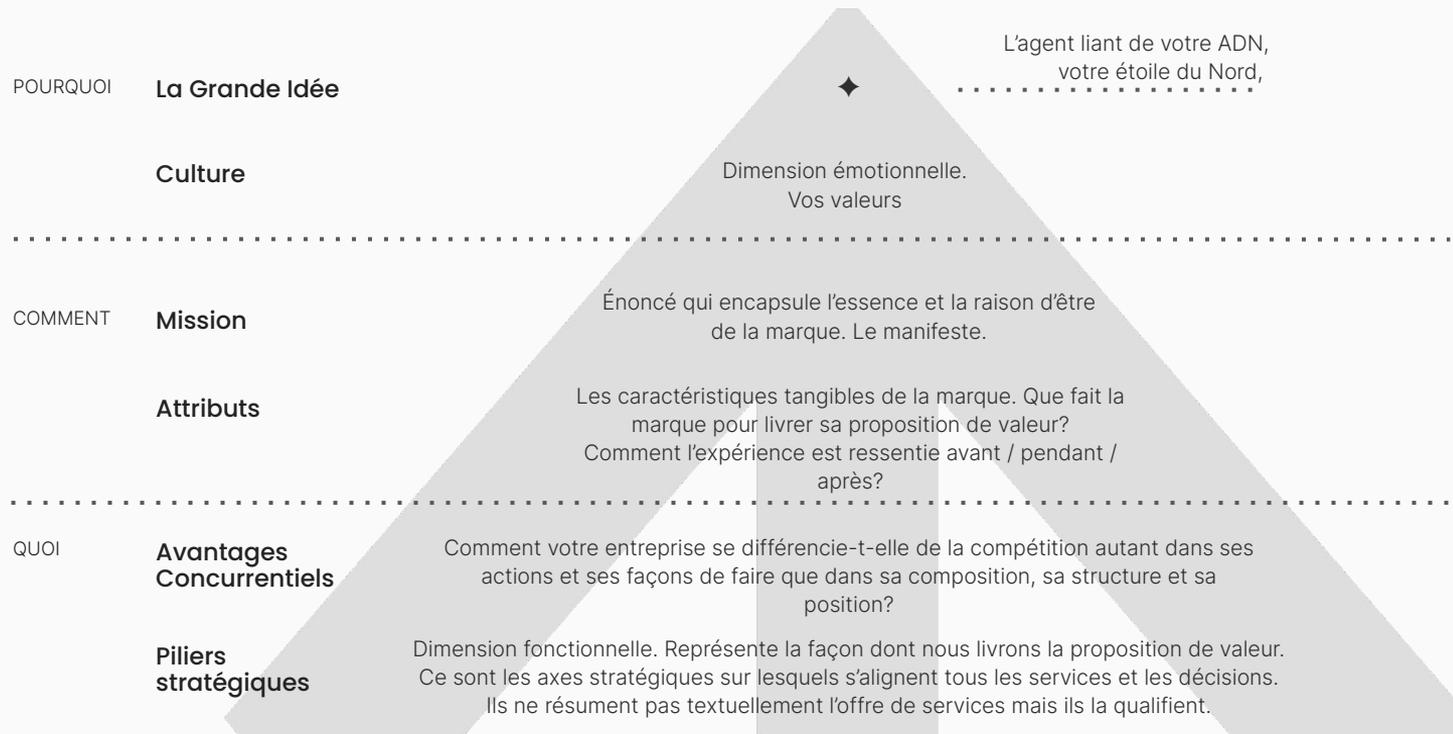
- L'accent sur la cocréation avec les parties prenantes



- L'accélération de l'innovation

# Pyramide de marque

La pyramide exprime les dimensions qui façonnent l'unicité de votre entreprise.



# Le Brand deck

par Scott Thomas

Head of design - Campagne Barack Obama 2008

## DESCRIPTION:

Qui êtes-vous ? Et surtout qui n'êtes-vous pas ?

Qu'il s'agisse d'aligner votre organisation

en interne ou de lancer un projet avec un public, le Brand Deck peut vous aider à obtenir des informations précieuses sur la manière dont vous souhaitez être perçus et compris.



# Canevas de cartographie de l'expérience client

par Rümker

## DESCRIPTION :

Qu'est-ce qui guide les choix des usagers.usagères? Quelles actions prenez-vous pour créer un contact mémorable avec votre clientèle à chaque étape?

Quatre points à retenir de l'expérience client :

/ Construire une compréhension commune

/ Développer une approche empathique

/ Cet outil est axé sur l'histoire de l'utilisateur

/ Le processus de réflexion est plus important que l'outil!

## Canevas de l'expérience client

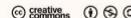
NOM DU PROJET: \_\_\_\_\_

NOMS DES CREATEURS: \_\_\_\_\_



Phases	1	2	3	4	5
<b>Caractéristiques</b>					
Quelles sont les sous-étapes pour chacune des phases? Que fait l'utilisateur? Lister en commençant avec un verbe d'action. <b>Action</b>		+	+	+	+
À quoi pense l'utilisateur à cette étape? Quelles questions se pose-t-il? Et/ou des questions ou expressions verbales <b>Pensées</b>		+	+	+	+
Comment se sent l'utilisateur à cette étape? Quelles questions se pose-t-il? Nommez deux émotions <b>Émotions</b>		+	+	+	+
Avec quel canal pourrait interagir l'utilisateur? <b>Point de contact</b>		+	+	+	+
Quelles sont nos opportunités, idées, références, piste de solutions pour cette étape? <b>Opportunités</b>		+	+	+	+
Quelles informations nous manquent-ils? Quelles questions demeurent à répondre pour la suite? <b>Questions</b>		+	+	+	+

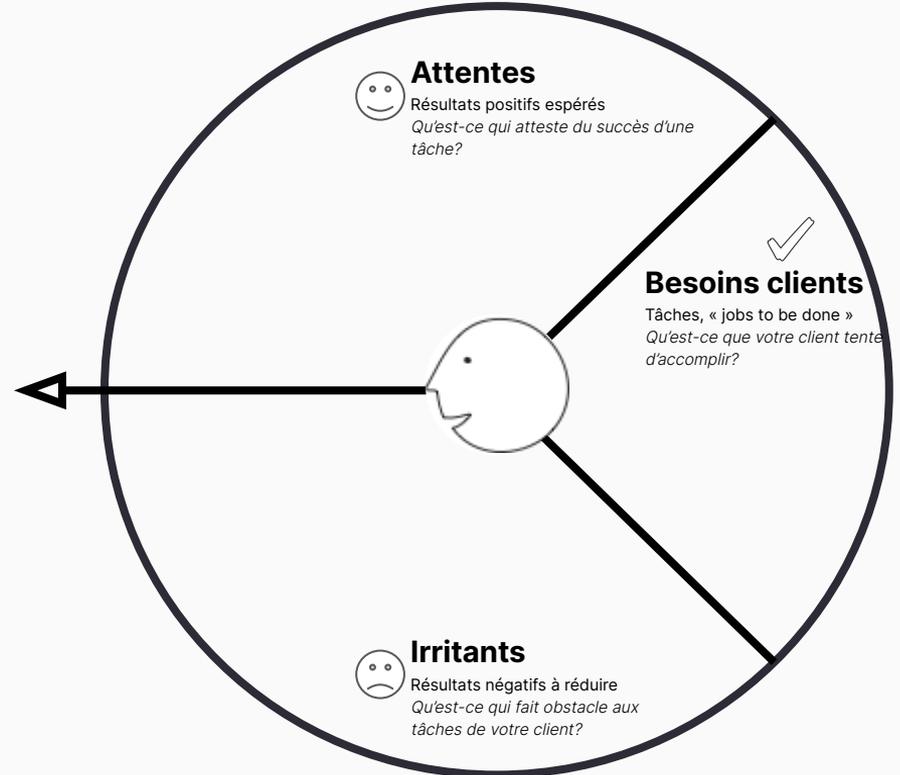
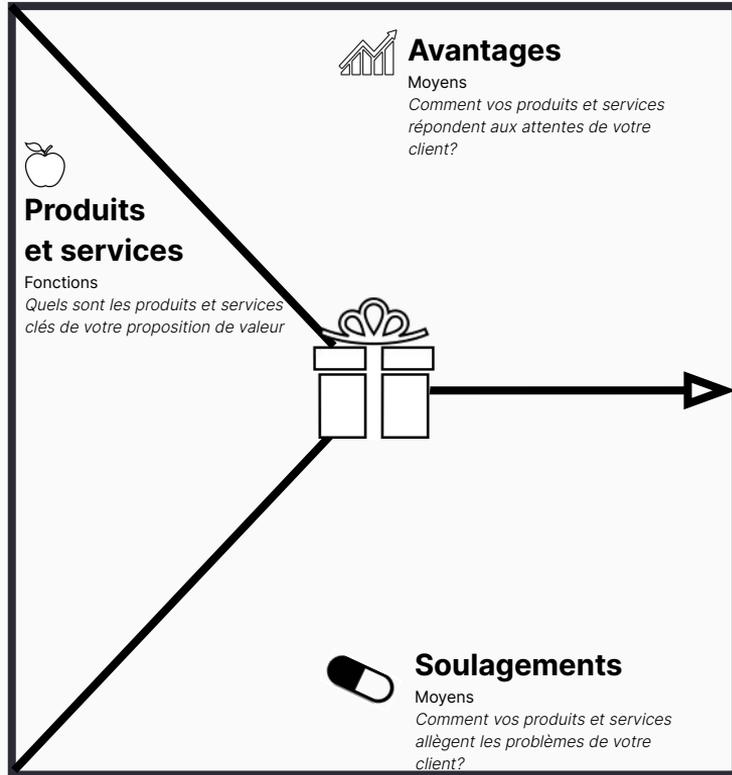
Créé par: Alexandre Joyon, Ph.D., ADIQ, NPD



Cette œuvre est mise à disposition sous licence Attribution - Partage dans les mêmes conditions 3.0 non transposé.

# Canevas de proposition de valeur

Projet/marque: \_\_\_\_\_ Ligne de produits: \_\_\_\_\_ Clientèle visée: \_\_\_\_\_



# Canevas de personas

par Rümker

## DESCRIPTION:

Un persona est une représentation fictive qui rassemble plusieurs caractéristiques d'un type d'utilisateur ou d'un segment cible. Le persona peut ensuite être utilisé pour mettre en évidence les mentalités et les comportements distincts de vos publics.

Pourquoi les personifier?

Retourner la lentille vers l'utilisateur au cœur de l'expérience et cocréer une référence commune pour guider les futures décisions.

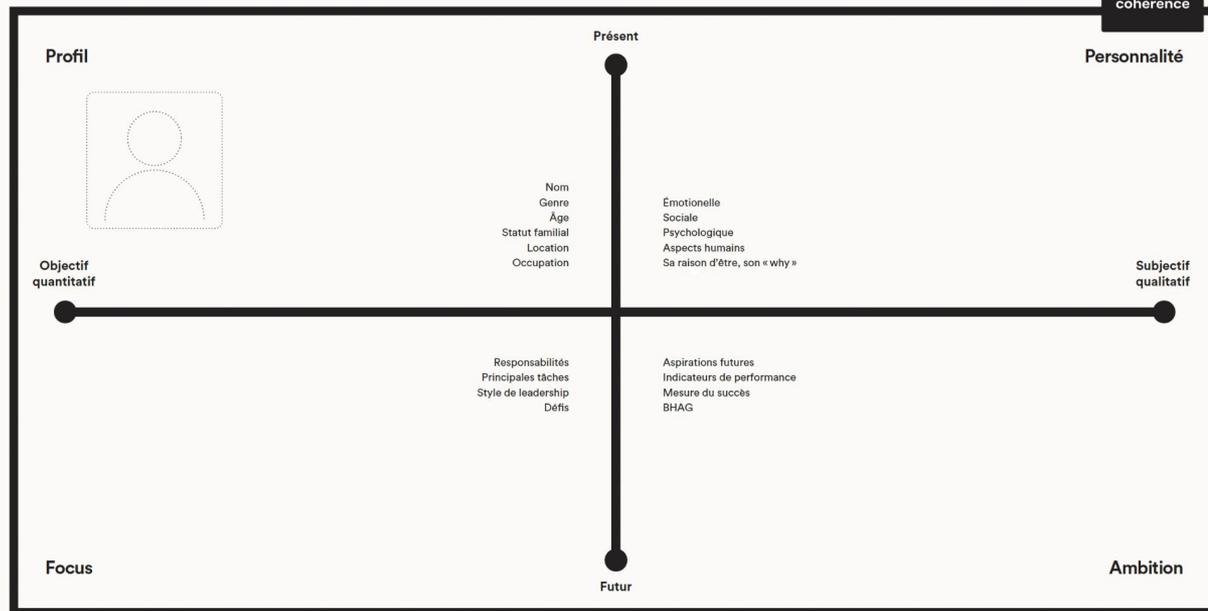
## Persona

NOM DU PROJET: \_\_\_\_\_

NOMS DES CREATEURS: \_\_\_\_\_



Inspirer la cohérence



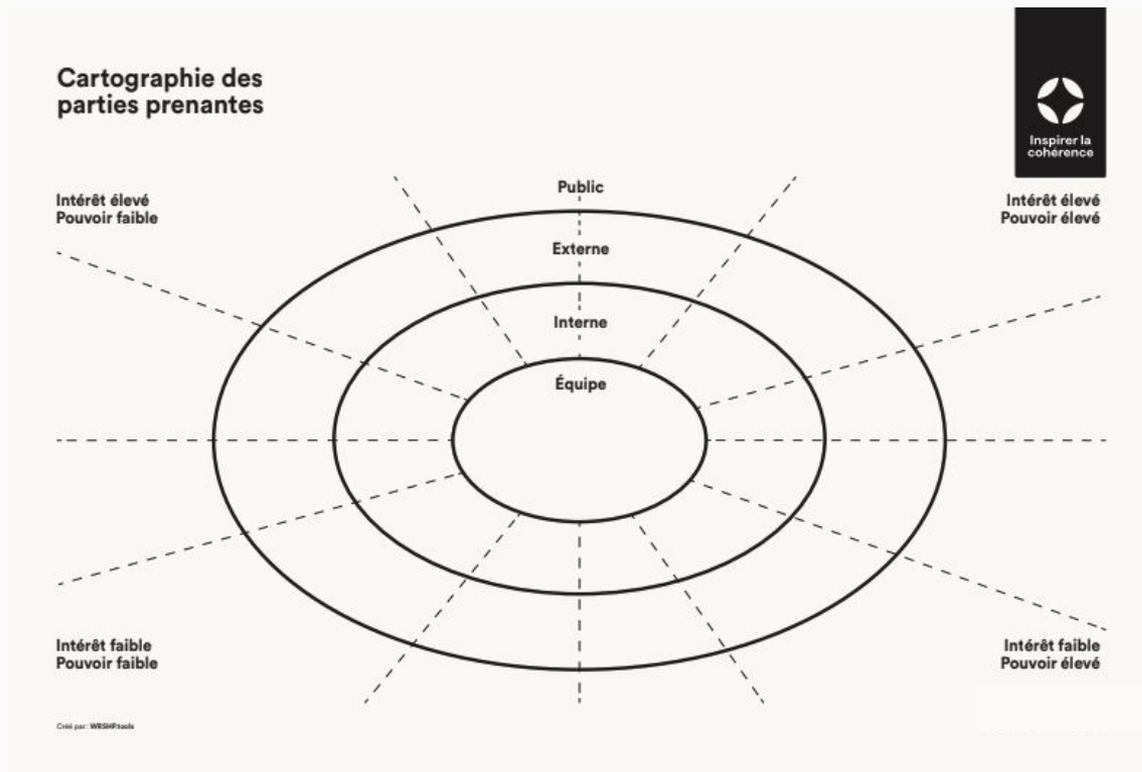
# Canevas de cartographie des parties prenantes

par Rümker

## DESCRIPTION :

Qui doit être impliqué ou tenu informé pour mener à bien ce projet? Nous avons tous instinctivement une idée des enjeux ou risques de notre projet.

Ce canevas est une invitation à partager ces impressions avec les autres intervenants internes au projet, vos partenaires clés, et pourquoi pas, certaines parties prenantes rapprochées ? Ensemble vous dresserez un portrait réaliste des intervenants et de la meilleure façon de collaborer.



# Canevas convaincre par l'histoire

par Rümker

## DESCRIPTION:

Il était une fois... le storytelling.  
Cet atelier portera sur les mécanismes de conception d'une histoire convaincante, pour ultimement, vous aider à faire un pitch plus porteur.

Comment s'assurer la rétention d'information de l'auditoire?

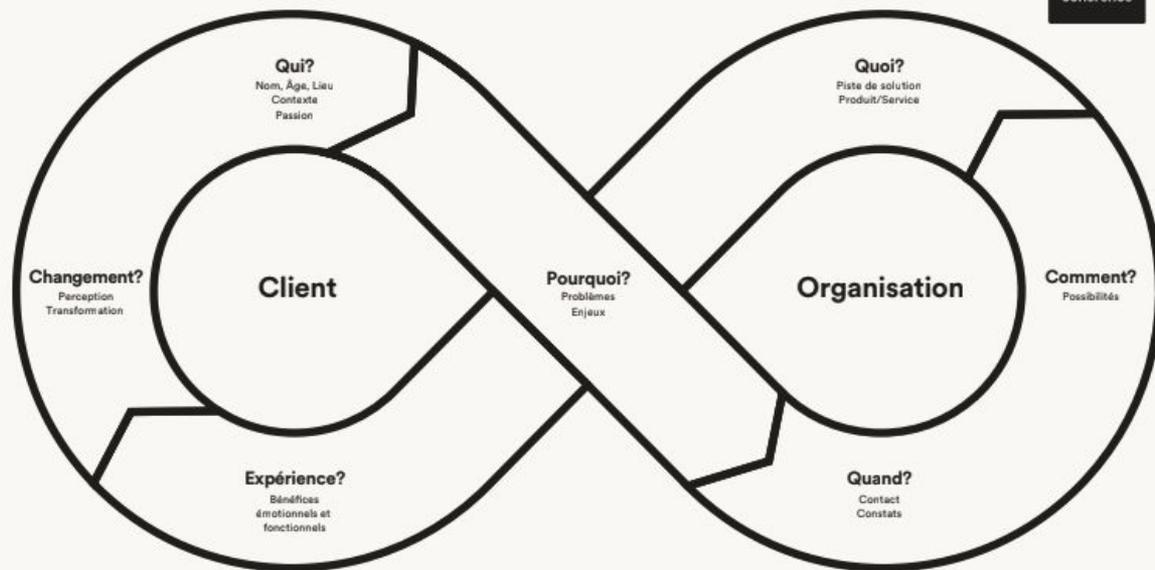
Comment faire valoir ses idées par L'histoire?

Comment identifier ce qui captera l'attention de vos publics-cibles?

## Convaincre par l'histoire

NOM DU PROJET: \_\_\_\_\_

NOMS DES CREATEURS: \_\_\_\_\_



Créé par Aïcha et dix joyeux, Ph.D., ADIQ, NPDQ  
Adapté de: The Strategy Blueprint (sans en savoir plus, voir le livre Storytelling de Bernadette Jones)



Cette œuvre est en libre disposition sous licence  
Attribution - Partage dans les mêmes conditions 4.0 non transposé.

# Charte L.O.S.T. par Rümker

## DESCRIPTION

En s'appuyant sur les enseignements et les audits stratégiques de votre entreprise, la charte L.O.S.T. permet d'accompagner vos équipes dans la création de plans d'actions annuel ou de projets précis et efficaces.

L.O.S.T.  
Learnings, Objectives, Strategies & Tactics

: Objectifs S.M.A.R.T. (Simple, Mesurable,  
: Atteignable, Réalisable, Temporelle)

## Charte L.O.S.T.

NOM DU  
PROJET: \_\_\_\_\_

NOMS DES  
CRÉATEURS: \_\_\_\_\_



Enseignements	Objectifs (S.M.A.R.T.)	Stratégies	Tactiques
<p>Énumérer les grands constats de votre réalité contextuelle. Soyez spécifique et neutre.</p> <p><b>Exemple :</b> Les réseaux d'internet par fibre optique ne se rendent pas dans les régions éloignées.</p>	<p>Basé sur les constats, établir les grands objectifs annuels (max. 5)</p> <p><b>Exemple :</b> Accroître notre réseau de fibre optique en milieu rural de 30 %.</p>	<p>Définir les axes stratégiques sur lesquels vous voulez appuyer pour atteindre vos objectifs.</p> <p><b>Exemple :</b> Présenter les retombées du réseau sur le développement économique des régions.</p>	<p>Établir les moyens à utiliser pour faire l'activation de vos stratégies.</p> <p><b>Exemple :</b> Monter une étude de cas et remplir une demande de subvention.</p>

Créé par : Alexandre Joyce, Ph.D., ADIG, NFDP  
L.O.S.T. Learnings, Objectives, Strategies & Tactics  
S.M.A.R.T. Specific, Mesurable, Atteignable, Réalisable & Time related



Cette œuvre est mise à disposition sous licence  
Attribution - Partage dans les mêmes conditions 3.0 non transposé.

# Capsule Innovation par les modèles d'affaires durables

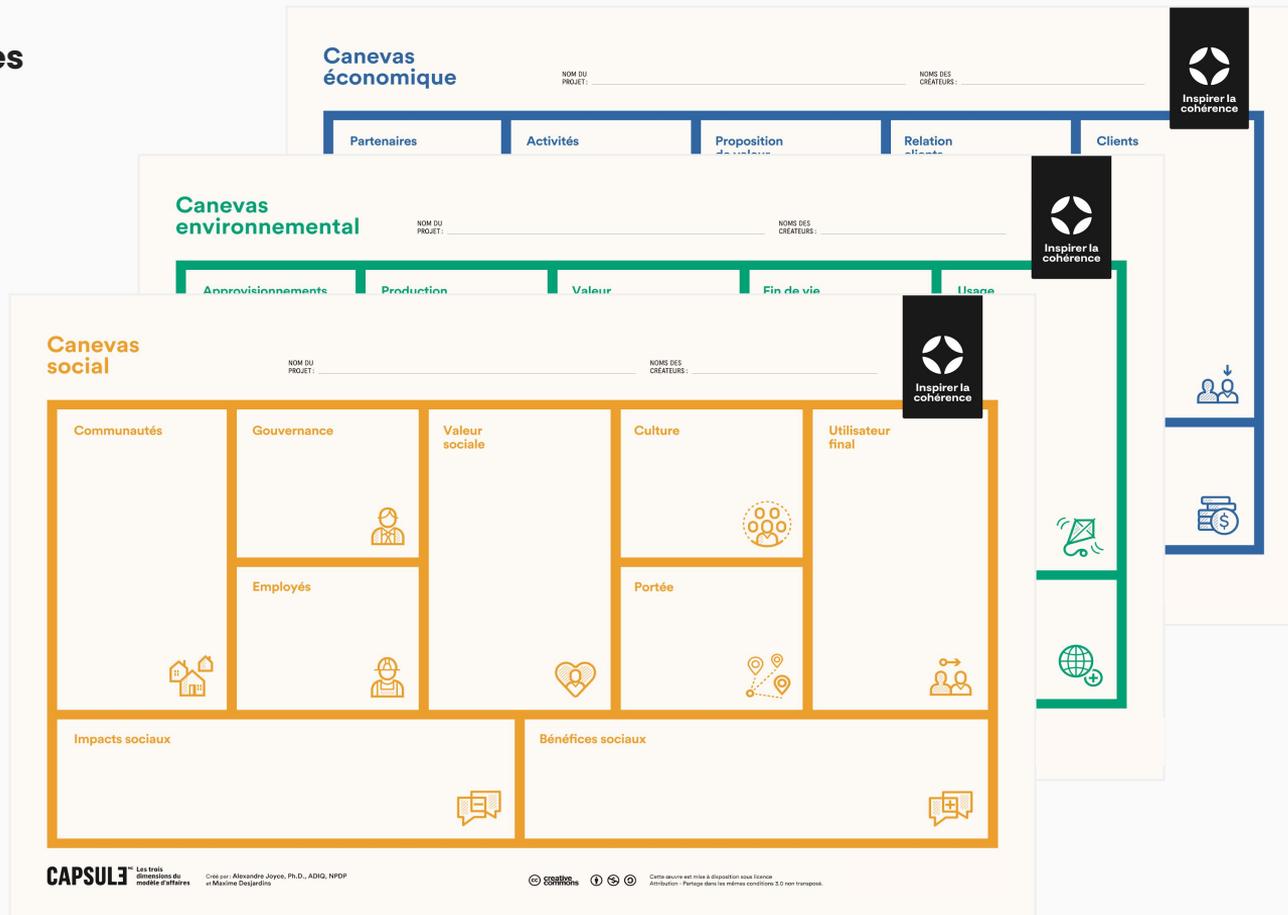
par Rümker

## DESCRIPTION

Cet atelier vous invite à déceler les opportunités insoupçonnées associées à l'impact social et environnemental de votre organisation, afin que vous puissiez transformer votre modèle d'affaires et révolutionner votre secteur.

Les trois dimensions du modèle d'affaires

# CAPSULE<sup>MC</sup>



## Exemple d'atelier

# Introduction au modèle d'affaires durable

Cet atelier vous permettra de développer l'agilité et la créativité nécessaires pour amener l'innovation au cœur de votre modèle d'affaires. L'accélération des changements liés aux nouvelles dynamiques d'affaires exige que les organisations adoptent une approche proactive afin de continuellement réfléchir et revoir leurs propres pratiques. Ces enjeux poussent les entreprises à développer de nouveaux modèles d'affaires durables très performants tout en répondant à l'évolution rapide des marchés.

Cet atelier vous invite à défier les conventions afin que vous puissiez révolutionner votre modèle d'affaires pour ainsi mieux répondre aux futurs enjeux, et ce, sur les dimensions économique, environnementale et sociale.

- Qu'est-ce que le modèle d'affaires durable?
- Cartographie du Business Model Canvas
- Cartographie du canevas social et du canevas environnemental (CAPSULE)



CAPSULE

Exemple d'atelier

# Les patrons de modèles d'affaires en bonus

Poussez plus loin votre atelier de modèles d'affaires en étudiant quels patrons pourraient s'appliquer à votre industrie. Combinez les bonnes approches pour trouver votre filon stratégique. Vous pourrez ainsi vous démarquer par l'originalité de votre produit ainsi que par vos stratégies!

- Utilisation des cartes afin d'explorer les impacts des différentes stratégies appliquées

Les cartes des patrons de modèles d'affaires



# Introduction au Design Thinking 1 de 2

par Rümker

## Introduction au Design Thinking

NOM DU  
PROJET : \_\_\_\_\_

NOMS DES  
CRÉATEURS : \_\_\_\_\_



Inspirer la  
cohérence

### Comprendre par une entrevue

Racontez-moi la dernière fois où ...

Pourquoi vous ...

Et pourquoi vous ...

Quelles sont les bénéfices de ...

Comment vous sentiez-vous lorsque ...

Quelles sont les étapes de ...

Quelles freins vivez-vous lorsque ...

Quels souhaits avez-vous pour ...

### Comprendre les besoins

Nom : .....

Rôle : .....

à besoin de : .....  
objectif fonctionnel

.....

pour .....  
objectif émotionnel

.....

Nom : .....

Rôle : .....

à besoin de : .....  
objectif fonctionnel

.....

pour .....  
objectif émotionnel

.....

Nom : .....

Rôle : .....

à besoin de : .....  
objectif fonctionnel

.....

pour .....  
objectif émotionnel

.....

### Cibler avec une question

Comment pourrions-nous .....

permettre aux .....  
clients

de .....  
objectif du point de vue du client

.....

étant donné que .....  
contrainte

.....

Comment pourrions-nous .....

permettre aux .....  
clients

de .....  
objectif du point de vue du client

.....

étant donné que .....  
contrainte

.....

Comment pourrions-nous .....

permettre aux .....  
clients

de .....  
objectif du point de vue du client

.....

étant donné que .....  
contrainte

.....

# Introduction au Design Thinking 2 de 2

par Rümker

## Introduction au Design Thinking

NOM DU PROJET : \_\_\_\_\_

NOMS DES CRÉATEURS : \_\_\_\_\_

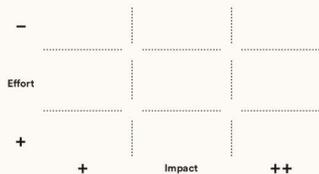


Inspirer la cohérence

### Concevoir plusieurs idées

- 01.
- 02.
- 03.
- 04.
- 05.

### Classer les idées



### Construire une histoire

Voici l'histoire de .....  
nom fictif, âge

.....  
titre et situation

..... cherche à .....  
nom objectif

Cependant, .....  
contrainte

Chez ..... , nous sommes à l'écoute de .....  
notre organisation

Nous nous sommes posé la question, comment pourrions-nous .....  
contraintes ou enjeux

.....  
objectif du point de vue du client

Notre solution consiste à .....  
action

Ceci est possible grâce à .....  
caractéristique de la solution

Pour ..... , ceci offre le bénéfice de .....  
nom du client bénéfices fonctionnels et émotionnels

Dans le futur, c'est .....  
public cible plus large

.....  
transformation et bénéfice espéré

### Calibrer avec des retours

**+** Ce qui a bien fonctionné

**-** Ce qui peut être amélioré

**!** Des idées à essayer

**?** Des questions pour aller plus loin

# Matrice de retours par Rümker

## Matrice de retours

NOM DU  
PROJET : \_\_\_\_\_

NOMS DES  
CRÉATEURS : \_\_\_\_\_



<p><b>+</b></p> <p><b>Ce qui a bien fonctionné</b></p> <p>Avantages Bénéfices À renforcer</p>	<p><b>-</b></p> <p><b>Ce qui peut être amélioré</b></p> <p>Critiques constructives À améliorer Irritants Freins, embûches</p>
<p><b>!</b></p> <p><b>Idées pour la suite!</b></p> <p>Opportunités Ajouts Pivots Potentiel</p>	<p><b>?</b></p> <p><b>Questions pour la suite?</b></p> <p>Prochaines étapes Moyens Réflexions</p>

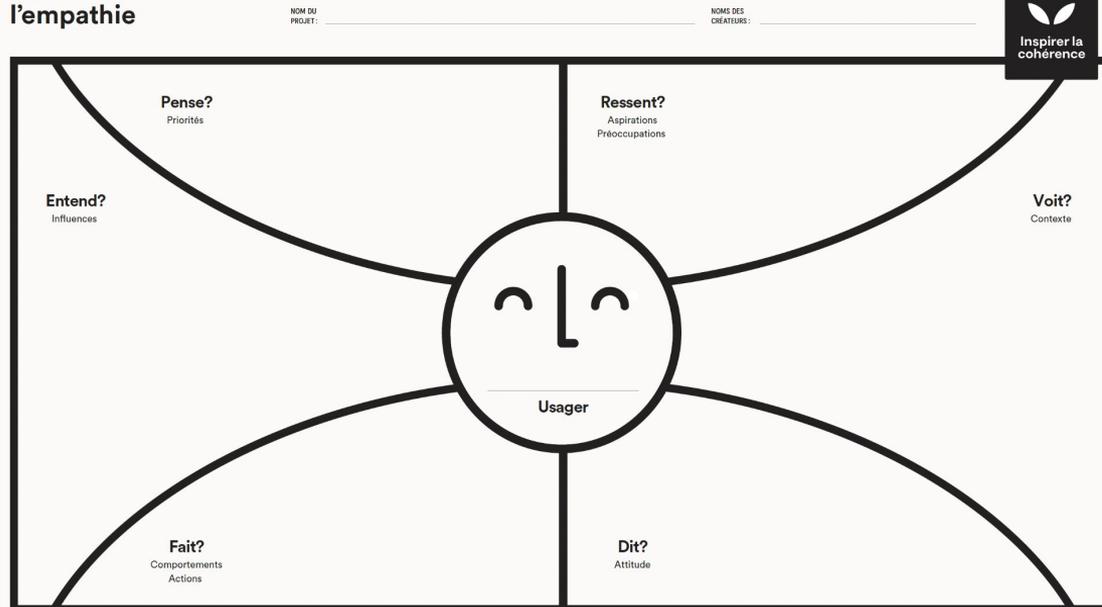
# Canevas de l'empathie

par Rümker

## DESCRIPTION :

Ce canevas explore les différentes dimensions du ressenti du client. Sa valeur ajoutée réside dans sa capacité à voir son organisation à travers nouvelle lentille. En comprenant profondément les perspectives et les motivations des clients, il devient plus naturel d'anticiper les défis, de résoudre les problèmes et de forger des relations durables, conduisant ainsi à une satisfaction client accrue et à une amélioration globale de leurs offres commerciales.

## Carte de l'empathie



# Matrice de sélection

par Rümker

## Matrice de sélection

NOM DU  
PROJET : \_\_\_\_\_

NOMS DES  
CRÉATEURS : \_\_\_\_\_



Inspirer la  
cohérence

Défi : Comment pourrions-nous ..... ?

<b>—</b> Peu d'efforts  <b>Efforts</b> Coûts Temps Qualité	7.	8.	9.
	4.	5.	6.
<b>+</b> Beaucoup d'efforts	1.	2.	3.
	<b>—</b> Peu d'impact	<b>Impact</b>	<b>+</b> Beaucoup d'impact

**Top 3 choix**

**Coup sûr**  
Une idée gagnante qui est facile d'exécution et peu risquée.  
✓

**Coup de cœur**  
Une idée attrayante qui génère une émotion forte pour l'équipe et le client.  
♥

**Coup de circuit**  
Une idée portieuse qui nous transporte dans le futur.  
★

# 3 \_\_\_\_\_ Nos projets : Stratégie

**LONDON  
DRUGS®**

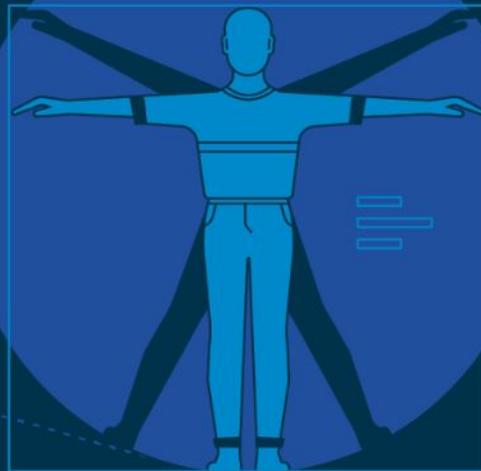
ÉTUDE DE CAS

## London Drugs

Créer une vision du futur de l'expérience  
en magasin d'une chaîne de commerce  
au détail

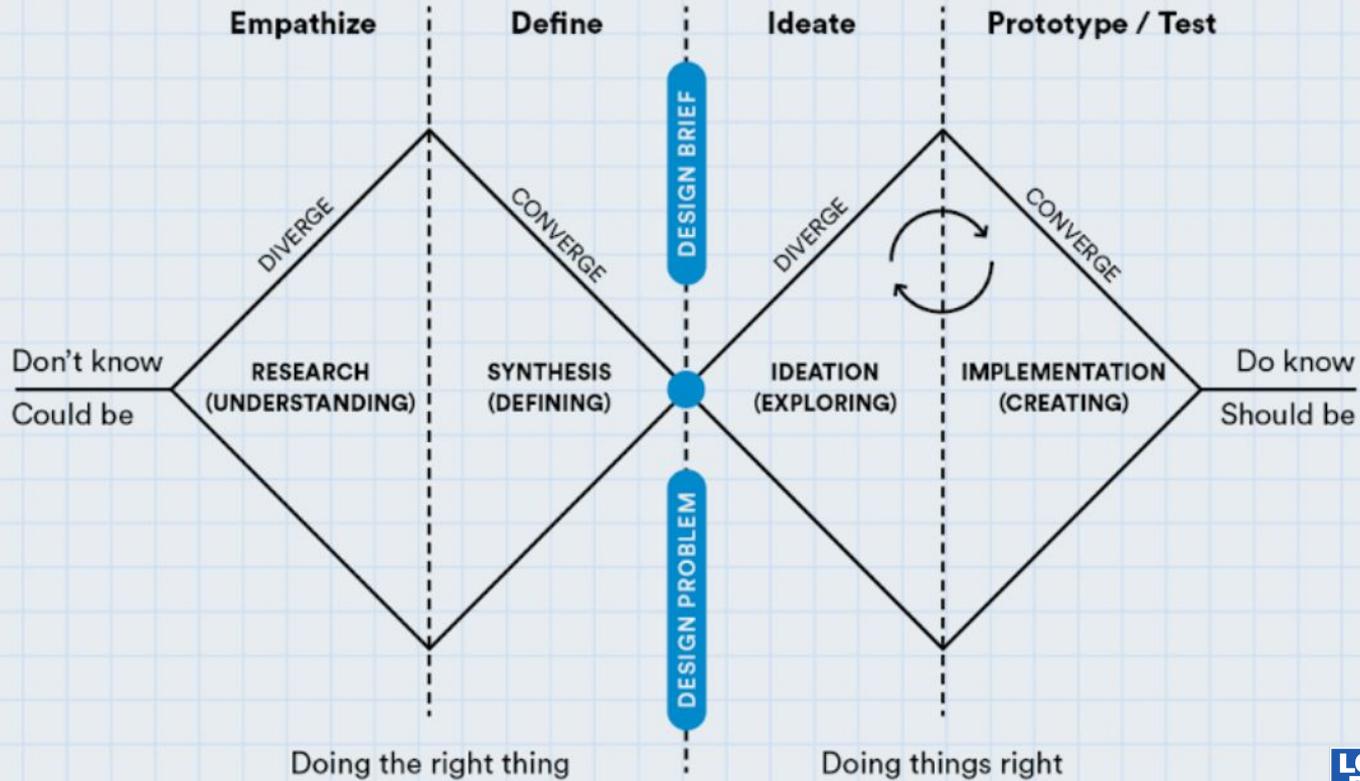
A MASTERPIECE IN THE MAKING

# THE DA VINCI INITIATIVE



**LONDON  
DRUGS®**

# THE 5 STEPS OF DESIGN THINKING



# LONDON DRUGS

## Health Strategy visant le développement des futurs services en santé de la chaîne

**L'équipe dirigeante de London Drugs cherche à apporter de nouveaux services de santé et une expérience client améliorée par le biais d'innovations dans la conception de magasins qui soutiennent la nouvelle vision.**

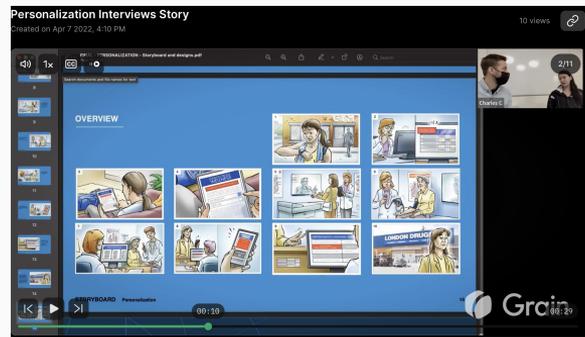
Au cœur de notre expertise réside le design de services, une approche stratégique et créative qui transforme les idées en expériences du futur. Notre arsenal d'outils et de méthodologies basé sur le design thinking, tels que la recherche qualitative approfondie, l'étude de marché, la matrice impacts/efforts, la grille de performance, nos méthodes d'idéation encadrées, nous permettent de façonner des solutions durables et résilientes.

### Le design de services ne se limite pas à la conception visuelle.

Notre collaboration fructueuse avec London Drugs sur le projet *Health Strategy* en est un témoignage éloquent. En co-création, nous avons décortiqué les défis et les opportunités, en prenant en compte leur réalité commerciale, les contraintes internes et surtout, les besoins des clients d'aujourd'hui afin de bonifier leur expérience en magasin.

### Le cas Health Strategy en bref

**6** études de cas de détaillants intégrant la santé, **une** étude de marché pour **10** services de santé, **16** répondants internes au questionnaire structurant, **14** entretiens individuels, de **900** personnes sondées en ligne sur les services de santé et pour terminer, l'identification d'**une** opportunité clé, en tenant compte de la viabilité et de la désirabilité.

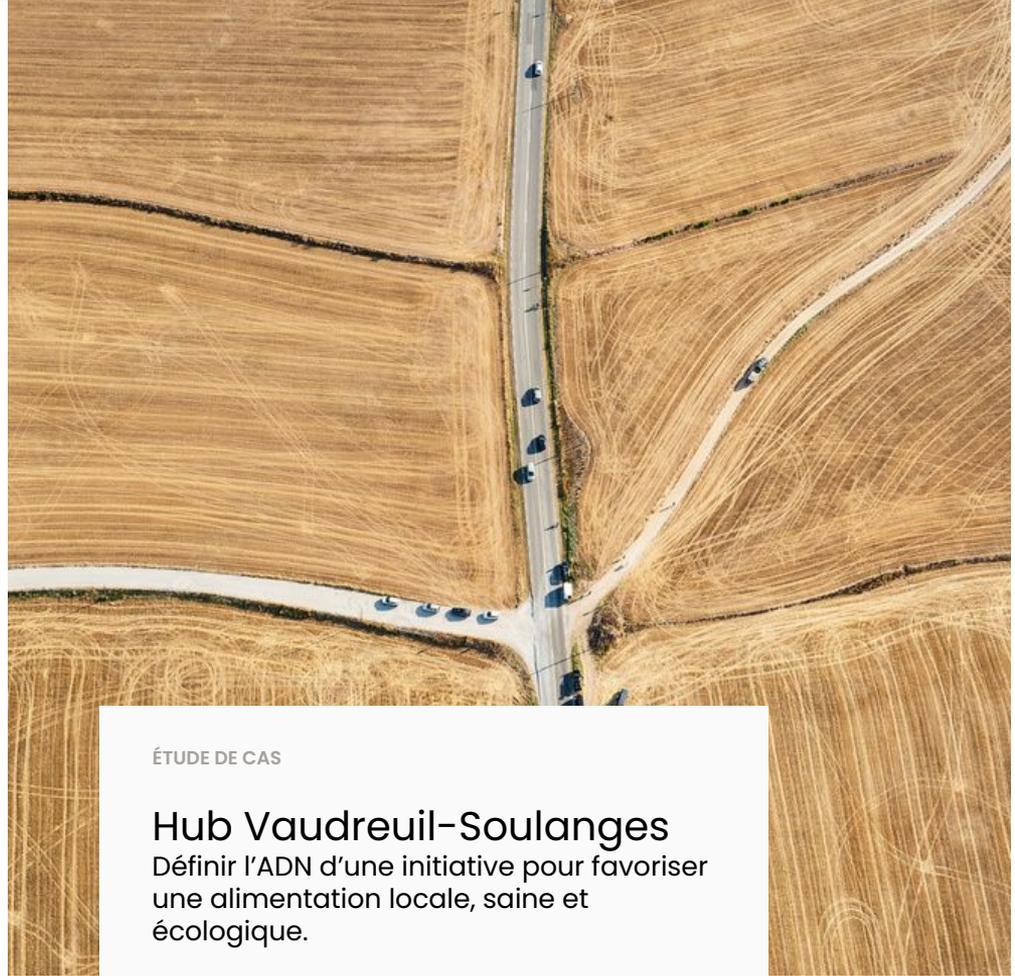


### Objectifs du projet

- Commencer à construire et à tester l'avenir des services de santé
- Accélérer les projets d'innovation en cours
- Bonifier l'expérience des services actuels
- Tester de nouveaux concepts de magasins qui soutiennent cette nouvelle stratégie

### Qu'est-ce que ce projet va permettre en 2024?

- Générer de nouvelles sources de revenus grâce aux services de santé et à l'augmentation de la fréquentation en magasin
- Renforcer les relations avec les usagers
- Augmenter la demande de produits de santé et de bien-être vendus au détail



#### ÉTUDE DE CAS

**Hub Vaudreuil-Soulanges**  
Définir l'ADN d'une initiative pour favoriser  
une alimentation locale, saine et  
écologique.

# Hub Vaudreuil-Soulanges

## Notre mandat

Avec ce projet collectif et rassembleur, Développement (DEV) Vaudreuil-Soulanges souhaitait rapprocher les producteurs agroalimentaires de leur clientèle et permettre à la communauté de s'approvisionner de façon responsable tout en accélérant l'autonomie alimentaire de la région. Nous avons accompagné l'organisme en élaborant une stratégie de déploiement et en définissant son identité de marque, principalement mise en valeur par le fameux marché fermier mobile qui circule aujourd'hui à travers la région et qui facilite l'accès à des aliments sains et locaux.

## Le défi

D'une part, créer des maillages entre les producteurs agroalimentaires afin de déployer un nouveau système d'entraide et de distribution qui améliore leur rentabilité et favorise l'accès à leurs produits. D'autre part, éduquer et sensibiliser la population sur l'offre locale unique et la convaincre de consommer des aliments cultivés (ou transformés) sur son territoire.



## Notre stratégie

Pour atteindre ces objectifs, nous avons mis en place une démarche de concertation avec le Comité Agri-Agro de la région qui regroupe des producteurs locaux et des personnes représentant la MRC, des OBNL et les deux paliers gouvernementaux. Au terme de plusieurs ateliers collaboratifs, nous avons défini le positionnement stratégique de cette initiative, développé une pyramide de marque et une idée phare qui sous-tend le projet :

**Cultiver. Rassembler. Alimenter.**

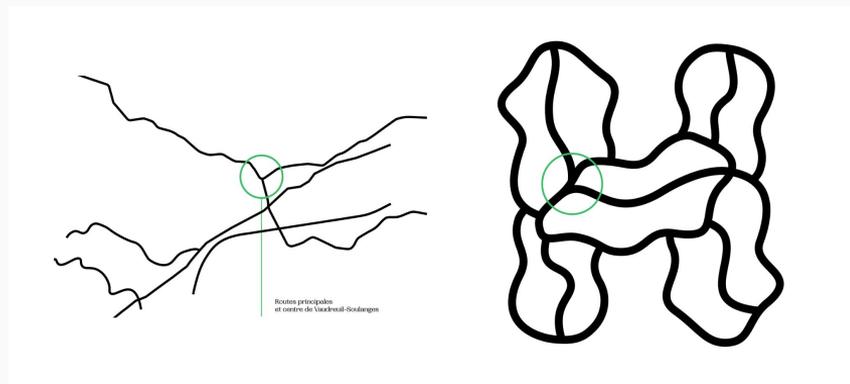
# Hub Vaudreuil-Soulanges



## Résultat

Le Hub alimentaire de Vaudreuil-Soulanges, soutenu par DEV Vaudreuil-Soulanges, permet aux producteurs locaux de toucher une clientèle élargie en **mutualisant** leurs efforts pour une **distribution flexible et économique**. L'image de marque forte et distinctive construite par Rümker, notamment présente sur un camion de pompiers transformé en marché fermier mobile, contribue au succès de cette initiative. La Coopérative CSUR prend désormais en charge le développement de ce projet de consommation durable.

Cette réalisation met en évidence la nécessité de favoriser la **concertation** entre les agriculteurs et agricultrices, les différents paliers gouvernementaux et les organismes régionaux quand on veut structurer l'offre alimentaire locale. C'est par **l'innovation** que Le Hub alimentaire Vaudreuil-Soulanges a réussi à valoriser le **savoir-faire** indispensable des producteurs et leurs produits, et à encourager une alimentation et une consommation plus **saine et écologique**.



MRC – VISUELS DE LA MARQUE



ÉTUDE DE CAS

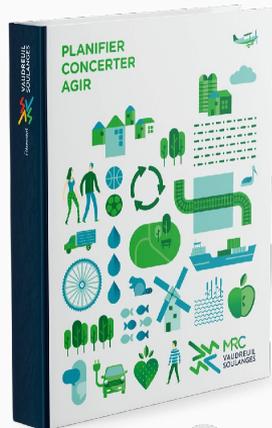
## MRC & DEV Vaudreuil-Soulanges

Contribuer au rayonnement d'une région effervescente avec une image rassembleuse

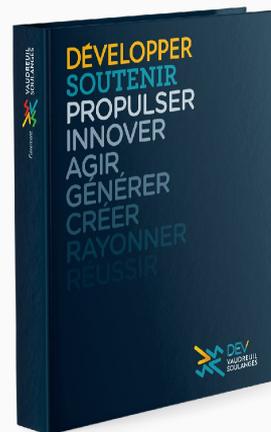




PLANIFIER  
CONCERTEZ  
AGIR



GÉNÉRATEUR  
DE VALEURS  
RÉGIONALES





# METTA

QUARTIER  
RÉSIDENTIEL  
CONSCIENT

ÉTUDE DE CAS

## METTA

Concevoir un développement  
résidentiel exemplaire et  
connecté sur sa communauté

## UNE LOCALISATION DE CHOIX

À proximité du centre-ville de Montréal et des maraichers locaux lavallois, le quartier résidentiel Metta de Sainte-Dorothée sera lancé au printemps 2021.

Sa conception et son aménagement visionnaires favoriseront la mobilité active, les déplacements en transports en commun et un esprit de communauté fort entre ses résidents.





# METTA

## OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE L'ONU PRIORITAIRES DU PROJET

**9** INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE



**11** VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES



**12** CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES



**15** VIE TERRESTRE



**17** PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS



## LES PRINCIPES DE DÉVELOPPEMENT DURABLE PROPRES À METTA



Soutenir l'accès aux transports en commun et favoriser l'autopartage.



Utiliser des ressources durables et des appareils éco-efficaces lorsque possible afin de réduire notre empreinte carbone.



Favoriser et encourager l'achat de produits locaux.



Soutenir la sécurité alimentaire des résidents du quartier en facilitant l'accès aux fermes et marchés locaux.



Stimuler le partage et les relations sociales entre les résidents en les encourageant à participer aux activités communautaires du quartier.

# NOUS SOMMES

LE CENTRE DE PLEIN AIR  
NOTRE-DAME-DE-FATIMA, UN HAVRE DE PAIX  
OÙ LE CONTACT HUMAIN PRIME.

DES VALEURS DE PARTAGE, D'OUVERTURE,  
DE RESPECT ET D'INCLUSION.

UNIQUE & AUTHENTIQUE

L'ULTIME EXPÉRIENCE DE CAMP



*Bienvenue*



au centre de plein air Notre-Dame-de-Fatima :  
l'endroit où la nature humaine  
peut enfin se retrouver

À L'ÉTAT *naturel*



ÉTUDE DE CAS

## Centre Notre-Dame-de-Fatima

Reconnecter avec ses valeurs

## ÉTUDE DE CAS

# Centre Notre-Dame-de-Fatima

### Notre mandat

Faire rayonner un organisme de charité, essentiel au bien-être des familles, afin qu'il réussisse à engager les communautés locales envers sa cause, qu'il développe des partenariats et trouve des sources de financement pérennes qui lui permettent d'améliorer l'accessibilité de ses services.

### Les défis

- Pour relever ce défi, nous avons procédé à une refonte stratégique et identitaire majeure.
- Nous avons développé pour le Centre une image de marque dynamique et attrayante qui renforce le sentiment de fierté et d'appartenance de la clientèle et du personnel, en plus d'assurer sa crédibilité lors d'évènements de réseautage et de philanthropie.



### Résultats

- Le Centre Notre-Dame-de-Fatima a vu ses revenus augmenter de 100 % depuis son travail de positionnement stratégique et identitaire avec nous. Ses efforts déployés en philanthropie ont été récompensés grâce à sa nouvelle image de marque forte et à son offre de services claire.
- Le Centre est maintenant reconnu comme chef de file dans l'organisation du loisir et du tourisme social, et il accueille avec bonheur plus de gens dans le besoin.
- Le personnel porte désormais fièrement les nouvelles couleurs de son employeur, une image de marque naturelle, colorée, accessible et ancrée socialement.
- Fort de ce succès, le Centre nous a contacté à nouveau en 2022 pour le positionnement stratégique et identitaire de sa fondation, la Fondation Paul-Leboeuf



LA GRANDE IDÉE

# À l'état naturel



CENTRE NOTRE-DAME-DE-FATIMA





ÉTUDE DE CAS

## Fondation Paul-Leboeuf

Refléter la générosité d'un pionnier du Centre Notre-Dame-de-Fatima dans l'image de sa fondation

CENTRE NOTRE-DAME-DE-FATIMA

# Fondation Paul-Leboeuf

## Notre mandat

Développer une identité de marque pour la fondation du Centre Notre-Dame-de-Fatima. Ce dernier jouit d'une identité forte et d'une belle notoriété dans son milieu, mais est dans le processus de se diviser en trois entités distinctes: Centre de répit, Plein Air et Fondation.

## Les défis

- Arrimer l'image de marque d'une fondation qui existait dans l'ombre depuis plus de 30 ans avec celle développée pour le Centre
- Mettre en valeur la profondeur de l'histoire de la fondation pour asseoir sa crédibilité, tout en reflétant l'humilité, la bonté et la générosité du fondateur, Paul Leboeuf
- Honorer l'Abbé Paul Leboeuf en évitant les symboles religieux



## Notre stratégie

Créer une plateforme de marque complète, incluant notamment:

- un logo qui illustre avec poésie la mission de la fondation, soit de soutenir financièrement les campeurs et leurs proches dans le besoin afin de leur permettre de participer aux activités offertes par Notre-Dame-de-Fatima et Centre plein air Fatima;
- un portrait sympathique et ludique de Paul Leboeuf;
- des maquettes de site web, pour donner de la visibilité à la fondation.

# Fondation Paul-Leboeuf

## Soirée emblématique Mille et une huîtres

La soirée des Mille et une huîtres est l'événement incontournable de la région de Vaudreuil-Soulanges.

Couronné par un service d'huîtres à volonté, l'événement rassemble plus de 300 convives chaque automne et permet à la Fondation de ramasser la majorité de ces fonds caritatifs. Les places y sont si convoitées, qu'en moins de 24h les 330 places disponibles furent déjà vendues lors de l'édition 2022.





ÉTUDE DE CAS

## Chantier d'accès à la terre

Mobiliser les parties prenantes clés d'un chantier d'innovation agroalimentaire régional

PRÉSENTATION DU STUDIO

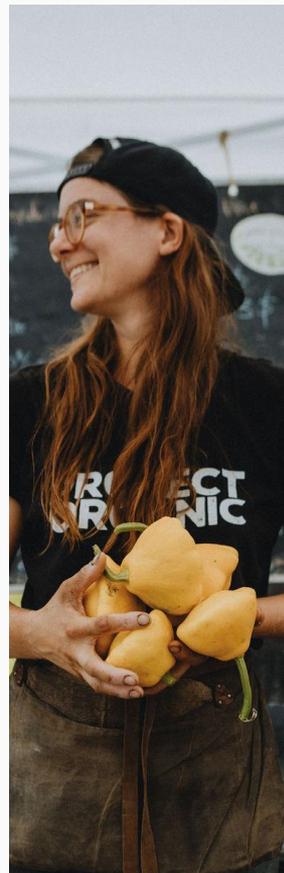
# Oeuvrer pour une plus grande pérennité du territoire

## Notre impact

Nous avons eu le privilège d'animer des ateliers stratégiques pour lancer le chantier d'accès la terre du CLD de Brome-Missisquoi. À travers notre collaboration, nous avons contribué à propulser les équipes qui ont à cœur la pérennité de l'agriculture au Québec.

## Étendue du mandat

- Faciliter la rencontre de lancement du chantier
- En amont (en collaboration avec le CLD)
- Structurer et encadrer la démarche du chantier
- Fixer les objectifs, les livrables et les questions porteuses
- Rendre le noyau porteur autonome dans sa démarche
- Faciliter les séances de co-création préparatoires du noyau
- Inspirer des nouvelles façons de faire
- Identifier quelques apprentissages et recommandations



## Explorer la faisabilité d'implanter plusieurs types de modèles de gestion de terres agricoles



### Donner accès pour favoriser l'autonomie alimentaire

Le Chantier d'accès à la terre est né d'une volonté d'œuvrer pour une plus grande pérennité du territoire productif de la MRC Brome-Missisquoi ainsi que d'appuyer la prospérité et la durabilité des entreprises agricoles de notre région.

### Des objectifs audacieux et visionnaires

- Faciliter l'accès aux terres agricoles
- Attirer et retenir une nouvelle relève agricole et entrepreneuriale grâce à un accès facilité aux terres productives et à la propriété
- Assurer la pérennité de la vocation du territoires et des activités agricoles
- Faire la démonstration que les modes de tenures alternatifs existants sont limités et qu'il y a lieu d'explorer de nouvelles formules adaptées aux besoins de la relève agricole.



### Des retombées positives

«Ce fut une démarche complexe qui n'a pas été sans difficulté, mais qui je l'espère sera porteuse de grandes innovations au niveau du droit de propriété agricole au Québec. Les travaux se poursuivent en 2023. Merci pour la part que vous avez jouée dans le lancement de cette aventure.»

– *Coordonnatrice des services du secteur bioalimentaire - CLD Brome Missisquoi*



# LI-MIT

LABORATOIRE D'INNOVATION EN MOBILITÉ INTELLIGENTE ET TERRITORIALE

ÉTUDE DE CAS

## LI-MIT

Accompagner une région dans la création d'un laboratoire de mobilité durable territorial



# PROJET LI-MIT

## Notre impact

Afin d'adopter les nouvelles stratégies innovantes en matière de mobilité du ministère des Transports du Québec. La MRC Brome-Missisquoi souhaitait se doter d'un plan de travail détaillé qui permettra à son équipe de cheminer tout au long des 4 années. Nous avons donc eu la mission d'élaborer ce plan de travail, de faciliter les rencontres avec les parties prenantes ainsi que la rédaction du document pour remise au Ministère.

## Étendue du mandat

- Alignement et planification stratégique
- Entrevues individuelles
- Questionnaires
- Cartographie des parties prenantes
- Organigramme de projet et RACI
- 4 ateliers d'une-demi journée
- Rapports d'ateliers
- Messages clés
- Rédaction du plan de travail
- Conception et relecture
- Gestion de projet



**LI-MIT**

**Introduction :: Legs et souhait pour le futur**

Devenir source d'exemple en mobilité et en transport, la MRC s'ambitionne d'être reconnue au Québec, dans les relations de travail mises en place par le Laboratoire d'innovation en mobilité intelligente et territoriale (LI-MIT). Concrètement, il s'agit d'adapter et de proposer des solutions avant de offrir, possiblement, un environnement et la société. C'est par des changements de mentalité que des changements de comportements pourront s'observer, puis mener à des résultats tangibles, associés les citoyens pourront s'identifier.

Au nom de la Liberté, d'innovation avant les citoyens, de sa place, souhaite se déployer autrement pour travailler, se divertir et accéder à différents services.

**Ensemble, prouvons qu'il est possible de choisir des solutions innovantes pour se déplacer.**

**LI-MIT**

**Introduction :: Identité régionale**

La municipalité régionale de comté (MRC) de Brome-Missisquoi est, de nos jours, l'entité territoriale (ET) qui organise autour de 6 pôles complémentaires et rassemblent 27 municipalités. La MRC continue actuellement avec une belle attractivité qui lui a valu une augmentation de 527,6% de sa population pour 2020-2022. La densité de population sur le territoire est maintenant de 235,6 personnes/km<sup>2</sup>.

En 2022, la MRC de Brome-Missisquoi s'est dotée d'un plan stratégique sur 15 ans visant son développement de la région et de son territoire.

La population de la région est vieillissante, avec un âge moyen de 43,9 ans et un âge moyen de 44,2 ans. Les 65 ans et plus représentent 15,8% de la population, en surreprésentation comparativement à la population québécoise.

En 2022, la MRC de Brome-Missisquoi s'est dotée d'un plan stratégique sur 15 ans visant son développement de la région et de son territoire.

Située dans le région administrative de l'Estrie, Brome-Missisquoi est principalement réputée pour sa viticulture. Des mouvements de population sont d'ailleurs attribuables à la viticulture et à l'implantation de nouvelles entreprises.

**1696 km<sup>2</sup>** superficie

**19,16/km<sup>2</sup>** densité

**49,1** habitants

**55 ans et +** population

**17%** population

**46,2** habitants

**ATTRACTIVITÉ - VILLEGAÏRIE - EXPLOITATION DURABLE - DÉVELOPPEMENT**

## Mise en œuvre de solutions en mobilité durable



### Le Laboratoire d'innovation en mobilité intelligente et territoriale (LI-MIT)

Le Laboratoire donnera à la MRC l'occasion d'affirmer son identité régionale singulière : c'est toute une communauté qui s'animera autour de ce levier important pour les générations actuelles et futures.

#### Les ambitions du projet LI-MIT

- Démocratiser le territoire et offrir un meilleur accès au territoire.
- Présenter des modèles innovants afin de rendre les communautés locales ultrarésilientes.
- Briser l'isolement social (rapprocher la communauté physiquement et socialement).
- Contribuer à la découverte de nouvelles opportunités, autant pour les usagers que pour les citoyens de la région.
- Créer de nouvelles habitudes de mobilité chez les jeunes.
- Établir Brôme-Missisquoi comme une région durable connectée, mettant de l'avant une culture collective d'entraide au service du territoire.



#### Sonder et impliquer les experts régionaux et provinciaux

Nous avons d'abord réalisé neuf entrevues de fond avec des parties prenantes de la mobilité et de l'aménagement du territoire sélectionnés par l'équipe de la MRC. De plus, un questionnaire a été envoyé à l'ensemble des municipalités du territoire afin d'approfondir la réflexion et d'assurer que la démarche soit participative. Des 21 municipalités, 12 ont pris part au processus. Par la suite, nous avons animé 4 ateliers collaboratifs, qui nous ont permis de circonscrire le champ d'action, d'articuler une vision commune et inspirante et de définir les parties prenantes à inclure dans ce projet structurant et innovant pour la MRC et ses citoyens. Des experts de la MRC et de l'industrie du transport ont fait partie du processus de cocréation afin d'enrichir la démarche des quatre prochaines années.



cje Vaudreuil  
Soulanges

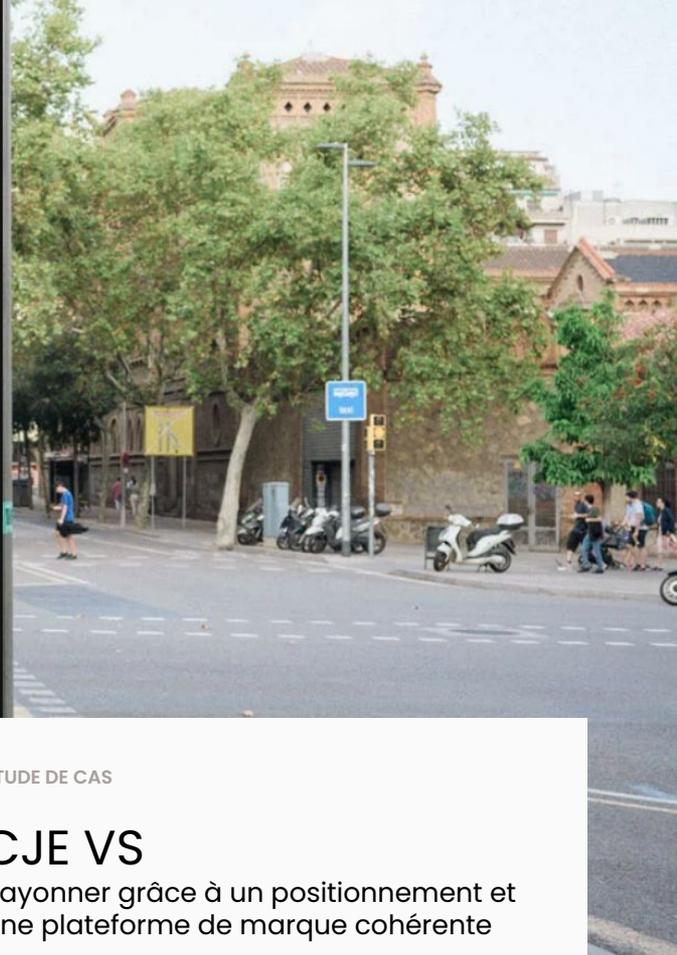
Découvre  
ton plein  
potentiel



ÉTUDE DE CAS

## CJE VS

Rayonner grâce à un positionnement et  
une plateforme de marque cohérente



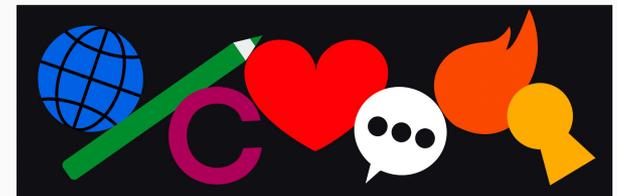
# Réaffirmer son engagement en tant qu'acteur en accès à l'emploi

## Notre impact

Le carrefour jeunesse emploi de Vaudreuil-Soulanges croit en un monde où chacun, peu importe son parcours, a sa place chez eux. Avec comme objectif de célébrer la richesse de la diversité qui fait sa force, l'organisme a pu développer une version haute en couleur son identité, reflétant son engagement continu depuis plus de 20 ans envers la jeunesse et l'emploi dans sa communauté. Cette nouvelle image, incarne parfaitement leur quatre valeurs fondamentales : Professionnel, Dynamique, Vibrant et Rassembleur. Le slogan, "Découvre ton plein potentiel," résume parfaitement la philosophie qui guide chacune de ses actions au sein de son territoire.

## Étendue du mandat

- Diagnostic et veille des concurrents
- Ateliers de cocréation
- Raffinement du positionnement
- Plateforme identitaire et design des points de contact clés
- Grande idée
- Plan de rayonnement multicanal
- Stratégie de contenu



# 4 Nos projets : Design commercial et d'expo

## NOTRE EXPERTISE

**BONJOUR MONTRÉAL**

Grand Quai - Vieux Port de Montréal

Rümker a eu la chance de poursuivre sa relation d'affaires avec Tourisme Montréal vers un autre projet marquant pour notre ville. Entre 2020 et 2023, nos équipes se sont alliées à réfléchir aux opportunités de créer une structure signature pour Montréal, en faire une oeuvre qui s'inscrit dans le paysage et qui souligne toute l'authenticité et la diversité de la culture montréalaise. Conçue avec du bois récupéré des arbres atteints de l'agrile du frêne et avec l'aide de l'organisme Bois Public, la pièce se fonde également dans la trame architecturale de la ville grâce à sa face arrière complètement polie en miroir. Seulement quelques mois se sont écoulés depuis le lancement, mais la structure Bonjour Montréal est déjà considérée une icône reconnue de la métropole.



Bonjour Montréal, Grand Quai du Vieux Port de Montréal, 2023

**nobELLES**

Planétarium de Montréal, 2023

Récemment inauguré par le Planétarium, l'exposition *nobELLES* met en lumière les femmes de l'ombre en sciences. En collaboration avec l'artiste MissMe, Camille et son équipe chez Rümker ont travaillé sur ce mandat pendant 2 ans afin d'arriver à ce résultat frappant, éducatif et important pour la société. Cherchant à communiquer les avancées inestimables des recherches de ces femmes, les gestes graphiques et les contenus scientifiques s'assemblent parfaitement sur des panneaux graphiques à la lumière intégrée.

De nombreuses complexités techniques pour s'arrimer stratégiquement aux courbes et particularités de l'architecture du Planétarium ont été surmontées avec ingéniosité pour respecter le bâtiment.



## NOTRE EXPERTISE



MANGER! L'exposition qui nourrit, Musée Armand-Frappier, 2023

## MANGER ! L'EXPOSITION QUI NOURRIT

Musée de la santé Armand-Frappier - Laval

Réalisée avec Bernard Lavallée, nutritionniste et auteur, *Manger ! L'exposition qui nourrit* explore le lien entre le bien-être et l'alimentation. Cette expo est divisée en 3 zones thématiques. La *Zone 1 - Nourrir le corps* est davantage scientifique et est constituée d'écrans *multitouch* et d'autres dispositifs interactifs permettant au visiteur de voyager et mieux comprendre le rôle des composantes nutritives dans le corps humain. La *Zone 2 - Le plaisir de manger* est axée l'aspect émotif, sensoriel et social. Dans ce contexte, nous avons réalisé plusieurs contenus documentaires sur les traditions culinaires de différentes communautés culturelles de la région de Montréal. Dans cette zone se trouve la table des sens, une grand table munie d'interactifs mécaniques et numériques permettant d'interagir avec les odeurs, les sons, les textures, etc. Finalement, dans la *Zone 3 - Nourrir la planète* se trouve un grand jeu vidéo où on est le héros responsable de sauver la planète des enjeux du système alimentaire qui la menacent. Grâce à la technologie RFID, les visiteurs sont appelés à solutionner différents enjeux qui pèsent sur la santé de la planète en appuyant les bons objets sur la balance. À coup sûr, cette visite stimulera leur appétit d'agir en faveur d'une alimentation durable!



ÉQUIPE RÜMKER  
DATE : 2023  
RÔLE : clé-en-main : chargé design, scénographie, production, réalisation et installation  
NOM CLIENT: Christelle Sachot  
TITRE: Gestionnaire des contenus et chargée de projet  
COMPAGNIE: Musée Armand-Frappier



## PLACE AU CIRQUE !

Musée Pointe-à-Callière - Montréal

L'exposition *Place au Cirque!* propose un voyage au pays du rêve circassien au Musée Pointe-À-Callière. Au rez-de-chaussée de la Maison des Marins est présenté un volet plus historique sur le cirque, tandis que le premier étage accueille les thématiques des cirques québécois. L'exposition offre deux moments forts: une fresque multimédia animée et habitée des archétypes du monde du cirque dès l'entrée au rez-de-chaussée, puis un spectacle final mémorable capturant des moments marquants et émouvants de l'ensemble des troupes québécoises à la toute fin du parcours. En étroite collaboration avec la chargée de projet du Musée, l'équipe de Rümker et ses collaborateurs ont réalisé et développé les 10 zones d'exposition, en plus d'assurer la production et l'installation dans le cadre de cette exposition clé-en-main. *Place au Cirque!* est maintenant en itinérance à travers le Québec.



Place au Cirque !, Pointe-à-Callières, 2021



ÉQUIPE RÜMKER  
DATE : 2019-2021 et itinérance 2022 à aujourd'hui  
RÔLE : chargé de projet design & production (clé-en-main)  
NOM CLIENT: Élisabeth Côté  
TITRE: Chargée de projet  
COMPAGNIE: Pointe-à-Callière



## NOTRE EXPERTISE



**AU-DELÀ DES GLACES**  
Musée de la nature - Ottawa

En partenariat avec l'ONF, Rümker a eu la chance de co-réaliser un projet d'exposition permanente au Musée canadien de la nature à Ottawa. Sur le thème de l'Arctique, l'installation unique en son genre met en scène des écrans construits avec de la vraie glace. Des scènes et des animations d'artistes inuits y sont d'ailleurs projetées. Cet environnement gelé, au sein de la Galerie de l'Arctique Canada Goose, constitue la contribution du Musée au 150e anniversaire de la Confédération. Les défis techniques d'entretenir de la vraie glace à l'intérieur d'un musée ont mis à l'épreuve les capacités d'innovation de l'équipe. Expérience sensorielle faisant appel à l'ouïe, à la lumière, à la vue et au toucher, l'œuvre cherche à rappeler les liens étroits qui existent entre les humains et la nature.



DATE : 2017  
RÔLE : chargé design, scénographie et coordination et chargé de projet pour le hall d'entrée de l'exposition  
NOM CLIENT : Daniel Boivin  
TITRE : Chef de design  
COMPAGNIE : Musée de la Nature à Ottawa



Arctique, Musée canadien de la nature à Ottawa, 2017



Rêver le Monde (Expo 67), Musée Stewart, 2018

**EXPO 67 - RÊVER LE MONDE**  
Musée Stewart - Montréal

Inaugurée au printemps 2017, l'exposition *Rêver le monde* a été présentée au Musée Stewart sur l'île-Sainte-Hélène jusqu'à l'automne 2017. À travers des géométries inspirées d'Habitat 67, l'exposition a été scénographiée suivant l'esprit festif et vivant de l'événement marquant de 1967. En collaboration avec le Musée, notre équipe s'est attachée à faire revivre l'esprit du Montréal d'alors en y intégrant des éléments modernes, tels le mapping vidéo et la réalité virtuelle avec l'aide de l'ONF. Derrière l'esthétique de l'exposition se trouve la volonté de transmettre le caractère novateur d'Expo 67 grâce aux projections immersives. Un énorme travail de recherche et de tests sur l'échelle des cubes fut réalisé pour obtenir les dimensions idéales évoquant l'icône architecturale de Montréal, tout en demeurant un support de projections adéquat.



**PRÉSENTATION DU STUDIO**

DATE : 2016-2017  
RÔLE : chargée scénographie  
NOM CLIENT : Catherine Laflamme  
TITRE : Chargée de projet client  
COMPAGNIE : Musée Stewart





NOTRE EXPERTISE

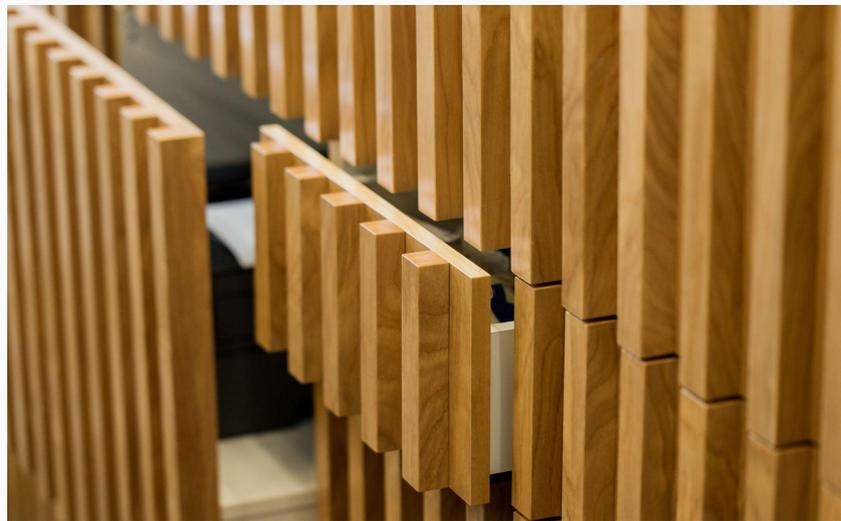
## Lafond

Un design d'environnement à l'image et  
aux valeurs de la marque

# Lafond



**La confiance de Lafond envers Rümker nous a permis de concevoir un environnement en adéquation aux valeurs de la marque.** Dans un souci de bien-être du personnel, la réorganisation a été axée sur l'ambiance souhaitée, l'ergonomie des bureaux et le rangement. Tout au long du projet, Rümker a conservé la responsabilité du travail de conception, du développement technique, de l'exécution, de la coordination de tous les collaborateurs et de la gestion globale du projet.



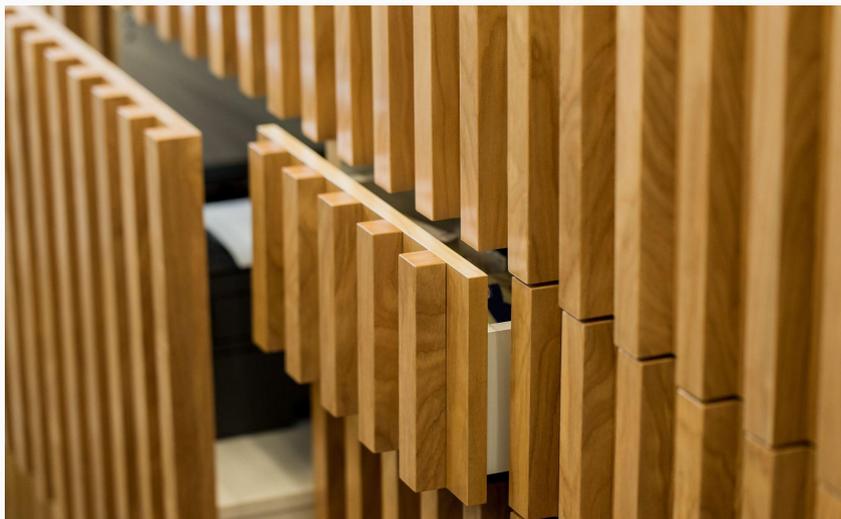
**Inspiration** En tant qu'entreprise familiale, Lafond souhaitait que son nouvel environnement de travail reflète son caractère humble et son intégrité. Lorsque nous avons entrepris notre recherche de matériaux, nous nous sommes orientés vers des textures naturelles et une qualité noble et sobre. L'utilisation intensive du bois en est un bon exemple. L'arcade, avec son ardoise, apporte de la chaleur à l'entrée, et le matériau utilisé pour le revêtement de sol a fait l'objet d'une grande attention. Même la moquette évoque la nature : les effets de transition des finitions du sol rappellent des éléments de la forêt tels que le lichen et la pierre. Nous avons été séduits par la moquette Urban Retreat que nous avons utilisée, par son contenu recyclé à 50 % et par l'engagement du fournisseur à réduire son impact sur l'environnement.



# Lafond

## RÉSULTAT

Un nouvel environnement de travail qui reflète le côté humble et l'intégrité de l'entreprise familiale. À travers les choix de matériaux, nous avons opté pour des textures naturelles, nobles et sobres.



L'arche enveloppante et l'utilisation d'ardoise donnent un caractère chaleureux à l'entrée, et une grande attention fut portée au choix de revêtement de sol.

Même le tapis cherche à évoquer la nature : les effets de transition dans le fini au sol rappellent des éléments de la forêt, comme le lichen et la pierre. Nous avons d'autant plus été conquis par ce tapis de la marque Urban Retreat de par son contenu à 50% recyclé et son engagement à diminuer son impact environnemental.



PRÉSENTATION DU STUDIO



ÉTUDE DE CAS

## Skin Clinics

avec Skinceuticals CA, Regina, Canada

## ÉTUDE DE CAS

## Skin Clinics

### Représentation des lignes directrices élaborées pour la marque



#### Ambiance douce et raffinée

Sur la base des lignes directrices développées par Rümker pour le Guide de marque 2018 de SkinCeuticals Canada, nous avons signé une clinique de soins esthétiques et médicaux aux accents Art déco et modernes. L'ambition : renouveler l'esthétique en apportant chaleur, intimité et raffinement à un lieu dédié à la santé, traditionnellement plus clinique.

#### Marier l'héritage et la modernité

La clinique est située dans un quartier historique de Regina, entourée de bâtiments patrimoniaux d'architecture anglaise. Ouvert aux nouvelles idées, le client a été inspiré par des tons audacieux pour rompre l'aspect froid propre aux cliniques médicales.



#### Quand le design remplit sa fonction

Le projet célèbre la beauté des formes, des matériaux et de la lumière. Le résultat : un espace chaleureux conçu pour mettre les patients à l'aise.

Ce projet a été réalisé clé en main : Rümker s'est chargé de l'idéation, de la conception créative, du développement technique et de la supervision du chantier jusqu'à ce que tout soit prêt pour l'ouverture, comme pour la plupart des cliniques canadiennes que nous avons conçues.

# Skin Clinics

## Quand le design remplit sa fonction

Ce projet souhaitait célébrer la beauté des formes, des matières et de la lumière. L'espace créé pour SkinClinic Regina se veut chaleureux et a été réfléchi pour mettre à l'aise sa clientèle.

### DÉFI

Réinventer le genre en apportant chaleur et intimité à un lieu dédié à la santé, traditionnellement plus froid et aseptisé.

### STRATÉGIE

La clinique est située dans un quartier historique de Regina, au coeur de bâtiments patrimoniaux à l'architecture anglaise. Grâce à l'ouverture d'esprit des clients, nous avons insufflé des tonalités audacieuses au design pour casser l'aspect froid typique des cliniques médicales.

Un design doux et féminin pour cette clinique de soins esthétiques et médicaux



### RÉSULTAT

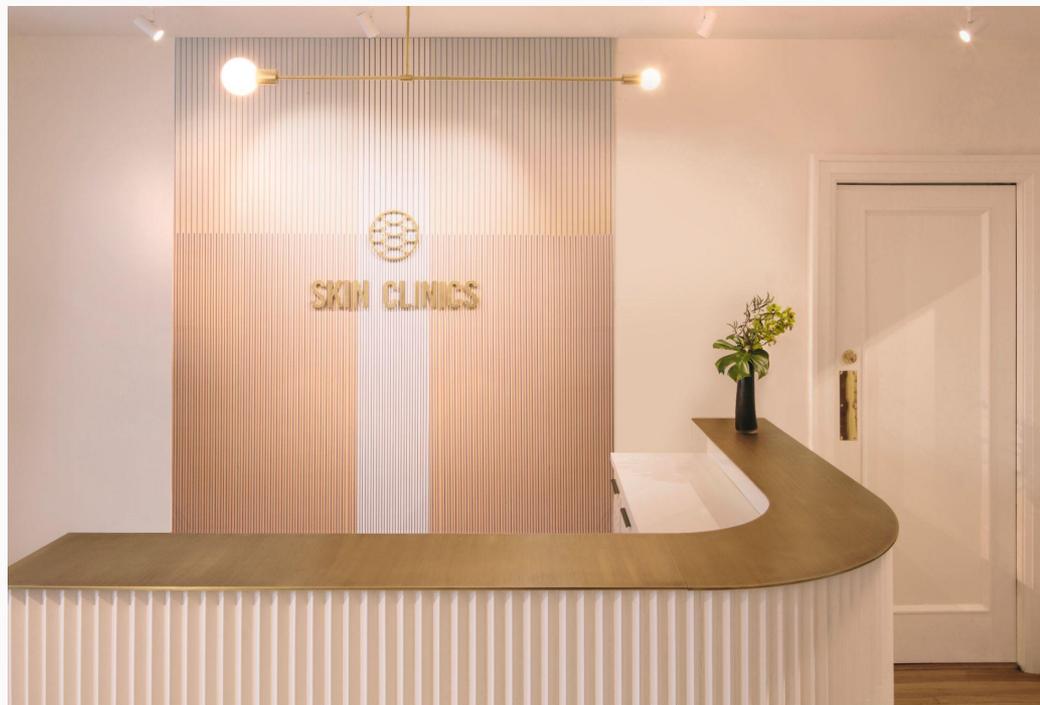
Nous signons une clinique de soins esthétiques et médicaux aux accents Art déco et moderne, résolument européenne, à l'ambiance douce et raffinée.

PRÉSENTATION DU STUDIO

# Skin Clinics

Ce projet prend vie dans un édifice patrimonial, où on a voulu infuser un côté moderne au design, mais tout en préservant le cachet du lieu. Le tout impliquait une complexité au niveau de la préservation et de la restauration. Il y avait aussi une volonté du client de se démarquer avec un style Art déco, totalement différent de sa compétition, ou même, de cette région du pays.

Le client avait aussi des attentes de finition élevées. Grâce aux matériaux uniques utilisés, la qualité se ressent bien dans chacun des espaces.



## SPÉCIFICATIONS

–

Client – Skinceuticals et Dr Jason Sneath

Lieu – Regina, Saskatchewan, Canada

Superficie – 1250 pi<sup>2</sup>

Services - Exploration créative, plan d'aménagement, design de l'environnement, développement technique et supervision de la production et installation

Année - 2018

## CRÉDITS COMPLETS

–

Ébénisterie – Nuwko

Éléments de mobilier en métal et

insertions métalliques – Gallant Solutions

Rembourrage – Siècle en siècle

Photos - Penguin

PRÉSENTATION DU STUDIO

**Contact**

Marie-Christine Gagnon  
mc@rumker.co  
514-344-4235

**Contact**

Frédérique Majeau  
frederique@rumker.co  
514-268-5836

# Rümker