

Le magazine du  
couvre-plancher  
Oct.-nov.-déc.  
2010  
Vol. 26 N° 4

magazine  
**SURFACE**  
planchers • murs • peinture



## DOSSIER

Qu'y a-t-il sous le plancher?

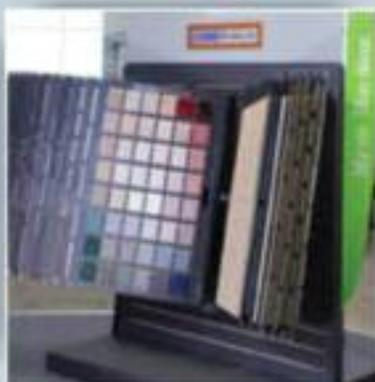
## VENTES

Exporter des planchers à l'autre bout du monde

## POSE

Clin d'œil au bois

Envoi de  
publication  
Convention  
No 40027121



Deco Surfaces s'impose comme chef de file dans le commerce de détail de couvre-planchers et décoration. Notre réseau, qui compte déjà plus de 120 marchands, se développe sans cesse et gagne continuellement en notoriété, pour le plus grand bénéfice de nos clients et fournisseurs.

Nous sommes fiers d'offrir des services et des programmes complets qui permettent les meilleures performances de vente et de rentabilité.



# La force d'un réseau.



**Le plus grand réseau de détaillants de couvre-planchers  
et de décoration dans l'est du Canada.**

Pour devenir marchand-associé, appelez Jacques Cloutier au 514-708-8015  
ou Edmond Beckers au 514-918-8015.

[decosurfaces.com](http://decosurfaces.com)

**DECO SURFACES**

COUVRE-PLANCHERS ET DÉCORATION

Ma vie.  
Mon décor.



Regina  
Bois Franc Model  
Plus de détail en p. 32



2105, rue de Salaberry  
Saint-Bruno-de-Montarville, Qc J3V 4N7  
Téléphone : 450-441-4243  
Télécopieur : 450-441-6997  
www.magazinesurface.ca

Le magazine *SURFACE* est l'organe d'information de l'industrie du couvre-plancher au Québec. Il est publié quatre fois par année à l'intention des architectes, fabricants, distributeurs, designers, détaillants, décorateurs et poseurs. Les opinions émises par les collaborateurs n'engagent qu'eux-mêmes et les annonceurs conservent l'entière responsabilité du contenu et de la forme de leur publicité paraissant dans la revue. Toute reproduction d'articles ou d'illustrations doit clairement mentionner la provenance de cette information.

#### ÉDITEUR

Soury Communications ltée

#### RÉDACTION et RÉVISION

Sophie Bergeron, Alain Fortier, Pierre Hébert,  
Yves Rivard et Marcel Soucy

#### ÉDITION ÉLECTRONIQUE

Soury Communications ltée

#### REPRÉSENTATION PUBLICITAIRE

Marcel Soucy  
Tél. : 450-441-4243  
Courriel : sourycom@gmail.com

#### IMPRESSION : Imprimerie Chicoine

Pages intérieures imprimées sur papier 100 % recyclé post-consommation

TIRAGE : 4 500 exemplaires

#### DÉPÔTS LÉGAUX

Bibliothèque nationale du Canada  
ISSN 1490-8417  
Bibliothèque nationale du Québec  
Envoi de publication – Convention no 40027121

6

Mot de l'éditeur

8, 10

Nouvelles

12

Nominations

14 à 20

Qu'y a-t-il sous le plancher?

22, 24

Mission Design

26, 27

Peinture

30 et 32

Nouveautés

34 à 38

Dans le monde

40 à 42

Produits durables

44, 45

Pose

50, 52

54

Événements



Now all the alluring colors and patterns in Johnsonite® sheet products like Optima™, Granit™, Melodia™ and Aria™ are available in tile. You can mix and match to create unique shapes and contemporary patterns for a floor that's never been seen before. And that's something our competition can't offer. Finding the balance between spectacular and practical is not only possible, it's the starting point. That's what Balanced Choice is all about. So visit [johnsonite.com](http://johnsonite.com) and explore the possibilities.

Les coloris et les motifs séduisants des feuilles de revêtement Johnsonite™ comme Optima™, Granit™, Melodia™ et Aria™ sont maintenant offerts en carreaux. À vous de les agencer pour créer des formes uniques et des motifs contemporains jamais réunis auparavant dans un couvre-plancher. Voilà un avantage que vous ne trouverez nulle part ailleurs. Établir le juste équilibre entre le pratique et le spectaculaire n'est plus seulement possible : c'est la base. Et c'est ce que vise Balanced Choice. Alors visitez [johnsonite.com](http://johnsonite.com) et explorez les possibilités qui s'offrent à vous.

Fresh-cut tile in virtually any arrangement.  
That's Balanced Choice.

Des carreaux fraîchement taillés dans l'agencement  
de votre choix. C'est ça Balanced Choice.

## Avez-vous le design inscrit dans votre ADN?

Je ne sais pas pour vous, mais il semble bien que Christiane St-Germain, coprésidente du Groupe Germain, soit affublée de cette caractéristique. C'est ce qu'elle a déclaré haut et fort lors du dévoilement du portail de l'industrie du design, le 23 novembre dernier à l'Ex-Centris, situé sur le boulevard Saint-Laurent à Montréal.

**actiondesign.info** devrait désormais faire partie des adresses sauvegardées sur votre navigateur Internet. Tous les détails concernant ce puissant outil vous sont fournis en pages 22 et 24 de ce numéro.

Pour démontrer que l'industrie du couvre-plancher aurait intérêt à inscrire le design dans son ADN, le magazine *Surface* vous propose de suivre Robert LaPierre, architecte au CDID-ARCOP, dans son aventure à l'étranger. Le choix des matériaux, et évidemment des planchers, devient un art lorsqu'il s'agit de construire des immeubles commerciaux à La Havane (Cuba), à Jaypee (Inde) ou à Iqualuit (Nunavut). Découvrez en page 32, 34 et 36, la place que prennent nos planchers dans ces projets internationaux.

L'influence du design sur notre industrie n'a pas de limite. Les couleurs dominantes des planchers et des peintures en 2011 et 2012 ont pour origine les couleurs des défilés de mode des grands designers de Milan, Paris et Londres. Dans sa chronique, Sophie Bergeron, de Benjamin Moore, explique en page 26 le rôle de la mode dans le domaine des couleurs.

Le magazine s'est penché sur un sujet un peu plus terre à terre dans son dossier sur les membranes. Sans être exhaustive, cette liste est une énumération assez complète des différentes membranes offertes sur le marché. Membranes insonorisantes, hydrofuges, souples, rigides et même des liquides : il y a de quoi s'y perdre! Pour vous y retrouver, passez à la page 14.

### **Votre bulletin vert**

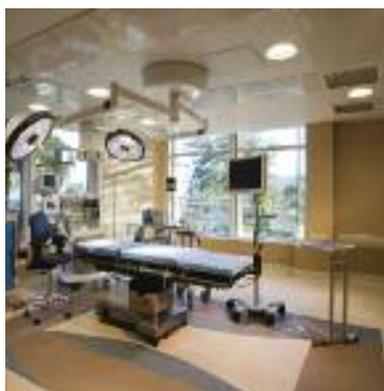
Dans sa chronique sur les produits durables, Alain Fortier vous parle du bulletin vert. Il s'agit d'un outil assez simple à utiliser, qui vous permettra de mesurer l'impact des différents engagements environnementaux que vous mettez en place. À lire en page 40.

Finalement, je me joins à toute l'équipe du magazine *Surface* pour vous souhaiter de très joyeuses Fêtes, et une année 2011 remplie de sagesse et de succès.

Bonne lecture.

Marcel Soucy  
Éditeur

**[www.magazinesurface.ca](http://www.magazinesurface.ca)**



# Un nom à retenir

Le nouveau distributeur Gomma a le plaisir de vous annoncer qu'il a obtenu le mandat exclusif de vendre les produits commerciaux Mondo pour l'ensemble du Québec et pour la ville d'Ottawa.

De plus, Gomma distribuera les produits sportifs Mondo pour tout l'ouest du Québec.

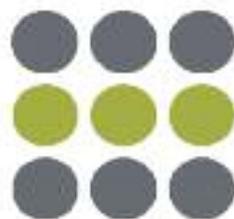
## Deux représentants de premier plan



Steve Moreau  
représentant  
Est du Québec  
418-265-5787



Pierre Gaudette  
représentant  
Ouest du Québec et Ottawa  
514-218-7229



514-593-8627

1-800-317-8828

info@gomma.ca

## LE SALON DU DESIGN INTÉRIEUR IDS PROPOSE SON COLLOQUE ANNUEL *CONVERSATIONS IN DESIGN CROWDSOURCING CREATIVITY AND COMMUNITY*

*Dix designers et penseurs de réputation internationale explorent le sourçage libre et la collaboration*

Le 27 janvier 2011 aura lieu à Toronto le colloque d'une journée du salon IDS (Interior Design Show), *Conversations in Design : Crowdsourcing Creativity and Community*. Des designers internationaux et d'éminents penseurs partageront leurs expériences de l'approvisionnement par la foule et du design en sourçage libre en débattant la question : L'approvisionnement par la foule, tabler sur les talents de la foule – appui ou entrave à la créativité ?

### Participer au débat

Avez-vous des idées à ce sujet ? Pour certains, l'approvisionnement par la foule représente la démocratisation de l'exploitation des connaissances collectives et la collaboration. Pour d'autres, il nuit à la créativité et détruit des emplois. Quel que soit votre point de vue, l'impact des médias sociaux sur le design est un enjeu de premier plan; on n'a qu'à évoquer la controverse soulevée récemment par la décision de modifier le logo de Gap. Des penseurs de renommée internationale discuteront ce sujet en faisant référence aux expériences de l'approvisionnement par la foule et du sourçage libre qu'ils ont vécues dans le cadre de projets humanitaires et de design commercial.

Le penseur canadien d'avant-garde Douglas Coupland présentera ses observations réfléchies sur le développement technologique et l'interconnectivité de la culture populaire, du design et des médias sociaux. Participeront aussi au colloque, entre autres, le designer architecte britannique Jason Bruges et le créateur d'Architizer, le New-Yorkais Matthias Hollowich.

### Une diversité de perspectives

« Le modèle traditionnel de la pub est brisé, soutient John Winsor. Il est grand temps que la vieille garde se réveille. » M. Winsor est le PDG



de Victors & Spoils de Boulder (Colorado), la première agence publicitaire créative au monde à fonctionner selon les principes de l'approvisionnement par la foule. Il compte parmi ses clients Dish Network, General Mills, Virgin et Brown-Forman.

« Le grand succès de l'hyperconsommation du XX<sup>e</sup> siècle réside en ce que le consommateur était convaincu que « partager » signifie en quelque sorte être hippie ou communiste, déclare Roo Rogers. Au XXI<sup>e</sup> siècle, il faut comprendre que partager, c'est bon pour les affaires, bon pour le consommateur et bon pour la planète. » M. Rogers est le coauteur du nouveau livre *What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption* et figure dans la liste des mieux habillés du monde du magazine *Vanity Fair* de 2009. Il est le fils de l'architecte vedette lord Richard Rogers et de la chef cuisinière du River Café, l'auteure Ruth Rogers. Qualifié d'entrepreneur en série et d'éco-entrepreneur, il est le cofondateur du service d'auto de luxe Ozo-Car à New York et le président de Red Scout Ventures.

« Dans le travail que nous entreprenons en vue d'avoir un impact social, nous ne cherchons pas de projectile d'argent – à inventer quelque chose de nouveau, d'inédit, qui transformera en un clin d'œil la vie des gens, explique Robert Fabricant. Notre but est plutôt de contribuer à amplifier l'échelle et l'impact de nombreuses petites idées différentes pour améliorer le « design » de ces initiatives afin

qu'elles fonctionnent mieux... et qu'elles fonctionnent mieux conjointement. » Vice-président créatif chez frog, Robert Fabricant dirige des équipes multidisciplinaires pour plusieurs clients, dont la BBC, Comcast, GE, Humana, MTV, et Nissan. Invité régulièrement à s'exprimer à des congrès (par exemple, PopTech, la Harvard Business School Social Enterprise Conference, SXSW et l'Aspen Design Summit), il écrit aussi souvent pour *The Wall Street Journal* et *The New York Times*, entre autres.

### Horaire, lieu, billets

Horaire : jeudi 27 janvier 2011, 8 h 30 – 17 h  
Lieu : Metro Toronto Convention Centre  
250 Front Street West, Toronto  
Billet : 250 \$ – journée de colloque  
(Le lunch et l'entrée au salon IDS et à la soirée d'ouverture sont compris.)

*Conversations in Design* est une des activités de marque du Toronto International Design Festival (TIDF) qui se tient du 24 au 30 janvier 2011. Le salon IDS (Interior Design Show) est l'activité principale du TIDF et aura lieu du 27 au 30 janvier au Metro Toronto Convention Centre. Le salon rassemble depuis 13 ans les meilleurs, les derniers, les plus innovateurs produits design canadiens et internationaux. Le TIDF, une réalisation d'IDS Canada, transforme la ville en vitrine du design et il est présenté à Toronto avec le concours de partenaires clés, dont le Musée des beaux-arts de l'Ontario, le Musée royal de l'Ontario et DX/Design Exchange.



# ON ÉTAIT LÀ AVANT LE PLANCHER FLOTTANT

Depuis 50 ans, notre mission est d'aider chacun de nos membres à réussir. Joignez-vous à l'équipe Cantrex, le plus grand regroupement de marchands indépendants du Canada. C'est aussi facile que de compter jusqu'à 3 !

1. Choisissez Cantrex
2. Choisissez votre réseau
3. Augmentez vos profits grâce à des avantages multiples

**Pour réussir, faites confiance à l'expérience de Cantrex.**

Réseaux :



Centre de  
revêtements de sol  
**Sears**  
searsfloor.ca

**50**  
CANTIREX

50 ans de réussite

Pour plus d'informations, visitez nos sites web ou contactez Alain Fortier  
au 514 946-7551 ou par courriel: [alain.fortier@cantrex.com](mailto:alain.fortier@cantrex.com)

## Cersaie 2010 a attiré beaucoup de visiteurs étrangers

La 28<sup>e</sup> édition du Cersaie, le Salon International de la Céramique pour l'Architecture et des Ameublements pour salles de bains, s'est terminée samedi dernier à Bologne. Elle a coïncidé avec un moment difficile de la conjoncture économique et immobilière mondiale, malgré quelques lueurs d'espoir, et elle confirme non seulement la stabilité des exposants et des visiteurs, mais aussi et surtout la centralité du Salon et l'importance internationale qu'il revêt pour les secteurs représentés.

Cersaie 2010 a rempli tous ses stands d'exposition. Les 176 000 mètres carrés ont accueilli 1 012 exposants provenant de 33 pays, dont 263 étrangers. Le Cersaie a confirmé sa capacité d'attirer le public, grâce entre autres à la collaboration de BolognaFiere, en clôturant avec 83 286 présences, substantiellement sans variation (+ 0,2 %) par rapport à l'édition de 2009. Les

### **Sur 83 286 visiteurs, plus de 25 000 venaient de l'extérieur de l'Italie**

visiteurs étrangers, au nombre de 24 960 (+ 7,9 %), sont en hausse, tandis que la composante italienne, avec 58 326 présences, est en baisse (- 4,25 %) sous l'effet de l'afflux extraordinaire créé l'an dernier en concomitance avec la Lectio Magistralis de Renzo Piano, et couvre maintenant 70 % du total. Bien qu'en nombre limité (2 584), les entrées payantes enregistrent une croissance de + 55,1 %.

Positifs également les résultats du côté des journalistes et des opérateurs : les 715 journalistes de l'édition 2009 sont devenus 738 (+

3,2 %) dont 462 italiens (+ 5,2 %) et 276 étrangers. Très grande participation aux nombreux événements (le programme complet est disponible sur [www.cersaie.it](http://www.cersaie.it)) ainsi qu'aux événements institutionnels organisés par Cersaie, dont le *TV and Web Village* et la Conférence de presse internationale *Ceramic Tiles of Italy* du mardi 28 septembre.

Très éloquent, quant à lui, le congrès *Changement climatique?* auquel ont pris part le vice-ministre du Développement économique Stefano Saglia, le vice-président de Confindustria Alberto Bombassei, le président de la région Émilie-Romagne Vasco Errani, le professeur Marco Fortis et le président de Confindustria Ceramica Franco Manfredini.

Une édition du Cersaie importante, avec un renouvellement du cycle de rencontres « Bâtir, Habiter, Penser », événements conçus non seulement pour un public de spécialistes

et d'opérateurs experts, mais également pour impliquer un public plus vaste, des journalistes aux étudiants, jusqu'aux citoyens ordinaires. Et ce, en ligne avec l'attention de plus en plus grande que le Salon réserve non seulement aux produits mais également à l'architecture, au design et en général à toutes les contributions culturelles capables, en définitive, de créer une valeur ajoutée pour le produit même. On a enregistré une participation très importante, dont de nombreux jeunes, à la rencontre avec Enzo Mari, à la *Lectio*

*Magistralis* de David Childs et à la conférence du Renzo Piano Building Workshop dédiée au Central St. Giles de Londres.

À signaler également, le rôle de protagonistes réservé aux jeunes professionnels, avec un agenda concours bien chargé – et autant d'expos – qui ont animé les cinq journées du Salon, à l'enseigne du « Savoir Faire », pour valoriser les jeunes talents dans le domaine de l'architecture, du graphisme et du design : l'image du Salon, sur le thème *d'Éden Céramique*, confiée à Alessandra Parodi, étudiante à la Faculté d'architecture de l'Université de Gênes.

Nombreux ont été les événements qui ont impliqué directement la ville de Bologne et l'ensemble du territoire émilien-romagnol, à partir de *Cersaie Downtown. Les voies du design*, avec ses expositions et ses événements organisés dans le centre de Bologne – jusqu'au concours d'idées *Emilia-Romagna, Urban Polis Future*, qui a visé également les villes d'Imola, Modène, Sassuolo et Reggio Emilia.

Rendez-vous au Cersaie 2011, du 20 au 24 septembre – une semaine plus tôt que la date habituelle. On passera de *l'Éden Céramique*, thème de l'édition 2010, à *Ceramic Evolution*, un autre défi pour la céramique italienne, qui a prouvé avec ce Cersaie qu'elle était capable de se renouveler en associant tradition et innovation, fonctionnalité et design, et en maintenant, même si les temps sont durs, son leadership mondial absolu en matière d'exportation.



## Nomination prestigieuse pour Giorgio Squinzi

Le 1<sup>er</sup> octobre 2010, Giorgio Squinzi, PDG du Groupe MAPEI, a été élu Président du CEFIC, le Conseil européen de l'industrie chimique. Les 29 000 entreprises membres du CEFIC qui sont exploitées en Europe représentent un quart de la fabrication mondiale de produits chimiques et emploient environ 1,2 millions d'employés. M. Squinzi remplace Christian Jourquin, PDG de Solvay. M. Squinzi est le tout

dernier homme d'affaires à être élu à la direction du CEFIC, qui a surtout été présidé par les directeurs de la fondation depuis sa création en 1972. Il est PDG de MAPEI depuis 1976 et a conduit l'entreprise familiale à des revenus annuels de 1,7 milliards d'euros. Le Groupe MAPEI se compose actuellement de 63 sociétés affiliées avec 57 usines de fabrication exploitées dans 26 pays des cinq continents.

# DÉFIEZ LA **GRAVITÉ**

## VOTRE SOLUTION **CONTRE** L'AFFAISSEMENT

(sans effet secondaire)

Offrez à vos clients  
de nouvelles expériences  
grâce à **LITEFIX** de PROFIX.



### LITEFIX de PROFIX

- ✓ Pouvoir de succion permettant la pose de grandes tuiles à la verticale sans affaissement
- ✓ Produit léger couvrant 2 fois la surface normalement couverte par un mortier régulier
- ✓ Vie en pot allongée de 4 heures
- ✓ Recommandé pour la pose de pâte de verre
- ✓ Composé de 20% d'agrégat recyclé
- ✓ Garantie pouvant atteindre 15 ans pour pose à l'intérieur



Vidéo disponible en ligne.

# PROFIX

SYSTEMES DE POSE POUR TULES ET PIERRES

[www.profixsystems.com](http://www.profixsystems.com)



Appelez pour une démonstration gratuite au **1.800.463.6850**

## Une nouvelle ligne d'attaque chez BMB

Marc Bergeron a le plaisir d'annoncer l'arrivée de cinq nouveaux employés au sein de l'équipe BMB Distributions. Une nouvelle ligne d'attaque qui se joint à l'équipe existante pour répondre à une croissance importante des ventes de BMB Distributions.



**David Secours**  
Représentant des ventes externes, division des planchers et des matériaux dans la région de Laval et de la Montérégie.



**Marcel Levasseur,**  
Représentant des ventes externes de la division des planchers dans la région des Cantons de l'Est.



**Philippe Adam**  
Directeur de produits, importation et mise en marché.



**Julie Archambault**  
Réceptionniste et préposée au support administratif.



**Michel Trépanier**  
Représentant des ventes internes des matériaux et du plancher.



**Chef de file dans la distribution de céramique, bois franc, tapis, vinyle et plancher laminé, Centura est au service de l'industrie du couvre-plancher depuis plus de 60 ans. L'entreprise jouit d'une expertise et d'une présence nationale pour offrir à sa clientèle des produits de qualité et des services adaptés à ses besoins. Centura se distingue par son service à la clientèle exceptionnel et la qualité de ses produits.**

### **REPRÉSENTANT INTERNE** **Centre d'outils et accessoires** **Poste permanent à temps plein**

#### Description du poste

- Conseiller les clients et faire la promotion des produits.
- Recevoir et traiter les commandes des clients.
- Préparer les soumissions et faire les suivis.
- Maintenir les listes de produits et la base de données à jour.
- Travailler en étroite collaboration avec les représentants externes.

#### Prérequis

- Expérience en vente
- Connaissance en informatique
- Bilingue (français et anglais) et bonne capacité à communiquer.
- Connaissance dans le domaine du couvre plancher un atout.

Nous offrons une rémunération concurrentielle selon vos compétences et expériences ainsi que des avantages sociaux intéressants.

### **REPRÉSENTANT EXTERNE** **Centre d'outils et accessoires** **Poste permanent à temps plein**

#### Description du poste

- Maintenir et développer une relation d'affaire dans son territoire.
- Conseiller les clients et faire la promotion des produits.
- Travailler en étroite collaboration avec l'équipe interne.

#### Prérequis

- Expérience minimale de 3 ans en vente
- Bilingue (français et anglais) bonne capacité à communiquer.
- Connaissance dans le domaine du couvre-plancher un atout.

Nous offrons une rémunération concurrentielle selon vos compétences et expériences ainsi que des avantages sociaux intéressants.

#### **Faire parvenir votre cv à :**

**Eric De Amarin**

télé. : 514-336-0281

edeamarin@centura.ca



\* Demande de brevet déposée  
no. 3.864.730



Protection contre les  
**ESPACES**



Protection contre l'  
**HUMIDITÉ**



Protection contre les  
**GERMES**



Protection contre les  
**TACHES**



Garantie  
**35+**  
Protection contre l'  
**USURE**



Protection contre le  
**SOLEIL**



## VÊTU D'UNE PROTECTION TOTALE

Nous sommes les seuls à vous offrir  
**la protection totale Contour Guard®.**  
Une innovation brevetée  
exclusive à Silhouette.

Grâce à Silhouette, vous pouvez vous attendre à un  
plancher plus facile à nettoyer, plus sain, plus résistant  
aux égratignures, mieux scellé contre l'humidité et  
protégé contre les rayons du soleil. C'est la promesse  
que nous vous faisons. La promesse de protection  
totale Contour Guard®.

*Silhouette*

Plancher de bois franc

Pour en savoir davantage, visitez

[www.plancherSilhouette.com](http://www.plancherSilhouette.com)

ou contactez **1-866-WOOD (9663)**

par Yves Rivard

## Qu'y a-t-il sous le plancher?

*Ce n'est un secret pour personne, la transmission des bruits d'impact sur les planchers de bois ou de béton peut être grandement réduite par l'utilisation d'une membrane acoustique posée sous un plancher. Qu'il soit question d'un condominium, d'une maison unifamiliale, d'un bâtiment commercial et/ou institutionnel, le marché compte de nombreux types de membranes de différentes épaisseurs, susceptibles de répondre à des exigences précises. Tour d'horizon, certes non exhaustif, mais susceptible d'exposer le type de produits que l'on trouve sur le marché québécois.*

La réduction de la transmission des bruits d'impact (caractérisés par les sons émanant des allées et venues des occupants, le frottement des chaises, les chutes d'objets, le roulement des pièces de mobilier, etc.) se fait plus efficacement et plus facilement en modifiant le plancher que le plafond au-dessous. C'est pourquoi plusieurs entreprises d'ici ont conçu des produits qui tiennent compte à la fois des effets d'atténuation recherchés et de l'ergonomie liée à l'installation.

Lorsqu'on parle de construction dite standard, le plancher de bois franc est souvent cloué sur un contreplaqué, lui-même vissé et collé à la structure même des planchers, celle-ci étant clouée à la structure des murs. Les résultats de ce type d'architecture sont faciles à prévoir et sont souvent déplaisants à entendre : la moindre petite vibration sur le plancher de bois franc, soit-elle causée par un enfant qui joue, un chien qui marche ou l'emploi de chaussures à talon, est transmise au contre-

plaqué, puis à la structure du plancher et des murs, qui font ensuite vibrer les revêtements de plâtre des murs et des plafonds. Les membranes acoustiques ont pour objectif de désolidariser le revêtement de bois franc du contreplaqué en éliminant toute forme d'attache rigide. En bref, il s'agit d'atténuer l'effet des ondes sonores à la source.

### Pas d'exception pour le béton

Les planchers de béton ne font pas figure d'exceptions lorsqu'on aborde les problèmes de bruits d'impact. Ainsi, un plancher de béton de 20 cm d'épaisseur a un indice IIC (pour les bruits d'impact) d'environ 37, alors qu'une valeur d'environ 50 devrait être visée afin de rendre le bruit acceptable pour 90 % des occupants d'un bâtiment. Si en ajoutant une membrane acoustique de quelques millimètres on augmente cet indice à environ 60, force est d'avouer que dans le domaine de la rénovation résidentielle, il est quasi impossible de dépasser un IIC de 50 pour les planchers de bois existants, les bruits trouvant leur chemin à travers les murs, la plomberie, les portes, les conduits de ventilation et même les coffrets de branchement (« boîtes électriques »).

### La technique du plancher superposé

Lorsqu'on désire diminuer de façon dracoenne les bruits aériens, tout en obtenant plus d'insonorisation par rapport aux bruits d'impact, il est possible d'avoir recours à la technique des planchers superposés. Pour ce faire, il suffit de recouvrir le plancher d'une membrane absorbante, de coller des supports résilients en caoutchouc à intervalles réguliers sur des panneaux de bois aggloméré, et d'insérer de la laine insonorisante entre les supports. On dépose ensuite ce montage sur le plancher actuel. Les planchers superposés seront ainsi séparés par une membrane, un amortisseur et un absorbant. L'effet optimal est garanti par l'installation d'une autre membrane insonorisante sur le second plancher avant la pose du revêtement (ou d'un autre panneau d'aggloméré avant le revêtement).

Prévoir une hausse du sol habitable de 5 à 10 cm et la coupe du bas des portes en conséquence.

### Un marché, plusieurs produits

La division Acousti-Tech de Finitec a mis au point il y a quelques années les membranes Tech, une couche insonorisante fabriquée à partir de fibres synthétiques. On glisse cette membrane entre le béton et le plancher. Un assemblage avec plancher flottant permet d'obtenir un FIIC allant de 58 à 63, selon l'épaisseur de la membrane choisie (3,5 mm, 5 mm et 7 mm), dans une structure en béton. Elle posséderait également des propriétés réfléchissantes, c'est-à-dire qu'elle réfléchit la chaleur vers l'intérieur de la pièce grâce à un film d'aluminium, rendant le plancher plus chaud pour les pieds. Autre caractéristique : la membrane permettrait de niveler les légères imperfections du sol. Les séries Tech 3500, Tech 5000 et Tech 7000 sont idéales pour les planchers de bois ou d'ingénierie. Que ce soit pour un condo ou une résidence unifamiliale, les membranes Tech, offertes en trois épaisseurs, ont différents degrés d'insonorisation qui conviennent aux installations collées, clouées ou flottantes sur un sous-plancher de bois ou de béton.

Fabriquée au Québec avec du polyéthylène rigide léger, la membrane Quiétude de Owens Corning est conçue expressément pour réduire les bruits de structure. Il confine le bruit dans la pièce où il est créé, ce qui en fait un produit idéal pour les endroits les plus bruyants dans tout bâtiment. Conçue pour faire économiser temps et coûts de main-d'œuvre sur le chantier, la membrane se coupe facilement, puis se déroule sur le plancher, pour ensuite remonter le long du mur. On peut par la suite installer une dalle flottante en bois ou en béton et le revêtement de sol voulu.

Pour sa part, Acosound AluVap fait état d'un indice de protection contre le bruit de 61 FIIC, selon un test indépendant. Sa conception nivelle les imperfections pour un plancher

plus droit et diminue également les trous d'air nuisibles sous le plancher. Sa surface aluminée non perforée réfléchit la chaleur radiante et isole avec les fibres du feutre. Sa membrane avec pare-vapeur intégré offre une protection contre l'humidité et l'eau, et ne génère aucun gaz nocif dans la pièce. Bien qu'elle soit fabriquée à partir de fibres recyclées (compressées pour éviter les problèmes mécaniques du revêtement), elle ne dégagerait aucune odeur de caoutchouc ou de bitume. Fait à noter : Acosound AluVap peut être utilisée à tous les étages, sous-sol compris, sur tout type de sol (béton ou bois) avec tout type de recouvrement (flottant, ingénierie, clas-

sique), dans tout type d'assemblage (flottant, cloué, collé-contre-collé) et dans tout type de bâtiment : condominium, résidentiel, commercial, hôtellerie, immeubles d'appartements, etc.

Matériaux Spécialisés de Louiseville offre pour sa part le produit **Sonobase**, un panneau composé de fibres de bois de haute densité laminé à une membrane de caoutchouc résiliente. Installé sur le béton, ce substrat obtient un indice FIIC de 58 dans une structure de bois.

Sonogrip, basée à Québec, fabrique des membranes acoustiques qui servent également

d'adhésifs pour la céramique, la porcelaine, la mosaïque, la pierre naturelle, le marbre (sauf le blanc et le vert), le granite et les revêtements de bois d'ingénierie. L'adhésif acoustique SonoGrip & Crack Isolation est un polymère élastique qui agit en remplaçant les structures de construction standard par une attache extrêmement élastique qui absorbe le stress et les vibrations. D'une épaisseur de 1/8 po, cette barrière acoustique peut être installée aux murs, plafonds (entre les couches de gypse) et planchers facilement et à coût moindre.



## L'UNIVERS DU SOL

Tapis et revêtements de sol aménagent vos espaces de vie: ils donnent une nouvelle impulsion aux pièces et sont un élément central de la décoration d'intérieur.

Partez explorer le monde des revêtements de sol et découvrez les tendances actuelles, les innovations et de nouvelles idées.

15-18 Jan. 2011 · Hannover

**DOMOTEX**  
The World of Flooring



Deutsche Messe  
Hannover · Germany

DOMOTEX asia/CHINA FLOOR, Shanghai, 22-24 March 2011  
DOMOTEX Middle East, United Arab Emirates, 2011  
Co-Mar Management Services, Inc. • Tel.: +1 800 777 4183  
info@ht-canada.com

[www.domotex.de](http://www.domotex.de)



Soprema, réputée pour sa fabrication de membranes de bitume pour la toiture, propose Insonomat, un système d'isolation de plancher constitué de pneus déchiquetés. Il convient aux structures de bois et, à la différence de la fibre, se glisse sous la mince dalle de béton. Les morceaux de caoutchouc agissent ainsi comme des amortisseurs. Ce système nécessiterait seulement un coulage de béton sur la membrane, avec laquelle on forme un bassin en relevant les côtés, afin de créer un bris acoustique entre le béton et la structure des murs. Les tests indiquent un indice FIIC de 65. Autre solution offerte par l'entreprise : Insonobois, une membrane composée de polyéthylène haute densité dont la face inférieure est enduite de petits granules de caoutchouc recyclés et qui est destinée à l'insonorisation résidentielle et commerciale. Elle permet l'insonorisation sous les revêtements de plancher stratifié, lesquels peuvent être installés directement sur la membrane. Elle peut aussi être utilisée avec plusieurs autres types de revêtements de sol, tels que le bois massif, la céramique et le bois d'ingénierie multicouche.



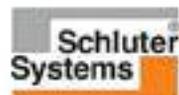
La membrane acoustique Sono-Pro a été conçue spécialement pour la pose de céramique et de planchers de bois franc sur des structures de bois ou de béton. Elle confère également une protection antibactérienne et antimoississure tout en étant parfaitement non toxique. Deux revêtements sont possibles : le bois franc, qui peut être posé en flottant, et la céramique, qui sera posée en encollage double. Il est donc possible d'installer deux revêtements côte à côte et en continuité, comme la céramique et le plancher de bois franc d'ingénierie, sans prévoir de changement de membrane. Classé produit écoresponsable, Sono-Pro est composé de fibres non allergènes ayant reçu un traitement antibactérien et antifongique non toxique, reconnu par l'Environmental Protection Agency (EPA). Le produit répond également aux critères environnementaux reconnus par le Conseil du bâtiment durable du Canada et par la certification LEED. La membrane Sono-Pro entre dans la composition d'un système de plancher à très haute performance acoustique, offrant une réduction réelle de 60 décibels en ce qui concerne les bruits aériens et de 61 décibels pour les bruits d'impact sur le plancher. La membrane a été retenue dans ce système conçu par un acousticien pour remplacer plus efficacement les barres métalliques résilientes sous la structure du plancher.

Sono-Green revendique le statut de membrane écoresponsable : en plus de n'émettre aucun polluant dans l'air (COV) et d'être classée antifongique et antibactérienne, elle est fabriquée de fils de polyester provenant de bouteilles d'eau recyclées et d'autres plastiques semblables. Produite au Canada, Sono-Green peut être posée sur les planchers de bois ou de béton. Ses caractéristiques pare-vapeur permettent son utilisation sur du béton frais ayant encore un taux d'humidité élevé (6 %) et de commencer immédiatement la pose du plancher de bois franc sans que celui-ci ne soit altéré par l'humidité du béton. Les tests menés démontreraient une efficacité équivalente aux autres membranes acoustiques.

Membrane en feuille d'atténuation sonore de qualité professionnelle, Mapesonic est une membrane portante, flexible, mince, renforcée d'un tissu d'armature et munie d'un papier protecteur détachable, servant à l'atténuation sonore (bruit d'impact) et au pontage des fissures. Des carreaux de céramique ou de la pierre peuvent être installés immédiatement avec le mortier et coulis époxyde ou les ciments-colles modifiés aux polymères ou au latex de MAPEI. Conçu pour des applications résidentielles et commerciales, Mapesonic a un indice de transmission sonore (STC) de 73 et un indice d'isolement aux bruits d'impact (IIC) de 69 sur dalle de béton de 15 cm (6 po) avec retombée de plafond.

SonoFix, produit conçu par ProFix, est un adhésif acoustique et une membrane antifissure à base de polymère élastique. Son but est d'amortir et de réduire le bruit d'impact ainsi que les vibrations tout en protégeant le plancher par l'absorption du stress de mouvement entre le sous-plancher et le plancher fini. SonoFix est utilisé comme solution pour insonoriser les maisons, les hôtels, les condominiums, les appartements et les immeubles de type commercial léger nécessitant une isolation maximale.

Bien que la compagnie Schluter n'ait jamais fait la promotion de la membrane Schluter-DITRA comme étant un système d'atténuation du son, elle fournit toutefois un degré d'atténuation du son semblable aux autres membranes offertes sur le marché. Comme l'explique Sylvain Racine, directeur général pour l'Est du Canada, la membrane en question avec un revêtement de carreaux de céramique a été testée sur une dalle de béton de 6 po (152 mm) d'épaisseur et « l'indice IIC mesuré de cet assemblage était de 10 points plus grand que l'indice IIC mesuré de la dalle de béton nue ». Ce niveau de performance n'est pas suffisant pour se conformer aux exigences requises du Code sans ajouts additionnels de mesures d'atténuation du son. Comme il est indiqué ci-dessus, l'utilisation d'une membrane d'atténuation du son avec une sous-couche de distribution de la charge, par



DES SOLUTIONS INNOVANTES

# Schluter®-KERDI-BOARD

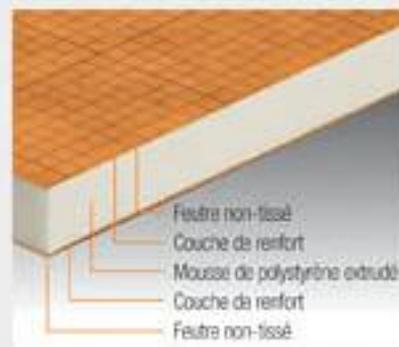
Substrat, panneau de construction, étanchéité collée



## Introduction de Schluter®-KERDI-BOARD

Qu'il s'agisse d'une mosaïque ou de carreaux grands formats, l'unique façon de réaliser une surface carrelée parfaitement droite est d'appliquer les carreaux sur un support de pose extrêmement plat.

- Plat, résistant aux impacts et rigide
- Étanche à l'eau et pare-vapeur
- Stable dimensionnellement
- Isolant thermique
- Léger (exempt de ciment et de fibre de verre)
- Se coupe facilement et sans poussière (avec un couteau utilitaire ou un exacto)
- Doté d'une grille de découpe imprimée pour une coupe précise
- Utilisable sur tous types de structure



[www.kerdi-board.com](http://www.kerdi-board.com) | 1-800-667-8746

suite de la p. 16

exemple un lit de mortier, du béton léger ou du gypse de béton, peut améliorer de façon importante l'indice IIC de l'assemblage. Les plafonds antibruit peuvent également améliorer l'indice IIC.

Contact est une membrane mince et flexible qui permet de fixer solidement un plancher de bois franc massif sur du béton. Composé de mousse de polyéthylène dans laquelle sont insérées des lattes de bois en serre dans des glissières d'acier, le produit procure d'excellentes propriétés acoustiques, thermiques et pare-vapeur. Au nombre des caractéristiques recensées, on note une épaisseur de 3/8 po plus mince que les produits offerts sur le marché, un facteur d'insonorisation FIIC supérieur à 60, l'absence d'odeurs et d'émissions toxiques et une fabrication à 100 % de matières recyclables. Contact est livrée en rouleaux de 4 po X 20 pi qui se transportent facilement et se déploient rapidement. Conçue pour assurer la stabilité du couvre-plancher, Contact est munie de socles d'acier posés à intervalles de 10 po (12 po C/C) qui permettent de river fermement les lattes de bois qu'ils contiennent au plancher de bois franc massif en recourbant la pointe des clous qui y sont insérés.

### Les membranes isothermiques

Plusieurs technologies et systèmes sont utilisés dans la fabrication des membranes isothermiques, indispensables au confort de la résidence. En toutes saisons, une isolation performante est indissociable d'une isolation performante des murs et toiture pour assurer la performance énergétique d'un bâtiment pour lequel on cherche à diminuer la consommation d'énergie, puisque les planchers compteraient pour 7 à 10 % du bilan de déperdition thermique.

Finitec Canada a récemment lancé Comfortima, un système de membrane thermoacoustique destiné à bloquer 22 % du froid en provenance du sous-plancher. Offert aux bricoleurs et aux adeptes de la rénovation domestique, le système comprend 100 pi<sup>2</sup> de membrane Acousti-Tech Ceramic en plus de l'adhésif requis et d'une truelle. Le système,

installé selon les directives du fabricant, permet d'augmenter la résistance thermique des planchers de céramique de 22 %. Ces résultats ont été obtenus grâce au test effectué par un laboratoire d'essais indépendant accrédité par le CCMC (Test ASTM C-518-04). Les membranes thermoacoustiques Acousti-Tech augmentent la performance des planchers radiants. Selon différents tests, après quelques minutes, le plancher chauffe plus vite et, après trois heures, maintient une différence de 4 °C (7 °F).

Mapeguard 2, de MAPEI, est une membrane portante flexible, mince et légère de 1 mm d'épaisseur, renforcée d'un tissu d'armature et munie d'un papier protecteur détachable, servant au pontage des fissures et à l'atténuation sonore. Après l'application, les carreaux de céramique ou de pierre peuvent être installés immédiatement avec tout ciment-colle modifié aux polymères ou mortier époxyde. Les revêtements de sol de bois collés s'installent aussi avec tout adhésif uréthane de MAPEI. Selon Pierre Hébert, directeur des services techniques de MAPEI, Mapeguard 2 « aiderait à restreindre le transfert des fissures existantes ou éventuelles au sol » dans le plan,

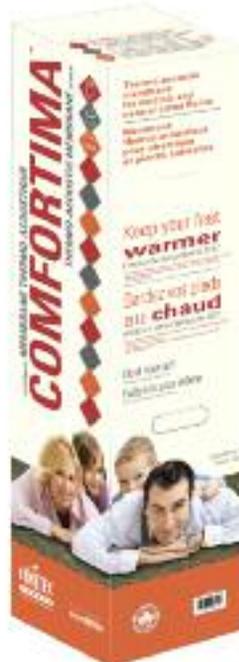
à travers le coulis, les carreaux de céramique ou la pierre naturelle. Elle réduit également les bruits d'impact et les sons aériens à travers les planchers lorsque installée sous le carrelage de céramique, la pierre et les revêtements de bois. Selon lui, ce produit ferait toute la différence sur le chantier.

### Les membranes hydrofuges et pare-vapeur

La membrane hydrofuge a pour objet la protection des montants contre les infiltrations d'eau potentielles à travers les murs et les planchers de fondation. Menace constante, il importe de s'en protéger pour prolonger la durée de vie et la qualité des revêtements de sol. L'installation d'une membrane hydrofuge est un moyen peu coûteux de prévenir les problèmes éventuels de moisissure, de fissuration, de pourriture et de dénivellation causés par l'infiltration d'eau.

Pour comprendre l'importance relative de ces problèmes, il faut tenir compte de la quantité d'eau qui traverse habituellement les murs en raison de la diffusion de vapeur et la quantité d'eau présente en raison de l'infiltration. Bien que la diffusion de vapeur soit une préoccupation, ses conséquences seraient très minimes et, contrairement à la croyance populaire, créeraient rarement des problèmes importants. L'infiltration d'eau, qu'elle soit le résultat d'une fissure dans le mur de fondation ou d'une fuite d'un étrésoillon conique, peut facilement faire entrer de 100 à 1000 fois plus d'eau que la diffusion de vapeur.

En dépit du fait que les trous et les fissures sont bien scellés lors de la pose de revêtement de plancher, de nouvelles fissures peuvent apparaître plus tard. En installant une membrane hydrofuge entre le béton et le mur à ossature, toute quantité d'eau qui s'infiltré dans la fondation est dirigée à l'extérieur de la membrane pour que le mur isolé demeure sec. À la base du mur, l'eau arrivera sur le plancher du sous-sol, où il sera facile de l'évacuer, minimisant ainsi les dommages potentiels.



# Gardez vos pieds au chaud sur la céramique

SYSTÈME DE MEMBRANE THERMO-ACOUSTIQUE

# COMFORTIMA™

POUR CÉRAMIQUE ET PIERRES NATURELLES

Les tests ont démontré que le système COMFORTIMA™ améliore le confort thermique de **22%\***



CHALEUR AUX PIEDS



INSONORISATION SUPÉRIEURE



PROTECTION CONTRE LE BRIS DES JOINTS



AUGMENT LA PERFORMANCE D'UN PLANCHER CHAUFFANT



VALEUR AJOUTÉE À VOTRE PROPRIÉTÉ



SAIN POUR VOUS, SAIN POUR L'ENVIRONNEMENT

Pour connaître nos points de vente, contactez notre service à la clientèle :  
**1.888.838.4449**

  
www.finitec-inc.com

Le système Comfortima™ comprend :

- 9,3 m<sup>2</sup> (100 pi<sup>2</sup>) de membrane Acousti-Tech Ceramic™
- 6,5 L (1,72 gallons) d'adhésif AD-316™
- 1 trouille 4,5 x 3 x 3 mm (3/16" x 1/8" x 1/8")

# NOUVEAU!

\* Les résultats de l'amélioration de la résistance thermique peuvent différer selon les conditions de l'environnement. Test effectué par un laboratoire d'essai indépendant accrédité par le CCMC Test ASTM C-518-04.



suite de la p. 18

## Contre l'eau et la vapeur

L'ontarienne WR Meadows propose le produit Mel-Rol Basse Temp, soit une membrane hydrofuge flexible en rouleau dédiée aux applications à basse température. Elle est composée d'une couche de polymère hydrofuge formulée pour fournir une adhérence maximale à basse température, et placée sur un film support de polyéthylène à stratification croisée très résistant (4 mil d'épaisseur).

Les deux parties sont laminées l'une contre l'autre selon des procédures de production et de contrôle de la qualité strictes. Une bande guide pratique est imprimée à 63,5 mm (2½ po) de chacune des extrémités du matériau et permet d'assurer un chevauchement adéquat et de faciliter l'installation en ligne droite. Des bandes spéciales de membrane polymère apparentes sont placées des deux côtés pour une adhésion membrane/membrane positive dans la zone de chevauchement. La membrane polymère hydrofuge est protégée par une bande amovible. S'utilise comme membrane hydrofuge pour isoler les salles d'équipements mécaniques et électroniques, laboratoires, cuisines et salles de bain.

Sono-Pro est une membrane pare-vapeur certifiée ASTM E96 qui protège le bois de l'humidité du béton frais ou d'un béton existant posé sur un sol humide, en bénéficiant de deux couches isolantes thermofusionnées à la couche pare-vapeur centrale. Ce système coupe l'humidité et le pont thermique des planchers de béton des sous-sols, offrant un confort accru aux occupants.

Pro MBR est une pâte d'imperméabilisation à base acrylique conçue par Proma pour être appliquée en membrane sous les revêtements de pierre et les carrelages des enceintes de baignoire et de douche, des piscines, des fontaines et des spas. Pro MBR est une pâte homogène prête à l'emploi; elle est facile à appliquer au rouleau, au pinceau ou à la truelle. Pro MBR peut aussi agir comme membrane pare-fissure lorsqu'elle est appliquée de pair avec le filet de renfort en fibres synthétiques de Proma. Conçue pour les applications intérieures résidentielles et commerciales.

Pour le secteur professionnel, MAPEI offre, entre autres produits, Mapelastic HPG, membrane flexible d'imperméabilisation et de pontage des fissures à base d'acrylique, pour l'imperméabilisation des douches des salles de bain. Il faut ajouter à cela la nouvelle formule de latex liquide, sans filet, Mapelastic AquaDefense, conforme au programme LEED, qui permet l'installation des carreaux après 30 à 50 minutes de temps de séchage, et l'essai en immersion après 12 heures. Appliquée au rouleau ou au pinceau sur le support de béton, cette mince membrane flexible de caoutchouc liquide prémélangé s'applique facilement sous une installation de carreaux de céramique ou de pierre de type résidentiel ou commercial.



Également signé MAPEI, le Planiseal EMB, un produit de la gamme FastTrack Ready, offre une réduction optimale de l'émission d'humidité en pénétrant facilement le béton, créant ainsi une pellicule solide qui réduit les taux d'émission d'humidité à moins de 1,36 kg (3 lb). Constitué de deux composants époxydes et à 100 % de solides, il s'applique sur les dalles de béton présentant des taux d'émission de vapeur d'eau allant jusqu'à 9,07 kg par 92,9 m<sup>2</sup> (20 lb par 1000 pi<sup>2</sup>) par 24 heures. Il est conforme au programme LEED.



La membrane d'imperméabilisation Schluter-DITRA, faite à base de polyéthylène, confère aux sous-planchers de contreplaqué une étanchéité à l'eau et à la vapeur dans des endroits humides. Les cavités dans la structure de la membrane permettent une libre circulation de l'air, ce qui laisse l'humidité du sous-plancher s'échapper sans risque de délamination pour le carrelage.

Le Delta-FL est pour sa part une membrane à excroissances en plastique gris très résistante, conçue pour garder au sec et rendre confortable le plancher du sous-sol ou toute dalle de béton coulée à même le sol. La membrane s'installe en plaçant les excroissances vers le bas, de façon à créer un vide d'air entre elle et la dalle. Il est possible de la recouvrir d'un plancher stratifié ou d'un sous-plancher de contreplaqué lui-même recouvert de moquette ou de vinyle. Posée sur des sols en béton, elle protège les matériaux sensibles en créant une coupure capillaire et un pare-vapeur fiables. Dans un sous-sol standard, l'air sec de l'espace habitable attire de façon presque magnétique la vapeur d'eau s'infiltrant à travers le béton. Le vide d'air créé par le Delta-FL permet d'équilibrer la pression de la vapeur d'eau de part et d'autre de la dalle de béton tout en faisant obstacle à l'infiltration d'humidité. Résultat, l'humidité n'atteint pas le matériau du plancher, ce qui assure un sous-sol sec et confortable. La membrane crée en outre une coupure thermique, ce qui ajoute encore au confort du sous-sol.

La force du nom. La force du nombre.

**DECO SURFACES**

Ma vie.  
Mon décor.

# Bienvenue à Vision Déco !

Déco Surfaces est fière d'accueillir  
Vision Déco au sein de son organisation.



« ... Déco Surfaces nous rend plus complet au niveau des échantillons de couvre-planchers et nous aide à avoir une belle présentation visuelle. Faire partie du regroupement Déco Surfaces c'est faire partie d'une équipe solide. »

— Brigitte Savard

Vision Déco profitera des avantages d'un plus grand pouvoir d'achat et de programmes complets de formation, de mise en marché et de publicité adaptés aux exigences de l'industrie, et de bien plus encore. Notez bien ce nom, car on entendra sans doute beaucoup parler de ce nouveau marchand-associé dans les prochaines années.

Déco Surfaces, le plus grand regroupement de marchands de couvre-planchers et décoration dans l'Est du Canada, compte maintenant plus de 55 marchands-associés dans ses rangs.

---

Marchand :	Vision Déco
Coordonnées :	375, boulevard de Comporté, bureau 108 La Malbaie (Québec) G5A 1H9 418-665-9833
Propriétaire :	Monsieur Mario Côté
Associé à Déco Surfaces depuis :	Février 2010

**Historique :** Il y a 3 ans, Mario Côté, entrepreneur général et propriétaire de l'entreprise, a eu l'idée d'ouvrir une boutique de décoration à La Malbaie. Il a approché Brigitte Savard, designer intérieur, pour l'aider à démarrer ce projet qui a pris forme en mai 2008, sous le nom de Vision Déco. En mars 2010, ils ont décidé de joindre les rangs de Déco Surfaces.

**Services et produits offerts :** Vision Déco offre tout ce qui concerne la décoration, en passant par les couvre-planchers, l'habillage des fenêtres, la literie, la tapisserie, la peinture et la teinture, les luminaires, les comptoirs de granite et de stratifié, les baignoires, les douches, les accessoires de salle de bain et tous les produits de pose et d'entretien. Vision Déco offre également le service à domicile, des plans de cuisine et de salle de bain, l'installation de couvre-plancher, de bain et de douche, ainsi que la livraison.

**Ce qui les distingue :** Le nombre d'échantillons offert et l'ensemble de tout ce qu'on peut se procurer sur place grâce à leur excellent service à la clientèle.

---

Pour plus d'information :

Jacques Cloutier | 514-708-8015 | [jcloutier@decosurfaces.com](mailto:jcloutier@decosurfaces.com)  
Edmond Beckers | 514-918-8015 | [ebeckers@decosurfaces.com](mailto:ebeckers@decosurfaces.com)

[www.dec surfaces.com](http://www.dec surfaces.com)

## Mission Design passe à l'action avec [actiondesign.info](http://actiondesign.info)



Photo : Liane Labbé, Espace Urbain

Jean-Paul L'Allier, président du conseil d'administration de Mission Design, explique à l'auditoire l'importance du design dans le développement économique du Québec.

Mission Design, en collaboration avec Dynamo, a lancé [actiondesign.info](http://actiondesign.info), un outil réalisé avec l'aide des six ordres et associations professionnels en design, architecture et urbanisme, grâce à l'appui du ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation du Québec ainsi que du ministère des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire. Il s'agit d'un guichet unique pour les entreprises, les designers et le grand public désirant tout savoir sur le design au Québec.

Animé par Bruno Guglielminetti, le lancement s'est déroulé en présence de Christine St-Pierre, ministre de la Culture, des Commu-

nications et de la Condition féminine, d'Helen Fotopulos, membre du comité exécutif responsable de la culture, du patrimoine, du design et de la condition féminine de la Ville de Montréal, et de Jean-Paul L'Allier, président du conseil d'administration de Mission Design.

Véritable vitrine du design québécois, le portail [actiondesign.info](http://actiondesign.info) a pour mission de mettre en lumière les professionnels en architecture, en architecture de paysage, en design graphique, en design d'intérieur, en design

, industriel et en urbanisme, d'aider les entreprises privées à innover et à se différencier grâce au design, d'éclaircir et de diffuser le travail des professionnels du design, en plus de fortifier une culture du design au Québec.

« On espère que plus d'entreprises privées vont s'intéresser au design grâce au portail, explique Alain Dufour, directeur général de Mission Design. Quelqu'un qui ne sait pas où aller va pouvoir se rendre sur ce site et trouver tout ce dont il a besoin. »

suite à la p. 24



Photo : Liane Labbé, Espace Urbain

Bob Beck, directeur de création chez Dynamo, explique devant le site nouvellement dévoilé, la structure du portail. Dynamo est l'entreprise qui a conçu le site [actiondesign.info](http://actiondesign.info), un outil de travail qui deviendra un incontournable dans l'industrie.

# CERATEC A DÉVELOPPÉ LA RECETTE PARFAITE!

« Comme détaillant, je veux offrir les meilleurs conseils, les meilleurs produits et les livraisons les plus rapides à mes clients. Ma réputation en dépend. Mes ventes aussi!

Chez Ceratec, je bénéficie de tout ça. Leurs gens font plus que prendre des commandes! Allumés, connaisseurs, ils savent me poser les bonnes questions. Jamais de produits *back-order*. Jamais d'erreurs dans mes commandes.



MM. André et Alain Sanfaçon, Logis Décor, et M. Paul Fliche, président de Ceratec.



Comptoir d'expédition de Québec.

POUR APPUYER MES VENTES.

POUR RENFORCER MA RÉPUTATION D'EXCELLENCE.

**CERATEC A DÉVELOPPÉ LA RECETTE PARFAITE!** »

- MM. André et Alain Sanfaçon, Logis Décor.



Bureau des commandes de Québec.

Pour connaître les avantages de faire affaire avec nous,  
visitez le [www.ceratec.com](http://www.ceratec.com)

**CERATEC**  
Carreaux de céramique

suite de la p. 22

Le portail contient un répertoire complet des professionnels membres des six associations de Mission Design, ce qui a d'ailleurs permis à M. Dufour de mentionner aux designers qu'ils auraient tout intérêt à devenir membres de leur association ou de leur ordre professionnel. De plus, le portail sera un agrégateur de nouvelles dédiées au design, avec l'aide d'une quinzaine de magazines intéressés par le design. Finalement, on y trouve des études de cas ainsi qu'un outil de diagnostic permettant aux entreprises de savoir où elles se situent en termes de design et, ainsi, de passer à l'action.

### Diagnostic gratuit

Le design est une valeur ajoutée pour les entreprises québécoises. Concrètement, selon le MDEIE, 57 % des entreprises ayant eu recours au design industriel lui attribuent un effet positif sur leur chiffre d'affaires. Présenté d'abord en version bêta, l'outil de diagnostic et de consultation permet aux dirigeants d'entreprises de comprendre et de bien évaluer ce que le design peut leur apporter, et ce, par le biais d'un questionnaire en ligne d'une durée d'environ 30 minutes, à la suite duquel des recommandations précises seront données par un conseiller.

En remplissant le questionnaire en ligne, les utilisateurs seront en mesure d'amorcer une première réflexion sur la place du design dans leur organisation, en plus d'obtenir des conseils éclairés pour passer à l'action et mieux intégrer le design dans leur entreprise. D'une valeur de 250 \$, la version bêta de cet outil est proposée gratuitement aux utilisateurs jusqu'au 31 janvier 2011.

### Prix Jean-Paul L'Allier

L'ordre des urbanistes du Québec a profité de l'occasion pour remettre le Prix Jean-Paul L'Allier à Jean Perreault, maire sortant de la ville de Sherbrooke. Remis annuellement dans le cadre de la Journée mondiale de l'urbanisme, le Prix Jean-Paul L'Allier honore un élu québécois s'étant distingué par sa vision, son leadership et ses réalisations en urbanisme et aménagement du territoire. Lors des ses qua-

tre mandats pour la ville de Sherbrooke, M. Perreault s'est démarqué par l'accomplissement de plusieurs projets d'envergure en aménagement du territoire. De plus, il a été président de l'Union des municipalités du Québec de 2005 à 2008, et président de la Fédération canadienne des municipalités de 2008 à 2009.

### À propos de Mission Design

Mission Design est un organisme de concertation créé par et pour le milieu du design, de

l'architecture et de l'urbanisme. Il a pour mission de stimuler la demande et l'appropriation du design, de l'architecture et de l'urbanisme en tant que composantes de l'innovation et de la compétitivité dans les entreprises et les organisations publiques au Québec. Mission Design est aussi à l'affût des grands courants mondiaux de manière à assurer le positionnement stratégique du design québécois à l'échelle nationale et internationale.



Le panel, de gauche à droite, Christiane Germain, coprésidente du Groupe Germain, Isabelle Paradis, gestionnaire de contrats, Approvisionnements stratégiques mondiaux chez CAE, François Pouliot, président et fondateur de La Face Cachée de la Pomme, Jean Perrault, maire sortant de la Ville de Sherbrooke, et lauréat du prix Jean-Paul L'Allier 2010, ainsi que l'animateur, Bruno Guglielminetti. Les quatre panélistes ont en commun la conviction que le design est une partie intégrante du succès en affaires. Christiane Germain a d'ailleurs avoué que le design fait partie de son ADN. L'auditoire a pu participer aux échanges par le biais de Twitter, comme vous pouvez le constater sur l'immense écran derrière les panélistes.

Photo : Liane Labbé, Espace Urbain

L I F E  
L I N E

par Upofloor

Un choix sûr  
pour l'Homme et  
l'Environnement



## Le revêtement de sol de l'avenir pour les milieux institutionnel et commercial

Hôpitaux - Résidences pour étudiants ou aînés - Écoles -  
Centres communautaires - Bureaux ou cliniques privées

**ISO 9001**  
Quality Management System

**ISO 14001**  
Environmental Management System

**PRODUIT EN ROULEAUX  
DESTINÉ AUX ESPACES PUBLIQUES**

### COMPOSITION UNIQUE

Minéraux naturels et thermoplastiques purs

### AVANTAGES

Aucun fini requis  
Thermosoudable (cordon)

### GARANTIE DE 10 ANS

sur la couche d'usure (Groupe T - EN 660-2)  
Lifeline CS ne contient aucun PVC, phtalates,  
chlore, ni métaux lourds

### COUCHE D'USURE NON POREUSE

Repousse la saleté et facilite l'entretien  
Excellente résistance aux produits chimiques  
acides, alcalins et aux solvants.

### CHOIX DE 48 COULEURS

Distributeur exclusif au Québec

 **ÉLITE**  
DISTRIBUTION DE COUVRE-PLANCHERS

Communiquez avec nous pour toute information sur nos produits

**1 888 687.0545**

[ericbodeau@sport.qc.ca](mailto:ericbodeau@sport.qc.ca)

[www.couvreplancherelite.com](http://www.couvreplancherelite.com)

Les désinfectants ne laissent  
aucune marque sur le revêtement.  
LifeLine CS ne conserve aucune  
marque au contact du caoutchouc.

Hôpital de Chicoutimi

# S



SOPHIE

BERGERON

Directrice du design et de la couleur chez Benjamin Moore, Sophie Bergeron est membre de l'association américaine *Color Marketing Group* ainsi que du *Color Council* de Benjamin Moore.

Pour de plus amples renseignements, composez le 1-800-361-5898 ou consultez le site [www.benjaminmoore.ca](http://www.benjaminmoore.ca)

## DÉJÀ LES TENDANCES 2013

L'année 2010 n'est pas encore terminée que déjà la quête recommence. La publication *Horizon Couleur 2012* de Benjamin Moore vient tout juste de paraître, mais qu'à cela ne tienne, déjà l'équipe nord-américaine des directeurs de la couleur de Benjamin Moore s'intéresse aux grandes tendances pour l'année 2013. Après tout, en matière de design, il faut être constamment à l'avant-garde pour faire place à la nouveauté. Et pour ce faire, il faut s'y prendre d'avance, vraiment d'avance !

Les couleurs et les designs qui enjoliveront notre espace en 2013 découlent d'un processus de longue haleine. Saviez-vous que les différents directeurs couleurs et design en Amérique du Nord qui font partie du conseil couleurs, exclusif à Benjamin Moore, visitent chaque année plusieurs salons et foires dans les plus grandes capitales du monde? Milan, Londres et Paris ne sont que quelques-unes des destinations design.

En effet, nous nous intéressons au design et à la création sous toutes ses formes et dans plusieurs secteurs différents, notamment ceux de la mode, de l'architecture, du mobilier, de l'automobile et des textiles. Plusieurs fois par année, nous nous réunissons afin de partager le fruit de nos analyses et recherches. Nous en profitons pour

présenter les photographies et échantillons amassés pendant les événements et partager nos impressions.

Inévitablement, lors des discussions, certains courants se dégagent clairement. Certaines tendances avant-gardistes se profilent même avec certitude. Du coup, ce qui faisait plutôt partie du domaine de l'exclusivité et du jamais-vu se transpose dans les décors et les créations de nos grands bâtisseurs, et graduellement et concrètement dans les couleurs, les accessoires et les mobiliers. Les consommateurs peuvent ainsi s'en inspirer pour décorer et meubler leur intérieur.



Les expositions de Milan, Londres et Paris, qu'elles touchent la mode ou le design, sont des sources inestimables d'influences et d'inspiration.

### Inspiration

Notre travail est fort stimulant en plus d'être inspirant et hautement concret. Les tendances qui émanent de nos recherches, analyses, rencontres et discussions profitent à des milliers de personnes qui souhaitent non seulement rafraîchir leur décor, mais aussi créer avec les dernières couleurs en vogue. Notre équipe est donc toujours à l'affût des tendances en matière de design avec un seul but : vous inspirer.

### Vive l'audace!

Cette année, deux salons ont particulièrement attiré l'attention de notre équipe : le Salon international du meuble de Milan ainsi que 100% Design de Londres. Les exposants ont présenté des objets et tendances à couper le



souffle qui ont attisé notre intérêt. À ne pas oublier, les expositions satellites (qui se préparent en marge des salons internationaux et qui se déroulent la plupart du temps dans un circuit *underground*) offraient encore cette année des créations dignes d'intérêt. On a aimé y découvrir de nouveaux créateurs et on s'est fait charmer par l'immense créativité des designers de renom. Le monde entier recèle de trésors d'une infinie qualité. Et nous les partagerons avec vous au fil des mois. Laissez-nous vous inspirer, tout simplement, car il y a tant de nouveautés à découvrir.



TM  
MC

## Carreaux de tapis auto-adhésifs polyvalents

### **Osez la créativité !**

*Laissez libre cours à votre imagination avec nos carreaux de tapis polyvalents.*

### **Rapide et facile**

*Installez, enlevez, remplacez à votre convenance... partout à la maison et au bureau !*

### Avantages

Faites-le vous-même - pas besoin d'un installateur professionnel ni de sous-tapis !

### Inclus

Ruban adhésif double-face permettant une meilleure adhésion.

### Conseil

Achetez des carreaux en surplus afin de pouvoir remplacer aisément les carreaux endommagés ou salis.

Fibres 100% polypropylène de qualité supérieure avec endos de PVC et fibre de verre



**Contactez votre représentant maintenant !**

Pour en savoir davantage, visitez [www.rcrint.com](http://www.rcrint.com)  
ou appelez au **1-800-663-9840**

**ROR**  
INTERNATIONAL INC.

**Dennis**

# TRAITEMENT RÉSULTATS V

Découvrez InvisaTread, un traitement qui réduit le risque de chutes dans les espaces résidentiels ou commerciaux, à l'intérieur comme à l'extérieur. Des tests en laboratoire ont révélé son efficacité pour accroître le coefficient de frottement (CFD) de tous types de surfaces.

Plus qu'un enduit, InvisaTread est un procédé sécuritaire qui n'altère ni la couleur, ni l'aspect, ni la texture de la plupart des matériaux: acrylique, porcelaine, céramique, terrazzo, verre, ardoise, granit, surfaces émaillées (baignoire, douche) ou bétonnées (trottoir de piscine).

**POUR EN SAVOIR PLUS SUR CETTE TOUTE NOUVELLE GAMME DE PRODUITS**, communiquez avec votre représentant Centura ou téléphonez à notre Centre Outils et accessoires au 514 336.5077.



# T INVISIBLE... ISIBLES!



**CENTURA**

Céramique | Porcelaine | Vinyle | Tapis

Design, déco, etcentura...

## La collection Artisan de Torlys



Bois franc Artisan Classic Ash Bourbon



Bois franc Artisan Heritage Walnut Cognac

La nouvelle collection de planchers de bois franc Artisan de Torlys constitue un choix sensé pour les designers recherchant un look Vintage. De plus, ces planchers sont fabriqués à partir de bois provenant de forêts FSC (Forest Stewardship Council)\*.

L'installation de ce plancher se fait aisément grâce au système Uniclic; pas besoin de colle ou de clou. De plus, il bénéficie de la fameuse protection antimicrobienne Microban pour une meilleure qualité de l'air.

Chaque planche Artisan est fabriquée avec soin pour obtenir un fini qui se rapproche des beaux vieux planchers classiques.

Artisan est offert en cinq essences : noyer, hickory, ash, érable et cerisier. En voici les principales caractéristiques :

- planches larges au look vieillot
- effet de planches légèrement égratignées
- 5 7/8 po de large
- 69 1/4 po de long
- 5/8 de po d'épaisseur
- garantie résidentielle de 25 ans
- garantie commerciale de 5 ans

905-696-2392  
[www.torlys.com](http://www.torlys.com)

## La beauté naturelle du noyer nouveaux de Mirage

Mirage est fière d'annoncer l'ajout d'une toute nouvelle essence à sa gamme de produits : le noyer nouveaux.

Cette essence dévoile sa beauté en offrant une grande variété de couleurs et de grains naturels. En effet, l'aubier est blanc crème, alors que le bois de cœur varie d'un brun riche foncé jusqu'au noir violacé. Magnifique à l'état pur, on accorde au noyer nouveaux une grande souplesse dans l'agencement décoratif.

« Le noyer américain, que la plupart des gens connaissent, est prisé pour sa variation de couleurs et l'effet saisissant qu'il confère à une pièce. Par ses contrastes de couleurs encore plus prononcés et ses nœuds sains, le noyer nouveaux possède un cachet et un raffinement qui ne ressemblent à ceux d'aucune autre essence sur le marché. À lui seul, il sait créer une ambiance chaleureuse et un look tout à fait unique en son genre », souligne Luc Robitaille, vice-président marketing chez Boa-Franc, fabricant de la marque Mirage.

1-418-227-1182, poste 2316  
[www.planchersmirage.com](http://www.planchersmirage.com)



\* Le label FSC certifie les forêts qui sont gérées de façon durable, et exploitées de façon raisonnée. Le renouvellement des ressources, la préservation de la biodiversité, ou encore la protection des droits des peuples autochtones sont pris en compte dans la gestion de ces forêts. Le FSC est une association internationale qui regroupe des membres représentant des groupes environnementaux et sociaux du commerce du bois, des professions de la forêt, des organisations d'indigènes, et ce, partout dans le monde. Elle est organisée de façon démocratique, et repose sur la participation et l'équité.

# Problème d'humidité?

(Dramatisation)

NOUVEAUTÉ

PLANCHER  
**Aquarius**

100% imperméable



Autumn



Cocoa



Bamwood



Wheat

Tuiles en vinyle 100% imperméables idéales pour cuisine, salle de bain et sous-sol. Aquarius est anti-bactérien et insensible aux intempéries. En plus de posséder des propriétés insonorisantes, il nécessite aucune membrane. Dimensions: 6" x 36"

Installation flottante



Pour plus d'information, communiquez avec votre représentant Goodfellow



**GOODFELLOW**  
goodfellowinc.com



## Les nouveautés 2011 de Bois Franc Model

Après avoir analysé les différentes demandes de sa clientèle située aux quatre coins de la planète, c'est avec fierté que Bois Franc Model lance officiellement trois nouvelles couleurs tendance conformes aux attentes des consommateurs et au goût des plus grands designers de notre époque.



### Regina

L'infinité des champs de blé de la Saskatchewan ondulant sous une légère brise a inspiré la création d'une teinte qui vous séduira. Cette jolie teinte mêlant parfaitement le brun et le doré du blé créera chez vous une ambiance où il fait bon vivre. Pour rendre hommage aux chefs de file de la production de blé au Canada, nous leur dédions cette nouvelle couleur qui a pour nom « Regina ».



### Warwick

À la suite d'une année complète de recherche et développement, c'est dans la ville de Warwick que cette couleur a vu le jour. Cette teinte de gris alliera la modernité à la quiétude de votre futur décor. Warwick peut tout aussi bien s'intégrer dans une ambiance classique, où vous pourrez faire un rappel de la couleur dans vos encadrements, que dans un environnement contemporain, où vous pourrez recouvrir des pans de murs entiers d'une teinte agencée. L'avantage du gris est qu'il se décline en de nombreux camaïeux judicieux.



### Cape Cod

Cette couleur moderne s'inspire des majestueuses demeures d'époque gris patine ainsi que des multiples quais confectionnés avec des débris de bois flotté jonchant les innombrables plages de Cape Cod. Les vents de l'Atlantique balaient cette teinte pour atteindre la perfection de Cape Cod.



## Cinq nouvelles couleurs dans une palette déjà bien garnie

MAPEI vient d'annoncer l'ajout de cinq nouvelles couleurs à sa palette de coulis. Après la recherche des toutes dernières tendances en décoration intérieure, MAPEI a travaillé sur la mise au point de diverses couleurs terre souvent demandées – Chocolat, Cacao, Amande Douce, Beige Bahama et Givre. De brun foncé à blanc hivernal, ces couleurs évoquent un sentiment de plaisir et une sensation rafraîchissante qui ajoutent à l'ambiance des styles de carreaux les plus récents.

« Nous continuons d'améliorer notre palette de couleurs afin d'être le fournisseur le plus dynamique de l'industrie. Être attentif aux besoins des architectes et des concepteurs est un point central continu chez MAPEI », a dit Ben Thomas, directeur des affaires pour les systèmes d'installation de carreaux et de pierres de MAPEI. « Que les installateurs utilisent les coulis avec ou sans sable de la ligne cimentaire Keracolor<sup>MC</sup>, le coulis à prise rapide et sans efflorescence Ultracolor<sup>®</sup> Plus, le coulis époxyde à 100 % de solides Opticolor<sup>MC</sup> avec un look sablé, ou le coulis époxyde d'usage commercial Kerapoxy<sup>®</sup>, ils pourront choisir parmi 36 couleurs MAPEI dont les cinq tout nouveaux tons. »

1-800-361-4022  
[www.mapei.com](http://www.mapei.com)



De vrais planchers pour la vraie vie.



Chez Tarkett®, nous créons des planchers pour tous les jours, tous les styles et tous les défis du quotidien. Avec les planchers de luxe NAFCO™, Fiberfloor™, laminé et résilient en feuille Tarkett tous regroupés sous une même bannière, nous pouvons maintenant offrir une plus grande variété d'options. Pratiques et magnifiques, les planchers Tarkett sont garantis pour durer. Et quoique chaque journée puisse se compliquer et s'embourber, choisir un plancher de tous les jours n'a jamais été aussi simple.

Communiquez avec votre représentant des ventes ou avec le service à la clientèle au 1-877-436-6267 ou visitez-nous au [tarkettna.com](http://tarkettna.com).

 **Tarkett**

THE ULTIMATE  
FLOORING EXPERIENCE™



Savourez le quotidien.



par Yves Rivard

## Exporter des planchers à l'étranger

*Si l'expertise québécoise sur la scène internationale en matière d'architecture et de design (incluant évidemment les revêtements de sol) n'est certes plus à faire, il n'en demeure pas moins que plusieurs des mandats qui sont confiés à ces firmes comportent de nombreux défis. Ceux-ci sont liés au climat, à l'humidité et aux budgets alloués, ce qui se traduit par des spécifications qui doivent tenir compte de nombreux facteurs, soient-ils économiques, politiques ou les deux. Comment les revêtements de sol appropriés sont-ils choisis? Comment sont utilisés les produits d'ici envoyés là-bas? Robert LaPierre, architecte travaillant au sein de l'entité CDID-ARCOP, explique les méthodes et pratiques ayant régi la réalisation de trois mandats bien différents, soit à Cuba, dans le Grand Nord du Québec et en Chine.*

Très actif à l'internationale, le Groupe Arcop a des activités au Moyen Orient, en Asie du Pacifique et dans les Caraïbes, en collaboration avec des groupes clients très importants tels que Serena (Pakistan, Afghanistan), Jaypee (Inde), Gems (Barbades), Pearl Continental (Libye) et Diamond Peninsula (Chine). Comme cela implique différents climats, l'équipe de conception qui se rend sur le terrain doit tenir compte de plusieurs critères et passer de longues heures à comparer les particularités et propriétés de ce que recèle le marché québécois et canadien. « Bien que la plupart de nos spécifications fassent une belle place aux revêtements d'ici, rien ne garantit toutefois leur installation subséquente », note Robert LaPierre, ce qui peut avoir des effets à moyen terme sur différentes installations. Nous y reviendrons.



Modélisation 3D du hall d'entrée de l'hôtel Monte Barretto située à Cuba.

### Des planchers d'hôtel de luxe à Cuba

2005. Monsieur LaPierre et son équipe réalisent un mandat à Cuba visant la conception d'un vaste complexe hôtelier 5 étoiles à La Havane, dans le quartier diplomatique Miramar pour être plus précis. Comportant 716 chambres, 48 appartements dans la section de 10 étages, 2 restaurants, un centre des congrès, des salles de réunion, un centre d'entraînement et des spas, ce projet de 75 000 mètres carrés a rapidement reçu l'aval des autorités cubaines. « Au début, nous avions en tête d'offrir des surfaces chaudes, notamment au moyen de revêtements de bois, mais après examen, vu l'humidité ambiante, nous en avons décidé autrement », explique Robert LaPierre.

Malgré l'indice parfois élevé d'humidité recensé, l'hôtel étant près du bord de la mer, du tapis a été posé dans les salles de réunions et dans le local de préfonction adjacent à la salle de conférence. « Il s'agit de tapis de nylon de style commercial rehaussé d'une protection antibactérienne et antifongique, comme on en trouve un peu partout. Il recouvre une dalle de béton », explique monsieur



# DÉCOUVREZ DAL TILE

Le plus important fabricant et importateur de carreaux de céramiques, porcelaines, mosaïques et de Pierres Naturelles en Amérique du Nord. Nous distribuons aussi les produits d'American Olean, fabricant de carreaux de grande qualité.



daltile®

7625 Chemin Côte de Liesse, Montréal, Québec H4T 1G2  
Tél: 514-733-5262 • 1-888-881-8453



daltile®

suite de la p. 34

LaPierre. Il souligne du même souffle que dans le but de contrer les effets pernecieux de l'humidité, les planchers sont surélevés et sont donc installés plus haut que le niveau de la mer. « La fenestration québécoise qui est mise en place là-bas est réputée pour sa grande étanchéité et a été choisie pour protéger l'ensemble des murs et des planchers. »

### Planifier en fonction de l'embargo

Ailleurs dans l'établissement, on trouve de la pierre. « Lorsque nous concevons ces projets, nous interrogeons nos distributeurs canadiens, des entreprises telles que Céragrès et Olympia, et cherchons à savoir d'où proviennent ces matériaux. Par exemple, chez Céragrès, on nous dit que la céramique vient de l'Espagne, du Mexique ou de l'Italie. On propose alors des méthodes et pratiques pour éviter que la livraison se fasse depuis les États-Unis, pour les raisons d'embargo que l'on connaît, précise ce dernier. Les produits retenus sont évalués en fonction de leur performance, et sont ainsi identifiés selon leur pays d'origine. Il y a souvent des recommandations qui sont faites et qui demandent qu'un effort soit déployé pour que les produits livrés depuis le Canada proviennent de pays latinos. »



Selon Robert LaPierre, on trouve principalement de la céramique dans les chambres. Et parfois même de la carpeite installée par-dessus. À noter, à certains endroits, de la céramique recouvre également les murs, comme c'est le cas dans les salles de bain.

Lorsque vient le temps pour les décideurs de passer les commandes, le rôle de CDID-Arcop est de présenter des échantillons, de préciser les prix et les performances de chaque produit et de certifier que les distributeurs québécois et/ou canadiens sont en mesure de livrer la marchandise. « Notre intervention est de dire : voici un produit qui est recevable à Cuba, et voici les distributeurs qui peuvent s'acquitter du mandat », fait remarquer monsieur LaPierre.

Dans les aires commerciales, les carreaux de grès font leur effet, tout comme sur les toits-terrasses et dans les espaces extérieurs. Tout est installé sur des dalles de béton, selon la formule de la pose simplifiée (thin set) avec ancrages.

### Mission dans le Grand Nord

En 1999, l'équipe d'Arcop a reçu le mandat de concevoir le parlement du Nunavut, sis dans la capitale, Iqaluit. Parallèlement, la firme devait se charger de la conception de plusieurs bâtiments résidentiels pour les fonctionnaires qui y travaillent, de même que d'autres bâtiments résidentiels plus petits dans deux autres communautés, assez éloignées l'une de l'autre. Naturellement, qui dit Grand Nord québécois dit autres mœurs. On ne sera donc pas surpris d'apprendre que les choix en matière de revêtement de sol sont dictés par d'autres nécessités, d'autres impératifs.

Robert LaPierre s'exprime à ce sujet : « Ce projet s'est avéré intéressant à plusieurs égards. L'équipe a déménagé sur place pour démarrer le projet, mais la collaboration reçue là-bas et les pratiques du gouvernement ont fait en sorte qu'au terme de trois mois tout le monde est revenu à Montréal. Mais nous avons eu le temps de tout concevoir. »

Comme l'explique l'architecte, « l'endroit est constamment balayé par le vent, bien qu'il n'y ait pas autant d'accumulation de neige que l'on pourrait croire. Les bâtiments sont faits de bois massif, la plupart sans acier, et demandent des produits d'installation facile. »

Ainsi, pour le parlement, dans les endroits plus humides, la céramique avec base de

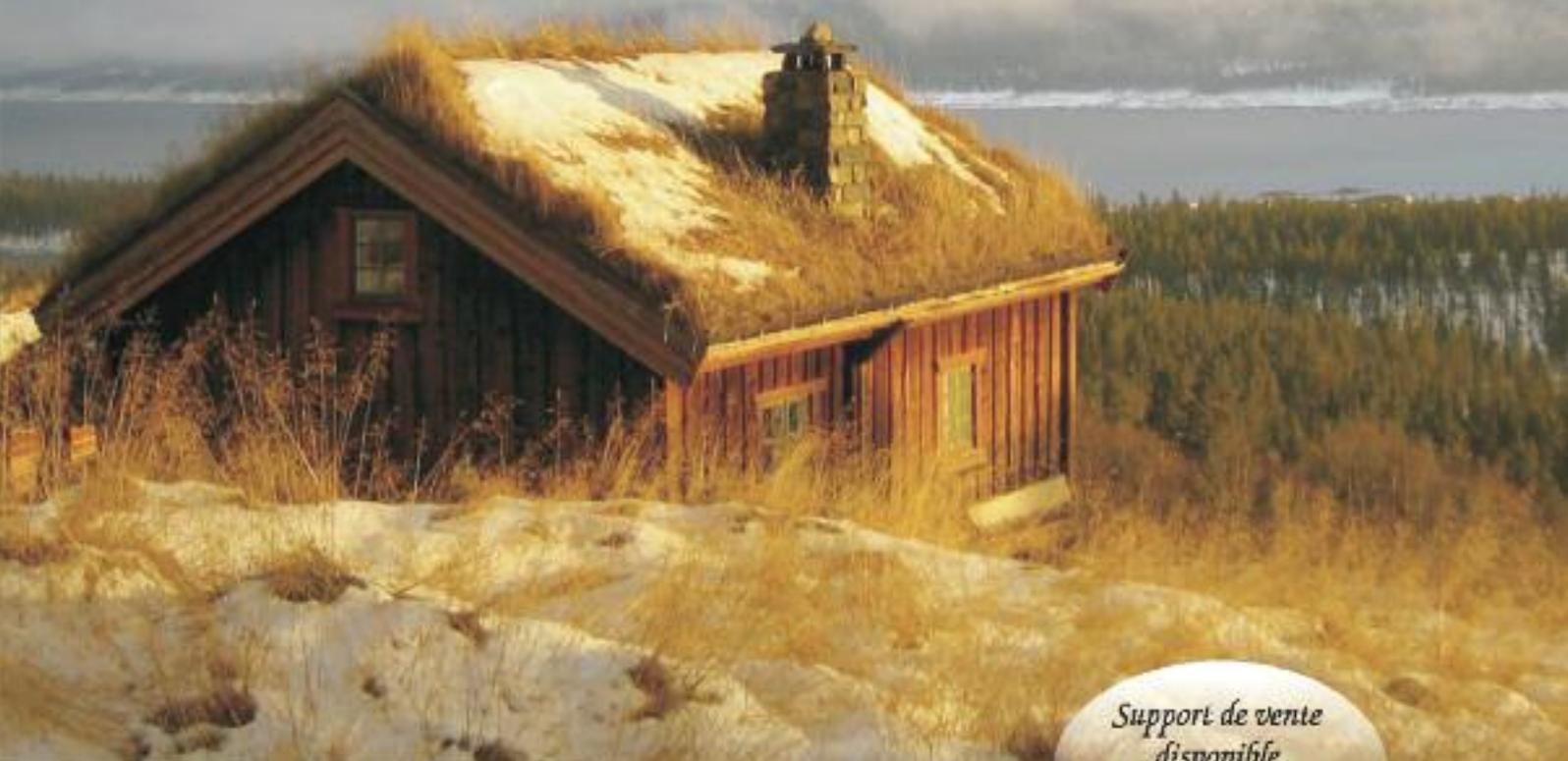


Dans les endroits humides comme le hall d'entrée, les architectes ont opté pour de la céramique. Alors que les poutres en bois massif donne un cachet chaleureux au bâtiment.

porcelaine a été utilisée selon la méthode de la pose simplifiée, pour des raisons d'étanchéité. « Nous avons utilisé beaucoup de bois franc, possiblement de l'ébène, pour le hall d'entrée, la salle du conseil, les aires communes et les corridors, puisque ce matériau est très chaleureux pour eux. Toutefois, nous avons opté pour le tapis dans les bureaux, et ce, pour des raisons acoustiques, raconte monsieur LaPierre. Un vestibule en céramique a été installé, ce qui s'avérait un choix logique puisque les fonctionnaires, qui circulent souvent en motoneige ou en VTT, arrivent toujours avec leurs bottes enneigées. »

Question : Le parlement du Nunavut ne serait-il pas un endroit tout indiqué pour y installer des planchers chauffants? Selon l'architecte, on n'en trouve aucun en ces lieux : « En raison de la présence du bois, il faut de l'air humidifié. Il fallait donc s'assurer d'avoir toujours le degré exact d'humidité requis, soit 35 %, le standard pour tous les matériaux. »

# Stang-Lund



Support de vente  
disponible

Couleurs disponibles



## Apprivoiser l'esprit scandinave

Disponible dans une variété d'essences et avec des traitements uniques qui s'étendent du clair au foncé, stang-lund capture avec sa finition sans COV, le mysticisme de la culture norvégienne et la beauté des intérieurs nordiques. Le plancher est facile à entretenir et il vieillira en un fini splendide.

Fabriqué aux États-Unis à partir de bois franc nordique, une ressource renouvelable.



PLANCHER  
**1867**<sup>TM</sup>



[1867floors.com](http://1867floors.com)  
(514) 382-6520 • 1 800 361-8185  
4500 Bernard-Lefebvre, Laval

suite de la p. 36

## Un concept résidentiel purement fonctionnel

Lorsque vient le temps d'aborder les revêtements de sol choisis pour les résidences, qui incluent de quatre à six logements dans le genre des maisons en rangée, monsieur LaPierre ne cache pas qu'il s'agit d'un constat « un peu plus triste ». La solution retenue : le rouleau de vinyle.

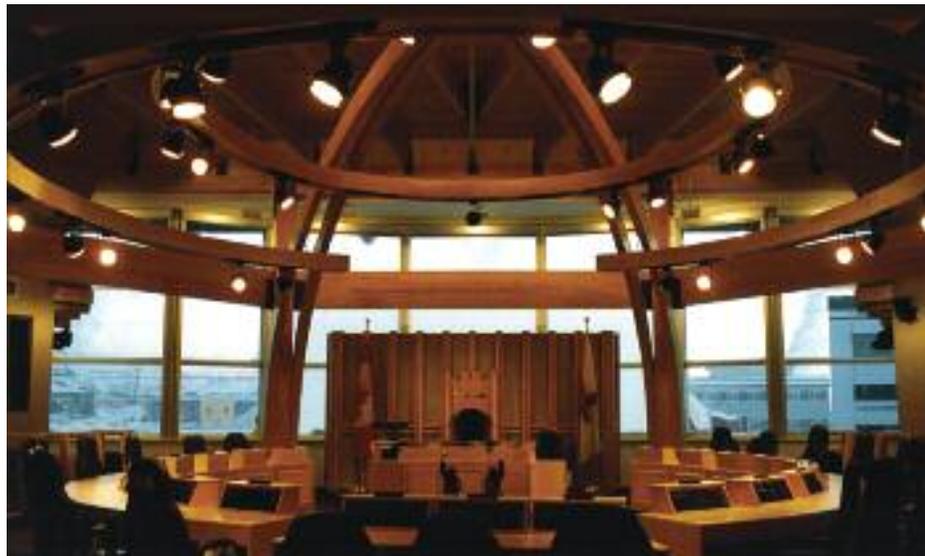
À cause du pergélisol, les planchers des maisons sont surélevés d'environ quatre pieds, et les espaces situés en dessous sont ceinturés d'une jupe, qui prévient l'amoncellement de neige et qui protège les réservoirs d'eau potable et d'eau souillée.

« Les gens ne portent pas une grande attention au plancher là-bas. En plus de l'impact constant des bottes sur le revêtement, d'autres situations viennent empêcher des choix plus esthétiques, notamment le fait que la cuisine doit être conçue de façon à faciliter, quelques fois par année, le débitage de phoques à la machette, et ce, à même le plancher. Le plancher de cette zone est donc constitué de contreplaqué sans revêtement ou de linoléum sur lequel on ajoute un contreplaqué lors de la tenue de cette activité. »

## La Chine, un marché d'exception

Entre 2007 et 2009 inclusivement, Robert LaPierre s'est rendu une douzaine de fois en Chine pour y concevoir des bâtiments. Ces voyages lui ont permis d'effectuer bon nombre d'observations propres à ce géant en émergence, qui commence lui-même à réaliser les possibilités que lui offre la sous-traitance industrielle pour ses propres besoins.

Autre culture, autre façon de faire. Puisque la Chine bénéficie d'une abondance incroyable de matériaux en tout genre, cela crée certainement un environnement spécial. Encore une fois, l'équipe d'Arcop a pour mandat de concevoir un projet, mais termine son mandat lorsque vient le temps de passer les commandes et de construire, ce qui peut changer la donne en matière de spécifications et de livraison. Robert LaPierre explique : « Les représentants d'entreprises chinoises



Le bois a été privilégié. Bois massif pour la structure avec très peu d'acier à cause des grands froids, et beaucoup de planchers en bois franc, comme dans le hall d'entrée.

sont excellents pour créer un projet, mais ont beaucoup de difficulté à établir un concept de base sur lequel bâtir par la suite. Contrairement à ce qui est observé ailleurs sur la planète, où nous sommes habitués à décrire les matériaux et à livrer des devis très élaborés, en Chine, il s'agit plutôt de présenter un matériau et une couleur. Cela va rarement plus loin. Nos spécifications de performance seront certainement utilisées, mais nous ne saurons jamais si les revêtements de sol proposés et spécifiés seront choisis ou si les devis seront suivis. Ils apprécient certainement nos services-conseils, mais se réservent évidemment le droit de faire d'autres choix ou d'aller vers des substituts. C'est un peu triste comme situation. »

## Un autre monde

Selon ses dires, travailler avec des fournisseurs chinois, c'est se préparer à trouver des équivalents. Si on présente une céramique ou une pierre au Moyen-Orient ou au Proche-Orient, il est légitime de penser que les représentants du projet prendront le temps de vérifier s'il existe un équivalent acceptable en termes de dimensions, de performance et en grade de matériau, mais décideront probablement d'aller dans le sens des recommanda-

tions. Mais en Chine, c'est différent : « On a beau recommander, par exemple, un revêtement de sol signé Olympia avec un numéro précis, je ne crois pas qu'ils vont ensuite passer une commande de ce produit », note monsieur LaPierre.

En effet, les Chinois risquent fort de scruter leur arrière-cour, là où plusieurs fabricants québécois, canadiens et d'ailleurs possèdent des installations ou des chaînes de production, et de choisir de s'approvisionner localement, ce qui se traduit certainement par des économies de temps et de frais de livraison. Et cette situation a cours même si les distributeurs canadiens assurent que les revêtements de sol choisis seront livrés et facturés en tenant compte de la concurrence.

Le projet sur lequel planche Arcop, en collaboration avec la firme Architectes Corriveau & Girard, tient dans la construction d'un technoparc agroalimentaire, qui sert également de centre de transfert de technologie. On y trouve des entreprises telles que Première Moisson et Savaria. Dans ce dossier, l'entreprise cliente est Constellation, dont le président est l'ex-maire de Montréal, Pierre Bourque, qui s'est reconverti en tant que développeur là-bas.

La force du nom. La force du nombre.

**DECO SURFACES**

Ma vie.  
Mon décor.

# Bienvenue à Décoration Peintures Plus !

Déco Surfaces est fière d'accueillir  
Décoration Peintures Plus au sein  
de son organisation.



« ... faire partie de ce groupe donne l'opportunité  
de distribuer une gamme complète de produits à  
prix avantageux. Sans cette affiliation, Décoration  
Peintures Plus ne serait pas en mesure d'offrir  
à sa clientèle autant de choix. »

— Véronique Lamontagne

Décoration Peintures Plus profitera des avantages d'un plus grand  
pouvoir d'achat et de programmes complets de formation, de mise en  
marché, de publicité adaptés aux exigences de l'industrie, et de bien plus  
encore. Notez bien ce nom, car on entendra sans doute beaucoup parler  
de ce nouveau marchand-associé dans les prochaines années.

Déco Surfaces, le plus grand regroupement de marchands de couvre-  
planchers et décoration dans l'Est du Canada, compte maintenant plus  
de 55 marchands-associés dans ses rangs.

---

Marchand :	Décoration Peintures Plus
Coordonnées :	7800-A, boulevard Newman Lesalle (Québec) H8N 1X8 514-363-3401
Propriétaire :	Madame Véronique Lamontagne
Nombre d'années d'existence du commerce :	17 ans
Associé à Déco Surfaces depuis :	Janvier 2010

**Historique :** Fondée en 1993, Décoration Peintures Plus planifie devenir un chef de file  
en vente de peinture résidentielle et commerciale. En 2001, une fois l'objectif atteint, le  
temps était venu d'offrir un service supplémentaire : la décoration intérieure. Février 2010,  
Décoration Peintures Plus déménage sur la rue Newman, un endroit mieux situé et plus grand  
parfait pour le couvre-plancher.

**Services et produits offerts :** L'entreprise présente tous les types de couvre-planchers  
résidentiels et commerciaux, ainsi que la consultation à domicile.

**Ce qui les distingue :** Grâce à leur association avec Déco Surfaces, ils offrent maintenant  
à leurs clients un concept complet.

---

Pour plus d'information :

Jacques Cloutier | 514-708-8015 | [jcloutier@decosurfaces.com](mailto:jcloutier@decosurfaces.com)  
Edmond Beckers | 514-918-8015 | [ebeckers@decosurfaces.com](mailto:ebeckers@decosurfaces.com)

[www.decosurfaces.com](http://www.decosurfaces.com)

## VOTRE BULLETIN VERT



ALAIN  
FORTIER

Depuis plus de 20 ans, Alain Fortier travaille dans le commerce de détail, principalement en vente et satisfaction du consommateur ainsi qu'en innovation et implantation des processus d'affaires. Détenteur d'un MBA exécutif de l'Université Concordia, il poursuit des études en affaires électroniques à l'Université Laval. Il est directeur des opérations pour le groupe Cantrex (Sears Canada).

alain.fortier@cantrex.com

À la lecture des quotidiens et des journaux spécialisés comme le *Journal des Affaires*, on se doit de faire le constat suivant : le développement durable influence et change nos manières de concevoir les entreprises du futur. Comme mentionné dans le premier article de cette série, le site destiné aux consommateurs Greentopia a établi six critères d'évaluation du développement durable propres au commerce de détail. Dans le dernier numéro, le premier critère, soit « faire commerce dans un bâtiment certifié », fut abordé. Le deuxième critère, soit « produire son bulletin vert », sera traité dans le présent article afin de mieux comprendre ses ambassadeurs, les avantages de sa production et quelques moyens pour tirer profit de votre investissement dans son accomplissement.

### Qu'est-ce que le bulletin vert?

Le bulletin vert répond au vieil adage en management qui se résume ainsi : « On ne peut améliorer ce qu'on ne mesure pas ». Tel un bulletin scolaire chiffré, le bulletin vert permet aux clients ou aux investisseurs de prendre connaissance des résultats de l'entreprise dans l'atteinte de ses objectifs de responsabilité environnementale et sociale. Dans ce bulletin, on retrouve des éléments relatifs aux engagements, aux cibles et aux objectifs dans le temps ainsi qu'à la nature des programmes mis en place. Autant les succès que les insuccès peuvent être récompensés s'ils offrent de nouvelles avenues ou pistes de réflexion.

### Qui produit les bulletins verts?

Dans le dernier numéro, le profil de Ray Anderson (président et fondateur d'Interface) faisait état de la publication du bulletin vert de son entreprise. Depuis que son premier bulletin vert a été publié en 1998, Interface a depuis réduit du près de la moitié sa consommation en énergie, tout en profitant d'une croissance de ses ventes de 27 %. D'autres fournisseurs, comme Shaw<sup>1</sup> et Mohawk<sup>2</sup>, ont emboîté le pas et en sont respectivement à leur deuxième et première publication de bulletins verts. Pour les commerces de détail oeuvrant dans le domaine

de la rénovation, Loew's<sup>3</sup> et Home Depot<sup>4</sup> se démarquent en produisant un bulletin vert depuis quelques années déjà. Dans son dernier classement des entreprises, le magazine *Newsweek*<sup>5</sup> les a classées respectivement au 52<sup>e</sup> et 63<sup>e</sup> rang des entreprises mondiales les plus vertes, toutes industries confondues.

### Comment et pourquoi produire son bulletin vert?

Le Global Reporting Institute (GRI)<sup>6</sup> s'impose comme un modèle pour structurer et rapporter vos résultats. Plus d'une trentaine de paramètres sont proposés par le GRI pour constituer votre bulletin vert. Un des bénéfices les plus reconnus du bulletin vert par les entreprises est l'amélioration de la réputation et de l'image de marque<sup>7</sup>.

Au-delà de ces considérations, le bulletin vert vous permet d'obtenir un instantané des impacts de votre entreprise sur l'environnement et la société, ce qui peut aider à mieux réagir aux changements législatifs ou sectoriels. Une connaissance des impacts de l'entreprise permet aussi de demeurer concurrentiel advenant l'arrivée de concurrents déjà verts ou la conversion de compétiteurs actuels au développement durable. Toutefois, la production du bulletin vert selon les normes du GRI requiert des ressources en temps et en argent que plusieurs entreprises ne possèdent pas. La production d'un bulletin vert à plus petite échelle peut être aussi viable.

### Les technologies de l'information au service de votre bulletin vert

L'objectif avoué du développement durable doit être d'améliorer notre respect de l'environnement et de la société, tout en maintenant ou en améliorant notre qualité de vie et la performance de l'organisation. Les technologies de l'information sont un excellent moyen de marquer des points rapidement dans votre bulletin vert tout en permettant à votre entreprise d'augmenter sa performance d'affaires. Dans les prochains paragraphes, nous vous présentons quelques solutions technologiques de cet acabit.

### Des campagnes marketing sur Internet

Pour réduire l'empreinte environnementale, plusieurs seront intuitivement tentés de réduire les dépliants imprimés et de déplacer les investissements marketing vers Internet. Guy Michon, vice-président associé chez Vortex Solution<sup>8</sup>, indique que cette approche est valable uniquement si on établit une stratégie claire avec un spécialiste d'Internet pour comprendre les actions à mettre en place. Le vice-président associé met en garde par rapport à un simple transfert des investissements en marketing traditionnel au marketing relationnel (c.-à-d. Internet).

Les objectifs d'une campagne en ligne sont différents de ceux d'une campagne traditionnelle. Des entreprises comme Matériaux Coupal et Samcon Construction ont fait appel à l'expertise d'entreprises spécialisées dans l'Internet pour développer leur stratégie. Plus il sera facile pour les consommateurs de vous trouver sur Internet, plus grandes seront les chances qu'ils fassent appel à vos services. Il est à noter que la croissance des internautes âgés de plus de 35 ans, une clientèle potentielle pour vous, est de près de 200 %<sup>9</sup>.

Un des avantages de transférer des dollars marketing des médias traditionnels imprimés aux médias relationnels se trouve dans la capacité de mieux cibler nos clients. Thomas-Louis Boutet, coordonnateur recherche et marketing relationnel pour Phéromone<sup>10</sup>, présente l'utilisation des métriques sur le Web pour améliorer notre capacité de rejoindre et d'influencer les « vrais clients potentiels ». L'Ordre des ingénieurs du Québec et le Cirque du Soleil font appel aux conseils d'experts en marketing rationnel pour mieux atteindre leur marché cible. Dans sa pratique, Thomas-Louis Boutet travaille avec ses clients pour améliorer leurs revenus par rapport aux coûts engendrés. En résumé, prenez le temps de définir une stratégie et des objectifs pour réduire vos imprimés de manière éclairée avec l'aide d'experts pour vous conseiller.

Au-delà des sites Web des entreprises et des boutiques en ligne, la publicité sur Internet attire de plus en plus d'adeptes avec des services comme Google AdWords. Ce service est un système publicitaire relié à l'engin de recherche Google qui « affiche des ban-

nières publicitaires, qui sont ciblées en fonction des mots-clés que tape l'internaute »<sup>11</sup>. La majorité des grands détaillants utilisent déjà ces services, par exemple Home Depot Canada, alors que les plus petits ne se sont pas massivement lancés dans l'aventure. Anne-Marie Castonguay, spécialiste du référencement et de la cybermétrie pour Nurun, filiale de Québecor Média<sup>12</sup> recommande « d'exiger de la transparence sur les méthodes et techniques utilisées, et que les fournisseurs prennent le temps d'expliquer leur méthodologie et comment leur travail aidera les objectifs d'augmentation du trafic sur le site Web de votre entreprise ».



La directrice incite les entrepreneurs à veiller à ce que les investissements en publicité sur le Web soient bien alignés avec les objectifs de l'entreprise plutôt que d'utiliser le plus rapidement possible les budgets alloués. Le fait d'attirer un volume de clients sur votre site Web n'est pas garant de succès si les internautes ne trouvent pas ce qu'ils veulent. Pour faire de la publicité en ligne, prenez le temps d'établir une relation de confiance avec votre conseiller en publicité Web.

### Une boutique en ligne

Pour augmenter la dimension de l'entreprise tout en réduisant l'empreinte environnementale, d'autres seront tentés d'ouvrir une boutique en ligne plutôt que d'ouvrir une nouvelle

succursale. Jonathan Soikovitch, fondateur et propriétaire de Sosign<sup>13</sup>, propose de mettre en ligne une boutique pilote pour s'exposer aux avantages de la vente en ligne. La boutique peut s'intégrer à des systèmes existants. Jonathan Soikovitch suggère aussi l'utilisation des canaux de distribution comme Amazon ou eBay pour les produits. Si vous doutez encore des avantages de la vente en ligne, sachez que Lumber Liquidator\$ [14] arrive sur le marché canadien avec une succursale destinée à la vente de couvre-planchers à Toronto et une boutique en ligne très bien structurée. Même si dans le passé certains marchands de couvre-planchers uniquement

en ligne ont fait faillite, la combinaison succursale avec pignon sur rue et boutique en ligne semble la meilleure réponse pour réussir. Si votre désir est d'ouvrir une boutique en ligne, assurez-vous de trouver un partenaire d'affaires pour vous aider à bâtir dans le virtuel.

### Des solutions de rechange technologiques vertes

Selon Christophe Villemer, vice-président exécutif chez Savoir-faire Linux [15], l'utilisation de certains types de logiciels peut contribuer à trois facettes du développement durable : l'engagement social, la réduction de l'empreinte technologique et la réduction de l'ampleur des remplacements du matériel informatique. Son

# ✓ PRODUITS DURABLES

entreprise se définit comme « un allié de choix pour la mise en œuvre des nouvelles technologies du logiciel libre ». Le logiciel libre permet d'améliorer l'engagement social puisqu'il rend possible la collaboration et la mutualisation entre les membres d'une communauté. En d'autres termes, les marchands d'une chambre régionale de commerce ou d'une industrie peuvent s'unir pour faire développer ou adapter un logiciel libre selon leurs besoins spécifiques. Par exemple, trois succursales de Rona ont mutualisé leurs efforts pour faire adapter des logiciels libres afin qu'ils répondent aux besoins de plus de 170 usagers<sup>16</sup>.

L'empreinte carbone des technologies est très forte, soit 2 % ou l'équivalent du transport aérien. Selon monsieur Villemer, les postes de travail virtuels permettent l'utilisation d'ordinateurs moins puissants donc moins polluants lors de l'enfouissement ou de la destruction post-utilisation. Le vice-président exécutif explique aussi que le logiciel libre s'inscrit comme une solution aux remplacements importants du matériel informatique dictés



par les fournisseurs lorsque de nouvelles versions de leurs logiciels sont acquises par l'entreprise. Le logiciel libre est un type de logiciel qui est en constante progression plutôt que mis à jour sporadiquement et de manière imposant des remplacements complets du matériel informatique, ce qui permet de réduire les déchets massifs. En résumé, il existe des solutions informatiques plus vertes qui améliorent les volets social et environnemental de votre bulletin vert tout en vous permettant d'augmenter votre performance

organisationnelle. Les logiciels de gestion des stocks, de point de vente (POS) et de commerce électronique sont quelques exemples de logiciels libres actuellement disponibles pour l'industrie du couvre-plancher et de la décoration.

## En guise de conclusion

Le bulletin vert représente un outil valable pour parfaire notre responsabilité sociale et environnementale. Certains fournisseurs et détaillants publient sur une base régulière leurs résultats et en profitent pour améliorer leurs pratiques d'affaires et leur image de marque. Les technologies de l'information peuvent aider à réduire l'empreinte de l'entreprise par une utilisation judicieuse des experts dans l'industrie et des choix technologiques plus verts. Les technologies de l'information permettent d'optimiser vos performances tout en améliorant votre bulletin vert. Plusieurs professionnels solidement implantés travaillent déjà dans l'industrie et peuvent vous aider. Comme avec tous les fournisseurs, développez une relation de confiance pour faire évoluer votre partenariat.

## Liens utiles

- (1) <http://www.shawgreenedge.com/#>
- (2) <http://www.mohawksustainability.com/>
- (3) [http://www.lowes.com/cd\\_Lowes+Policy+on+Sustainability\\_1286385507\\_](http://www.lowes.com/cd_Lowes+Policy+on+Sustainability_1286385507_)
- (4) [http://corporate.homedepot.com/wps/portal/Environmental\\_Milestones](http://corporate.homedepot.com/wps/portal/Environmental_Milestones)
- (5) <http://www.newsweek.com/2010/10/18/green-rankings-global-companies.html>
- (6) <http://www.globalreporting.org/Home>
- (7) <http://www.greenbiz.com/blog/2010/05/10/how-produce-topnotch-sustainability-report>
- (8) <http://www.vortexsolution.com/conception-site-internet.html>
- (9) [http://www.readwriteweb.com/archives/facebooks\\_own\\_estimates\\_show\\_youth\\_flight\\_from\\_sit.php](http://www.readwriteweb.com/archives/facebooks_own_estimates_show_youth_flight_from_sit.php)
- (10) <http://www.pheromone.ca/>
- (11) <http://fr.wikipedia.org/wiki/AdWords>
- (12) <http://www.quebecor.com/NewMedia/NurunInc.aspx>
- (13) <http://www.sosign.com/web-application-development.fr.html>
- (14) <http://www.lumberliquidators.com/>
- (15) <http://www.savoirfairelinux.com/>
- (16) <http://rona.dev-linux.axialdev.net/>

créons des environnements meilleurs



## marmoleum®

*plancher certifié développement durable*

### Le Marmoleum en carreaux

écologique • décoratif • durable • facile d'entretien  
anti-allergène • garantie résidentielle 25 ans

fabriqué à partir d'ingrédients naturels:

-  l'huile de lin
-  la résine de pin
-  calcaire
-  poudre de bois
-  pigments écologiques



avant



après

visitez notre site internet:  
[www.themarmoleumstore.com](http://www.themarmoleumstore.com)  
sans frais 1-800-342-0604, ext 641

**Forbo** 25 ANS  
GARANTIE LIMITÉE  
marmoleum® résidentiel



**Forbo**  
FLOORING SYSTEMS

## BEULIEU CANADA CONTRIBUE À L'ENVIRONNEMENT

Beulieu Canada s'inscrit comme un des acteurs actifs dans le virage vert que l'industrie du couvre-plancher a amorcé. Déjà en 1992, sa démarche écologique a débuté par la production de fibres de tapis à partir de bouteilles de polyéthylène téréphtalate (PET). Au cours des années suivantes, le fruit de leur recherche a permis la mise sur pied du programme Enviro SELECT<sup>1</sup>. Le programme établit les lignes de conduite tant sur le plan de la composition que de l'écocoefficacité des produits. Plus récemment, une ligne de revêtement de sol de bois d'ingénierie respectant les standards du National Wood Flooring Association (NWFA)<sup>2</sup> s'est ajoutée à l'offre de produits de Beulieu. Tout en étant écoresponsable, l'élargissement de l'offre de produits plus verts répond à un intérêt et une à demande grandissante des consommateurs.

### Faire des affaires dans un monde plus vert

En 2007, Hydro-Québec a sélectionné Beulieu Canada au réseau Écoélectrique pour reconnaître ses réalisations exceptionnelles en matière d'efficacité énergétique<sup>3</sup>. En guise de démonstration lors de l'agrandissement de son centre de distribution à Farnham, Beulieu Canada a fait appel à la technologie SolarWall<sup>4</sup>. Cette technologie a pour avantage de capter l'énergie solaire pour ensuite réchauffer l'air utilisé dans le bâtiment. D'autres bâtiments aussi divers que l'édifice de l'école de gestion John Molson de l'Université Concordia et le village olympique de Beijing utilisent les technologies SolarWall. L'intérêt marqué pour l'environnement se reflète aussi dans le choix des technologies aux services de ses activités d'affaires.

### Bâtir pour l'espoir

En février dernier, Beulieu Canada s'associait avec la Fondation Cure pour lancer une nou-

velle collection Esperanza de laminés pour amasser des fonds pour la recherche fondamentale et clinique sur le cancer du sein. Cette association avec la Fondation permettra de démontrer l'intérêt de faire une différence<sup>5</sup>. De plus, Beulieu Canada soutient également Centraide qui, entre autres, aide les familles et les communautés à agir. La participation à la journée Denim de la Fondation Cure sert aussi à amasser des fonds. Depuis six ans, une collecte de sang a lieu en septembre. Ce genre d'activité concrète améliore l'image d'entreprise de Beulieu Canada, mais surtout, elle l'aide à démontrer son intérêt à changer son environnement<sup>6</sup>.

### La Cité verte : des investissements de plus de 300 millions de dollars

Avec des investissements de plus de 300 millions, La Cité verte se définit comme un projet phare pour le développement durable au Canada<sup>7</sup>. Située dans la ville de Québec, la Cité verte, un projet immobilier de la SSQ Groupe financier, est composée d'environ 800 unités d'habitation. Tout récemment, Yvan Pelletier,

président-directeur général de Couvre-Planchers Pelletier<sup>8</sup>, a obtenu un contrat de vente et d'installation de revêtement de bois d'ingénierie de Beulieu dans ce projet. Lors de l'installation, Yvan Pelletier a pu observer les importants avantages reliés à l'absence de colle propre à ce type de revêtement de sol remplacé par le système Välinge *Drop & Lock* à quatre faces. Les lames du plancher pourraient être enlevées et réinstallées à d'autres endroits au cours de la durée de vie du produit.

Autre fait intéressant, le revêtement en bois d'ingénierie est « constitué à plus de 80 % de morceaux de bois pressés les uns contre les autres, les fibres suivant diverses directions ». Ce choix de revêtement s'avère une excellente option pour éliminer le gauchissement, les fissures ou les torsions que d'autres revêtements ne peuvent garantir. L'offre grandissante de revêtements de planchers plus verts répond à un intérêt et à la volonté de certains consommateurs d'être plus écoresponsables.



Laminé de la Collection Esperanza lancée expressément pour amasser des fonds pour la recherche fondamentale et clinique sur le cancer du sein.

## Liens utiles

- [1] <http://beaulieucanada-ca.sitepreview.ca/fr/index.cfm>
- [2] <http://www.nwfa.org/member/>
- [3] [http://www.hydroquebec.com/4d\\_includes/surveiller/PcFR2007-097.htm](http://www.hydroquebec.com/4d_includes/surveiller/PcFR2007-097.htm)
- [4] <http://solarwall.com/en/company-info/solarwall-worldwide.php>
- [5] [http://www.coveringscanada.ca/pdf/Tour\\_for\\_cure\\_beaulieu\\_canada.pdf](http://www.coveringscanada.ca/pdf/Tour_for_cure_beaulieu_canada.pdf)
- [6] [http://beaulieucanada-com.rebeltrail.com/fr/about\\_beaulieu/responsibility.cfm](http://beaulieucanada-com.rebeltrail.com/fr/about_beaulieu/responsibility.cfm)
- [7] <http://www.citeverte.ca/fr/pdf/comm-cite-verte-18-juin.pdf>
- [8] <http://www.couvreplancherspelletier.com/deco.htm>
- [9] [http://beaulieucanada-com.rebeltrail.com/fr/about\\_beaulieu/pdf/Mini%20Enviro\\_Brochure\\_fr.pdf](http://beaulieucanada-com.rebeltrail.com/fr/about_beaulieu/pdf/Mini%20Enviro_Brochure_fr.pdf)



Pour voir la plus grande sélection de tuiles et marbres, veuillez visiter notre site Web rénové.  
[www.olympiatile.com](http://www.olympiatile.com)

# tuiles olympia®

CALGARY EDMONTON HALIFAX HAMILTON LONDON MONTRÉAL  
OTTAWA QUÉBEC TORONTO VANCOUVER WINDSOR WINNIPEG

555 rue Locke, Montreal (Ville St-Laurent), Quebec H4T 1X7  
T: 514 345-8666 Toll Free: 1 800 361-1954 F: 514 345-8825

2405 rue Watt, Québec, Québec G1P 3X2  
T: 418 657 5557 Toll Free: 1 800 463 5516 F: 418 657 6708

  
MEMBRE DU CONSEIL DU BÂTIMENT DURABLE DU CANADA

# Transformation Éclipse

L'atelier de découpage Transformation Éclipse fait appel à une technologie de pointe pour réaliser les projets les plus ambitieux. Utilisant un procédé unique par jet d'eau assisté par ordinateur, la coupe est d'une précision remarquable. De plus, cette technique ne cause aucun transfert de chaleur. Toute distorsion ou décoloration du matériau est ainsi évitée, et la perte du produit à travailler est réduite au minimum.

Le découpage par jet d'eau ajoute une valeur inestimable à votre projet, quel que soit le matériau qui le compose. Vinyle, céramique, linoléum, aluminium, marbre, caoutchouc, tapis : tout y passe !

La solide expertise de Transformation Éclipse lui permet d'exercer son savoir-faire dans des secteurs diversifiés tels les revêtements de sol et de mur, le design d'intérieur, l'ameublement et l'art public. Depuis 1995, plus de 12 500 projets ont été réalisés avec succès. C'est l'équivalent d'une coupe colossale reliant Montréal à Miami!

Rien ne freine l'équipe de Transformation Éclipse, surtout pas votre créativité!



Cet élégant médaillon résidentiel est composé d'une combinaison de carreaux de céramique en porcelaine, de marbre et d'onyx. L'épaisseur des matériaux utilisés est de 3/8 de pouce. La qualité du détail, exigence impérative du client, a été hautement comblée.



On retrouve ce tapis d'entrée dans tous les magasins Sail. Ces grandes carpettes frappées du logo de l'entreprise font partie de son image de marque.



Cette superbe table à café est faite de deux types de marbre avec des insertions de laiton dans le grand plateau de 36 pouces de diamètre.

# coupe tout avec art



Cette œuvre d'art autochtone se retrouve dans une école de la communauté d'Eastmain, dans le Nord-du-Québec. Il s'agit, en fait, d'une scène de spectacle travaillée dans le linoléum. La figure artistique a 16 pieds de diamètre et est composée de pas moins de 22 couleurs. Le résultat est spectaculaire!

Cette fresque a été créée par l'artiste Sydney Weapenicappo dans le cadre de la Politique d'intégration des arts à l'architecture du ministère de la Culture. Le bureau d'architectes Rubin et Rotman a aussi collaboré au projet.



Cette pièce d'art se retrouve sur les portes extérieures du ministère de la Culture, à Québec. Il s'agit d'une œuvre du sculpteur Pierre Leblanc. La pièce est composée d'aluminium d'un pouce d'épaisseur.



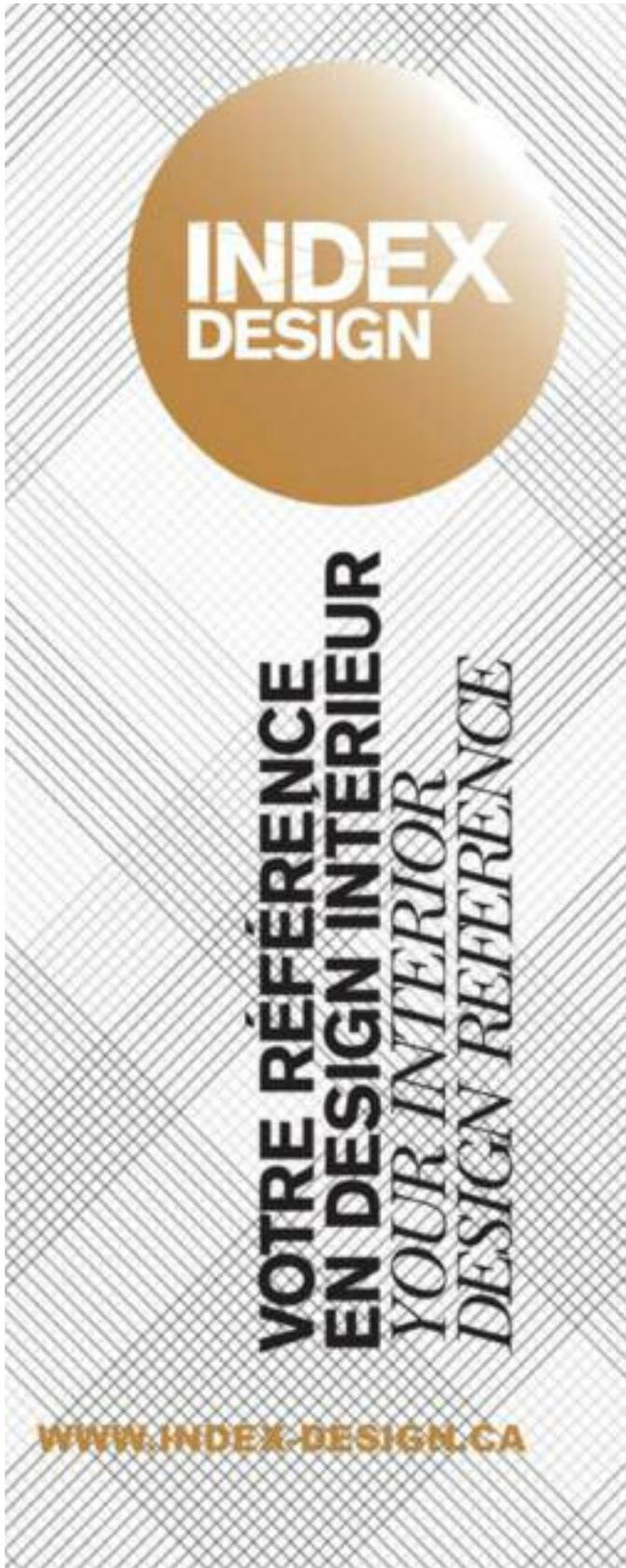
1400-E, rue de Coulomb  
Boucherville, (Québec)  
J4B 7K2

Tél. : 450- 641-8224

Fax : 450-641-8242

[tei@transformationeclipse.com](mailto:tei@transformationeclipse.com)

[www.transformationeclipse.com](http://www.transformationeclipse.com)



suite de la p. 38

### **CDID et Arcop en bref**

Pour mener à bien plusieurs projets internationaux, le Groupe Arcop et la firme d'aménagement intérieur CDID Design ont décidé de créer une nouvelle entité : CDID-Arcop. Cette dernière fonctionne en tant que structure autonome spécialisée en aménagement intérieur qui viendra compléter les services en architecture de la division montréalaise d'Arcop.

Le Groupe Arcop a à son actif la construction, la réhabilitation et l'agrandissement de nombreux hôtels à travers le monde. On pense au Reine Elizabeth de Montréal, à l'agrandissement du Château Frontenac de Québec ou au Fairmont de Tremblant. Le Groupe est très présent dans le reste du Canada, avec des réalisations comme celle du Sheraton Centre-Ville de Montréal ou d'autres concernant des chaînes hôtelières comme Intercontinental et Hilton. Son tableau de chasse inclut 12 Médailles du Gouverneur général en architecture et des projets phares tels que Place Ville-Marie, Place Bonaventure, la Maison Alcan et le Casino de Montréal

CDID Design a signé l'intérieur de nombreux hôtels, dont l'aménagement intérieur du tout premier hôtel boutique au Canada, le Germain-des-Prés du Groupe Germain, ouvert en 1988. Depuis, elle multiplie les mandats les plus divers, comme en témoignent des projets tels que Le Saint-James (en collaboration avec Jacques Bouchard) et Résidences Le Lux pour Les Hôtels Gouverneur, jusqu'au style transitionnel des copropriétés hôtelières pour IntraWest et du Château Bonne Entente de Québec, en passant par la rénovation du Bond Place Hotel à Toronto. La fondatrice, Pascale Vaillancourt, compte près de 30 ans d'expérience dans le domaine de l'hôtellerie et de la restauration.

## **Bourse d'étude de Ceragres**

Suite à une demande effectuée par le cégep du Vieux-Montréal, Ceragres offre un nouveau programme de bourses d'études pour les étudiants en design ou en architecture à Montréal. Les montants des bourses varieront entre 300 \$ et 2 000 \$. En plus d'encourager les étudiants de ces champs d'étude, Ceragres vise à accroître les connaissances des étudiants dans le domaine de la céramique et du design.

L'an prochain, Ceragres espère étendre son programme de bourses afin qu'il soit offert à plusieurs écoles et plus seulement à l'Université de Montréal ou à l'UQUAM.



[Blog](#) [Magazine](#) [Guide-ressources](#) [Contactez-nous](#)

Recherche

»

LE BLOG

26 mars 2009



Inscrivez vous à notre fil RSS »

**Vous appréciez le magazine Surface.  
Vous serez emballés par le nouveau site Internet.  
[www.magazinesurface.ca](http://www.magazinesurface.ca)**

**Blogs**

**Versions intégrales du magazine en pdf**

**Guide-ressources**

**Conseils sur la pose de céramique**

**Nouvelles en temps réel**

**Infolettres**

**Et bientôt une version webmagazine de Surface**

**Pour ne rien manquer, laissez-nous votre adresse courriel à :**

**[info@magazinesurface.ca](mailto:info@magazinesurface.ca)**

18 août 2009

#### **Les détaillants spécialisés dans la mire de RONA**

Voici une nouvelle qui risque d'avoir les effets d'une bombe dans l'industrie de la décoration, de la peinture et du couvre-plancher. Au moment où le magazine Surface se penche sur le rôle que jouent les regroupements d'achat et les bannières dans le secteur du commerce de détail de couvre-planchers, voilà que le géant de la quincaillerie et des matériaux se pointe avec ses gros sabots. Lire la suite »

[Voir tout le blog »](#)



# P



PIERRE

HÉBERT

Pierre Hébert est à l'emploi de MAPEI depuis 1989. Il a été nommé directeur du département technique pour le Canada. Détenteur d'un DEC en sciences pures et appliquées, il a fait sa marque dans le domaine, grâce à son enthousiasme.

phebert@mapei.com

## Coup d'œil sur les planchers de bois

Dans cet article, j'aimerais vous présenter le résultat d'une recherche que j'ai menée sur le plancher de bois en débutant par un peu d'histoire, les notions de base et les facteurs qui influent sur les propriétés du bois. Dans mon prochain article, je vous présenterai un bref survol des essences de bois et des types de planchers, des adhésifs et un rappel à considérer concernant l'installation.

### Un peu d'histoire...

Dans le monde, il existe beaucoup d'exemples de planchers de bois qui sont en usage depuis les 800 dernières années. Ces planchers étaient façonnés à l'aide de hache et d'autres outils.

L'arrivée d'outils plus sophistiqués a rendu possibles des fraisages plus fins et des parquets fleuris. Ici, en Amérique du Nord, des planches sciées au moyen de la scie de long1, vieille de 300 ans, peuvent être trouvées sur la côte nord-est. Dans les années 1800, les fabricants employaient le chêne pour sa disponibilité, son faible coût, sa résistance et sa beauté. C'est devenu le plancher standard pour le logement.

Aux États-Unis, la production maximale dans l'industrie du plancher de chêne a été atteinte en 1956 avec 47 fabricants faisant fonctionner 243 machines et produisant 1,4 milliard de pieds de produit. Cependant, la production diminua lentement de 93 % avec l'émergence d'autres revêtements de sol (plus particulièrement le tapis). Pourtant, vers le milieu des années 1970, on a connu une grande avancée avec la conception d'adhésifs élastomériques. Dès lors, les planchers de bois pouvaient être installés directement sur le béton, le contreplaqué ou les vieux planchers.

### Explorons le monde du bois

Le dictionnaire définit un arbre comme un grand végétal ligneux avec des racines et une tige, appelée tronc, qui porte des branches. En règle générale, un arbre atteint plus de 4 m. Lorsque le végétal est plus petit et composé de nombreuses ramifications à partir de la base, il s'agit d'un arbrisseau ou d'un arbuste. Comparés à la plupart des autres formes de plantes, les arbres ont une durée de vie passablement plus longue. Certaines espèces d'arbres atteignent plus de 100

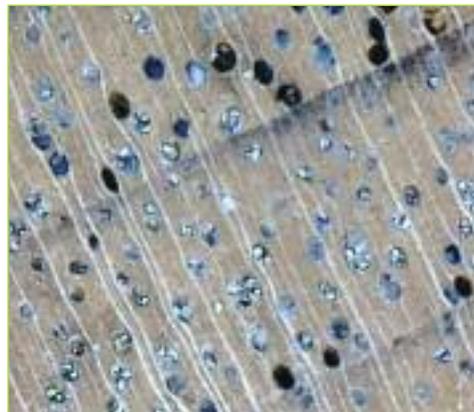
m (328 pi) et d'autres peuvent vivre pendant plusieurs milliers d'années.

On distingue les arbres par la forme de leurs feuilles et l'aspect de leur tronc. Selon leur feuillage, il existe deux types d'arbres : ceux qui perdent leurs feuilles en automne, ou arbres à feuillage caduc, et ceux qui conservent leurs feuilles en hiver, ou arbres à feuillage persistant.

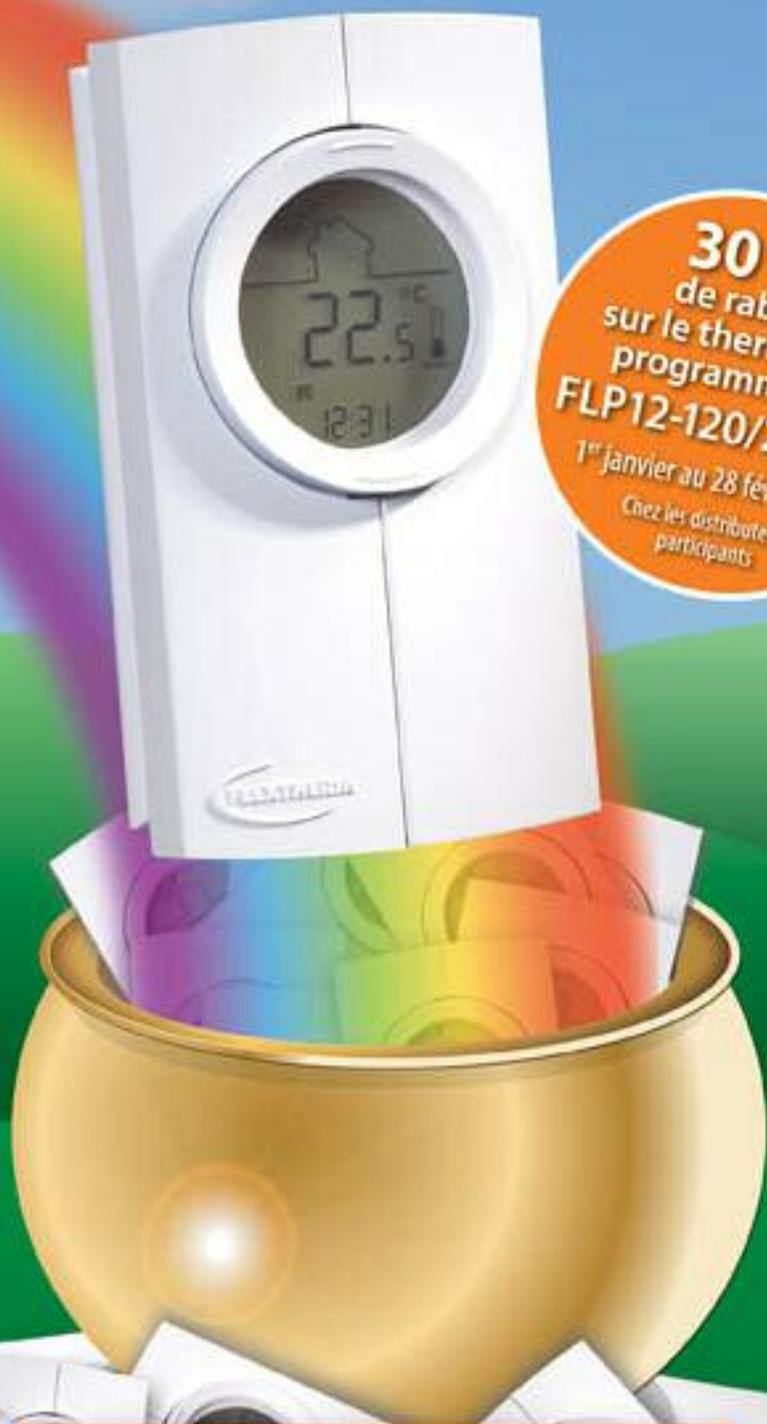


Le bois est un matériau hétérogène, hygroscopique, cellulaire et anisotrope<sup>2</sup>. Il est composé de l'hémicellulose maintenue ensemble par la lignine<sup>3</sup>.

Une vue en coupe d'un feuillu (ci-dessous un noyer noir) montre les vaisseaux, les rayons (lignes blanches) et les anneaux annuels. La lignine est souvent désignée comme l'agent de cimentage qui lie différentes cellules ensemble. La lignine est en fait un polymère phénylpropane tridimensionnel!



# FRAPPEZ LE JACKPOT!



**30%**  
de rabais  
sur le thermostat  
programmable  
**FLP12-120/240GA**  
1<sup>er</sup> janvier au 28 février 2011  
Chez les distributeurs  
participants

**FLEXTHERM.**

*Systèmes de planchers chauffants*

1-800-FLEXTHERM (353-9843) • [www.flextherm.com](http://www.flextherm.com)

Les arbres croissent à la fois en hauteur et en largeur. La croissance en hauteur se fait par les bourgeons terminaux situés à l'extrémité des branches. La croissance en largeur est associée à une couche de cellules, appelée cambium, située sous l'écorce. À chaque période de croissance, le cambium forme vers l'extérieur une nouvelle couche de cellules plus grosses et plus pâles au printemps, et plus petite et plus foncée à la fin de l'été. On peut donc déterminer l'âge d'un arbre en comptant la succession de couches pâles et foncées appelées anneaux de croissance. Cette croissance en largeur explique pourquoi un chalumeau – petit tuyau en métal enfoncé dans un érable à sucre pour recueillir la sève lors du temps des sucres – oublié pendant quelques décennies sur un érable se retrouve à la même hauteur, mais complètement enfermé dans le bois de l'arbre.

En mesurant à intervalles réguliers le diamètre d'un arbre, il est possible de calculer l'accroissement annuel du volume de bois. Le bois, partie vendable de la plupart des espèces, est clairement différencié dans l'aubier et le duramen.



L'aubier, partie tendre du bois, se forme chaque année sous l'écorce. Sa principale fonction est de conduire l'eau et les nutriments. Plus un arbre a de feuilles, plus vigoureuse est sa croissance et plus le volume d'aubier nécessaire est grand.

Le duramen (du latin durare, « durer ») est la partie interne du bois correspondant aux zones d'accroissement les plus anciennes qui ne comportent plus de cellules vivantes. Il s'agit d'un bois dur, compact, dense, sec et impu- trescible souvent plus sombre que l'aubier.

Ce phénomène n'est pas observable dans toutes les essences. Il peut nécessiter 20 ans chez le chêne, 3 ou 4 ans seulement chez le châtaignier, et n'a pas lieu chez le hêtre ni le sapin. La couleur du duramen de certains arbres fait souvent penser, par erreur, à un arbre malade. Par exemple, le duramen du Sophora est presque chocolat, tout comme celui de l'Albizzia.

Ceci étant dit, chez les espèces qui montrent une nette différence entre le duramen et l'aubier, la couleur du duramen est généralement plus foncée que celle de l'aubier, et très souvent le contraste est remarquable. Elle est produite par des dépôts dans le duramen de divers matériaux résultant du processus de croissance, de l'augmentation possible de l'oxydation et d'autres modifications chimiques qui n'ont peu ou pas d'effet appréciable sur les propriétés mécaniques du bois.



La nature fibreuse du bois influence fortement son utilisation. Le bois se compose principalement de cavités et des cellules allongées et fusiformes disposées parallèlement les unes aux autres le long du tronc de l'arbre. Quand le bois est coupé de l'arbre pour servir de bois de charpente ou autre, les caractéristiques de ses cellules fibreuses ainsi que ses arrangements lui donnent des propriétés telles que la force et le rétrécissement aussi bien que la disposition du grain du bois.

### Facteurs jouant sur les propriétés du bois

Voici les principaux facteurs à considérer : le contenu en humidité, la gravité spécifique, les caractéristiques de croissance, la température et le temps. Examinons les deux premières :

Les propriétés mécaniques du bois sont fonction de leur contenu en humidité. En général, la force et la rigidité diminuent avec l'augmentation de la teneur en eau jusqu'au point de saturation des fibres. Rappelez-vous que le bois échange l'humidité avec l'air (gain ou perte) selon, entre autres, le degré d'humidité relative, la température de l'air et la part d'eau que contient déjà le bois.

En dessous du point de saturation des fibres, l'eau contenue dans les parois des cellules s'évapore et provoque un retrait du bois proportionnel à la perte d'humidité. Le gonflement est en principe le phénomène inverse du retrait : lorsque le bois absorbe de l'eau, sa teneur en humidité augmente et le bois a tendance à augmenter de volume. Tout comme le retrait, le gonflement est proportionnel au gain d'humidité jusqu'au point de saturation des fibres. Le retrait et le gonflement peuvent entraîner le gauchissement du plancher.

La densité<sup>4</sup> (ou gravité spécifique) est le rapport entre la quantité de matière ligneuse dans un volume donné et la densité de l'eau.

Densité de certaines espèces sélectionnées selon un contenu en humidité de 12 %	
Balsa	0,16
Épinette	0,36 à 0,40
Sapin de Douglas	0,46 à 0,48
Chêne rouge	0,63
Chên blanc	0,68

Note : La majorité des informations proviennent de recherches sur le Web. Principalement, le site du ministère des Ressources naturelles et de la Faune du Québec ainsi que celui du Centre d'expertise sur la construction commerciale en bois (cecobois). Toute omission quant à la divulgation d'autres sources utilisées pour cet article est involontaire, notre seul objectif étant de mieux renseigner les lecteurs.

- 1- Cette méthode exigeait le travail de deux hommes, l'un dans le fossé et l'autre debout sur la bille au-dessus de lui; ils travaillaient avec une longue scie à poignées.
- 2- Propriétés physiques qui ne sont pas identiques dans toutes les directions.
- 3- Substance organique imprégnant les parois cellulaires de certains tissus végétaux (en particulier le bois) et conférant à ceux-ci une résistance mécanique accrue, mais limitant leur élasticité.
- 4- Toutes les propriétés du bois sont liées à la densité.

# UN LIQUIDE INTELLIGENT

GBAP + CT = PAP<sup>2</sup>



GROUT BOOST ADVANCED PRO

+

COULIS TRADITIONNEL

=

PROTECTION ANTITACHE PERMANENTE

© 2010 H.B. Fuller Construction Products, Inc.

## Une percée en matière de protection de coulis.

Quand le nouveau Grout Boost® Advanced Pro est mélangé au coulis, à la place de l'eau, son unique composé chimique – en attente de brevet, lui confère une protection à la moisissure. De plus, il protège le coulis des taches sans que vous ayez à y appliquer un scellant – jamais. C'est la formule du succès!

Disponible  
chez Centura



Le coulis à son meilleur.

[www.groutboost.com](http://www.groutboost.com)

# ÉVÉNEMENTS

## Domotex

15 au 18 janvier 2011  
Deutch Messe  
Hannover, Allemagne  
1-800-727-4183  
info@hf-canada.com  
www.salonnationalhabitation.com

## Toronto International Design Festival

24 au 30 janvier 2011  
Metro Toronto Convention Center  
Toronto, Canada  
www.interiordesignshow.com

## Surfaces

25 au 27 janvier 2011  
Mandala Bay Convention Center  
Las Vegas, États-Unis  
1-866-860-1975  
registration@surfaces.com  
www.surfaces.com

## Cevisama

8 au 11 février 2011  
Feria Valencia  
Valence, Espagne  
cevisama@feriavalencia.com  
www.cevisama.feriavalencia.com

## Coverings

14 au 17 mars 2011  
Sands Expo and Convention Center  
Las Vegas, Nevada  
www.coverings.com

## Revestir 2011

22 au 25 mars 2011  
Transamerica Expo Center  
Sao Paulo, Brésil  
eliana.cesario@nm-brasil.com.br  
www.exporevestir.com

## Domotex Asia/China Floor

22 au 24 mars 2011  
Shanghai New International  
Expo Center  
Shanghai, Chine  
www.domotexasiachinafloor.com

## SIDIM

27 au 29 mai 2011  
Place Bonventure  
Montréal, Québec  
514-284-3636  
info@sidim.com  
www.sidim.com

## Cersaie

20 au 24 septembre 2011  
Bologna Exhibition Centre  
Bologne, Italie  
1-800-727-4183  
dir.gen@bolognafiere.it  
www.cersaie.com

## Nos annonceurs

Adhésifs Proma.....	p. 55
BMB.....	p. 37
Cantrex.....	p. 9
Centura.....	p. 28-29
Ceratec.....	p. 23
Daltile.....	p. 35
Déco Surfaces.....	p. 2, 3, 21 et 39
Domotex.....	p. 15
Élite .....	p. 25
Finitec.....	p. 19
Flextherm.....	p. 51
Forbo.....	p. 43
Gomma.....	p. 7
Goodfellow.....	p. 31
Grout Boost.....	p. 53
Index-Design.....	p. 48
Johnsonite.....	p. 5
MAPEI.....	p. 56
Profix.....	p. 11
RCR International.....	p. 27
Schluter Systems.....	p. 17
Silhouette.....	p. 13
Tarkett.....	p. 33
Tuiles Olympia.....	p. 45



[Blog](#) [Magazine](#) [Guide-ressources](#) [Contactez-nous](#)

Recherche

# Le jeu a changé.



FUSION



*Bientôt disponible ...*

Le Coulis et Mortier de résines  
époxydiques révolutionnaire

**Pro Grout Xtreme™**

- Pour remplir des joints de 0,8 mm (1/32") à 12 mm (1/2") de largeur ;
- **Sans éraflure** – ne contient ni sable ni silice ;
- Une formule de Technologie TRÈS LÉGER possédant les propriétés "sans affaissement" comme coulis – 33% plus légère que les produits époxydiques conventionnels ;
- Contient des matériaux recyclés, (50 % Post-Consommation) – surpassant les objectifs et les exigences LEED® ;
- Résiste aux taches et aux produits chimiques, 0% d'absorption – sans aucun scellant ;
- Couleur constante – sans efflorescence ;
- Pour application au sol et au mur ;
- Combat la moisissure et les champignons ;
- Un produit de la gamme "Super Setting Technology™" de Proma : temps ouvrable plus long, consistance ultra-crèmeuse et facile à l'emploi, comme coulis ou comme mortier adhésif pour carrelage ;
- Sans COV ;
- Disponible dans toutes les 42 couleurs de Proma dans UN MÊME emballage pratique ;
- Excède les exigences normatives ANSI A118.3.



Pro Grout Xtreme est un mortier de pose et un coulis novateur « tout-en-un », unique, très léger, de la nouvelle génération des résines époxydiques mettant en vedette la technologie Fusion qui permet de fusionner les multiples caractéristiques clés pour le bénéfice de l'utilisateur. Pro Grout Xtreme est un coulis résistant aux taches, **sans éraflure**, sans affaissement et qui procure une constance de couleur et une facilité d'entretien exceptionnelles. Il constitue un mortier-coulis de haut rendement, qui se nettoie à l'eau, qui ne se décolorie pas et dont les performances surpassent celles des mortiers et des coulis ordinaires à base de ciment.

**PROMA**  
GROUT • COULIS  
[www.proma.ca](http://www.proma.ca)

# Rénovation d'envergure olympique

## Complexe sportif Claude-Robillard Montréal, QC, Canada

Les produits MAPEI utilisés pour rénover ce lieu d'entraînement incluent :

- **Mapelastic® 315** Membrane d'imperméabilisation cimentaire de qualité professionnelle
- **Système Kerabond/Keralastic™** Ciment-colle flexible de qualité supérieure pour carreaux
- **Kerapoxy®** Coulis et mortier époxyde de qualité supérieure
- **Mapecem® 202** Mortier à deux composants, en couche moyenne et à prise rapide
- **Planitop® 23** Mortier de réparation à deux composants pour surfaces verticales et plafonds
- **Planigrout® 755** Coulis cimentaire à usage général pour la construction

Venez nous rencontrer à **Construct Canada**  
Du 1er au 3 décembre 2010 • Kiosque no 732  
au Metro Toronto Convention Center

