

Sid Lee développe des expériences de marque — en créant des produits, des services et des espaces — et les met en marché grâce à la communication-marketing. Par « créativité commerciale », Sid Lee désigne une nouvelle approche multidisciplinaire intégrée.



AU DÉPART, L'IDÉE D'UN VISIONNAIRE DE TRANSFORMER UN CONTENEUR EN RESTAURANT. MAIS COMMENT L'HABILLER, QUEL STYLE LUI DONNER, QUELLE EXPÉRIENCE FAIRE VIVRE AUX CONSOMMATEURS? C'ÉTAIT LE TRAVAIL DE SID LEE.

« Intéresser et faire sourire. C'était ça, notre but. »

— Brigitte, Dominic et Josiane

SID LEE POUR MUVBOX DES IDÉES QUI DÉMÉNAGENT

Afin de créer des expériences de marque immersives et cohérentes à tous les points de contact possibles, l'agence réunit sous un même toit l'une des équipes les plus multidisciplinaires au monde.

Comme l'explique Daniel Noisieux, fondateur de Muvbox : « Sid Lee pousse la créativité à un niveau d'intégration que je n'ai jamais vu. Auparavant, je devais faire affaire avec tout un lot de partenaires différents pour couvrir les différentes disciplines telles que le branding, l'architecture, l'aménagement intérieur et la publicité. Sid Lee a toutes ces ressources au sein d'une même équipe dirigée par des stratèges généralistes. En somme, Sid Lee a poussé la création jusqu'à créer l'entreprise avec moi. »

Une innovation de Sid Lee : voir le consommateur comme un média. Pour ce faire, ses différents acteurs s'appliquent à créer des expériences dont les gens aiment parler. Pour simplifier la chose, disons que le bouche-à-oreille fait partie intégrante des stratégies

qu'ils développent. Sid Lee a d'ailleurs explicité cette stratégie dans *Conversational Capital* paru à la Financial Times Press à l'automne 2008. C'est cette approche stratégique qui a dicté l'élaboration conceptuelle de Muvbox.

En plus des talents multidisciplinaires avec lesquels elle travaille, Sid Lee compte aussi des entreprises partenaires ayant des équipes sur place. C'est le cas d'Edifica, qui s'est chargée du design architectural de Muvbox et qui, en 25 ans d'existence, a livré plus de 3 000 magasins.

À partir de ses ateliers de Montréal, Amsterdam et Paris, Sid Lee œuvre mondialement pour des clients tels qu'adidas Originals, le Cirque du Soleil et MGM Mirage. L'entreprise compte plus de 260 artisans et a remporté plus de 200 prix de créativité à travers le monde.

CACHE-MOI UN HOMARD

Brigitte Boudrias et Dominic Prévost, directeurs artistiques, sont mandatés pour donner une identité visuelle au produit. Leur but : époustoufler. Leur piste : le camouflage. Ils veulent un dessin très fort pour une identité forte et font donc appel à des artistes locaux. Séripop, une petite boîte de graphisme du Mile End, crée les fonds marins. Le pari est osé, car un visuel du genre est inusité pour un restaurant.

Puis, il fallait penser à l'aménagement de l'espace, aspect crucial, selon Dominic : « L'architecture, le design et l'aménagement intérieur doivent vivre ensemble. L'espace influence le design qui modifie l'espace ! Les matériaux et le design doivent se répondre pour créer une réaction favorable chez le consommateur. »

SIX LETTRES ET UN TRÉMA

Entre-temps, Josiane Cossette, rédactrice, se joint au projet. Au départ, ça devait être pour

une enseigne... puis pour les macarons... et le gâteau à levé. Le journal, l'invitation, le menu, bref, chaque mot écrit pour le projet est de son cru. Primordial pour donner une personnalité au produit.

« Muvbox, lorsque fermé, est intrigant. On n'en voit qu'une parcelle. Ça aguiche. Il fallait faire de même avec les textes : intriguer... puis, pouf ! Dévoiler. Toujours tromper un peu, quoi, pour faire sourire ensuite. » Comme les gens peuvent voir ce que le conteneur cache une fois ouvert, ils ont aussi l'occasion de voir ce qui se cache derrière, et dedans, avec le journal.

REFERMER LA BOÎTE

En somme, du début à la fin du projet, les trois créatifs ont eu beaucoup de plaisir. Un plaisir à créer, à contourner les écueils, à servir un produit le mieux possible. Bref, à lui donner une voix et une image. Une personnalité. Une vie plus que marine.



LA BOÎTE DÉBALLÉE. SON CRÉATEUR, SON DESIGN, SON ÉVOLUTION, SON PRODUIT. MONTRÉAL, LES ÎLES-DE-LA-MADELEINE, PIZZAIOLLE, SID LEE. DÉCOUVREZ COMMENT SES PIÈCES S'ASSEMBLENT.



L'HOMME
DERRIÈRE
LA BOÎTE

Aux origines du projet, un visionnaire doublé d'un gestionnaire. Bref, un solide homme d'affaires. Gros plan sur le parcours de Daniel Noisieux.



VOUS AVEZ DIT
MUVBOX?

Une boîte qui bouge. Ah bon? Mais quand elle se déploie en moins d'une minute pour devenir un restaurant, c'est autre chose. Tout ce qu'il faut savoir sur ce concept étonnant.



UNE HEURE
PLUS TARD DANS
LES MARITIMES

Le homard n'est pas pêché sur les quais du Vieux-Port de Montréal. Mais il vient de quelque part. De pas très loin d'ici, en fait. Panorama des îles de la Madeleine.

L'HOMME DERRIÈRE LA BOÎTE

Daniel Noiseux se perçoit comme un homme ordinaire — ou presque. Il sait bien que ses idées sortent des sentiers battus, que ses passions ne sont pas celles de tout le monde. Mais il a toujours su concilier les deux avec succès, comme en témoignent ses réussites en tant qu'entrepreneur et homme d'affaires dans le milieu de la restauration. Depuis 25 ans.

« QUAND C'EST HORS NORME, J'AIME ÇA! »

UN VISIONNAIRE EN BREF

Une expérience de plus de 25 ans en restauration, ça porte ses fruits. Portrait d'un visionnaire doublé d'un solide gestionnaire.

C'est Daniel Noiseux qui a amené la première pizza cuite au four à bois à Montréal... et qui a fait bien des émules depuis! C'est non seulement grâce à sa vision, mais aussi grâce à ses grandes qualités de gestionnaire que, d'une Pizzaiolle au départ, il y en a aujourd'hui quatre à Montréal. Et toutes remportent un grand succès.

De ses nombreux voyages, il ramène des idées et des saveurs. Il nourrit son imagination de façon à toujours ramener ce qui rafraîchira le milieu de la restauration et se fait un plaisir de jumeler bouffe et façons de servir. C'était le cas avec Pizzaiolle. C'est encore le cas avec Muvbox. Le visionnaire réinvente constamment la manière de servir.

Car le Montréalais est loin de l'idée qu'on se fait du patenté. C'est un homme d'affaires prospère, connaisseur et sérieux quand vient le temps de développer un projet, qu'il se fait un honneur de porter à terme. À ce titre, il souhaite voir Muvbox se multiplier. Il ne veut pas qu'on perçoive le concept comme la «boîte à homards», loin de là, mais désire qu'il devienne à l'échelle internationale une icône de la restauration rapide de qualité, cuisinée avec des produits locaux représentatifs de chaque coin du pays. Et il a les moyens de ses ambitions. Chez lui, le rêve passe à la réalité... et connaît un fort succès lorsqu'il la rejoint.

PASSION MÉCANIQUE

Daniel Noiseux a grandi à la campagne. Il a 14 ans lorsqu'on lui offre ce qui va influencer la suite des choses: un vélo Solex, identique à celui qu'il voyait dans les films français. Fasciné par l'objet, il le démonte, le remonte, le démonte et le remonte, jusqu'à le connaître par cœur. «J'aime comprendre comment c'est fait, comment ça marche. Après, ç'a été les motos et les autos... avant le permis.» Sur son vélo Solex, il a aussi roulé sur les routes de campagne, usant d'astuces pour berner les policiers: «Quand j'en croisais un, je pédalais et, une fois hors de vue, je repartais le moteur!» Un brin dans la marge, le futur homme d'affaires sort déjà des sentiers battus.

(SUITE À LA P. 3)



SAVIEZ-VOUS QUE... ?

Le conteneur est né en 1956, de l'imagination de Malcolm MacLean, un transporteur routier américain. Si, au départ, il décharge directement le camion dans le bateau pour y déposer le conteneur, MacLean rend bien vite la caisse du camion mobile.

Le 10 janvier 1992, un conteneur transportant 29 000 canards en plastique jaune s'est ouvert en plein cœur du Pacifique. Une équipe scientifique s'intéressera même à leur trajet pour décrire les courants marins. Aujourd'hui, certains canards poursuivent leur voyage et ils sont devenus si célèbres qu'ils peuvent rapporter 1 000 \$ à l'encan.

La Pizzaiolle sise rue Saint-Denis est un ancien *diner*. Acheté à Boston, il a été livré en deux morceaux dans une semi-remorque conduite par des cow-boys de la baie James!

LE CONTENEUR, MAÎTRE DE L'ILLUSION

Des heures et des heures de travail ont été nécessaires pour transformer le conteneur en Müvbox. Il a d'abord fallu concevoir le design, les fonctionnalités et tout le mécanisme pour en faire un « tout compris » qui se déplace facilement et se déploie rapidement. Sans compter les heures passées à lui refaire une beauté, enlever les couches de peinture, sabler, alouette! Mais ça vaut le coup, car Müvbox facilite la vie en plus d'agrémenter l'environnement. À l'intérieur, tout est déjà installé: les électroménagers, la ventilation, etc. On appuie sur un simple bouton, et hop! Le conteneur se déploie en 90 secondes. On branche l'alimentation, on installe les chaises, on allume le poêle, et il est prêt à servir. Le soir, il se remballé et offre aux passants une vision singulière et intrigante... sans parler de la bouffe qu'on y sert et qu'ils découvriront sûrement le lendemain.



(SUITE DE LA P. 2)

À FOND LA CAISSE

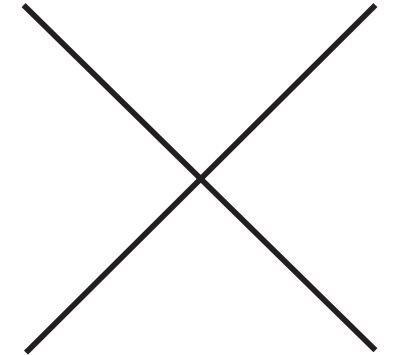
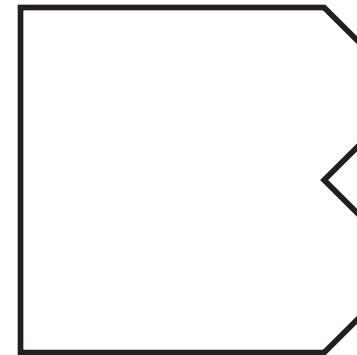
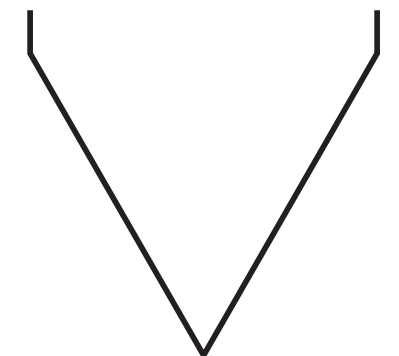
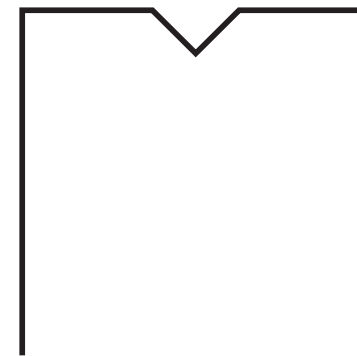
C'est finalement en architecture qu'il fait ses études. Après quelques années passées à vendre des BMW, le passionné de mécanique ressent le besoin de relever un nouveau défi. N'importe lequel, pourvu que ça le motive. C'est l'ouverture de la première Pizzaiolle, en 1981: « Je suis arrivé dans la restauration presque par accident, mais un accident heureux, puisqu'à partir de ce moment-là, j'en ai mangé de la restauration! Encore aujourd'hui, c'est ça, ma passion. » Parallèlement, son intérêt pour le design ne s'est bien sûr pas éteint.

DE BIENNALE À IDÉES EN BOÎTE

Si l'entrepreneur s'intéresse tant au design, ce n'est pas juste à cause de la beauté des objets ou des lieux. Pour lui, la fonction de l'objet est encore plus primordiale. Il adore détourner les objets de leur fonction première pour les amener ailleurs, vers là où ce n'était pas prévu. Comme transformer un conteneur en restaurant, par exemple. L'idée lui vient lorsqu'il voit l'installation de Alan Kalkin à la Biennale de Venise, où le conteneur qui se déploie en un café illy en 90 secondes fait sensation. Conçu pour épous-toufler la galerie dans un cadre on ne peut plus artistique, le conteneur est méconnaissable. Mais Daniel Noiseux voit d'autres desseins pour ce dernier. Ses fonctionnalités et son côté pratique le font rêver, et il voit dans le concept un tas de solutions aux problèmes contemporains du milieu de la restauration.

ICUBA LIBRE!

Du milieu artistique, le visionnaire veut amener le conteneur transformé dans la rue, sur la plage, là où il y a des gens. Sans mettre de côté le design, loin de là, il veut en faire un concept clé en main qui pourrait être livré avec toutes les fonctionnalités nécessaires et installé en moins de deux. « Un des problèmes actuels en restauration, c'est la main-d'œuvre. Il faut simplifier l'opération: un minimum de main-d'œuvre, un minimum de formation. Des tas de facteurs peuvent expliquer pourquoi un resto ne fonctionne pas. Oups, mauvais coin! Parfois, c'est aussi bête que ça. C'est une façon simple et avant-gardiste d'éviter des problèmes tout en offrant une expérience très particulière aux clients. » On s'est trompé d'endroit? Pas de problème, on déménage en 24 heures. Le prix des loyers est élevé, on est lié par un bail? Plus maintenant! Daniel Noiseux spécifie que ce n'est que le commencement. Il vise l'autonomie totale du conteneur, déjà alimenté par l'énergie solaire: « Par exemple, on s'installe sur une plage à Cuba. Le transport maritime ne coûte presque rien. Pas besoin d'électricité à proximité, on gère nos propres déchets. On peut capter la radio satellite, on peut même mettre un écran plasma qui ne prend presque pas d'énergie. Très rapidement, on est prêt à opérer. Quand vient le temps de partir, on n'a rien brisé, la plage est intacte comme s'il n'y avait rien eu. » Bref, le conteneur dans sa forme actuelle n'est que le balbutiement d'une idée...



C'est parce que ça bouge. Parce que ça se déplace. Comme ce n'est pas une installation fixée au sol, pas besoin de permis de construction. Super mobile. Un vrai jeu d'enfant.

UNE BOÎTE ÉCOLO CHIC

Müvbox a été conçu avec un souci du respect de l'environnement. Panneaux solaires et utilisation de produits québécois, qui encouragent l'économie locale et réduisent le transport, contribuent à offrir une expérience gustative originale dans un espace qui l'est tout autant.

« D'IONS SIMPLEMENT QUE J'AI LE TALENT POUR BIEN M'ENTOURER. »

— Daniel Noiseux



1872

Une carriole tirée par des chevaux sert du café et des sandwiches à cinq cents en soirée, après la fermeture des restaurants, à Providence au Rhode Island, sur la côte est américaine.

1884

Les chevaux disparaissent, le *diner* devient fixe et l'action se déplace à l'intérieur, où l'on offre le service au comptoir.

1930

Vers 1930, les *diners* adoptent l'aspect qu'on leur connaît. Ils arborent les courbes chromées caractéristiques du *streamline* moderne, diversifient leur menu et ouvrent jour et nuit. C'est l'âge d'or du *diner*.

1940-1950

La demande augmente et les *diners* se répandent, envahissant la côte ouest américaine. On s'y rassemble en bande jour et nuit, on y dine en famille, on s'y rencontre pour affaires. Bref, tous les prétextes sont bons!

1960

Les *diners* perdent tranquillement des parts de marché au profit des nouveaux établissements de restauration rapide qui s'adaptent au mode de vie qui s'accélère. Dans les années 1970, Denny's, Silver Diner et Johnny Rockets changent leur allure... et permettent aux *diners* de survivre encore longtemps!

1969

Les frères Ashton ouvrent une « roulotte à patates » à Québec. Plusieurs sont en activité dans la province depuis l'après Seconde Guerre mondiale et connaissent une forte popularité.

1993

Daniel Noiseux installe sa roulotte dans la rue Saint-Denis où elle devient le Galaxy Diner, sert des hamburgers et livre une solide compétition à une institution locale: la Binerie Mont-Royal, située à un coin de rue de là. Depuis, ce *diner* est devenu l'une des quatre succursales Pizzaiolle à Montréal.

2009

À Montréal, le Müvbox fait son apparition dans le Vieux-Port. Inspiré à la fois par ses ancêtres et par une installation d'Alan Kalkin à la Biennale de Venise (2006), il se démarque par la bouffe de qualité qu'on y sert et sa conscience verte. Comme une « roulotte à patates », il se déplace, comme dans un *diner*, on s'y assoit, mais il étonne comme nul autre.

ÉVOLUTION AU CARRÉ. MUVBOX: LA RELÈVE DES DINERS ET DES « ROULOTTES À PATATES »

EN MOUSSELINE, EN BISQUE, EN CANAPÉS, EN SALADE, EN PIZZA, EN GASPACHO, EN TOURTE, EN BOUILLABAISSSE, EN VOL-AU-VENT, EN TERRINE: LE HOMARD A UN GOÛT RAFFINÉ, SOUS TOUTES SES FORMES. ET QUAND IL VIENT DES ÎLES, IL PORTE TOUTE UNE HISTOIRE.



PURE LAINE

Né dans la tête de Québécois qui ont osé voir plus loin que le bout de leur nez, Muvbox a été tricoté avec beaucoup de soins. Chacune de ses mailles est québécoise: son concept, son design, sa bouffe, ses matériaux! Accrocheur... et exportable.

DOUCE REVANCHE

Au début du XIX^e siècle, le homard était mal aimé. Il servait à nourrir les pauvres et à engraisser les champs de pommes de terre. Les derniers seront les premiers.

ROCK'N'ROLL

Le *lobster roll* est surtout fameux sur la côte est, de la Nouvelle-Angleterre à la Nouvelle-Écosse, en passant par le Maine. À Montréal, on le redécouvre en format original. *Roll it in the real world!*

SEXY HOMARD

Après les préliminaires, la femelle du homard emmagasine le sperme afin de féconder ses œufs. Elle le conservera pendant deux ans.



LES ÎLES... QUELLES ÎLES?

Au Québec, quand on dit « les îles », tout le monde sait qu'on parle des îles de la Madeleine. Archipel situé en plein cœur du golfe du Saint-Laurent, les îles de la Madeleine comportent un écosystème bien particulier. Connu à l'origine pour les phoques et la chasse qui en découle, ce coin de pays est aujourd'hui renommé pour ses mignonnes maisons multicolores et, bien sûr, pour son homard! De tout le homard pêché au Québec, 63 % vient des Îles. Là-bas, il représente les deux tiers des revenus de la pêche et constitue

véritablement le moteur de l'économie. Chaque année, il génère en revenus environ 28 millions de dollars. Sa pêche commence juste à temps pour la fête des Mères, soit au début du mois de mai. Elle s'étale sur neuf à douze semaines et prend fin au début du mois de juillet, juste avant la mue du homard. On lit partout que sa réputation n'est plus à faire; c'est son rendement en chair qui l'a bâtie. Car, comme les habitants des Îles, le homard est généreux.

Qu'est-ce qui fait la si grande qualité du homard québécois? Son environnement. L'eau dans laquelle il baigne est d'une transparence limpide, cristalline et très froide, tandis que les fonds marins sont les meilleurs qui soient. Et de la mer à votre assiette? Les délais de livraison sont les plus courts possible, et sa conservation en cours de route est effectuée selon les plus hauts standards. C'est presque comme s'il sautait directement dans votre casserole. Et hop!

« UNE HEURE PLUS TARD DANS LES MARITIMES »

Employée couramment au Québec dans le langage populaire, cette expression signifie qu'une personne est en retard ou a l'habitude de l'être. Les Maritimes, dont les Îles-de-la-Madeleine font partie, sont dans l'extrême est de la province, dans un fuseau horaire qui n'est pas le même que celui du reste du Québec. Ainsi, quand les présentateurs à la télé annoncent le début d'une émission à 19h, ils ajoutent « une

heure plus tard dans les Maritimes » pour que les habitants sachent à quelle heure l'émission commence dans leur coin de pays. Avec le temps, le sens de cette expression s'est élargi pour parler des retardataires. Ainsi, si la personne doit arriver à 19h, lui dire « n'arrive pas une heure plus tard dans les Maritimes » veut dire « n'arrive pas à 20h »!



325

C'est le nombre de permis de pêche au homard en circulation aux Îles-de-la-Madeleine. Et il n'y en aura jamais davantage. Pour devenir pêcheur, on doit racheter le permis de quelqu'un d'autre. Grâce à cette mesure, la pratique de la pêche ne vide pas les fonds marins. Pour le plaisir de notre estomac pour des années encore.

22

C'est le nombre de fois que le homard mue avant d'atteindre sa taille commerciale, qui est de 500 grammes. Il atteint ce poids lorsqu'il a de cinq à dix ans. Un strip-tease de longue haleine.

12 000

C'est le nombre de conteneurs qu'un gros navire pourra bientôt transporter. Pour le moment, les navires de 350 mètres de long par 40 mètres de large en transportent 8.500. Ça marche au cube.