

## S'exposer avec Trafic design par Christian Bergeron



En mettre plein la vue (avec élégance!), c'est un peu le travail de Marie-Josée Frigon. Il y a 12 ans, elle créait Trafic design pour se consacrer à la conception d'espaces promotionnels et commerciaux. Du hall d'entrée à la salle de montre d'une entreprise, la designer explore divers types d'espaces, mais elle est une spécialiste du stand d'exposition. Dans ce domaine, les créations doivent être en phase avec la nature du client... Mais il faut surtout ne pas passer inaperçu! L'essentiel, cependant, ce sont les gens. «Pour moi, dit Marie-Josée Frigon, l'important est que mes clients soient à l'aise pour y travailler, et que leurs clients soient à l'aise d'y entrer.» Un stand réalisé pour ITF Optical Technologies illustre bien la démarche de

Trafic design. Pour ce client, la designer a carrément construit une image d'entreprise. Jeune, innovatrice, celle-ci doit faire face à la concurrence de multinationales établies. Elle doit donc, dans un langage fort, démontrer son caractère dynamique et la fiabilité de ses produits. Par le choix des matériaux (stratifié, aluminium anodisé), le stand affiche une allure technologique. Et pour attirer le regard, on a intégré au stand un aquarium: le fonctionnement d'un appareil sous l'eau amuse, tout en démontrant bien ses capacités. C'est dans cette optique que Marie-Josée Frigon parle de son travail comme de la «publicité dans l'espace». Mais la conception de stands comporte aussi des contraintes terre à terre. Modulaire,

résistant, le stand d'ITF doit pouvoir être déplacé sans peine d'une foire à l'autre. Et le but premier, de l'aveu de la designer, est toujours d'apporter du «trafic d'affaires» à l'entreprise. Un jeu que Marie-Josée Frigon semble maîtriser, puisque ses clients sont nombreux à revenir lui demander de mettre en espace leurs messages.