

Le magazine des entrepreneurs à succès

QUÉBEC

ENTREPRISE

LEMAYMICHAUD Architectes

**Savoir bâtir...
des partenariats!**

DOSSIERS

- Longueuil
- L'industrie de l'architecture
- Les femmes en affaires
- L'Outaouais

VIATEUR MICHAUD ET
ALAIN LEMAY, architectes
Associés principaux de LEMAYMICHAUD

Vol.17, n°3

5,95\$



5, place du Commerce, bureau 200
île des Soeurs, Montréal, Québec H3E 1M8
Poste-publications convention: 40015330

CONSULTEZ LE MAGAZINE
WWW.QUEBECENTREPRISE.COM



François Roupinian
président, directeur design

Le succès de Lightemotion s'est avéré mondial dès la création de la PME. Après un premier contrat décroché à Montréal en 2001 pour le design d'éclairage de la discothèque et complexe gastronomique le Newtown, propriété du pilote de course Jacques Villeneuve, M. Roupinian, fondateur, président et unique actionnaire, a réalisé des mandats aux quatre coins du monde : l'éclairage du Musée de l'automobile à Turin, du Musée national de Singapour, du Musée de Auckland en Nouvelle-Zélande ou encore du Natural History Museum de Los Angeles.

En 2009, les contrats au Québec se sont matérialisés notamment par la mise en lumière du Musée d'art contemporain de Montréal et de la Cinémathèque québécoise. L'entreprise travaille actuellement à élaborer un concept d'éclairage pour l'hôtel Ritz-Carlton de Montréal, et participera aussi à la grande rénovation du hall culturel de la Place des Arts. Elle a été choisie par SNC-Lavalin pour concevoir les éclairages extérieurs du pavillon du Canada à l'Exposition universelle de Shanghai, ainsi que les éclairages thématiques de la présentation publique sous GSM PRJCT en partenariat avec le Cirque du Soleil.

Lightemotion PARER LES ÉDIFICES DE LUMIÈRE

Lightemotion est une firme montréalaise spécialisée en concepts d'éclairage qui réalise plus de 70% de son chiffre d'affaires à l'extérieur du Canada.

par Michel De Smet

Selon M. Roupinian, même si les choses ont tendance à changer au Québec, on a encore trop souvent le réflexe de considérer la lumière artificielle comme un coût et non une plus-value. L'éclairage doit faire partie de la signature d'une entreprise : il renforce son image et véhicule son message corporatif.

M. Roupinian attribue son succès en grande partie au sérieux que son entreprise porte à l'accomplissement de ses mandats. À cela, on peut ajouter des articles élogieux dans des publications spécialisées telles que *Lighting Today*, *Mondo Arc* ou encore *Architectural Record*.

« À cause de la conjoncture présente, passablement difficile, certains mandats ont été différés, mais nous pouvons raisonnablement espérer récupérer la plupart d'entre eux à moyen terme », de dire le président. ♦

