

Le projet du mois



Le client : [Sports Gilbert Rousseau](#) (SGR) Pro Hockey Life Sporting Goods Inc (PHL)

Le concepteur : [Marc Chapleau Designer](#) (MCD)

Le fournisseur : [Groupe BO Concept](#) (GBC)

Le projet : En 2007, SGR entreprend un plan d'expansion en déployant à travers le Canada la bannière PHL, une chaîne de magasins grande surface ayant un objectif clair et ambitieux : offrir à tous les consommateurs de hockey sur glace, fans et joueurs, la destination ultime dans le domaine du commerce d'équipement et souvenirs de hockey. La plus grande sélection de produits, dans un environnement au design inspirant, voilà le mandat audacieux confié à la firme de design Marc Chapleau Designer.

Le défi : Créer un environnement commercial avec la complicité des grandes marques de produits telles que Bauer, Nike, Reebok, CCM et Warrior, afin de maximiser l'expérience d'achat du consommateur.

Le résultat : Un aménagement innovant et unique, complètement hockey, où le « WOW Factor » caractérise tout l'espace commercial et propulse les ventes bien au-delà des projections. Un véritable tour du chapeau !



1

UN DÉCOR UNIQUE

- 1 L'expérience hockey et l'image de marque des partenaires est rehaussée par un affichage aux formes et aux formats audacieux comme cette enseigne rotative circulaire de 8 pi de hauteur.
- 2 L'espace Reebok est mis en valeur par une toile 8 x 8 pi de type « mesh » à l'effet de transparence.
- 3 En arrière plan, un immense abat-jour suspendu, en toile de type « mesh » sur structure de 11 x 9 pi.

GBC RELÈVE LE DÉFI D'HABILLAGE DES NOUVEAUX MAGASINS PHL

Pour la réalisation de ce mandat, Marc Chapleau Designer a fait équipe avec nous depuis le début. « J'avais besoin d'une entreprise très diversifiée, avec une équipe prête à relever les défis que je peux lui lancer et capable de produire, juste à temps et en quantité, des concepts d'affichage uniques par leurs formes et leurs formats, utilisant plusieurs types de structures et de supports d'impression. » souligne Marc Chapleau.

[Pierre Lachapelle](#), directeur ventes et marketing



2

3

L'HABILLAGE DES NOUVEAUX MAGASINS PHL DE L'OUEST CANADIEN, UN SOLIDE TIR AU BUT!

La chaîne compte maintenant 5 magasins grande surface dans l'Ouest canadien, 7 en Ontario, 1 en Nouvelle-Écosse et 10, en plus du nouveau Centre d'Excellence, au Québec. Tous sont habillés par MCD et GBC.



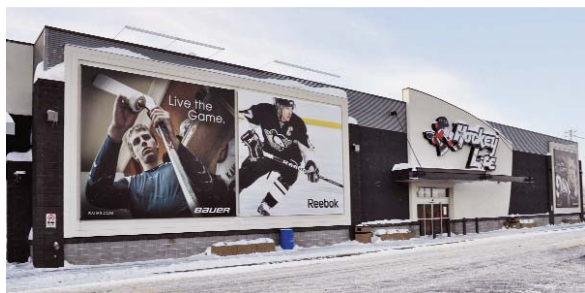
Logo Nike 3D fabriqué d'une seule pièce en acrylique fini lustré de 7 pi de longueur et d'une épaisseur de 5 po est avantageusement par un fond de couleur brillante.



Colonnes habillées d'un jeu de chiffres de 42 po et bandes, découpé dans un PVC 1/4 po.



La pièce centrale du magasin est l'anneau circulaire arborant le logo des équipes de la LNH de 22 po de diamètre, réalisé au moyen d'une pellicule graphique auto-collante.



Méli-BO: La façade du PHL à Whitby profite du système de tension pour bannière Méli-BO, choisi pour son coût avantageux et la rapidité de remplacement des toiles.



L'image de la boutique du patin est rehaussée par un jeu de lettrage découpé en PVC 1/8 laminé d'une pellicule fini miroir.



Magné-BO: Pour l'affichage de périmètre Magné-BO est la solution idéale. En effet, ce substrat magnéto-sensitif permet un changement rapide et peu coûteux des images de marques qui agrémentent le décor au gré des saisons. *Echantillon*



À PROPOS DE NOS PARTENAIRES

Pro Hockey Life Sporting Goods Inc se distingue des autres magasins de sport par sa spécialisation dans le hockey depuis 35 ans. Le **Centre d'Excellence Sports Rousseau** de Boisbriand a une boutique de 6000 pi² pour répondre à tous les besoins de la clientèle. La grande famille PHL compte **Sports Rousseau** et **Entrepôt du Hockey** au Québec et **Pro Hockey Life**, ailleurs au Canada.

Marc Chapleau Designer (MCD) et **GBC** ont gagné le premier prix de signalisation pour l'affichage souple au concours pancanadien de **Sign Media Canada** en 2009. (Voyez la photo de l'abat-jour géant de 25 x 13 pi ci-contre.) Pour visiter la galerie de photos **MCD**.

LE SAVIEZ-VOUS ?



GBC INNOVE EN 2011 AVEC LES ENCRES AU LATEX

GBC utilise maintenant des encres écologiques au latex. Elles sont idéales pour les zones d'affichage sensibles, à vocation médicale ou alimentaire. En effet, la technologie d'impression **HP latex** permet de produire des imprimés sans odeur et d'une qualité d'image nette, aux couleurs intenses.

UNE DÉMONSTRATION ET UN ÉCHANTILLON GRATUIT ?

Chez GBC, nous pouvons vous aider à maximiser l'impact de votre affichage. **Contactez-nous** pour une évaluation de vos besoins ou pour une démonstration du nouveau **Re-board** et recevez cette mini chaise gratuite.



National Sign Competition



Out-of-home Advertising Winner

Manufacturer/Fabricator/Submitter: Ampco Grafix
 Address: Coquitlam, B.C.
 Designer/Client: CTV Television
 Materials/Methods: Perforated window films and mullions printed digitally.



Soft Signage Winner

Designer: Marc Chapleau
 Manufacturer/Fabricator/Submitter: Groupe BO Concept
 Address: Anjou, Que.
 Client: Pro Hockey Life
 Materials/Methods: Perforated mesh-type fabric, printed and used like an immense lampshade for transparency and luminosity.

www.rbdigital.ca



One stop solution!

- Solvent printers
- Fabric printers
- Vinyl cutters
- Lasers
- Training, service, & ink

Visit our showrooms
 for live demos and
BIG SAVINGS on

Mimaki®

brother

LaserPro®

EPSON®

kornit
DIGITAL

Maximize your
 productivity
Call us!



Your partner from
 coast to coast

MONTREAL
 1-800-361-0100 Tel: (514) 747-2929

TORONTO
 1-800-263-1413 Tel: (416) 638-0638

WINNIPEG
 1-800-665-8958 Tel: (204) 632-7200

EDMONTON
 1-866-890-9488 Tel: (780) 478-0073

VANCOUVER
 1-888-739-1864 Tel: (604) 821-1771