

# Murs de papier

Parce qu'il est facile d'avoir de bonnes idées, mais ardu de les concrétiser, cette nouvelle rubrique sera consacrée à des créateurs-entrepreneurs du Québec. À commencer par la designeuse Audrey Fortin, dont les pluies de lièvres, les portraits de Montréal et les branchages tricotés serré ont de quoi charmer.

Caroline R. Paquette

## La petite histoire

Le dessin, depuis toujours. L'ébénisterie artisanale. La chocolaterie et la pâtisserie, pendant une douzaine d'années qui n'auront pas suffi à combler le besoin d'Audrey Fortin de créer de ses mains. C'est un voyage à Berlin, en 2005, qui lui a donné le déclic: entrée dans la boutique d'une femme qui fabriquait son propre papier peint, elle a eu un coup de cœur. En 2012, elle terminait une technique en impression textile au

cégep du Vieux Montréal et lançait sa propre entreprise, Walls of Ivy, tout en conservant son boulot dans un restaurant. Aujourd'hui, 50% de ses revenus proviennent de sa création de papiers peints sérigraphiés. «Ça va bien, mais il faut avoir la tête dure!» lance-t-elle.

## Le concept

«Ivy était le prénom de ma grand-mère. C'est aussi mon deuxième prénom», explique celle qui a grandi, en anglais,

au Saguenay. «Ça signifie *lierre*, et le lierre recouvre les murs, comme le papier peint: je trouvais ça approprié.» Elle habite—et adore—Montréal depuis 14 ans, même si sa région natale lui manque. Loin de la déstabiliser, cette dualité la nourrit, comme en témoigne son portfolio: forêts denses, pigeons, lapins côtoient son tout récent portrait de Montréal, foisonnante toile de Jouy où la ville se décline en lieux et en symboles. Son intérêt pour les gravures



anciennes traverse aussi ses créations. «Je ne compare pas mon travail à celui des grandes entreprises. Pour moi, ce sont deux produits complètement différents.» Non, ses papiers peints ne sont pas protégés par un recouvrement de vinyle, et non, elle ne recommande pas de les installer dans la salle de bain ou la cuisine. Mais chacun d'entre eux a été fait à la main, imprimé sur mesure dans l'atelier qu'elle partage avec trois autres artistes dans Saint-Henri. Et ça, c'est un avantage de taille, à une époque où l'engouement pour le local va en s'intensifiant.

### La clientèle

La designeuse de 38 ans n'a pas eu à promouvoir beaucoup son entreprise pour recevoir des commandes: les gens viennent à elle, même si Walls of Ivy n'existe que depuis un an et demi. Sa clientèle se compose majoritairement de particuliers, de designers d'intérieur et de quelques restaurants et organismes, dont la CDEC Centre-Sud/Plateau Mont-Royal, qui a fait appel à ses services pour ses nouveaux bureaux. Si ses clients viennent surtout de Montréal, elle reçoit aussi des commandes d'Ontario, de France et même d'Allemagne. Ses produits ne sont disponibles que par son site web. Plusieurs boutiques se sont montrées intéressées à distribuer ses papiers peints, mais Audrey ne peut assumer, pour l'instant, la perte d'une partie de ses revenus aux mains des commerçants, qui prélèvent une cote avoisinant les 50%. «Il faudrait que j'augmente beaucoup mes prix, et on n'est pas prêts à ça, au Québec», dit-elle, soulignant qu'un rouleau de papier peint peut se vendre autour de 350£ (environ 600\$) en Angleterre, alors qu'il se détaille entre 180 et 280\$ chez Walls of Ivy. Pour l'instant, elle tente surtout de trouver son rythme, entre les périodes intenses de production (les commandes viennent par vagues et culminent au printemps, période du désir de renouveau) et sa propre logique de création.

### La promotion et le développement

Audrey le reconnaît: elle n'avait pas la fibre entrepreneuriale avant de se lancer en affaires. Si elle se débrouille avec les chiffres, elle est consciente de



ce qu'elle devra améliorer rapidement, soit l'aspect marketing—les communications, le *packaging*—, quitte à chercher de l'aide extérieure. «Je n'y arrive pas toute seule, du moins pas comme je le voudrais.» Elle croit beaucoup en la solidarité et en la complémentarité d'artisans du même milieu. Avec deux consœurs, elle fait partie du Collectif Textile, qui vise précisément à promouvoir le design textile contemporain, loin de l'image un peu surannée qui subsiste parfois. Le Souk@Sat, rendez-vous annuel des créateurs locaux auquel Audrey participe depuis deux ans, lui est aussi une précieuse vitrine; elle

comptait d'ailleurs parmi les dix artisans mis à l'honneur en décembre dernier, et ses affiches «Y tombe des peaux de lièvre», créées pour l'occasion, ont été très populaires. Ses projets pour les prochaines années? Répéter l'expérience fructueuse des tirages limités—«J'ai besoin de nouveauté, de voir la magie quand j'imprime quelque chose de neuf!»—et participer au Interior Design Show, à Toronto. ●

Caroline R. Paquette est la coordonnatrice éditoriale de *Nouveau Projet*.

Photos: Cindy Boyce