



**Améliorer la vie de bureau
grâce au pouvoir de la couleur**

La couleur, c'est la vie !



Un monde sans couleur serait sans relief, terne et tout simplement déprimant. Les premiers relevés sur la couleur ont été effectués par les naturalistes (botanistes, ornithologues, minéralistes, zoologistes, etc.) et ce, à partir du XV^{ème} siècle. Il ne s'agit pas là d'une observation gratuite pour répondre à des critères de beauté et d'esthétique mais d'un sujet d'étude à part entière, d'ordre pédagogique et scientifique.

La couleur est un outil de reconnaissance des espèces quelles qu'elles soient. L'ouvrage d'Histoire naturelle des oiseaux de Buffon en est la parfaite illustration. Dessinées par Martinet, les planches en couleurs qualifient la couleur du plumage comme élément d'identification des oiseaux. Parallèlement, même si elle a constitué une source d'inspiration pour les savoir-faire du XIX^{ème} siècle (soie, céramique, tapisserie, etc.), la peinture florale du peintre botaniste Pierre-Joseph Redouté relève de la même gymnastique d'observation scientifique. La couleur dialogue, exprime, statue. Elle est un repère, un outil de travail, une source d'enrichissement et un véhicule pour la connaissance.

La couleur est donc, en premier lieu, lisible par ce que renvoie la nature.

Fort de ce constat, on peut déjà comprendre combien le design biophilique (design inspiré par la nature) impacte positivement quand il est intégré dans des lieux de vie urbains, a fortiori dans des espaces de travail. Les nuances de verts sont donc dans la mouvance. La couleur porte aussi un héritage culturel. De ce fait, sa perception peut être altérée par des symboliques culturelles réductrices comme le dénonce nombre de professionnels. Chaque culture étant porteuse de signes bien distinctifs en regard de son histoire. L'écrivain Michel Pastoureau, médiéviste et devenu en quelque sorte historien de la couleur, s'en est fait l'écho dans ses nombreux ouvrages. L'exercice auquel il se livre dans la compréhension de la couleur reste, comme il l'affirme, un sujet d'étude complexe. A l'histoire appliquée se greffe une sociologie de la couleur qui induit une quête de sens permanente.

«Qu'est-ce que la couleur ? Une matière, une fraction de lumière, une sensation, un ensemble de mots, un concept ? A quel moment sommes-nous passés de la « couleur-qualité » à la « couleur-concept » ?»

La couleur est à la fois innée, car elle s'inscrit dans l'ADN chromatique de chacun, et acquise eu égard à tous les référents culturels qu'elle véhicule. Elle est donc signe, lumière, art, science, identité, évocation, tendance, etc. Alors comment l'interpréter ? Comment un espace de travail peut-il s'exprimer avec l'apport de la couleur ? Quel est son impact physiologique et psychologique sur les individus ? Quelles sensations procure-t-elle ? Et surtout, quel est son mode d'emploi ? Autant de questions qui méritent de trouver des réponses étayées. Si la couleur est complexe, elle est un outil d'expression spectaculaire pour délivrer des messages, donner des directions et apporter des solutions bénéfiques au bien-être des individus. Forts de leur expérience, les spécialistes de la couleur - coloristes, color designers, architectes, architectes d'intérieur - la confortent dans son utilisation bienfaisante pour rendre notre parcours de travail plus humain et plus efficace en termes de productivité.

« La notion d'harmonie des couleurs doit se libérer du conditionnement subjectif et s'ériger en loi objective. Harmonie signifie équilibre des forces. »

Johannes Itten (1888-1967), Peintre et enseignant de la couleur.

Couleurs & Sens : le pouvoir de la couleur

Chaque individu a une opinion sur la couleur pour la bonne raison que nous ne la voyons pas tous de la même façon et que sa lecture est subjective.

« L'œil humain ne perçoit que les ondes lumineuses comprises entre 400 et 700 millimicrons, de l'ultraviolet à l'infrarouge en passant par l'ensemble des couleurs de l'arc en ciel. Les ondes lumineuses étant en elles-mêmes incolores, la couleur n'existe en réalité que par le décodage effectué par notre cerveau par l'intermédiaire de la rétine de l'œil », écrit Catherine Filoche dans son ouvrage **Espace Couleurs** aux Éditions École Bleue.

Ce que confirme Jean-Gabriel Causse dans son livre **L'étonnant pouvoir des couleurs**, « **La couleur n'est pas un degré de luminosité mais une caractéristique de la lumière. Sa perception varie selon la matière de l'objet, la réaction du cerveau, la température de couleur ainsi que l'intensité lumineuse** ».

Autrement dit, il n'y a pas de couleur s'il n'y a pas de lumière. Différemment perçue d'un individu à un autre, la couleur n'est pas la même selon que nous soyons homme ou femme, enfant, adulte ou personne âgée, d'une culture ou d'une autre, selon que nous soyons caucasien ou asiatique, selon la qualité de notre vision également : « **Seuls 3 % des gens ont la capacité oculaire de voir les couleurs réelles. Quant à la subtilité de décrypter toutes ses nuances, la lecture est encore plus compliquée !** » souligne l'architecte d'intérieur Hélène Paoli. La couleur est aussi impactée par la nature de son exposition lumineuse (éclairage artificiel ou naturel) et par son association avec d'autres couleurs. Son interprétation sera aussi guidée par ce qui est de l'ordre de l'inné et de l'acquis. Ainsi, la couleur est-elle à la fois simple et complexe, personnelle et universelle.



Sous influence !

Il est clair que la couleur influe sur notre comportement, tant d'un point de vue physiologique que psychologique, comme l'ont démontré de nombreuses études menées par des scientifiques. Le livre de Jean-Gabriel Causse fourmille d'anecdotes à cet égard.

« Le temps passe plus vite dans une pièce aux murs de couleurs chaudes comme l'orange ou le rouge (d'après étude de Smets, 1969). Inversement, sur un écran d'ordinateur, le temps de téléchargement paraît plus court quand les couleurs sont froides (d'après étude de Gorn et al., 2004). Quand la couleur du fond d'écran est chaude, et en particulier rouge, nous avons tendance à surestimer le temps passé devant notre ordinateur. Le rouge est par exemple une couleur qui nous fait peur, de façon innée, et ce phénomène est bien évidemment renforcé par notre acquis culturel. Le rouge nous prévient du danger, c'est la couleur du sang, c'est la couleur de la sanction à l'école... ».

Cette couleur qui peut sembler effrayante, mais dont la perception de température plus élevée s'avère un bénéfice pour certaines professions travaillant dans le froid. Le rouge est aussi une primaire chaude dominante, couleur de la passion, qui apporte une dynamique d'esprit et de l'énergie. On la dit également jubilatoire favorisant l'expression et la communication.



Photo Félicien Delorme © Flammarion

Jean-Gabriel Causse,
designer spécialiste de la couleur.

Les couleurs influent de façon spectaculaire sur les capacités mémorielles qui sont supérieures de 55 à 78% lorsque l'enfant est placé dans un environnement dont la couleur le séduit.

**Source : La perception des couleurs et de l'espace chez l'enfant, étude Tarkett.*



Olivier Saguez,
Président-fondateur de l'agence de
design global Saguez & Partners

« L'enjeu n'est plus d'avoir un espace à soi mais des espaces pour soi et pour tous. Pouvoir utiliser des lieux différents selon les postures de travail et les activités de la journée : se réunir, s'isoler, se concentrer, prendre une décision rapidement, se détendre... Pour ce faire, la couleur est importante pour identifier et stigmatiser les zones de repli ou encore, pour instruire une signalétique. »

Le ressenti de la couleur

Les couleurs ont donc un langage et provoquent un ressenti différent.

« Si la société a forgé une culture des codes qui sont propres à un vocabulaire commun, il ne faut pas pour autant se laisser enfermer là-dedans », commente l'architecte d'intérieur Hélène Paoli.

Des propos que confirment le designer Alain Gilles, **« Les couleurs se sont émancipées, elles n'ont plus la même signification partout. On a une image moins claire de ce que la couleur peut représenter aujourd'hui »**.

Ainsi, Jean-Gabriel Causse ajoute qu'il faut fuir le rouge s'il faut produire un effort de raisonnement intellectuel, comme le préconiser pour quelqu'un qui travaille 15 heures par jour car il stimule l'énergie ! Fort de ce constat, on répartira donc plus volontiers la couleur selon la nature des activités.

La couleur peut aussi provoquer le rejet de façon épidermique (nature innée). Le « j'aime/j'aime pas » est ici des plus catégoriques ! Raison pour laquelle, l'architecte Hélène Paoli travaille la concertation sous forme de workshop avec ses clients : **« La confrontation est la façon la plus facile d'entériner un projet. Les propositions couleur sont soumises à un comité de pilotage réunissant différentes instances de l'entreprise et celle qui obtient le plus de voix est validée ! »**, nous précise-t-elle.

La concertation n'est pas toujours à l'ordre du jour et si la plupart des projets participent d'une charte architecturale, ils ne sont pas pour autant soumis aux salariés. Rassurons-nous, explique Catherine Filoche, du bureau Couleurs - Tendances - Créations, **« Tant qu'il ne s'agit pas de noir avec des lumières indirectes comme dans la production de Jean Nouvel qui a fait polémique, et que les couleurs font sens en prenant compte du contexte, de l'usage, de l'espace et de l'harmonie, elles finiront par être acceptées » !**

Les effets de la couleur

Ce cheminement amène à réfléchir sur l'interaction des couleurs entre elles et leur utilisation. Partant du principe que la couleur stimule nos émotions, crée le lien social, attire notre attention, agit sur notre perception de l'espace, influence nos comportements, mais surtout nous fait gagner en productivité et en bien-être... Il convient de travailler les espaces avec le soutien d'un bon éclairage et de varier les zones couleur en les faisant intelligemment cohabiter entre elles. Il est désormais acquis qu'il y a d'un côté, les couleurs dynamiques dites chaudes et de l'autre, les couleurs apaisantes, dites froides, ces segments pouvant s'analyser en regard des effets qu'ils produisent. Fortes et énergisantes, les couleurs chaudes ont la faculté de nous réjouir et de nous stimuler. Elles attirent l'attention à l'instar du rouge qui s'utilise dans la signalisation. Dans cette déclinaison, on retrouve la puissance du rouge et toutes les teintes chaudes dites tièdes, allant de la gamme des oranges jusqu'aux jaunes. Accueillantes, elles irradiant tout ce qui les entoure.

A l'inverse, les couleurs froides, plus volontiers qualifiées de fraîches prennent appui sur le bleu et ses déclinaisons qui vont jusqu'aux verts. Calmes et apaisantes, elles produisent une sensation de profondeur et de bien-être. Les ondes lumineuses étant essentiellement produites par le jaune, le rouge et le bleu (les couleurs primaires), il suffira de jouer sur leurs infinies variations (couleurs secondaires) pour définir des zones propices à l'action ou à la concentration. Bien évidemment, ce discours pourrait paraître réducteur si on ne distinguait pas la couleur dans sa logique éprouvée de combinaisons chromatiques. Ces dernières relèvent du contraste en clair/obscur (oppositions pâle/vive/foncée) mais aussi de l'emploi des couleurs en monochrome, en complémentaire, en analogie, en camaïeu, en dégradés, etc. Le jeu de la couleur est infini et n'a qu'un seul objectif : mettre les individus dans de bonnes dispositions !



*Laurence Barbier-Bigner,
expert couleur, Matière 555.*

« Un bain d'orange dans un lieu d'accueil ou une circulation nous met en énergie »



Comment introduire la couleur dans l'espace de travail



On ne travaille plus comme avant et les nouveaux modes de travail inscrits dans la mobilité et la flexibilité incitent les entreprises à concevoir des espaces modulables qui favorisent la créativité, la collaboration et l'innovation. Et c'est dans cette dynamique que la couleur vient s'inscrire. Elle participe d'une réflexion sur la gestion des espaces dont la pertinence repose sur l'équilibre entre des zones froides et des zones chaudes pour concilier vie professionnelle collective et épanouissement personnel individuel. Avec le retour de l'*open space*, l'alternative du télé travail ou l'émergence du *flex office* ou *desk sharing*, l'agilité de l'exercice vise à une meilleure rentabilité des mètres carrés : les usages sont diversifiés sans pour autant occulter la dimension d'un bien-être optimisé.

Dans cette perspective, on mixe espaces formels et informels (fermés, semi-fermés et ouverts) pour favoriser d'un côté, la concentration et de l'autre, le travail en équipe, le partage et le lien social. C'est dans cette configuration que s'inscrivent désormais les architectes et designers dont la mission est de créer un environnement de travail inspirant et confortable, chaleureux et motivant, ressourçant et convivial. S'appuyant sur les codes du résidentiel, l'espace de travail s'apparente désormais à un lieu de vie pluriel : on y travaille, déjeune, se divertit, se détend et parfois même, on y cultive des plantes ou élève des abeilles. L'agencement de ces espaces requiert de la personnalisation en termes de choix de mobilier, de matériaux, de textures et de couleurs. Une multiplication des surfaces colorées dont l'harmonie se travaille dans la cohérence du projet et du lieu.

Le bureau comme centre de ressources et de services

Même si l'entreprise s'est dématérialisée, le bureau reste l'un des principaux piliers de cohésion interne. Qu'il soit collectif ou individuel, il accueille encore 65 % des actifs travaillant au bureau. Cependant, les espaces s'ouvrent et le nomadisme se popularise. L'heure est au décroïsonnement et à la multiplication des lieux apportant des solutions aux nouveaux usages. Selon la nature des activités (se concentrer, se réunir, échanger, téléphoner, recevoir...), les espaces sont pensés pour favoriser le bien-être et booster les performances et la créativité. Salles de réunion, canapés, casiers et vestiaires, box, bulles de confidentialité, lieux de détente, espaces de coworking, jardins et terrasses, espaces lounges : autant de solutions qui invitent un design en couleurs pour que le bureau réponde à tous les besoins.

La couleur et son impact sur l'organisation du travail et l'efficacité des collaborateurs

Les ambiances de travail achromatiques (blanc, gris et noir) renvoient les collaborateurs à un sentiment de morosité, qui peut donc ne pas être en phase avec l'efficacité des salariés. En complément les couleurs beige et marron, symptomatiques des années 80, sont à bannir car elles sont, elles aussi, associées à une sensation d'abattement.

En revanche, les couleurs dites chaudes sont motivantes : le rouge, par exemple, stimule l'hémisphère gauche du cerveau et augmente ainsi la productivité. L'orange et le jaune sont connus pour faciliter les prises de décisions et sont également associés à une meilleure communication. Enfin, le rose renvoie à la convivialité.

Pour les métiers créatifs, la couleur bleue est parfaite. Elle active l'hémisphère droit du cerveau, là où la créativité s'exprime. L'associer à d'autres couleurs est tout de même recommandé car attention à l'effet "anesthésiant" !

Les nuances de vert sont traditionnellement reconnues comme évoquant le bien-être, et contribuent ainsi à la concentration, élément primordial dans l'efficacité sur le lieu de travail. En effet, le vert agit sur les deux hémisphères du cerveau et aide ainsi à mieux se recentrer.

Chasser l'ennui d'un espace ordinaire

Bien évidemment, on ne peut pas s'attendre à ce que des architectes, designers, coloristes aient le même point de vue sur la question. L'intervention de la couleur étant une composante de l'espace sans en être le moteur. Cependant, c'est à l'unisson que ces professionnels proscrivent le blanc !

« C'est aujourd'hui la couleur majoritaire dans les espaces de travail mais c'est celle qui procure le moins d'effet. Elle provoque l'ennui jusqu'au bore out, en écho au burn out ! La productivité est supérieure dans des bureaux avec une dominante chromatique en comparaison avec des bureaux aux murs blancs et sans couleur prononcée pour le mobilier. Les salles de travail blanches peuvent provoquer une fatigue à long terme des salariés, préjudiciable à leur performance » souligne le color designer Jean-Gabriel Causse.

Et Michael Bezou, Directeur de création de Saguez Workstyle®, de poursuivre, **« il faut sortir du blanc pour sortir de la monotonie ou plutôt de la bureautonie ! Le blanc « tertiaire » peut se travailler en adéquation avec les contraintes structurelles du bâtiment pour amener de la luminosité, comme il peut venir ponctuer en touche des éléments de mobilier, un plafond suspendu, etc. »**

Le blanc ne donne tout simplement pas de repère, voilà pourquoi il doit être associé à des surfaces colorées, un sol graphique ou un aplat de couleurs au plafond pour contrebalancer.

Influence et impact de la couleur

On peut préférer une couleur sur un objet ou un vêtement, mais cela ne s'applique pas forcément dans le cas d'un espace, d'un mur ou d'un sol. « Plus que la couleur en soi, ce sont les caractéristiques de la teinte (saturation, luminosité) qui ont un impact sur les préférences, les émotions et les comportements*. » Les teintes choisies dans les espaces de bureau relèvent souvent de couleurs primaires ou franches. Certaines d'entre elles peuvent s'étaonner en intensité et en variations colorées mais de façon générale, qualifiées de couleurs chaudes ou froides, elles répondent à des usages fondamentaux et intrinsèques à l'espace bureaux : se concentrer, innover, partager, se détendre.

*Source : Prof. Oberfeld-Twistel, Department of Experimental Psychology, Johannes Gutenberg Universität Mainz.

Projets et couleurs

Il n'y a de bons chantiers que si la couleur fait sens. Elle doit donc répondre à la diversité des usages. Chez Saguez & Partners, la couleur se vit comme une touche de complément, comme le précise Michaël Bezou, Directeur de création de Saguez Workstyle®.

« En matière d'architecture intérieure, il n'y a pas de mauvaises couleurs en soi dans la mesure où les compositions dépendent en premier lieu des projets et des espaces. Avant de travailler la couleur, on perçoit d'abord le lieu de façon globale pour en dégager l'atmosphère. Un lieu induit toujours une histoire à raconter. Dans sa construction et son design, il se doit d'être au service des usages donc tonique, simple, durable et économique. Ensuite, comme pour tout chantier, nous concevons la coque (plancher, faux-plafond, etc.) puis nous élaborons une palette des matériaux qui va servir de fil conducteur au choix de couleurs. La couleur vient donc s'inscrire comme une touche de complément en association avec les matériaux. Pour donner du sens, les points d'attrait sont mis en perspective par des aplats de couleurs et/ou du graphisme. Ensuite, on pourra introduire des éléments de vie colorés comme le mobilier, des tableaux, etc. L'idée peut être de casser les codes, d'insuffler un esprit résidentiel, de susciter la surprise mais c'est par un design pensé que nous voulons démontrer une nouvelle façon de travailler ».



Bureaux Google France

La charte architecturale sert aussi de tremplin pour l'architecte Hélène Paoli. Si un projet s'instruit toujours d'une histoire, les codes matériaux et couleurs peuvent être reliés au métier et à ses valeurs mais aussi stigmatiser un tout autre univers. La ville de Paris par exemple, comme c'est le cas pour sa réalisation de l'immeuble de bureaux d'une filiale française d'un groupe international. Quel que soit le projet, il prend corps sur la recherche d'harmonie entre le matériau et la couleur.

« Un projet naît du choix des matériaux et des matières qui ont intrinsèquement une couleur. La couleur suit le mouvement dans la mesure où il ne s'agit pas de décoration. Pour ma part, je suis contre le pan de mur en couleur car j'instruis la couleur dans la continuité d'un mur sur un plafond », souligne Hélène Paoli.

Et pour les designers que sont Marine Peyre et Alain Gilles, pas de différences non plus entre couleurs et matières, la matière étant un véhicule intrinsèque de la couleur car elle apporte une vibration et une profondeur qui nourrit la couleur. Un constat que l'on peut aisément transposer aux aspects de la couleur en peinture : le mat moins clinquant aspire au cocooning tandis que les matières brillantes véhiculent quelque chose de plus propre ! Ainsi, la couleur ne répond pas qu'au cadre, elle prend appui sur des masses sol, murs, plafonds auxquelles s'ajoutent le mobilier par nature monochrome. Ce dernier peut alors se jouer en touches de couleurs pour créer un point de regroupement dans un espace neutre ou pas (salles de réunion, zones de tisanerie ou machines à café, etc.).

Définir les usages par la couleur

Un espace de bureaux est par essence constitué de différents types d'espaces de travail, à partager ou non (open-space, bureaux individuels, quick points, salles de réunion, phone-box, etc.). A cela viennent s'ajouter des espaces multifonctions riches en nouvelles postures pour inviter à la convivialité tout au long de la journée. Il s'agit là de se rencontrer, de se ressourcer ou de se restaurer. La couleur joue ici le rôle de repère comme elle peut le jouer sur les circulations. Avec son apport, l'espace statique devient dynamique pour encourager la mobilité et la flexibilité dans le parcours utilisateur. Pour exemple, l'immeuble du Conseil Régional d'Île de France à Saint-Ouen réalisé par Saguez & Partners repose sur l'articulation de quatre couleurs fortes et symboliques - le bleu de la Seine, l'orange de la ville, le vert de la campagne et le jaune de la mobilité - qui créent des repères selon les pavillons de l'immeuble. Des couleurs franches et faciles à lire en adéquation avec le graphisme Pop Art qui ponctue la zone de restauration. Les espaces Tisanerie/Café usent parallèlement d'inspirations diverses avec des mobiliers surprenants, des jeux de couleurs, des sols graphiques et des matériaux innovants (tôle perforée, quartz noir).

La couleur comme signalétique

L'immeuble de bureaux Google s'appuie quant à lui sur une couleur globale par étage avec un mobilier assorti. Le bâtiment de l'architecte d'intérieur Hélène Paoli sur la thématique Paris se concentre quant à lui «autour» de la dominante bleue, travaillée en camaïeu et avec six couleurs complémentaires qui participent à identifier chacun des étages. Les salles de réunions sont identifiées par des murs réalisés en matériaux donc intrinsèquement colorés (parquet en point de Hongrie, carreaux métro, rosaces, béton, bois flotté, végétal). Et, pour adoucir l'ambiance, les postes de travail se déclinent en blanc et s'habillent d'une couleur complémentaire pour marquer la séparation acoustique et sont complétés par des fauteuils gris. Dans tous les cas, la couleur invite à plusieurs niveaux de parti-pris et de programmes mais son rôle permet avant tout d'appuyer une signalétique forte respectant les harmonies. Elle constitue un élément de rupture et de contraste pour répondre à la diversité des usages (se concentrer, innover, partager, se détendre). Partant du principe que l'enjeu n'est plus d'avoir un espace à soi mais des espaces pour soi et pour tous, elle se vit comme un élément dynamisant ou apaisant d'identification des zones. Elle ponctue les éléments de structure (escaliers, paliers d'ascenseur...) et se véhicule par le sol, les murs, le plafond, en aplats ou en graphismes, par le mobilier et les objets rapportés qui participent eux aussi à la signalétique de l'espace. Dans un bâtiment unique et grand, les variations colorimétriques ont donc pour fonction de créer des repères pour que les usagers se situent. Elles évitent ainsi d'engendrer la monotonie avec des espaces où tout se ressemble.



Michaël Bezou, Directeur de création de Saguez Workstyle®

« S'accrocher à des couleurs dynamiques et à des couleurs apaisantes en choisissant plus de couleurs chaudes que de froides que l'on associe aux éclairages. »

Quelles palettes ?

La couleur agit directement sur nos émotions, notre comportement et notre bien-être. Si on la choisit de façon intuitive et personnelle chez soi, il est préférable de confier cet art de la palette à des mains expertes dès lors qu'il s'agit d'espaces tertiaires d'une autre échelle. Si les couleurs franches ont le vent en poupe, c'est aussi parce qu'elles sont plus facilement lisibles mais ce serait sans compter leurs déclinaisons chromatiques, parfois plus subtiles et apaisantes.

« Je définis des couleurs qui répondent à ma propre sensibilité tout en étant à l'écoute du client. Pour ma part, j'aime les couleurs radicales et franches car plus modernes et audacieuses, comme je peux aussi travailler des camaïeux pour une atmosphère plus douce et confortable, pour un côté comme à la maison ». Nous conforte la designer Marine Peyre.

À défaut de mal maîtriser la couleur, on peut aussi compter sur des palettes neutres sans prise de risques mais force est de constater que le repérage spatial sera moins pertinent. *« Une palette sédentaire avec des neutres et des tonalités sourdes (lin, ficelle, gris colorés) est plus intemporelle, plus calme et plus apaisante mais il convient de la contrebalancer avec un jaune en note mineure par exemple pour la réveiller »* corrige Michaël Bezou, Directeur de création de Saguez Workstyle®.

Et si *« la couleur doit s'ériger en loi objective »* comme nous le dit Johannes Itten, on peut alors imaginer d'autres solutions. *« Surtout, ne pas suivre les tendances »* nous prévient-on, au risque de perdre le fil d'un Story Telling bien ficelé ! Le designer Alain Gilles se fait plus conciliant tout en ouvrant la réflexion, *« j'utilise la couleur car elle apporte quelque chose de plus frais, de plus moderne et de plus jeune comme elle peut être traitée de façon plus classique. »*

« Elle enlève le côté conflictuel et stressant des espaces de bureaux. J'utilise des pastels frais comme le bleu pâle ou le millenium pink, des mélanges de kaki et rose, des rouges grisés moins flashy, des couleurs foncées aussi comme les bleus foncés ou le vert bouteille. Le tout associé à des matières naturelles dans la mouvance écolo, le bois, le liège - un matériau acoustique intelligent -, ou du lichen traité, lavé, séché qui introduit la nature à l'intérieur. Les espaces de travail ont tous des codes spécifiques : le bureau start-up qui peut être vintage et frais, le bureau plus haut de gamme avec plus de gris. C'est donc important de savoir à qui on s'adresse tout en sachant qu'aujourd'hui, il s'agit de séduire une génération de Millennials hyper connectés et hyper convoités ! La pertinence d'un bon espace de travail passe par la sauvegarde de bonnes têtes pensantes. Dans cette optique, il s'agit de leur donner plus de liberté et de minimiser la pression. En conséquence, les nouvelles postures de travail qui assimilent la santé et le sport concourent à leur bien-être. La proportion à encourager le lien dedans/dehors les garde connectés à l'extérieur et à la nature, facteur de bienveillance. Et la couleur permet à son tour de décomplexer le cadre rigide du travail ».*

La couleur, c'est la vie et bien évidemment, celle qui se vit avec des codes d'aujourd'hui pour une force active en devenir. Alors, pas étonnant de voir revenir les couleurs dynamiques du Pop Art, les couleurs pures des vibrations abstraites de Mondrian ou encore, toutes les nuances de vert dans des inspirations tropicales ou naturelles qui revendiquent une «green attitude» nécessaire à la sauvegarde de la planète. Voilà quels sont les pouvoirs de la couleur : faire des espaces de travail des oasis inspirants et vivants où l'on peut mieux respirer pour mieux phosphorer !

*Génération née entre 1980 et l'an 2000.

Couleurs chaudes

Rouge

Clair (rose) : Favorise l'apprentissage.

Intense : Incite aux échanges et aux partages avec les autres et symbolise, entre autres, les émotions primaires telles que la joie, la haine, l'amour, etc.

Orange

Clair : Stimule subtilement l'activité tout en maintenant la concentration.

Intense : Apporte de la chaleur et stimule l'optimisme.

Foncé : Très fortement lié aux couleurs de terre, améliore les comportements sociaux.

Jaune

Clair : Apporte enthousiasme et gaieté.

Intense : Symbolise le soleil, apporte de l'optimisme, stimule la motricité.

Foncé : Plus proche des tons de terre, apporte de la confiance en soi, encourage la sociabilité.

Marron

Clair : Apporte de la chaleur et apaise un environnement coloré.

Foncé : Rappelle les matériaux naturels (bois, terre cuite, brique, pierre, cuir) pour un environnement plus chaleureux et sécurisant.

Couleurs achromatiques

Blanc

Blanc pur : sage, lumineux, reposant, pouvoir réfléchissant, agrandit l'espace mais écrase la perception des volumes pour un parti-pris tout en blanc

Blancs teintés : la pureté et le calme avec de la douceur en plus.

Gris

Clair : Réduit l'apport de la lumière du jour et permet de diminuer l'intensité d'une pièce très colorée.

Foncé : Donne du caractère aux intérieurs. Signe un parti-pris fort.

Noir

Chic, graphique, absorbe la lumière et valorise les autres couleurs. On peut avoir un mur noir dans un bureau mais à compenser avec de la lumière naturelle.

Couleurs froides

Vert

Clair : Procure une sensation de détente, propice à la concentration.

Intense : Favorise l'apprentissage et génère une atmosphère saine et équilibrée.

Foncé : Crée un lien fort avec la nature, évoque la force et l'espoir.

Bleu

Clair : Apporte du calme, associé à la fraîcheur de l'air, au ciel bleu. Propice à la concentration, à la relaxation, à la créativité. Développe l'imaginaire.

Intense : Rafraîchit et rassure, et ce, même avec des bleus plus saturés.

Foncé : Confère un sentiment de paix et de tranquillité, notamment en référence à la nuit.

Violet

Clair : Purifiant et apaisant.

Intense : Stimule l'inspiration, favorise la créativité et la réflexion.

Foncé : Crée un environnement mystique et magique.



Cercle chromatique
inventé par Johannes Itten.

brother
at your side

www.brother.fr

BROTHER FRANCE S.A.S.
Parc des Reflets - Paris Nord 2
165, avenue du Bois de la Pie - BP 46061
95913 ROISSY CDG CEDEX

Toutes les spécifications et caractéristiques sont susceptibles d'être modifiées sans préavis. Brother est une marque déposée de Brother Industries Ltd. Japon. Toutes les autres marques et tous les noms de produits sont déposés par leurs propriétaires respectifs. La disponibilité des fonctions et accessoires peut varier d'un pays à l'autre. Photo non contractuelle.

at your side = à vos côtés