

Marché

Hybridation, inclusivité, durabilité



Après avoir écumé les salons du monde entier, hybridation, inclusivité et durabilité sont les trois mots que nous pourrions retenir cette année en matière de tendances en aménagement et mobilier.

De 20 à 30 % des salariés ou des entreprises, selon les sources, travailleraient désormais dans des environnements flexibles ou partagés. Alors que l'hybridation devient un sujet de réflexion permanente, on s'interroge sur la manière, tant sur le plan de l'organisation du travail que de l'aménagement, de recréer une communauté et de favoriser la cocréation.

Le travail hybride s'organise

Les échanges informels à la machine à café ont pris des formes différentes, mais la communauté et la culture d'entreprise sont toujours entretenues par les rencontres spontanées et les interactions en personne. La conception des environne-

ments doit donc favoriser ces moments de connexion, de collaboration, grâce à des systèmes adaptables, ergonomiques où la technologie est embarquée.

Ces espaces collaboratifs ne doivent pas remplacer, mais compléter les espaces de travail individuel. Les études montrent que les collaborateurs citent toujours le bruit et le manque d'intimité pour un travail concentré parmi les principaux obstacles à l'efficacité. Certaines tâches nécessitent aussi de pouvoir traiter un appel téléphonique tout en se connectant à deux écrans distincts. Dans certains environnements, l'aménagement des espaces de retrait ne permet pas toujours de réaliser ces tâches. Les collaborateurs doivent

donc les faire dans l'espace ouvert alors même que les règles d'usage stipulent que l'on ne doit pas y passer de communications téléphoniques.

Face à la situation, ils évitent autant que possible d'effectuer ces tâches au bureau et s'organisent pour la faire en télétravail. En somme, ils ne viennent pas au bureau, car ils ne peuvent y travailler. Or, comme le souligne la sociologue Anne-Sophie Maillot : est-il normal de ne pas pouvoir réaliser son travail sur son lieu de travail ? Elle fait remarquer que la sociabilisation au travail se fait par le travail ! Et les espaces censés développer la sociabilisation n'ont aucun sens s'ils se substituent aux espaces du travail.

Les spécialistes de l'aménagement doivent donc réfléchir à la possibilité d'une collaboration ouverte à différentes échelles, mais aussi d'une confidentialité acoustique et visuelle, améliorant ainsi la productivité et la satisfaction des salariés. Ceci ne signifie pas qu'il faut arrêter de concevoir des espaces de type WorkCafé, bien au contraire.

Il s'agit d'offrir des espaces de cocreation, où l'apprentissage est facilité par des outils et des ressources permettant aux équipes de réfléchir, d'expérimenter et d'innover ensemble. Selon différentes études, un bureau rempli de collègues est une formidable source de motivation et d'énergie. Les organisations qui favorisent le plus l'amitié sont même celles qui sont les plus résilientes face au travail hybride. En moyenne, 3 employés sur 10 sont « totalement d'accord » avec le fait d'avoir un(e) meilleur(e) ami(e) au travail. Ce score permettrait d'augmenter de 10 % le bénéfice d'une organisation.

En matière d'aménagement, la flexibilité se traduit par la présence de nombreuses cabines à géométrie variable, de mobilier sur roulettes et pliable, de cloisons déplaçables... et d'objets de plus en plus futuristes. Sur le constat que, pendant les visioconférences, les participants ne sont pas forcément attentifs car distraits par leurs mails et messages, on voit l'apparition d'outils de réalité augmentée comme *Ocular View* de Steelcase (à l'origine, un concept codéveloppé avec Logitech appelé *Project Ghost*). Dans cette box futuriste, la personne avec qui vous souhaitez communiquer paraît aussi réelle que si elle était présente !

La société Proto, fondée par David Nussbaum à Los Angeles en 2019, propose des machines à taille humaine qui permettent de faire apparaître dans une box, sous forme holographique, la personne avec qui vous souhaitez communiquer, brouillant les frontières entre le physique et le virtuel pour créer des connexions plus humaines et immersives.

Ce petit espace de repli, d'isolement, devient donc comme une armoire magique, la porte vers une troisième dimension.

L'avènement de la neuro-esthétique et de l'inclusivité

Les Américains – dont les tendances finissent souvent par arriver chez nous, pour le meilleur comme pour le pire – évoquent aujourd'hui la neuro-esthétique, un domaine naissant qui explore

la manière dont les éléments environnementaux tels que la couleur, le son et l'art influencent le cerveau, les émotions et l'expérience spatiale à un niveau subconscient.

L'idée que les vues et les sons exercent une influence sur l'humeur n'est pas nouvelle, mais la neuroesthétique va plus loin. Il s'agit d'exploiter ces éléments pour favoriser le bien-être, la productivité et l'enrichissement personnel. Par exemple, la recherche montre qu'il est plus facile pour le cerveau de traiter visuellement les formes et les motifs tels que trouvés dans la nature. L'utilisation de couleurs vives, de textures attrayantes et de motifs affirmés apporte un sentiment de joie et encourage la connectivité. Déjà, des consultants proposent des formations en neuro-esthétique dispensées en entreprise...

Les innovations sont aussi nombreuses en matière d'inclusivité, avec des produits conçus pour la neurodiversité, la neurosensibilité, toutes les capacités et tous les âges. Le constat : il n'existe pas de réponse universelle, d'espace qui conviendrait à tous. La recherche suggère que 15 à 20 % de la population mondiale est neurodivergente, ce qui signifie que leur cerveau traite l'information différemment de ce qui est considéré comme typique. Chacun a sa propre réaction face à son environnement en raison de nombreux facteurs, comme l'âge, le bien-être, les origines, l'orientation sexuelle et l'expérience personnelle.

La prise en compte de la neurodiversité, la conception de milieux de travail qui répondent à la différence et qui la célèbrent, sont passées d'une préférence à une réelle attente de la part des salariés. Par conséquent, lors de la création d'un espace centré sur l'humain, tous les éléments qui stimulent les sens, tels que la texture, le son, l'agencement et la couleur, la forme et la fonction du mobilier, sont à considérer. On trouve toujours davantage de *soft seating* que de postes de travail, sièges ou produits de rangement de bureau. Mais cela ne signifie plus qu'on ne peut pas y travailler.

Si les utilisateurs priorisent leur santé mentale et physique, il s'agit de réfléchir à la façon dont cela peut se traduire dans les environnements de travail, au travers de salles d'allaitement ou d'espaces de méditation, par exemple. Les besoins émotionnels et physiques ne sont plus pris en compte uniquement à l'extérieur et en dehors des heures de travail ; les

lieux de travail ont une approche plus holistique : préférences visuelles, préférences tactiles, préférence thermique, etc.

La durabilité, un principe « non négociable »

L'environnement bâti étant responsable d'environ 42 % des émissions mondiales annuelles de CO₂, les solutions écologiques et circulaires deviennent la norme. La loi Agec oblige déjà les acheteurs publics à acheter des biens issus du réemploi, de la réutilisation ou qui intègrent des matières premières recyclées. Les entreprises optent donc pour des matériaux qui ont un impact environnemental plus faible, comme le plastique recyclé, le bois récupérés et les composites biodégradables.

En France, les jeunes startups qui ont pour modèles d'entrepreneuriat l'écoconception, les matériaux recyclés ou l'upcycling, fleurissent. On peut citer La Chaise Française, qui conçoit du mobilier français en circuit court, fabriqué avec du bois issu de forêts écogérées. Le bois vient des alentours de l'usine (150 kilomètres maximum) et est scié à 25 kilomètres, ce qui permet d'avoir des produits bien notés en termes d'empreinte carbone. Ou Maximum, entreprise spécialisée dans le mobilier en série réalisé à partir des chutes, pertes et rebuts des productions industrielles, qui utilise de vieux billets de banque pour obtenir sur le mobilier un rendu proche du terrazzo. Ou encore, la marque bordelaise LaLaLa Signature qui, en plus de ses tables aux plateaux réalisés avec des bouteilles d'eau, des flacons de shampoing et des pots de yaourt, conçoit des poufs habillés de tissus récupérés auprès de l'industrie automobile, et garnis de mousse déclassée.

Les grandes marques de mobilier mettent aussi en valeur leurs références en matière de durabilité, de réduction de leur empreinte carbone, de décarbonisation de leur chaîne d'approvisionnement. Les industriels promettent des pratiques plus vertes au travers de l'écoconception, du zéro déchet, de la neutralité carbone, du respect des certifications industrielles et de la sélection de matériaux durables. Ils multiplient les initiatives en collaboration avec des associations de protection des océans ou de reforestation, pour une économie circulaire et un futur plus désirable. ■

LAËTITIA FRITSCH,
Rédactrice en chef Office et Culture