



Un ton terreux pour The New Office

Cest une tendance de ces dernières années : nous faisons entrer la nature dans nos intérieurs. Cette force d'attraction appelée biophilie signifie littéralement 'qui aime la vie'. D'où vient cet engouement? Cela a-t-il une influence sur la manière d'aménager les bâtiments? Comment les entreprises réagissent-elle face à l'utilisation des couleurs? Lors d'un webinaire de Kinnarps, l'architecte d'intérieur Natasja Holvoet a fait le point sur cette tendance.

La biophilie se réfère au lien inné entre l'homme et la nature. Le design biophilique consiste à créer un environnement agréable et naturel. « Les agencements spatiaux dans la nature offrent une perspective, un espace sécurisé pour se détendre et découvrir des choses », explique Natasja Holvoet. « Un exemple typique de design biophilique est le Musée Guggenheim à New York. Divers aspects sont abordés dans le concept. Outre la cage d'escalier ouverte en colimaçon qui offre une perspective, le dôme gigantesque laisse entrer un flot de lumière naturelle. La présence d'une pièce d'eau et la végétation abondante contribuent à créer un sentiment de bien-être dans le bâtiment.



On peut faire entrer la nature dans le bureau en utilisant des matériaux naturels comme le bois, la laine, ... et en tenant compte de la lumière naturelle lors du positionnement des postes de travail. Les couleurs apaisantes, présentes dans la nature (tons terreux, ...) apportent une aide, tout comme les plantes. Il peut s'agir de plantes artificielles, de photos imprimées de sites naturels, ... »

Des couleurs claires et unies, des tons terreux

Les couleurs ont un impact majeur sur la manière dont nous nous sentons. Peut-on influencer notre environnement de travail en choisissant les bonnes couleurs? « Les couleurs évoquent des associations et des sentiments spécifiques. Le vert calme, le jaune attire l'attention, ... Il semble y avoir un lien entre les couleurs et les imprimés en périodes de crise (couleurs claires et unies et tons terreux) et de temps prospères (couleurs vives, impressions gaies) », poursuit Natasja Holvoet. En 2021, les tendances de couleurs sont le gris intemporel et le jaune vif (pratique et inébranlable, mais dans l'air du temps). Le cercle de la vie représente une palette de couleurs harmonieuse et revient aux basiques

de la nature. La teinte brun-gris terreux Brave Ground traduit les perceptions de l'année écoulée en une couleur reflétant l'humeur du moment. Cette teinte a un impact dans les intérieurs du monde entier. Anna Werntoft et Ingela Carlson, les marques de design suédoise Skandiform et Materia respectivement, ont donné leur vision sur les tendances de couleurs pour 2021.

Identité corporative et couleurs

Natasja Holvoet perçoit l'usage des couleurs dans les entreprises comme suit : « La plupart des entreprises optent pour une couleur neutre, intemporelle pour leur logo (noir, bleu) alors que des couleurs plus prononcées peuvent renforcer l'image. Lors de la conception d'une identité corporative qui dépasse les couleurs du logo, la palette des couleurs utilisée est plus liée à l'air du temps. Mais au fil des ans, on remarque que l'identité corporative est actualisée et les couleurs évoluent progressivement. Un vert éclatant que l'on désature légèrement à chaque mise à jour devient ainsi plus sombre. »

Par Philip Declercq
Photos Kinnarps

www.kinnarps.be