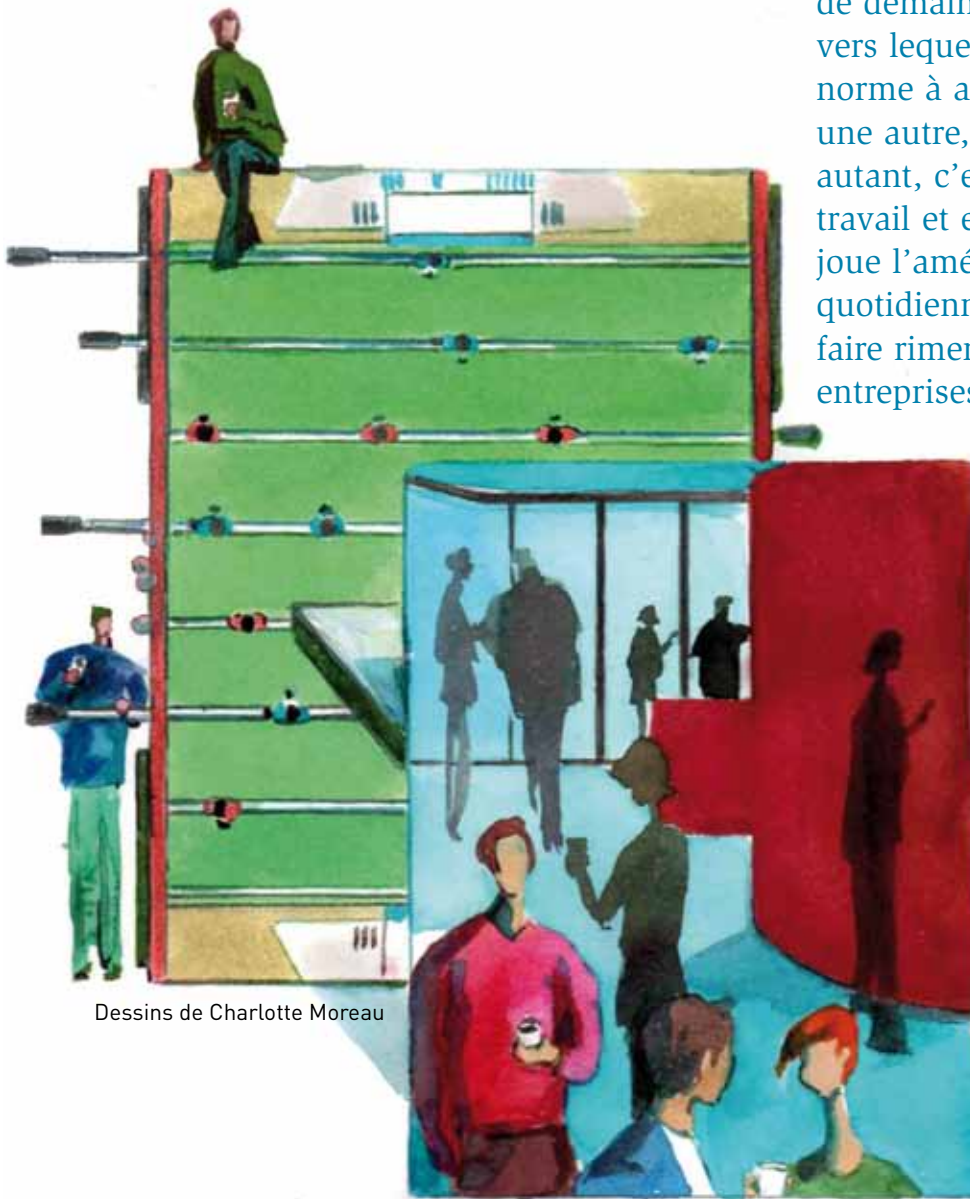


Espace et ambiance

ATMOSPHÈRE, ATMOSPHÈRE...

La presse, spécialisée ou non, aborde régulièrement le thème du travail dans des articles accompagnés de quelques illustrations basiques sur le bien-être au bureau, les inconvénients de l'open-space ou les nouveaux services d'une conciergerie pour faire diminuer le stress. Ou bien on nous montre les photos originales et décoiffantes de l'installation dans la

joie et la bonne humeur, de telle ou telle entreprise dans ses locaux flambant neufs. Un déménagement qui préfigurerait le travail de demain, et témoignerait d'un objectif vers lequel tendre. Presqu'une nouvelle norme à atteindre. Sous une forme ou sous une autre, sans l'exprimer clairement pour autant, c'est toute la question du lien entre travail et espace qui est posée. Quel rôle joue l'aménagement des bureaux dans la vie quotidienne au travail ? Peut-on réellement faire rimer art de vivre et travail, et quelles entreprises sont capables de le démontrer ?

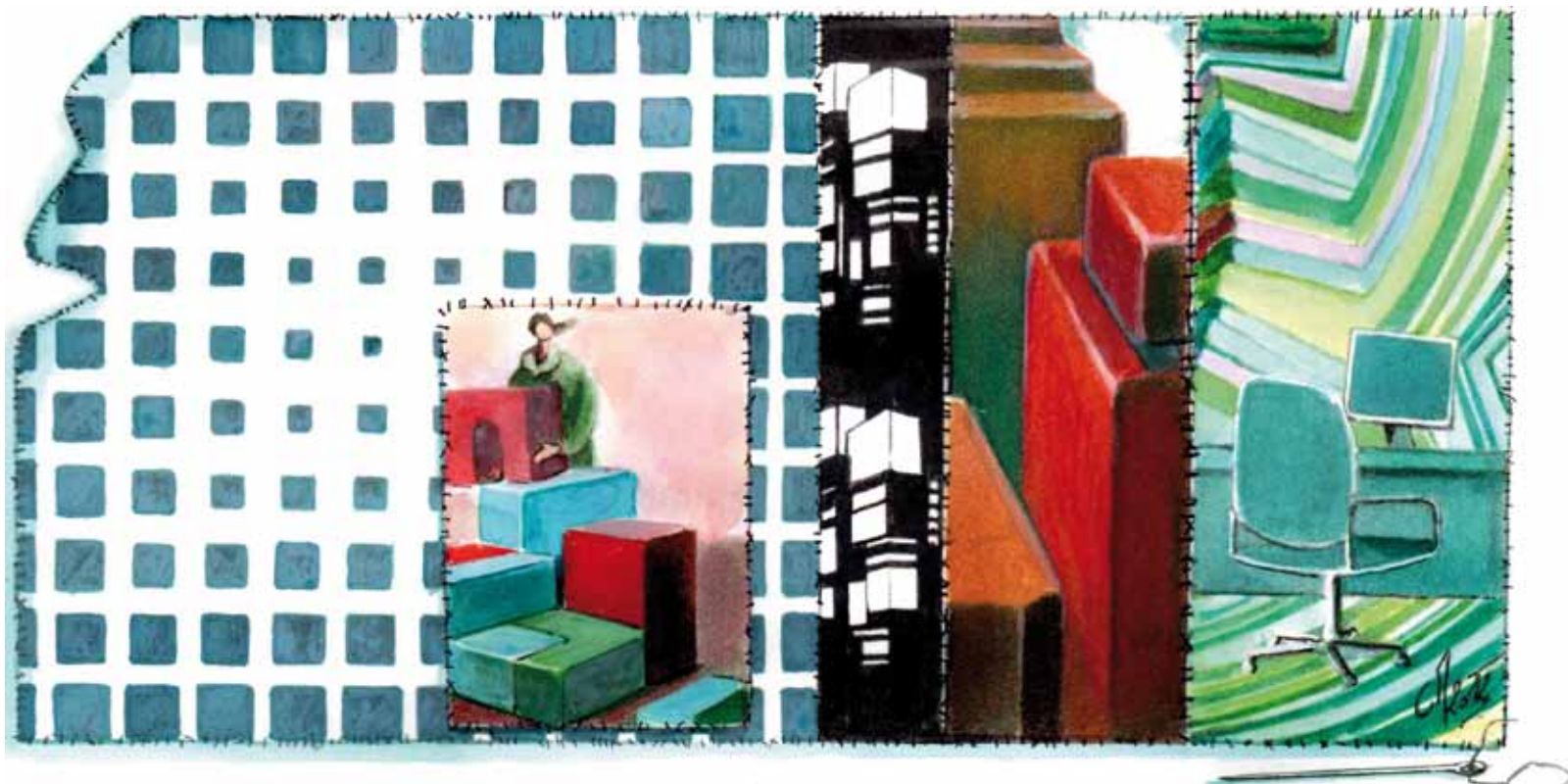


Dessins de Charlotte Moreau

Les stars des médias restent Google, Facebook ou Yahoo, sans oublier Apple, c'est-à-dire des sociétés du net dont le cœur de l'activité tourne autour de l'informatique et qui drainent une large clientèle de salariés jeunes. On mise sur le *fun* et l'originalité (et donc des retombées presse gratuites), la personnalité, on s'appuie sur l'identification au premier coup d'œil et le sentiment d'appartenance, la fierté de travailler là. On donne à voir le talent du designer ou du décorateur qui organise une véritable métamorphose des bureaux, en introduisant avec brio de la couleur et les objets les plus incongrus. Résultat : c'est géant!

Ensuite, très représentées également, on trouve les grandes sociétés (du CAC 40 mais pas seulement) avec deux tendances, les austères et les *design-chic*. Elles font appel à des space-planners ou des architectes, développent une concertation raisonnable avec leurs salariés pour aménager certains lieux, notamment les fameux espaces de convivialité, (comme le Crédit Agricole à Montrouge) et revoient, à l'occasion de ce déménagement, leurs façons

de travailler, de communiquer ou de ranger. Elles mettent en avant l'efficacité plus que la personnalité, le bon chic français, la maîtrise de processus compliqués. Résultat : c'est bien!



Mais où sont les PME ordinaires ? Qui nous parle des banales zones d'activités provinciales, composées de petits bâtiments à taille humaine de deux ou quatre étages, avec un restaurant d'entreprise et parfois quelques salles de réunions mutualisées ? Qui nous raconte la vie dans une collectivité territoriale ou dans un service quelconque de l'administration ? Qu'est-ce qui caractérise leurs bureaux ? Rien de spécial, à vrai dire. Ce sont des lieux ordinaires du travail qui, visiblement, fonctionnent aussi mais dont il n'y a pas grand-chose à dire. Personne ne s'interroge sur le résultat. Au cinéma, on les aperçoit comme fonds de décor dans des documentaires, tandis que des films récents comme *De bon matin*, avec J-P Darroussin, ou *la Délicatesse* avec A. Tautou hésitent entre la représentation austère et *design-chic*.

La première catégorie serait-elle le symbole de la haute couture, la deuxième le prêt-à-porter griffé, et la troisième un équivalent des chaînes de confection grand public ? Pourtant toutes poursuivent exactement les mêmes objectifs : optimiser l'espace, rationaliser les dépenses, ménager un peu de flexibilité et bien sûr favoriser l'efficacité au travail. Un discours clamé haut et fort dans les deux premiers cas, non exprimé pour le dernier. Ce sont toujours des lieux de travail, plus ou moins performants, plus ou moins bruyants, plus ou moins adaptés à l'activité qui s'y déroule. Alors quelles sont leurs différences ? D'abord l'échelle : accueillir 50 personnes ou 5 000, ce n'est pas la même chose. Les petites entreprises n'ont pas de responsable de l'espace et ne font pas appel à des spécialistes, pensant (à tort) que cela va leur coûter cher.

Mais surtout, c'est avant tout une question d'architecture et pas vraiment une histoire d'aménagement : une belle hauteur sous plafond, une variété dans les volumes et les lieux, des transparences, de la lumière, des passerelles, des ascenseurs vitrés, des terrasses en teck, des restaurants et des bars, des jardins japonisants et des jeux d'eau pour les uns ; un plateau lambda pour les autres avec dalles de moquette et faux plafonds bas de gamme. Quand on

peut faire construire ou rénover un siège à sa mesure, on a quasiment l'obligation de «faire œuvre», d'innover, de tenter de traduire spatialement les valeurs de l'entreprise, avec l'aide de nombreux professionnels. C'est bien sûr aussi une question de moyens : tout le monde n'a pas le budget de Google pour son nouveau siège parisien ! On ne peut que déplorer la pauvreté de la construction tertiaire ordinaire, édifiée pour des utilisateurs inconnus par des investisseurs qui ne risquent pas d'y passer la moitié de leur vie.

Si on s'intéresse au mobilier proprement dit, on voit que la table basique, un plateau et quatre pieds droits gagne du terrain dans toutes les configurations.

En revanche, les PME, plus économes, conservent encore pas mal de bureaux plus ou moins arrondis, souvent regroupés par quatre en fleurs (un vieux reste des années 1990) ou encore des tables avec pieds-panneaux. Surtout, dans les petites entreprises, il reste plus de dossiers et de papiers et donc plus de meubles de rangements. Le mobilier provient directement des catalogues de vente par correspondance qu'on utilise autant pour le bureau que pour ranger son garage ou créer un pupitre dans une chambre d'enfant. Quand il y a une cuisine, on la choisit chez Ikea.

Le résultat c'est quelque chose de familier, de pas prétentieux, de pas très joli mais de fondamentalement habité, un petit goût de «presque comme à la maison».

Si on s'intéresse à la vie quotidienne, on constate que le bureau paysager gagne lui aussi du terrain. Il est de plus en plus épuré dans les grandes entreprises et les sociétés du net et ce nouvel ordre induit des contraintes fortes, avec une interdiction explicite ou implicite de déranger l'organisation prévue, de laisser traîner ses dossiers, d'apporter ses bouteilles ou ses mascottes sauf si celles-ci proviennent du service marketing. Le désordre signe plus volontiers la petite PME, un pull qui traîne sur le dossier de la chaise, une corbeille non vidée, un carton plein de dossiers ou de matériel publicitaire dans un coin. Et curieusement, dans une ambiance

C'est une question d'architecture, pas d'aménagement



high tech ou au détour d'un bureau ordinaire, on va retrouver l'inévitable bout de carton ou d'affiche incongrue scotché sur la fenêtre plein ouest pour se protéger d'un soleil trop envahissant. La vraie différence, me semble-t-il, réside dans la volonté - ou non - de créer une « ambiance », d'utiliser les potentialités de l'espace pour raconter une histoire, tenir un discours (pas toujours cohérent, du reste), donner à voir une image, bref immerger visiteurs et collaborateurs dans une atmosphère particulière. L'« atmosphère », tout est là. Le petit plus. L'impression. La créativité. Le chic.

Qui va porter ce désir d'atmosphère ? Généralement cela se passe au sommet de la hiérarchie. La capacité d'initiative des utilisateurs demeure étroite : ils pourront toujours utiliser les fenêtres avec des *post-it* pour s'exprimer... Comment créer une atmosphère dans cet univers si standardisé du bureau ? En fait, ce n'est pas si compliqué que cela. Dès l'entrée, il est recommandé de mettre en scène le logo, de soigner la banque d'accueil. Les services d'un bon designer ne seront pas de trop. Quelquefois juste une idée suffit, comme la 2 CV rouge pour Google. Ensuite, on peut soigner l'aménagement des espaces supports de l'*open space* (qui demeure, on l'a vu, quasiment identique d'une société à l'autre), avec des téléphériques jaune citron qui servent de mini salles de réunions, des igloos gonflables pour s'isoler, un salon surchargé de bibelots, genre « chez grand-maman », pour montrer son côté décalé, ou au contraire, des salles de méditation zen. Ne pas lésiner non plus sur la restauration et la détente avec des cuisines-bars que nombre de restaurateurs envient, des chaises années 1960 pour la cafétéria, des alvéoles de massage avec draperies, sans oublier les billards, baby foot et

Qui va porter le désir d'atmosphère ?

autres. Ce type d'entreprises, de ce côté-ci de l'Atlantique, reste encore réservé à quelques *happy few* qui apprécient, à juste titre, cette débauche d'humour et d'inventivité.

Ce décor adoucit-il les mœurs ? Je n'ai (hélas!) pas d'éléments pour répondre à cette question.

Une déclinaison nettement plus sage se retrouve dans les grandes entreprises. L'accent est mis, non pas tellement sur la décoration mais sur les services : salle de sport, conciergerie, point commerces etc. L'ensemble produit une atmosphère sobre et efficace, visant à montrer (ou faire croire) que le collaborateur est roi. Un message certes un peu plus ambigu mais dont les utilisateurs profitent, surtout lorsque l'entreprise est localisée en dehors d'un centre urbain. En guise d'atmosphère, les PME se contentent de décorer la salle de réunions avec quelques guirlandes pour la galette des rois.

Le renouvellement est peut-être du côté des micro-entreprises de moins de dix personnes qui se créent chaque jour, elles aussi dans le secteur du net et des services. La version moins *bling-bling* et sans peluches des start-up des années 1990. Ceux qui travaillent là restent tard le soir et ne mégotent pas sur leurs heures ; cependant, ils ne confondent pas leur bureau et leur maison. Ils n'ont pas la même représentation de l'espace de travail, et développent une autre notion du confort. Comment dire ? Ils sont moins formatés que leurs aînés, décident plus volontiers ensemble et détournent volontiers les codes du bureau pour créer un lieu qui leur convient. Surtout, leur absence de moyens *booste* leur créativité : le porte-manteau n'est pas design ni issu de la page 150 du catalogue B ou J, mais fabriqué maison avec trois bambous, les cache-pots sont des poubelles, les étagères des planches et des briques, les bureaux chinois chez Emmaüs, le canapé trouvé dans la rue. Mais quel cadre se fabriqueront-ils quand leurs effectifs passeront de 10 à 80, quand ils changeront d'échelle ? Adopteront-ils une ambiance *googlisée* ou s'inventeront-ils de nouvelles atmosphères ?



Élisabeth Pélegrin-Genel ■
epelegringene@gmail.com