

Campers & Dens : de nouveaux niveaux d'intimité pour le bureau ouvert

Ouvert, fermé, et tout ce qui se trouve entre les deux : de nouvelles façons d'aborder l'intimité au bureau inspirées d'un camping-car.

🕒 Lire 5 minutes

Le marché des camping-cars a explosé pendant la pandémie, les gens recherchant la nature dans un contexte de confinement strict et d'isolement social. En parallèle, cet attrait pour la nature a inspiré un designer d'Orangebox, une marque de Steelcase. Il a créé un nouveau type de camping-car pour offrir des options flexibles garantissant l'intimité au travail. Une nouvelle étude mondiale sur le personnel en entreprise a révélé une véritable soif d'intimité : 75 % des personnes interrogées disposent d'un espace de travail dédié à domicile, tandis qu'au bureau, 55 % travaillent dans un espace ouvert. Les gens veulent avoir du contrôle sur leur environnement et les études montrent que des options favorisant l'intimité les inciteraient à venir plus souvent au bureau.

Work Better s'est entretenu avec Mark Partridge, designer d'Orangebox, pour savoir comment cet élément d'architecture d'intérieur inspiré des véhicules de vacances, comprenant des cabines, des niches et des auvents, offre une gamme complète d'options pour garantir l'intimité sur le lieu de travail hybride d'aujourd'hui.

WB : Comment le système Campers & Dens s'inscrit-il dans le nouveau monde du travail ?

MP : Aujourd'hui, le lieu de travail peut être n'importe où : à la maison, au bureau ou entre les deux. Par exemple, quelqu'un peut aimer travailler sous un arbre dans un parc ; le bureau doit donc pouvoir rivaliser. Nous voulons aider les entreprises à faire du bureau une destination attrayante où les gens veulent aller, non où ils doivent aller, et où ils ont la liberté de travailler comme ils l'entendent.

WB : Comment l'idée de Campers & Dens est-elle née ?

MP : Les espaces entièrement ouverts qui caractérisent les lieux de travail d'aujourd'hui deviennent chaotiques, car rien ne définit les règles de la collaboration. Il manque quelque chose. Et c'est une partie de notre travail de designers que d'en tirer des conclusions. Nous voyons des espaces qui offrent soit une intimité totale, soit une ouverture totale, mais avec très peu d'options entre les deux. Mon objectif était de concevoir toute une série d'aménagements d'intérieur qui explorent cette zone « intermédiaire ».

J'ai trouvé cette photo d'un camping-car avec un auvent dans un champ et j'ai pensé à cette analogie avec le camping. J'ai alors eu un déclic : tout le monde allait vraiment comprendre. Quand vous arrivez sur une aire de camping-cars, vous savez intuitivement vous y retrouver. L'idée est amusante et dynamise le lieu de travail en cette période charnière de son histoire.

WB : Comment la conception aide-t-elle les gens à s'orienter dans l'espace ?

MP : Les subtilités intégrées à Campers & Dens permettent de choisir le niveau d'intimité nécessaire. Les cabines offrent une enceinte complète avec une intimité acoustique pour se concentrer, participer à une réunion hybride ou profiter d'un moment de détente, mais les vitres d'angle vous permettent de sentir que vous faites toujours partie intégrante de l'espace ouvert. Le « kink », l'avancée à l'entrée de la cabine, confère à celle-ci une personnalité immédiatement désarmante et vous donne l'impression de pénétrer dans une charmante petite cabane.

Les auvents et les niches offrent un espace protégé et semi-privé où deux personnes peuvent discuter. Un auvent décoré d'un tapis crée immédiatement une frontière visuelle qui indique qu'il faut faire signe avant d'entrer dans l'espace.

Tous les éléments soigneusement conçus de ces espaces refuges aident les gens à s'orienter facilement et intuitivement sur le lieu de travail en fonction de leurs besoins.

WB : Pourquoi était-il important que Campers & Dens soit personnalisable ?

MP : Nous voulions redonner aux architectes, aux designers et à la clientèle la liberté que l'absence de murs fixes a fait disparaître afin que les organisations puissent adapter Campers & Dens à leur message et à leur image de marque uniques. Il est possible de jouer avec les matériaux, les finitions et les couleurs, et comme Campers & Dens n'est pas une structure fixe, la configuration des murs et des panneaux peut également changer.

Une ossature en lattes de bois, des tissus extensibles à motifs colorés, des dégradés de couleurs neutres ou des cordons de coton minimalistes ajoutent une touche distinctive à l'espace. Chaque solution laisse passer plus ou moins de lumière, offrant ainsi des niveaux variables d'intimité visuelle et créant des atmosphères totalement différentes.

Les designers peuvent créer des aires Campers & Dens avec des couleurs et des matériaux qui incarnent la marque de n'importe quelle organisation.

WB : Comment avez-vous concrétisé votre idée ?

MP : Comprendre comment les gens vivent et travaillent, c'est là tout le travail des designers. Il se peut que nous disparaissions pendant un certain temps pour tester de grandes idées folles apportant une solution à des problématiques du lieu de travail.

L'étape suivante consiste à s'assurer que le projet est réalisable. La phase de développement peut s'avérer difficile, car il existe un écart entre le concept et la réalité. Mais lorsqu'un nouveau produit enthousiasme tout le monde, nous considérons les problèmes comme des défis plutôt que comme des obstacles. Nous mettons tout en œuvre pour créer une version physique du concept qui fonctionne dans le monde réel et réponde aux besoins des gens. Le résultat final de Campers & Dens est très proche de l'essence originelle du projet.

WB : Quelle est la prochaine étape pour Campers & Dens ?

MP : Personne ne sait exactement comment le nouveau monde du travail évoluera au cours des prochaines années. Tout ce que nous pouvons offrir, c'est une boîte à outils adaptable comme Campers & Dens, qui permet de faire évoluer les espaces de travail au fil du temps. Ce n'est que le début pour Campers & Dens.

Cliquez [ici](#) pour en savoir plus sur Campers & Dens.

Mark Partridge, Responsable du design, architecture d'intérieur, Orangebox

Inventeur de salles acoustiques flexibles.

Créateur et concepteur des cabines Airea2 et Air3, du concept « Why Build Walls? » et de la plateforme d'architecture d'intérieure Campers & Dens.

Mark est designer depuis 35 ans et se passionne pour le design depuis l'âge de 16 ans. Une fois diplômé de la North Essex School of Art où il étudie le design produit et industriel, il obtient une bourse de la Royal Society of Arts et s'installe à Londres pour concevoir des éclairages. Il travaille ensuite à son compte pendant un certain temps avant de rejoindre le prestigieux projet d'extension de la Jubilee Line pendant 3 ans et demi, période pendant laquelle il conçoit tous les produits génériques de la station de métro, y compris l'éclairage, les sièges, les guichets, la signalisation et les portiques, sous la direction du prestigieux designer et architecte italien Roland Paoletti. Mark lance ensuite une entreprise de fabrication après avoir inventé des cabines de bureau acoustiques mobiles, ce qui a été l'une des expériences les plus extraordinaires qu'il ait vécues. Il est finalement séduit par Orangebox... et c'est là qu'il travaille aujourd'hui, dirigeant et façonnant le département d'architecture d'intérieur de l'entreprise. Il adore créer des solutions pour résoudre des problèmes dont les clientes et clients ne soupçonnaient pas l'existence et aime particulièrement créer des récits convaincants sur ses designs.
