

RADAR

Avec des cabines pour méditer ou se couper du monde le temps d'une sieste, les designers et architectes explorent et inventent de nouveaux espaces pour échapper au tumulte quotidien.

Par
MARIE OTTAVI

A l'hôtel Heidelberg, enceinte du musée Guimet à Paris, trône depuis quelques jours une «*meditation room*», pièce dépouillée, cerclée de parois aux reflets d'or (*Bronze Paintings*) créées par l'artiste Pierre Bonnefille. La pièce est plutôt sombre. Ce sont les toiles accrochées aux cimaises qui se chargent de renvoyer une lumière évocatrice des reflets de l'eau ou du soleil déclinant sur une mer d'Asie. Aucun bruit, aucune odeur ne vient perturber l'expérience du visiteur, appelé ici à décrocher du monde, celui de l'extérieur, avec tout ce qu'il charrie de tensions et de perturbations. Pierre Bonnefille, fin connaisseur des couleurs, «*voulait donner un caractère immersif à la méditation*». «*Ici, on peut se couper du monde, se recentrer et retrouver un équilibre avec l'œuvre. C'est un travail sur la perception de la vibration*», précise-t-il. Cette quête d'une méditation en pleine conscience, à l'écart de toute dimension religieuse, se déploie chez quelques collectionneurs fortunés qui s'offrent là une échappatoire au tumulte.

Mollesse. Le grand public a lui aussi désormais l'occasion – encore rare tout de même – d'expérimenter le silence et le calme dans l'espace public et même au bureau. L'aéroport de Kansas City, aux Etats-Unis, a ainsi installé une pièce pour méditer, accessible aux voyageurs. Celui de Doha, au Qatar, a choisi de ne plus diffuser d'annonces sonores pour éviter au public le stress des appels à l'embarquement – sans préciser combien de têtes en l'air ont depuis raté leur avion. Designers et architectes sont ces temps-ci en réflexion, cherchant à matérialiser cette quête d'espace dépourvu de stress. Avant, on appelait ça le zen. Désormais, aux grands maux (le manque de sommeil, la déconcentration généralisée) les grands remèdes, on parle de «*quiet design*» qui valorise de nouveaux temps «morts». A la Design Parade d'Hyères et Toulon, organisée à la Villa Noailles, le

thème proposé aux créateurs était cette année de «*créer une pièce à vivre au bord de la Méditerranée*», précise Jean-Pierre Blanc, le créateur de l'événement. Edgar Jayet et Victor Fleury, les deux lauréats de l'édition 2021, basés à Paris, ont puisé dans leurs souvenirs d'enfance pour élaborer une installation dédiée à la sieste. Pensée avant la crise du Covid, ce qui souligne un peu plus leur clairvoyance, *A Benidor* célèbre ce rituel du – quasi – quotidien pour quiconque vit à proximité des rives de la grande bleue. Ces vingt minutes (la durée idéale) salvatrices permettent de recharger les batteries, de repartir presque à zéro quand la chaleur environnante fait sombrer corps et neurones dans une mollesse parfois contreproductive. Leur «*pièce à vivre*» aux tons clairs, blanc et beige, est en réalité une cabane encadrant un lit épuré posé sur une structure en bois au pied en pierre qui, une fois gorgée d'eau, diffuse la fraîcheur alentour. Un lit

au-dessus duquel flotte un voile protecteur (des rayons) que le dormeur peut diriger aisément.

Son infini. Cet art de la sieste était jusqu'à présent difficilement transposable dans l'espace de travail. Les rares pièces réservées au repos du guerrier se contentent souvent de n'être que des salles de réunion dans lesquelles on a posé un canapé et accroché des stores, dans le meilleur des cas. Les bureaux partagés, ou coworking, sont le territoire d'expérimentation de ce qu'on appelle dans le jargon start-upien le *well working*. Kwerk, société française spécialisée dans le domaine, peut se targuer d'avoir pris le taureau par les cornes. Albert Angel, l'un des deux cofondateurs, également architecte et designer, a ainsi configuré des cabines où il est possible de s'isoler, entouré de murs recouverts d'écorce, baigné d'une lumière douce et sans bruit perturbateur. «*On est allé plus loin en tentant d'amener les gens,*

sans trop les pousser, vers des rituels de méditation, explique-t-il. *Chaque jour, on propose des séances de méditation avec casque où il est possible d'essayer le son infini, une fréquence capable de vous emmener à ce stade qui précède le sommeil.*»

Flippant ? Pas si l'on tient compte du besoin des salariés de couper avec leur environnement pour mieux le supporter. De nombreuses études indiquent que la crise du Covid a mis à mal le moral des troupes. Le nombre de salariés en arrêt de travail a augmenté de 30 % entre janvier et mai, passant de 10 % des salariés en janvier à 13 % en mai, selon une étude diligentée par Malakoff Humanis et publiée en septembre. Le nombre de burn-out et autres syndromes de l'épuisement professionnel n'ont jamais été aussi alarmants. Ils explosent même, selon un baromètre de la santé psychologique des salariés français réalisé en mai par l'Institut OpinionWay. ◀

Benidor par Edgar Jayet et Victor Fleury, lauréats de la Design Parade d'Hyères et Toulon. PHOTO EDGAR JAYET ET VICTOR FLEURY

BILLET

L'éthique toc

Il faut revoir nos modes de consommation. Halte à la course folle, acheter toujours plus, toujours plus vite, au risque de favoriser cette forme d'esclavage moderne que sont les plateformes de livraison express, essoreuses de forçats de l'emballage et du vélo payés au lance-pierres. Avoir ou être : il est plus que jamais urgent de se positionner, alors que le monde court climatiquement à sa perte, en derviche tourneur dépassé par son propre tournoiement... Beau discours, non ? Il résume peu ou prou les nobles déclarations d'intention qui se sont multipliées pendant les confinements, comme si la stase favorisait la prise de conscience. L'achat à distance galopait, mais les voix pro-décélération, seconde main, production locale, s'amplifiaient.

Oui mais ça, c'était avant. Avant que, déconfinés et vaccinés, les esprits ne reprennent tranquillement l'autoroute du tout-tout de suite. Côté mode, prenez la fast-fashion, étrillée (à raison) pour son impact écologique et les conditions de travail qu'elle implique. Eh bien l'exercice 2020-2021 consacre Shein, géant du commerce en ligne chinois qui fabrique en dix jours (contre deux mois chez les concurrents), avec un réassort hallucinant (jusqu'à 500 nouveaux produits chaque jour), et des prix qui défient toute concurrence. Sa cible de prédilection : les 14-25 ans, que la marque appâte via le réseau TikTok. Aux Etats-Unis, son application est désormais plus téléchargée que celle d'Amazon, le grand méchant loup de la livraison express. Lequel se voit aussi concurrencé sur son propre créneau, cette vitesse à dégainer, cette fois appliquée à l'alimentaire. «*Tout ce qu'il vous manque en dix minutes*» : ce slogan jalonne ces jours-ci les couloirs du métro parisien. C'est la promesse de l'Allemand Flink, mais les start-up (Gorillas, Dija, Cajoo, Getir, Kol, Yango Deli, Zapp...) affluent sur le filon, avec levées de fonds conséquentes à l'appui. Comme quoi la demande doit bien être là. Du toc, l'éthique post-Covid...

SABRINA CHAMPENOIS

Le design au bonheur du calme

