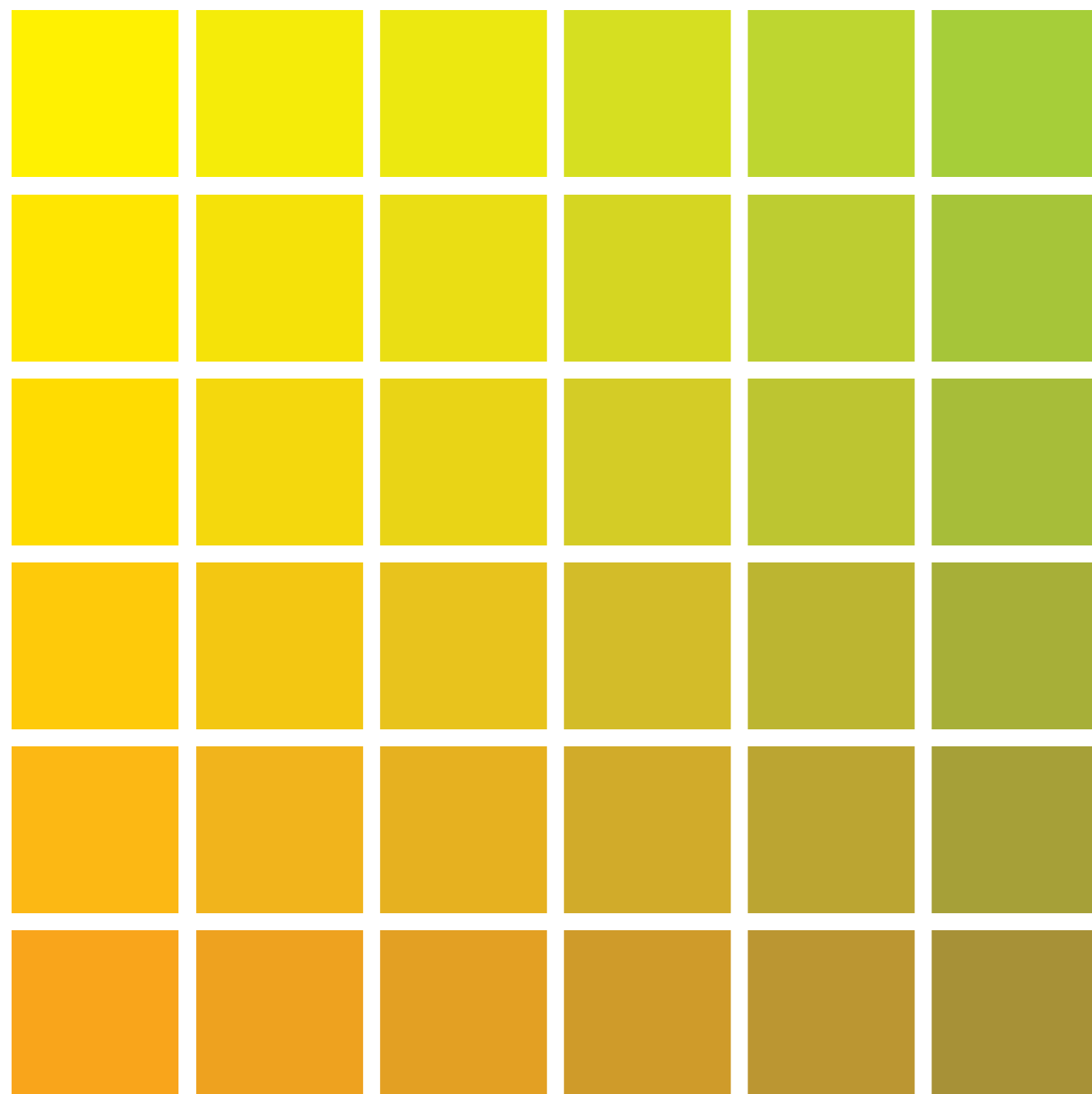


# Un monde en couleurs



Les trois quarts des sièges pivotants vendus par Giroflex sont de couleur noir ou gris foncé. Les murs, les images, les plantes et les tapis, tout ce qui se trouve sur les tables et les étagères et bien sûr les gens qui s'y trouvent donnent une touche de couleur au lieu de travail. Giroflex influe sur ses propres gammes de coloris avec beaucoup de sensibilité et de délicatesse. Pourquoi il en est ainsi, nous raconta Doris Kurzmeyer, designer textile et directrice de la spécialité « conception de matériau » à la Haute école de Lucerne – art et design.

—  
*Doris Kurzmeyer, vous vous préoccupez actuellement du langage de couleurs des collections giroflex. Qu'est-ce que vous et Giroflex voulez accomplir ?*

Giroflex a fait l'observation que les concurrents dans le marché se rapprochent de plus en plus. La couleur peut être un moyen de mettre l'accent sur le caractère unique d'une entreprise et de communiquer les valeurs auxquelles une entreprise est attachée. En outre, de nouveaux seg-

ments de clientèle peuvent être visés et conquis par le coloris. Il faut toujours garder à l'esprit que la couleur ne doit pas être considérée de manière isolée.

—  
*C'est à dire ?*

Le coloris est inextricablement lié à la matérialisation. Le même rouge aura un effet différent sur une surface lisse et brillante que sur une surface mate rugueuse. La structure, l'incidence de la

suite à la page 074 →

## Un monde en couleurs

→ suite de la page 073

lumière et le matériau de support influencent l'effet. Changer le coloris, sans penser à la matérialisation, est par conséquent peu judicieux.

—  
*Où avez-vous trouver en premier lieu une influence chez Giroflex ?*

Nous avons commencé avec le cuir. Nous avons réfléchi au coloris et ainsi au message que le cuir renvoie et à son traitement. Le cuir est une matière noble, très sensuel et intemporel. Étant donné que les clients de Giroflex demandent avant tout du cuir noir, nous avons complété la collection par d'autres couleurs sombres. Nous avons ainsi créé dans le groupe un segment plus lourd et mystérieux. Il est flanqué d'une unité de terre noble dans des couleurs neutres. Nous avons opté ici pour des tons chauds, comme on en trouve dans la nature, par exemple gris pierre ou brun terre. Nous rendons ainsi justice au naturel et à la dignité de la matière.

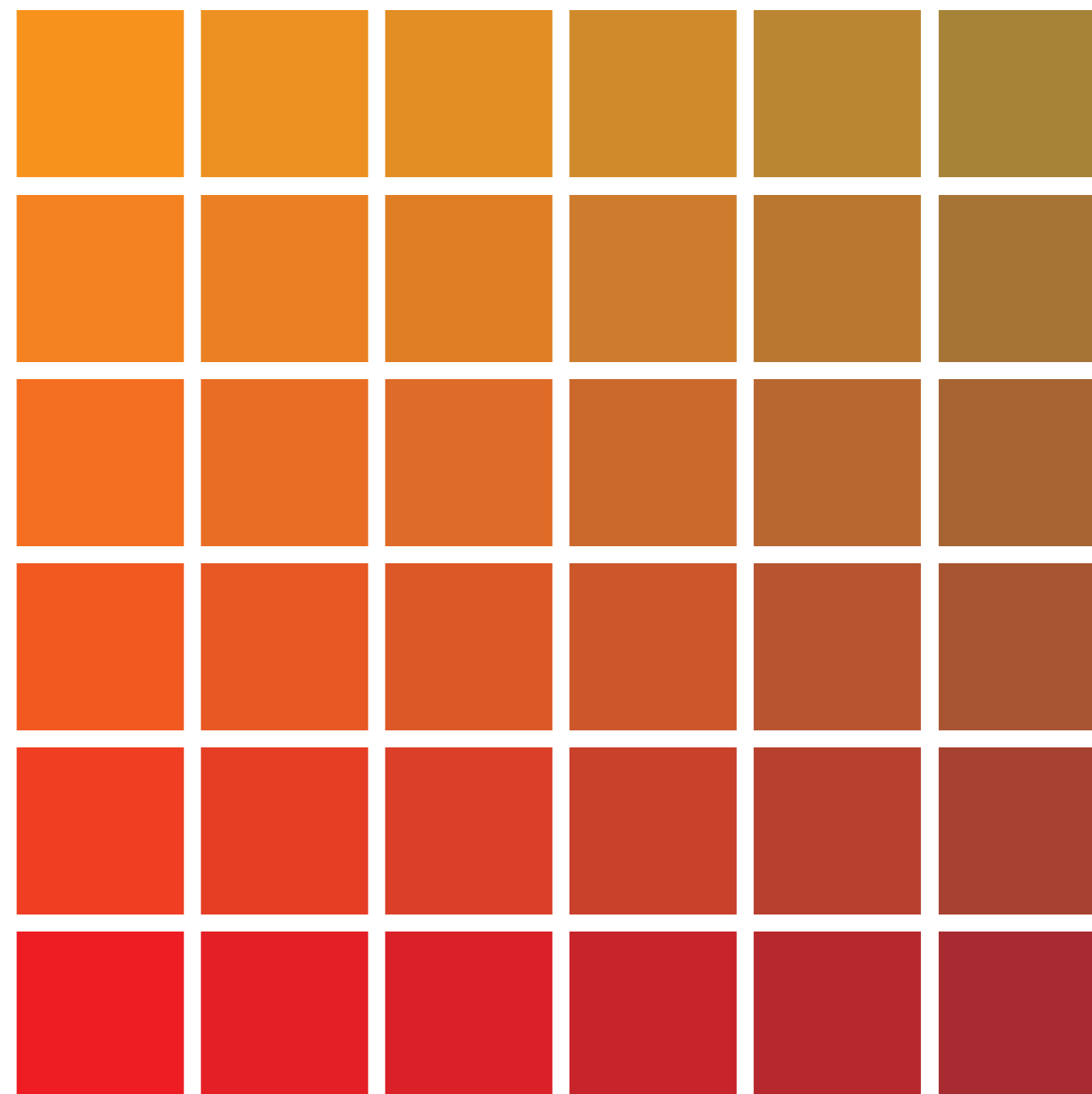
—  
*Les sièges Giroflex ont une durée d'utilisation de plus de dix ans. Est-il judicieux en cette période de miser sur les tendances ?*

Cela dépend quelle tendance nous

regardons. Avec les développements dans les mondes du travail, je suppose comme Giroflex, que la vie privée et le monde de travail ne vont cesser d'interagir. Les postes de travail mobiles gagneront en importance et l'usage multiple des postes s'établira encore plus. En conséquence, l'atmosphère sur le lieu de travail changera. Tout cela se déroule dans le contexte de la présence de la communication numérique. Ces tendances influencent l'utilisation de la couleur, de la matérialisation et l'environnement de manière durable.

—  
*Pouvez-vous donner un exemple ?*

Nous constatons le besoin accru de sensualité haptique. Cela a un impact sur la matérialisation et apporte un nouvel élan aux surfaces structurées. Il y a une nette tendance vers le tactile. Pourquoi ? D'une part, nous étions dans les dernières années fortement entourés de surfaces de couleur monochrome. D'autre part, nous sommes constamment en contact avec des écrans tactiles vitrés comme les Smartphones ou tablettes. Le désir d'avoir plus de structure est en même temps une contre-tendance. Ou le caractère immédiat de la communication numérique. Grâce à elle, le désir



suite à la page 076 →

## Un monde en couleurs

→ suite de la page 074

de la localisation dans le temps grandit et par conséquent également des histoires qui nous entourent. Le mot-clé ici est l'authenticité.

—  
*Et qu'en est-il des couleurs ?*

Concernant le coloris, nous devons faire la distinction entre les tendances et les modes. Les modes sont des phénomènes à court terme. Avec la mode vestimentaire, nous sont abreuvés au moins deux fois par an de nouvelles couleurs à la mode. Elles ne durent alors qu'une seule saison. Pour une entreprise comme Giroflex, qui met l'accent sur la qualité et l'utilisation à long terme de ses produits, il serait erroné, à mon avis, de se concentrer sur la mode. Les exceptions sont bien sûr toujours possibles, par exemple avec un modèle comme le giroflex 434, qui permet au propriétaire une adaptation facile de la couleur, dans l'air du temps, tout au long de la vie du produit.

—  
*Et quoi d'autre ?*

La nouvelle palette de couleurs doit continuer à couvrir un large segment. Des tons classiques, donc toutes ces couleurs qui

impliquent un environnement et ne se mettent pas en évidence, constituent la base. Ils sont complétés par des couleurs tendances. Ils présentent des points de forts au-delà des habitudes. Il est important que le coloris corresponde également bien à la conception d'un modèle.

—  
*Pourquoi un fabricant mise-t-il sur la couleur alors qu'à la fin tout le monde achète un siège de bureau noir ?*

Sur ce point, je dois préciser que : tous les noirs ne sont pas identiques. Si l'on prend en compte et célèbre la matérialité et les nuances de noir, on peut créer un monde entier seulement avec cette couleur. Il y réside une qualité particulière. En outre, le noir a besoin d'une palette de couleurs sur laquelle il peut exceller. Celle-ci doit être de haute qualité, afin qu'on puisse aussi faire confiance au noir. La décision d'une couleur n'est d'ailleurs pas facile. La couleur interagit avec son environnement et change en fonction de la zone qu'elle occupe. Par conséquent, la composition du nuancier dit très peu de choses sur l'effet d'une couleur sur le siège et la manière dont elle met en valeur son em-

placement. Cela rend le choix très compliqué. Néanmoins, j'aimerais que Giroflex soit également connu pour ses coloris. Cela doit être une raison pour laquelle on veut un siège giroflex, bien qu'on choisisse à la fin la version noire.

—  
*Quelle est l'importance du goût personnel dans l'élaboration des palettes de couleurs ?*

Je pense qu'il a un impact. L'expérience est bien plus importante, en particulier en ce qui concerne l'effet d'une couleur. Mon travail consiste à observer de près et avec précision. Une signature peut seulement être développée si l'on a une vision globale de toutes les collections. L'ensemble du processus est un équilibre constant entre les chiffres de vente, les tendances et les goûts.

—  
*Une dernière question : si vous deviez créer un bureau en open space, que feriez-vous ?*

Les couleurs sont des images atmosphériques. Je préfère donc privilégier l'harmonie des couleurs plutôt qu'un coloris d'identité d'entreprise strict. Les collaborateurs doivent se déplacer au sein d'un spectre et peut-être même avoir le choix. L'ambiance de la pièce est modulée de cette manière.

—  
*Doris Kurzmeyer, merci beaucoup pour l'interview.*

Doris Kurzmeyer, [www.doriskurzmeyer.ch](http://www.doriskurzmeyer.ch), développe ses projets textiles selon le matériau et l'artisanat. Elle a étudié le design textile et a acquis une grande expérience de toutes les techniques de fabrication de pointe et les met au service de la fonction et de la forme. Depuis 2001, elle transmet ses connaissances à la Haute école de Lucerne – art et design et dirige également la spécialité « conception de matériau ».