

office **ET** culture

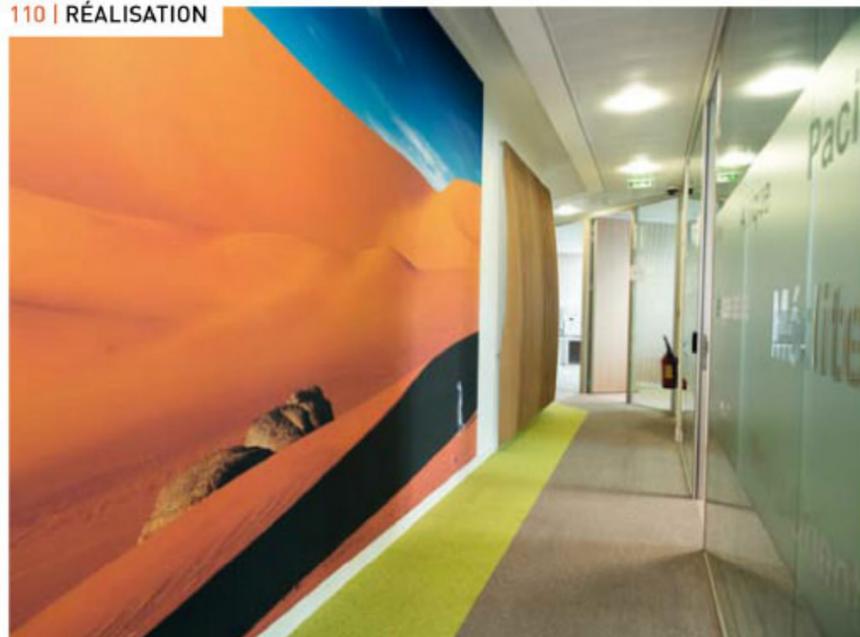
stratégies et environnements tertiaires

THEMA | l'innovation

HISTOIRE | la couleur au bureau

SALONS | stockholm 2014





AFD
(OnWall
walltex noise
control)

L'importance de la décoration dans les projets d'aménagement de bureaux va grandissante. Cette demande de décor traduit non seulement le besoin d'affirmer l'identité de l'entreprise, mais aussi la nécessité de faciliter l'appropriation des nouveaux lieux par les utilisateurs. Un objectif bien compris par ONSIT, la division décoration intérieure de Decapub, créateur de solutions graphiques, qui soutient avoir un autre rôle à jouer dans les projets tertiaires que celui de simple producteur d'images et de poseur de décor. Pour que le nouvel environnement soit une réussite, sa prestation devra, non seulement, être esthétique et cohérente avec l'image

de l'entreprise, mais aussi contribuer au bien-être des utilisateurs. Credo marketing ou bien réalité ? Pour en savoir plus, nous avons rencontré, Thomas Viriot, président de Decapub, qui vient de terminer deux opérations importantes, l'une pour le groupe Egis et l'autre pour le groupe Lafarge.

ONSIT interior Design by Decapub

ESTHÉTIQUE, IDENTITÉ ET



Pernod (Onglass clear)

« **Tout déménagement ou modification des habitudes de travail induit des inquiétudes pour le personnel** et, si notre intervention décorative crée un effet, *ouah, c'est beau, c'est génial*, on sait qu'on a gagné et qu'on a contribué, au moins en partie, à rassurer », explique Thomas Viriot. Mais ONSIT veut aller « au-delà du beau et du design » et ne pas se limiter à apporter une solution décorative techniquement conforme au cahier des charges. D'ailleurs, Decapub préfère ne pas parler technique mais « résultats

et bénéfiques pour l'entreprise ». Pour atteindre cet objectif ONSIT accompagne au plus près l'équipe projet, pour ressentir au mieux la demande du client et la culture de l'entreprise. Une démarche rare, du moins dans ce secteur, qui permet d'appréhender les craintes, les freins, les attentes de l'utilisateur et ainsi d'élaborer une solution pertinente. Un des moments délicats est toujours la validation du projet, car, en matière de décoration intérieure, tout le monde a son opinion, et la construction du consensus est parfois délicate. C'est au professionnel de proposer une méthodologie pour y parvenir. « Tous les jours, on met au point, on fait une maquette et un prototype et, par effet d'entonnoir, on arrive progressivement à fédérer les parties », explique Thomas Viriot. Accompagner le client, c'est aussi, prendre le risque de lui démontrer qu'il se trompe dans ses choix, comme ce fut le cas

FONCTION

Une histoire de famille

Depuis 1959, trois générations de Viriot se sont succédé à la tête de l'entreprise. Jack d'abord, ayant pris la succession de son beau père, peintre en lettres, développe l'activité sous l'enseigne d'une Sarl, *Décalcomanie publicitaire*. Puis Hugues, son fils, prend la suite et par contraction l'entreprise devient Decapub. Il s'intéresse à la sérigraphie et part en Angleterre, puis aux États-Unis apprendre ce métier. À la fin des années 1980, en partenariat avec 3M, il accède aux toutes premières machines d'impression numériques. Thomas, quant à lui, fait ses premières armes professionnelles, comme commercial dans des entreprises de PLV et de signalétique, en France, puis à Chicago. À son retour, en 2003, il découvre une entreprise au savoir-faire technique élevé, mais au marketing et à l'action commerciale défaillants. Il se lance dans la promotion de ce savoir-faire auprès de la clientèle la plus difficile : celle du luxe. Louis Vuitton, Laliq, Christian Dior, et les grands noms des cosmétiques ou de la maroquinerie lui font confiance. En 2008, Thomas Viriot, avec ses deux frères rachètent, prennent la tête de l'entreprise et poursuivent l'aventure.

avec le groupe Lafarge. Le cimentier français qui craignait les réactions négatives de ses collaborateurs qui passaient de bureaux cloisonnés classiques à des espaces de travail délimités par des cloisons vitrées, souhaitait assurer un niveau de confidentialité très élevé avec un projet non décoratif qui obérait la luminosité et la transparence des cloisons. Par une démarche itérative de prototypage, l'équipe de Décapub, a transformé le besoin de confidentialité en élément déclencheur de la décoration et mis au point une vitrophanie sur le thème de « l'homme dans la ville ». Grâce à la technique des dégradés progressifs (Onglass Evolution) un « parfait équilibre entre le besoin d'intimité et la diffusion de la lumière a été atteint », souligne Thomas Viriot, qui conclut : « Cette expérience démontre l'importance de ne pas penser qu'en solutions standard. Nous devons aussi garder à l'esprit qu'une entreprise qui déménage, ou rénove ses bureaux, cherche, en général, à gagner en efficacité et en performance et que, nous aussi, pouvons aider à l'atteinte de cet objectif ».

Mais dans ce métier de *spécialiste de solutions graphiques*, la créativité et la capacité à innover doivent aller de pair avec une organisation de production et un savoir-faire technique sans faille. La maîtrise des technologies d'impression numérique, de découpe et de transformation des films adhésifs, est indispensable à la mise au point et à la fabrication de décors souvent complexes et parfois en très grands formats (notamment pour les décors muraux acoustiques, les claustras, les nappes suspendues, les baffles, les tableaux acoustiques).



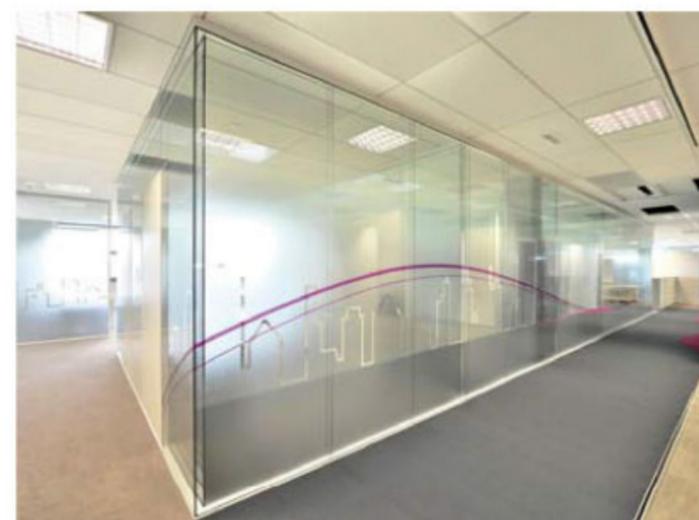
Lafarge
(OnWall walltex
noise control)



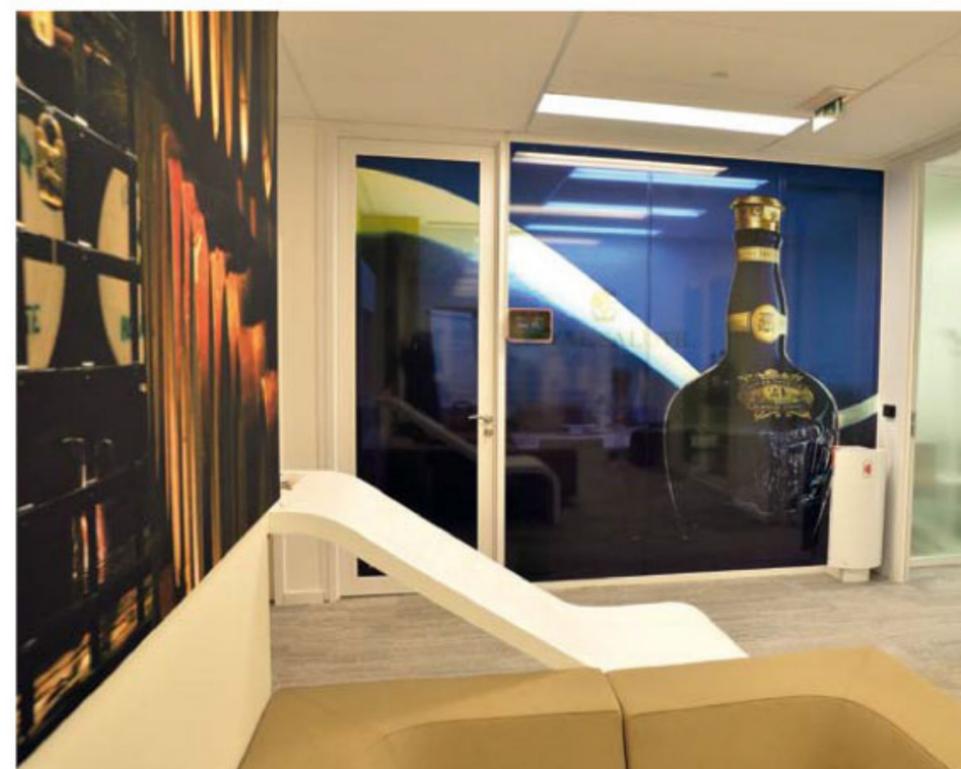
Deloitte
(Onglass frost)

Pour les clients qui souhaitent une solution personnalisée, mais disposent d'un délai insuffisant pour permettre une création ex nihilo, ONSIT a développé une collection de décors originaux et personnalisables par retouche de format, design et/ou de couleur. Enfin, pour assurer des livraisons de chantier en temps et en heure, la société a formalisé une méthodologie rigoureuse, notamment pour éviter les blocages consécutifs aux retards de validation. L'équipe de huit personnes informe régulièrement le client de l'état d'avancement du projet, et lui communique, à chaque étape, un planning actualisé en fonction des validations acquises ou à venir. « Ainsi nos clients contrôlent et maîtrisent leurs projets », ajoute Thomas Viriot.

Agnès Melon ■



Lafarge (Dégradé
progressif sable
- Evolution)



Pernod
(Onglass clear)



Lafarge
(Floor frame noise
control)

Egis

Pour le nouveau siège social du groupe de conseil et d'ingénierie EGIS à Saint Quentin en Yvelines, Décapub a réalisé toute la signalétique, la mise au point décorative des cloisons vitrées de soixante salles de réunions et la décoration de l'ensemble des espaces de restauration et de cafétéria. Entré sur l'opération avec le cabinet d'architecture Imhotep, Décapub découvre un projet piloté par une équipe client (qui comprend, entre autres, la direction du projet, la direction de la communication et les architectes) dont l'ambition est de créer une identité décorative, sobre mais efficace, pour une population d'ingénieurs, a priori, peu concernés par le sujet. Progressivement la collaboration s'instaure. L'architecte écrit les principes décoratifs, le client s'exprime sur les prototypes et Décapub assure la mise au point et le développement. Ainsi, pour les bureaux, la vitrophanie imaginée par l'architecte ne filtrant pas suffisamment la vue pour assurer la confidentialité, Décapub développe un décor de vitrophanie, ultra lumineux, avec un procédé invisible qui, à hauteur de vue, floute les zones qui doivent être privées. Au final, un décor en jeu de mots représentant les implantations du groupe Egis à travers le monde, une excellente luminosité et le respect de la confidentialité. Stéphane Bernaux, directeur du développement d'Egis souligne : « j'ai apprécié la réactivité de ONSIT-Décapub, le design graphique et le rendu des solutions mises au point. »

En matière de signalétique, les clients ont souvent du mal à exprimer leurs besoins. C'est, finalement, ONSIT-Décapub qui a élaboré la charte de la signalétique qui, de surcroît, devait être réalisée sur des supports permettant une lecture par les voyants et par les malvoyants. Le programme portait sur environ 3 000 mètres linéaires de décor, répartis dans les 26 000 m² du bâtiment (parking, zones de circulation, espaces collectifs, bureaux, salles de réunion, etc.). Enfin, les espaces de restauration et cafés ont été décorés avec un système inédit de toiles tendues acoustiques avec performances anti taches. L'intervention a duré trois mois, avec une longue phase de prototypage et une cadence de validation soutenue pour respecter les délais. (Photo page 49)



ONSIT
interior design

