

Déco

La décoration, c'est d'abord de la communication



Jannick Schallenger

Architecte d'intérieur

Futile, mercantile, inutile, la déco? C'est à voir. Contrairement aux besoins vitaux que sont manger, boire, dormir, avoir un toit et être en sécurité, la décoration n'est d'aucune utilité pour survivre. Mais elle a globalement trois objectifs principaux: la communication, la célébration et l'accueil.

La décoration n'est pas un concept moderne. De nombreuses cultures ont de tout temps utilisé l'art, les objets décoratifs, les couleurs, les matériaux, les formes, les volumes, la lumière pour créer une atmosphère intérieure spécifique.

Souvent réservés aux lieux sacrés et de représentation du pouvoir, les styles décoratifs se sont succédé. Ces démonstrations de richesse, de savoir-faire et l'utilisation des symboles forts ont eu pour but d'impressionner, de montrer un statut social, d'afficher une appartenance, de revendiquer une position ou encore d'asseoir une autorité. La décoration est alors l'expression d'un message.

Tout est communication

Beaucoup d'entreprises utilisent cet outil de manière très consciente en créant une atmosphère qui correspond à leur image institutionnelle. La décoration est la matérialisation d'une réflexion sur leurs valeurs, leur positionnement et bien sûr leur stratégie de communication: une start-up voudra peut-être se montrer décontractée et posera une table de ping-pong et un hamac dans son espace de travail partagé.

À l'inverse, un notaire voudra probablement rassurer ses visiteurs sur son sérieux; il pourrait alors choisir du mobilier intemporel parmi les classiques du design pour sa salle d'attente. Ces exemples sont volontairement stéréotypés afin d'illustrer le propos. La décoration va puiser ses inspirations dans les symboles, les références connues et les perceptions des cinq sens qui vont (idéalement) s'harmoniser.



Que souhaitez-vous communiquer avec la décoration? ZOÉ JOBIN

«Générer un sentiment de bien-être et d'harmonie n'est pas forcément une question d'argent mais plutôt d'intention.»

En pratique

Conseils:

- Ranger, nettoyer et réparer avant de décorer.
- La déco peut cacher un défaut, mais pas un manque d'entretien.
- Chercher la cohérence entre la décoration et ce qu'elle raconte du lieu.
- Prendre soin de son intérieur, c'est respecter ceux qui y vivent, vous compris.

JS

Si vous ouvrez votre affaire (étude, bureau, cabinet, bar, commerce, etc.), prenez le temps de réfléchir à ce que vous avez envie de transmettre. Cherchez une cohérence entre les services que vous proposez, la manière dont vos clients vont utiliser les lieux et votre décoration. Pensez-y car tout est communication, même le vide et le dépouillement. Volontairement ou pas, nos intérieurs génèrent une communication non verbale.

Si la décoration est un outil de communication, elle est aussi un moyen de célébrer une occasion particulière. On le marque par un changement, un embellissement qui signifie que ce moment est particulier. Cela s'apparente en partie à la notion d'accueil qui, lui, pose des actes sans autre raison que celui de prendre soin de soi et des autres. Par exemple, un simple bouquet de fleurs sur une table change tout. Même si votre vase est un vieux bocal à cornichons recyclé et que vos fleurs sont cueillies dans les prés. Générer un sentiment de bien-être et d'harmonie n'est pas forcément une question d'argent mais plutôt d'intention.

Ranger, nettoyer et réparer

Je vais peut-être enfoncer des portes ouvertes, mais quand on souhaite harmoniser un intérieur, la première chose à faire est: ranger, nettoyer et réparer. Utiliser la décoration pour cacher un manque de soin n'est pas une bonne idée. Cela revient à se parfumer pour dissimuler un manque d'hygiène corporelle.

Sans aller dans des extrêmes et même si ça n'est pas parfait, prenez soin de votre lieu pour qu'il soit sain. C'est là que vous vivez! Maintenir un intérieur soigné équivaut à s'accueillir, célébrer l'instant présent et communiquer le respect et l'estime que l'on a pour soi et les autres.

On le comprend mieux désormais, la décoration n'est pas inutile ni forcément futile. Son côté mercantile relève plutôt d'un curseur que chacun a la responsabilité de positionner en fonction de ses propres valeurs.