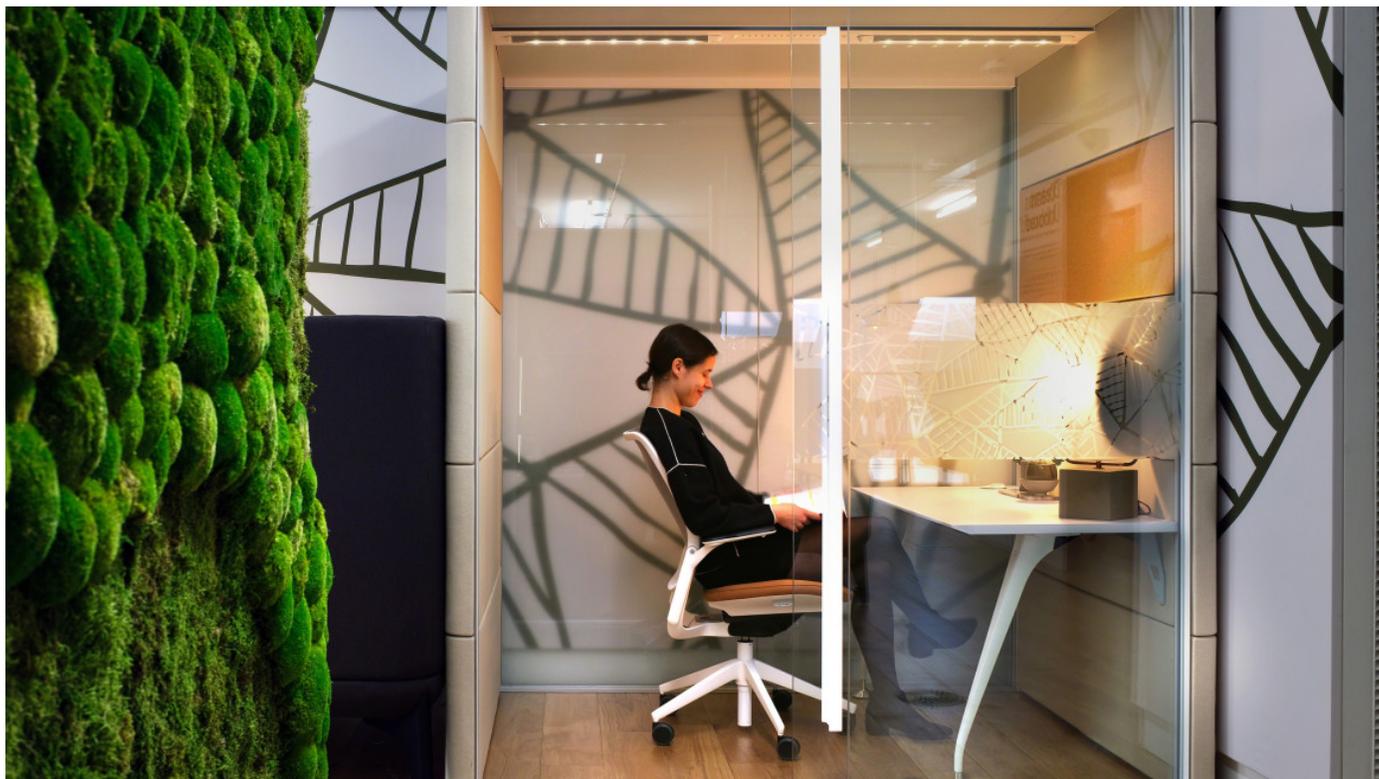


Orangebox, à l'écoute des tendances

Comment Orangebox, un fabricant de mobilier pas comme les autres, a révolutionné le travail de bureau

🕒 Lire 7 minutes



Orangebox a été créé à l'été 2002 – six ans après le lancement de l'IBM Simon, premier smartphone de l'histoire – dans le village d'Hengoed, en Galles du Sud, bien loin de l'effervescence de la Silicon Valley, qui voyait émerger à l'époque des modes de travail innovants. La même année, le BlackBerry faisait son entrée sur le marché, mais il faudrait attendre encore cinq ans pour que l'iPhone d'Apple donne tout son sens au concept de mobilité au travail. Pourtant, Orangebox, nouvel arrivant dans le secteur du mobilier de bureau, a rapidement pressenti l'évolution des espaces de travail : à l'heure où les nouvelles technologies apportaient la promesse d'une plus grande liberté, la demande de solutions alternatives au poste fixe se faisait de plus en plus pressante.

Ainsi, l'équipe d'Orangebox a su anticiper la disruption bien avant que les portables ne supplantent les ordinateurs de bureau. « La technologie commençait à avoir un impact considérable sur les modes de travail, se souvient Mino Vernaschi, cofondateur et directeur général de l'entreprise britannique, qui est récemment devenue une filiale de Steelcase. Les employés, qui souhaitaient pouvoir travailler où bon leur semblait, passaient de moins en moins de temps à leur poste. Il était donc indispensable que les espaces s'adaptent à cette transformation. »



Orangebox a fait partie des premières entreprises à reconnaître ce phénomène et à proposer des solutions innovantes. Alors que la plupart des organisations se focalisaient encore sur le poste traditionnel, l'équipe de Mino Vernaschi a su voir l'espace de travail sous un jour nouveau. Grâce à ses propres recherches et aux retours des utilisateurs, Orangebox a reconnu très tôt l'importance des espaces alternatifs permettant de travailler efficacement dans une atmosphère plus informelle.

« Nos deux organisations parlent le même langage, souligne Allan Smith, vice-président Global Marketing de Steelcase. Dans la mesure où nous tirions les mêmes conclusions des changements à l'œuvre au sein des espaces tertiaires, notre rapprochement était une évidence. Orangebox a parfaitement compris la nécessité de trouver le juste équilibre entre intimité et collaboration. Nous sommes ravis de réunir nos deux portefeuilles. »

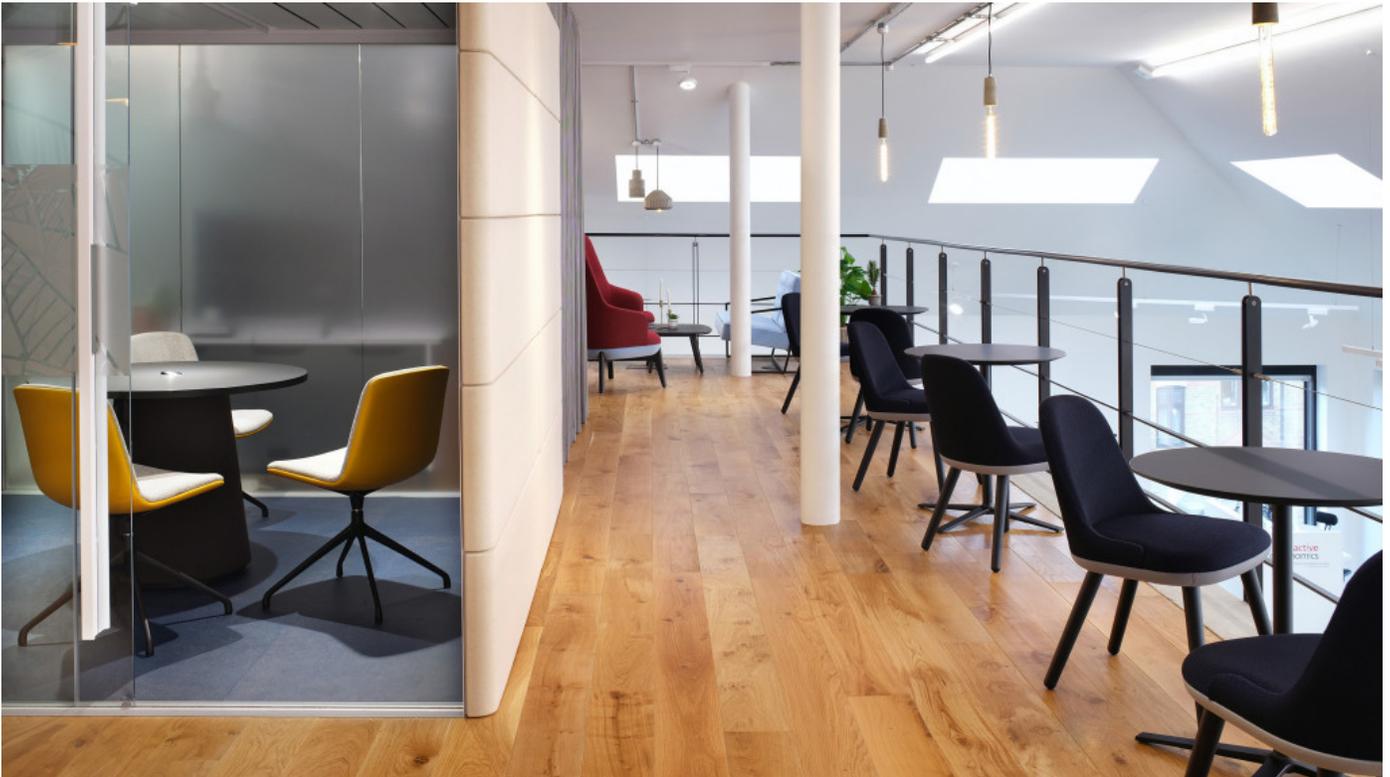


EMPLOYÉS MOBILES, ESPACES ÉMERGENTS

Les employés d'aujourd'hui passant de plus en plus souvent du travail d'équipe au travail individuel au cours de la journée, les solutions d'Orangebox ont toujours une longueur d'avance sur celles de ses concurrents.

« Notre véritable objectif n'est pas de meubler les espaces, mais de rapprocher les individus. »

MINO VERNASCHI | Cofondateur et directeur général d'Orangebox



Lors de son premier projet de recherche, l'équipe d'Orangebox a tâché de comprendre pourquoi les employés avaient tendance à délaisser leur poste principal. Dans le cadre d'un rapport détaillé, elle a démontré qu'un environnement de travail composé uniquement de postes attribués ne pouvait satisfaire les besoins de collaboration et de concentration.

« Les individus étaient contraints de passer des appels dans les couloirs, et l'intensification de la collaboration les amenait à utiliser leurs bureaux de manière informelle pour tenir des réunions improvisées. Enfin, il a fallu tenir compte de l'arrivée sur le marché du travail des nouvelles générations, dont les comportements et les attentes différaient de ceux de leurs aînés, explique Mino Vernaschi. Tous ces éléments imposaient de repenser la conception des espaces tertiaires. »



Consciente de l'importance des « tiers-lieux », une notion développée par le professeur de sociologie urbaine Ray Oldenburg pour désigner les espaces informels de type café, où les individus peuvent échanger dans une ambiance décontractée, l'équipe d'Orangebox a commencé à réfléchir à la manière de créer des environnements favorisant à la fois le bien-être et la performance.

« Nous voulions aider les employés à travailler efficacement ailleurs que devant leur poste habituel, résume Mino Vernaschi. Nous avons donc réfléchi à des solutions leur offrant un large éventail de choix. » Résultat : Orangebox a entrepris de créer une gamme de mobilier adaptable, mobile et évolutive, capable de répondre aux besoins des utilisateurs de ces tiers-lieux.

Le rapport initial et les nombreuses études conduites ultérieurement ont servi de point de départ au développement du portefeuille de produits de l'entreprise, qui se compose de solutions flexibles et modulables pour les zones de repos, les salles de réunion, les cafés, les espaces lounge et les halls d'accueil. Conçus pour créer des environnements à la fois esthétiques et performants, ces produits permettent d'être productif dans des configurations non traditionnelles – c'est le concept du « Smartworking™ », un terme qui résume la philosophie d'Orangebox sur le travail et les espaces tertiaires.

« Ces 15 dernières années, nous avons orienté notre recherche et développement vers le Smartworking, qui marque une évolution culturelle et représente une vision novatrice du mobilier de bureau, indique Gerry Taylor, directeur de la création. Ce concept est axé sur les besoins des équipes et sur le développement de nouveaux produits capables de flexibiliser les espaces de travail contemporains. Nos solutions facilitent non seulement toutes les formes de collaboration, mais aussi la réalisation de tâches individuelles nécessitant du calme et de la concentration. Ainsi, les espaces ouverts sont à la fois plus agréables et plus performants. »

Afin de répondre à ces nouveaux besoins, Orangebox a développé la collection « Away from the Desk », une gamme de solutions lounge dotées d'une assise ferme favorisant les postures droites, qui représente une alternative viable au poste de travail classique. La collection « Active Working », quant à elle, se compose de cabines individuelles, de sièges et de tables connectées permettant aux individus de passer rapidement d'une activité à l'autre.



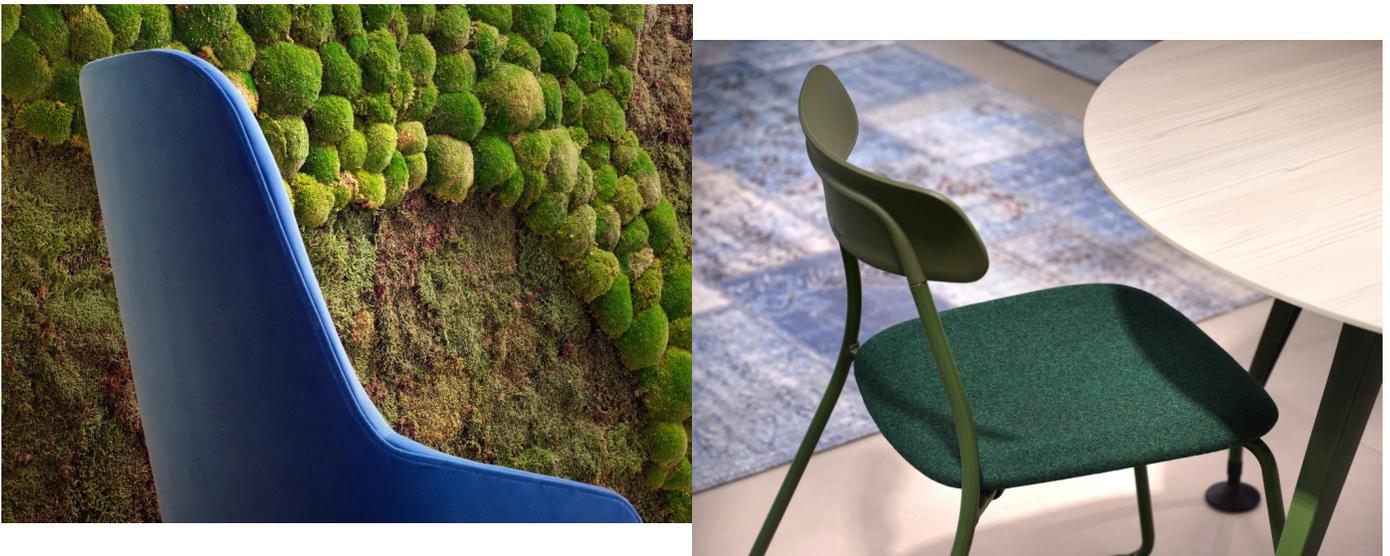
« Nous voulions aider les employés à travailler efficacement ailleurs que devant leur poste habituel grâce à des solutions leur offrant un large éventail de choix. »

MINO VERNASCHI | Cofondateur et directeur général d'Orangebox

LES CABINES ACOUSTIQUES, UNE PETITE RÉVOLUTION

Orangebox a également été l'une des premières entreprises à proposer des solutions innovantes pour répondre au besoin d'intimité au sein des espaces ouverts. Ces derniers permettent de rapprocher les individus, de renforcer la collaboration et de favoriser le partage d'idées, mais ils ont également un impact négatif sur la capacité de concentration. Face au mécontentement des employés, qui se plaignaient d'être dérangés par le bruit et les distractions diverses, Orangebox a lancé une solution révolutionnaire : les cabines acoustiques.

Ainsi, la cabine Air offre aux équipes l'intimité dont elles ont besoin pour collaborer, et représente un havre de tranquillité pour les individus. Cet outil flexible, évolutif et adaptable est une solution simple et économique permettant de diversifier les types d'espaces proposés au sein de l'environnement de travail.



UNE CULTURE DE L'INNOVATION

« L'innovation est inscrite dans l'ADN d'Orangebox, souligne Gerry Taylor. Nous continuons d'observer les individus au travail afin d'anticiper les tendances futures et de développer des solutions favorisant l'excellence. Notre succès dépend de notre capacité à suivre les évolutions à l'œuvre dans les entreprises et à mesurer leur impact. C'est ce qui alimente notre cycle continu d'innovation produit et définit nos valeurs et notre identité. »

Des débuts modestes

Pete Hurley, Mino Vernaschi et Remo Vernaschi, les cofondateurs d'Orangebox, ont eu du flair. En 2002, ils ont décidé de racheter un modeste fabricant de chaises opérant dans le village d'Hengoed, en Galles du Sud. Ils étaient convaincus que cette petite société était capable de tirer son épingle du jeu sur un marché dominé par de grandes entreprises locales et internationales. Comment ? En abordant le travail sous un angle nouveau et en misant sur l'innovation.



Ils ont ainsi fait le pari qu'une petite communauté dynamique et hautement qualifiée pouvait donner naissance à un fabricant de mobilier d'envergure mondiale – et l'histoire leur a donné raison.

L'une des plus grandes réussites d'Orangebox, qui emploie aujourd'hui plus de 450 personnes, est d'avoir su attirer et fidéliser des collaborateurs motivés. D'ailleurs, il est désormais fréquent de croiser, au sein de l'entreprise, plusieurs membres d'une même famille issus de générations différentes, ce qui témoigne de l'engagement et de la loyauté des employés.

