

AERA CONCEPT



Mathieu Lehanneur chez JWT Paris

La partition nature



© FABEN THOUVENIN

L'agence de communication J Walter Thomson Paris s'est offert, pour son nouveau QG de Neuilly-sur-Seine, les services de Mathieu Lehanneur jusqu'à là plus connu pour son purificateur d'air Andrea. Chez JWT Paris, c'est l'espace que le designer décrasse, recyclant le papier des poubelles pour construire une grotte de réunion. Du bar météo-rite au coin des oies (!), visite guidée d'un lieu idéal pour phosphorer.

PAR GUY-CLAUDE AGBOTON / PHOTOS VÉRONIQUE HUYGUES

« J'ai horreur d'utiliser la nature pour faire joli. Si nous sommes partis sur une idée de nature immiscée dans le bâtiment, c'est pour des fonctions précises », nous avertit d'em-

blée Mathieu Lehanneur. Côté client, les deux coprésidents de JWT Paris, Claude Chaffiotte et Frédéric Winckler, sont des quadras qui twittent et bloguent dès potron-minet. Loin du cliché des geeks à capuche, ils détestent pourtant les usages trop corporate. « Sur le chantier, tout le monde s'attendait à ce que la direction pique les bureaux du dernier étage. Nous, on s'est installés au rez-de-chaussée », raconte Claude Chaffiotte. Dans cette pyramide inversée des hiérarchies, ce dernier confesse un vrai contact sensoriel avec son bureau

lumineux dont il baisse rarement les stores. Le plaisir de faire coulisser sa grande porte blanche capitonnée est intact. Elle est souvent ouverte car il veut voir les têtes. Lui et son coéquipier Frédéric Winckler ne voulaient pas « de bureaux et de collaborateurs lambda ». L'en- vie était de faire se rencontrer les gens dans un endroit inspirant et raccord aux pubs anti-conformistes de JWT Paris.

Mathieu Lehanneur et l'architecte Ana Moussinet ont ourdi un es- pace blanc dont le hall d'entrée est un bain de lumière qui vous lave la tête. Le visiteur est assis sur un horizon de volumes cubiques en mousse. Sur la banque d'accueil, trône Andrea, le purificateur d'air conçu par Mathieu Lehanneur. Au sol, un réseau de bandes vertes délimite l'espace. Alors qu'on l'écoute, Lehanneur s'approche



A gauche : La « grotte de réunion » a été recouverte d'un crépi fait de particules de papier recyclé à l'agence, un procédé original et économique. **A droite :** A l'intérieur de cette grotte, tout a été pensé pour stimuler la créativité des salariés de l'agence. Les murs ont été recouverts de peinture magnétique pour faciliter l'affichage des projets.

d'une grande plante verte et souffle sur l'une de ses feuilles. La playlist des créateurs de l'agence résonne illico dans l'air. « *C'est un juke box végétal* », explique-t-il. Une sonde enterrée réagit à l'impulsion, une idée des artistes de Scenocosme. On pense au piano à cocktails dans *l'Ecume des jours* de Boris Vian... Venu de la petite cour intérieure, un cri retentit façon jingle. Derrière la vitre, trois (vraies) oies placides se tiennent de profil. Mathieu voulait les laisser libres d'aller et venir avant de se raviser à cause de leur côté vachard.

Une simplicité d'usage dans un cadre anti-conformiste

Tout près, sans murs ni cloisons, le bureau d'Anne Doizy, directrice de l'agence. C'est voulu, pour qu'elle aussi voit du monde : les 130 personnes de la maison sans compter les visiteurs. « *Ce lieu a débloqué beaucoup de choses* », dit-elle. « *De la psychanalyse créative* », surenchérit Mathieu, amusé. A quelques pas du bureau de la jeune femme, une météorite noire en fibre de verre luit dans la clarté du jour. On peut s'y asseoir ou poser son café car c'est un bar. « *Je voulais qu'on puisse y être seul sans que ce soit sinistre* », plaide le designer. Entre la simplicité d'usage de ce lieu et son cachet anticonformiste, le contraste est saisissant. On rebondit ensuite dans la grotte de réunion, conçue pour la présentation des projets. Les murs sont magnétiques, Lehanneur supprimant ainsi chez JWT Paris la très toxique colle en bombe : une peinture avec des particules de fer a rendu les murs adhésifs ! La grotte affiche une sorte de crépi gris à l'extérieur. Mais ce n'est pas du crépi, c'est de la pure cellulose,

concrétion de papier recyclé projeté au canon selon la technique qui sert à poser de l'isolant. Ce papier, c'est celui des poubelles de l'agence. Du coup, l'opération n'a coûté que 1 500 €...

Chez JWT, pas de regrets pour la forêt de cloisons des anciens bureaux à Levallois-Perret. Claude, Frédéric et Anne ont trouvé en Mathieu le Jiminy Cricket qui a fait de ce déménagement un événement. L'ex-bâtiment de la Sécurité Sociale est devenu un lieu-outil stimulant ; la librairie ressemble à un bar. « *Interdiction de faire des réunions ennuyeuses* », clame Anne Doizy. Le souci constant du designer a été de garder cet esprit en restant dans le budget alloué. Ensemble, designer et client ont zappé les codes en évitant les poses. A l'étage des créatifs, on croise Ghislain de Villoutreys, executive creative director, qui téléphone, très décontracté, lové dans une alcôve isoloir. Quand Jeremy Prevost, copywriter, passe devant le mur capitonné noir, on pense à Florence Knoll qui, dans les fifties, avait installé des panneaux noirs dans le bureau de son mari Hans pour flatter sa carnation de blond. Sauf qu'ici, tout est calculé au plus cool. Claude Chaffiotte conclut comme soulagé : « *On a vraiment plus besoin de préciser qu'on est très créatifs.* »

