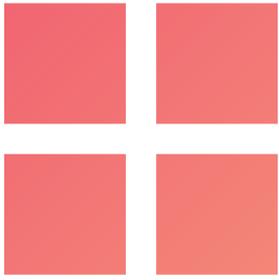


DOSSIER DE PRESSE - AVRIL 2014

# TARKETT,

UN ACTEUR  
HAUT EN COULEUR

\*une expérience unique du revêtement de sol



LA VISION JOUE UN RÔLE PARTICULIER DANS NOTRE SYSTÈME DE PERCEPTION DE L'ENVIRONNEMENT. ELLE A DES RÉPERCUSSIONS SUR LES COMPORTEMENTS HUMAINS ET PEUT INTERVENIR DANS TOUS LES DOMAINES DE LA VIE QUOTIDIENNE, EN INFLUENÇANT LES MANIÈRES D'ÊTRE OU DE RÉAGIR DES INDIVIDUS.

En ce sens, les preuves de l'importance de la couleur sont aujourd'hui irréfutables : elle revêt une dimension psychologique et peut provoquer des réactions d'ordre physiologique ou émotionnel.

Il est de ce fait prouvé que la perception des couleurs dans un certain contexte peut influencer le comportement d'une personne dans une situation donnée. L'association de certaines harmonies permet ainsi de produire des états particuliers, puisque la couleur inspire des émotions échappant à toute rationalité.

Tarkett imagine les gammes de couleurs de ses revêtements de sol en tenant compte de la fonctionnalité des espaces, des lieux de vie et des besoins de ses différents utilisateurs : l'ambiance colorée est ainsi déterminante comme élément d'ambiance, d'orientation, de stimulation, d'accessibilité, de concentration, et de bien-être.

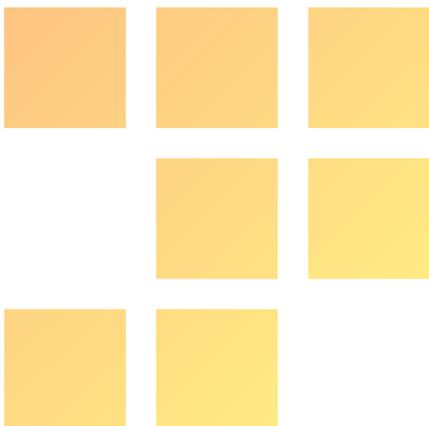
Le rôle des couleurs est aussi primordial dans les processus de différenciation, de personnalisation et d'humanisation des espaces.

La relation entre couleur et réactions engendrées naît d'associations mais est aussi liée aux habitudes culturelles et aux modes.

Ainsi, les pays nordiques privilégient les teintes grises en matière de sol, tandis que les Allemands préfèrent les tons orangés et que le reste de l'Europe utilise toute la palette des couleurs claires.

Nées du suivi des tendances internationales et de rencontres auprès de la maîtrise d'œuvre ou de maîtres d'ouvrage, de visites régulières sur les salons professionnels de la construction, de la santé et de l'enseignement, Tarkett a acquis une expertise couleur qui lui permet de répondre aux exigences d'environnements bien spécifiques.

Attentif aux attentes de ses utilisateurs, Tarkett effectue des recherches sur les effets de certaines couleurs et sur l'importance des stimulus chromatiques, et prend en compte ces données dans l'élaboration de ses produits, le choix des couleurs, motifs et design.





# Tarkett

## et l'intelligence couleur



EXPERT DES SOLUTIONS DE REVÊTEMENTS DE SOL, TARKETT A CHOISI UNE APPROCHE PAR SEGMENT DE MARCHÉ, AFIN DE RÉPONDRE AU MIEUX AUX DIFFÉRENTES ATTENTES DE SES CLIENTS : HABITAT, COMMERCE ET HÔTELLERIE, SANTÉ, ÉDUCATION, BUREAUX, ET SPORTS.

Cette approche design est développée par le biais d'études et résumée dans les «Tarkett Observer», des brochures éditées pour les architectes et maîtres d'ouvrage. Le **Tarkett Observer** présente les quatre grandes orientations majeures en terme d'environnement architectural : Human Inside, Interactive Space, Green Value et Experience.

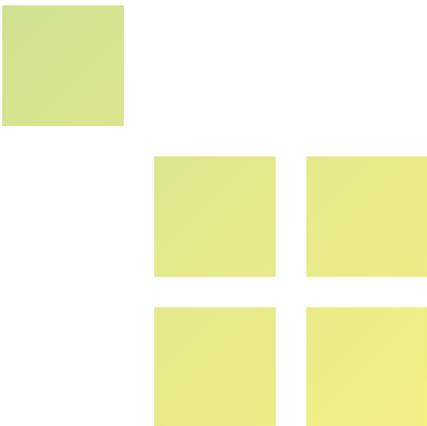
Chaque année, Tarkett enrichit sa gamme de produits avec de nouvelles couleurs en fonction des orientations majeures en design définies dans les Tarkett Observer, et de nouveaux concepts, conçus et imaginés par ses équipes de designers, dans ses trois centres de design mondiaux.

Doté d'un centre d'expertise couleurs, l'équipe Design participe à des séminaires européens pour décider ensemble des couleurs phare des deux années à venir.

Ainsi, Béatrice Mange, vice-présidente design EMEA chez Tarkett, rappelle que l'objectif est de : « (...) bien comprendre les besoins des clients en les plaçant au cœur de nos réflexions. Nous créons alors des solutions innovantes, respectueuses de l'environnement et qui contribuent au bien-être quotidien de nos utilisateurs. Ainsi, pour chaque application et chaque utilisation, nous élaborons des gammes « intelligentes », ciblées selon les besoins, intégrant textures, couleurs et motifs ».

Ce travail s'inscrit dans un objectif précis : conserver l'équilibre entre les exigences pratiques (signalisation, identité visuelle) et l'esthétique (association de couleurs, effets, etc...).

Pour chaque marché, Tarkett propose donc des solutions de couleurs spécifiques.





## LES SOLUTIONS TARKETT POUR LE RÉSIDENTIEL

Tarkett propose pour l'habitat individuel une palette de couleurs basée sur les tendances « derniers cris » en matière de tendances en décoration et ameublement, mais aussi des tons chauds et rassurants, qui reflètent le besoin d'intimité, de chaleur et de respect des valeurs familiales.

Ainsi, la couleur a pour objectif d'individualiser les espaces, selon les besoins de chacun. Elle permet d'apporter créativité et originalité pour habiller toutes les pièces de la maison : salon, chambre, salle de bain, cuisine, ou autres.

La couleur joue également sur les ambiances que l'on souhaite avoir chez soi : ainsi, les couleurs chaudes apportent de l'espace et de la luminosité, tandis que les nuances froides sont rafraîchissantes et relaxantes.

La couleur peut aussi être utilisée pour redimensionner les espaces et modifier les volumes.

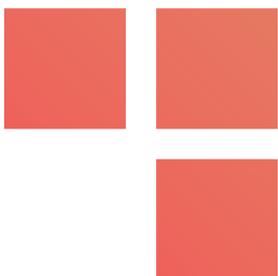


## LES SOLUTIONS TARKETT POUR LES PROFESSIONNELS

Pour les professionnels du bâtiment, les performances des produits sont tout aussi importantes que leur esthétique. Dans les collections Tarkett, les couleurs classiques côtoient ainsi les tons les plus tranchés, renouvelables régulièrement, en fonction des réponses à apporter aux bâtiments (stimuler dans une classe de maternelle, apaiser dans une chambre d'hôpital, créer une expérience client dans une boutique...).

Béatrice Mange affirme : « Nous sommes bien conscients de l'impact de la couleur sur le comportement. Nos études sur l'intelligence chromatique nous permettent de définir un rôle pour chaque teinte, qui va stimuler, favoriser le bien être, encourager la communication, apaiser l'esprit etc... Le choix des tons par segment, dans le domaine professionnel, est donc crucial, indépendant de toute « tendance de mode ».

Il ne s'agit pas de développer une immense palette « esthétique » mais bien de définir les coloris ciblés, qui vont interagir avec le comportement du client suivant le lieu dans lequel il évolue ».





Les enjeux des professionnels sont ainsi multiples : les magasins et hôtels jouent sur l'identification et l'ADN de la marque grâce aux couleurs, tandis que les espaces santé doivent améliorer la fonctionnalité des lieux grâce à l'ambiance chromatique et que les écoles doivent proposer un environnement stimulant et coloré pour leurs élèves.

Focus sur quatre tendances design de demain, illustrées dans le **Tarkett Observer** : « au-delà de l'approche prospective, cette étude est une trame commune pour les développements de toutes les collections Tarkett », explique Mélanie Bernard, experte couleurs et matières chez Tarkett.

## TENDANCE

### « HUMAN INSIDE »

Le but du design « Human Inside » est de créer des espaces humains, tout en renforçant le confort et le bien-être des utilisateurs.

À terme, il s'agit de créer un sentiment convivial au sein de l'espace, « comme à la maison ». Favoriser la relaxation et faciliter le repérage dans les zones de circulation : tels sont par exemple les objectifs du design "Human Inside".

Dans les magasins, les palettes de couleur seront chaudes, inspirées des tendances « déco » de la maison avec des touches de teintes naturelles, mates et douces.

Les hôpitaux vont privilégier les tons pastel et feutrés, avec des harmonies réconfortantes et sensibles qui contribueront à mettre le patient en confiance dans un lieu accueillant et rassurant.

Les écoles, elles, utilisent les harmonies primaires et secondaires qui permettent de dynamiser les espaces et de créer un environnement « anti-morosité ». Une juxtaposition de couleurs Tarkett permettra ainsi de créer des ambiances ludiques.

## TENDANCE

### « INTERACTIVE SPACE »

Le Design « Interactive Espace » est idéal pour les espaces modulables et flexibles, qui s'adaptent aux nouvelles technologies et apportent des réponses ciblées à une grande variété de situations. Son esthétisme se veut rassurant dans un univers technique.

Dans les écoles, la palette « Interactive Space » est composée de tons saturés plutôt sourds avec des ponctuations de couleurs vives. La couleur différencie, oriente et rassure les élèves. Elle est un vecteur pour expérimenter, découvrir et apprendre.

Pour les hôpitaux, les teintes sont vives et graphiques, et permettent à la fois de signaler les différents espaces intérieurs (services, étages, circulations), mais aussi de rendre les lieux plus chaleureux.

La couleur joue un rôle important, en particulier en pédiatrie, où la sensibilité des enfants aux univers colorés est prise en compte. Une gamme de couleurs vives contribue au bien-être et à leur stimulation.





## TENDANCE

### « GREEN VALUE »

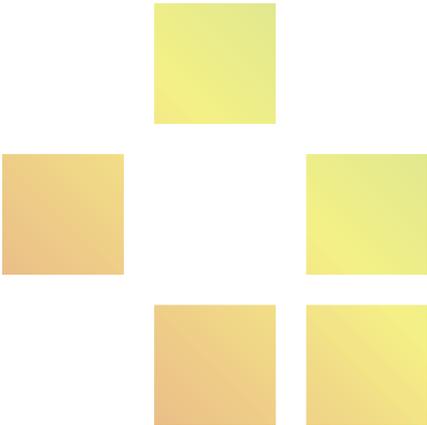
Le design « Green Value » place la nature et l'engagement éco-citoyen au cœur des espaces. Ce concept véhicule l'authenticité, la valorisation des ressources naturelles et le recyclage au travers de teintes naturelles.

Dans les magasins, les palettes de verts et de teintes naturelles inspirées des plantes et des minéraux, sont associées à des matières brutes naturelles comme le bois ou à des matériaux recyclés. Ce choix de couleur délivre un discours écologique et un message militant au cœur de la boutique.

Les hôpitaux mettent en valeur les teintes aux vertus apaisantes, qu'il s'agisse de nuances de verts, de beiges et d'ocres.

## TENDANCE

### « EXPERIENCE »



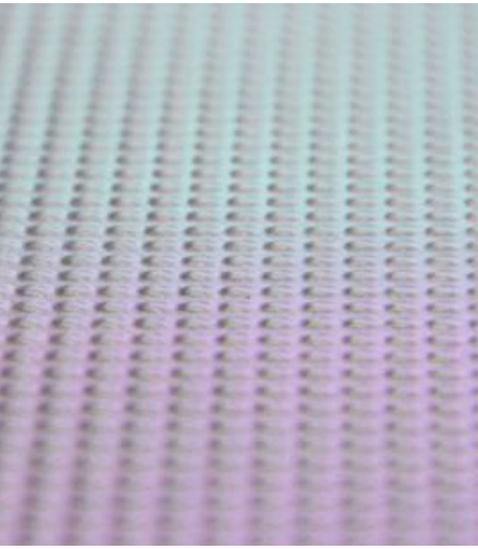
Le Design « Experience » mise sur la théâtralité atypique et la création d'espaces surprenants, qui associent l'exubérance luxueuse de produits haut de gamme, les technologies innovantes et des formes plus classiques.

Cette tendance est par ailleurs entièrement axée sur le respect des méthodes traditionnelles et des finitions à la main.

Dans un magasin, un hôtel ou un restaurant, l'enjeu sera ainsi de faire vivre une expérience unique au consommateur.

## TENDANCES

### ET PERSPECTIVES DE DEMAIN



En avance sur son temps, la société Tarkett imagine sans cesse les couleurs de demain. Son objectif : inventer de nouvelles teintes et prouver que toutes les couleurs n'ont pas encore été créées.

Ainsi, les couleurs interférentielles jouent avec la lumière en combinant des surfaces et des encres, qui modifient l'aspect et la couleur du sol en fonction de la lumière. Le résultat : une vision du sol tridimensionnel et l'invention de couleurs vivantes et vibrantes, baroques et hyperréalistes.

**L'intelligence de la couleur est un pouvoir de distinction et de différenciation que Tarkett insuffle dans ses collections. Cela consiste à créer une valeur ajoutée inestimable.**

#### À propos de Tarkett

Tarkett est un leader mondial des solutions innovantes de revêtements de sol et de surfaces sportives. Avec une large gamme de solutions intégrant des sols vinyles, linoléum, caoutchouc, moquettes, parquets & stratifiés, gazons synthétiques et pistes d'athlétisme, le Groupe sert ses clients dans plus de 100 pays dans le monde. Avec 11 000 collaborateurs et 30 sites de production, Tarkett vend 1,3 million de mètres carrés de revêtement de sol chaque jour, à destination des hôpitaux, des écoles, de l'habitat, des hôtels, des bureaux ou commerces et des terrains de sport. Engagé en faveur du développement durable, le Groupe a mis en place une stratégie d'éco-innovation et promeut l'économie circulaire. Tarkett, dont l'activité est répartie de manière équilibrée entre l'Europe, l'Amérique du Nord et les « nouvelles économies », a réalisé 2,5 milliards d'euros de chiffres d'affaires en 2013. Tarkett est coté sur le marché réglementé d'Euronext (compartiment A, code ISIN FR0004188670, code mnémorique : TKTT) et figure dans les indices suivants : SBF 120, CAC Mid 60, CAC Mid & Small, CAC All-Tradable. [www.tarkett.com](http://www.tarkett.com)