



## La réelle influence du bois, des couleurs et de l'art dans les espaces tertiaires et les hôtels

---

DOSSIER SPECIAL NEUROESTHETIQUE ET GUIDE PRATIQUE

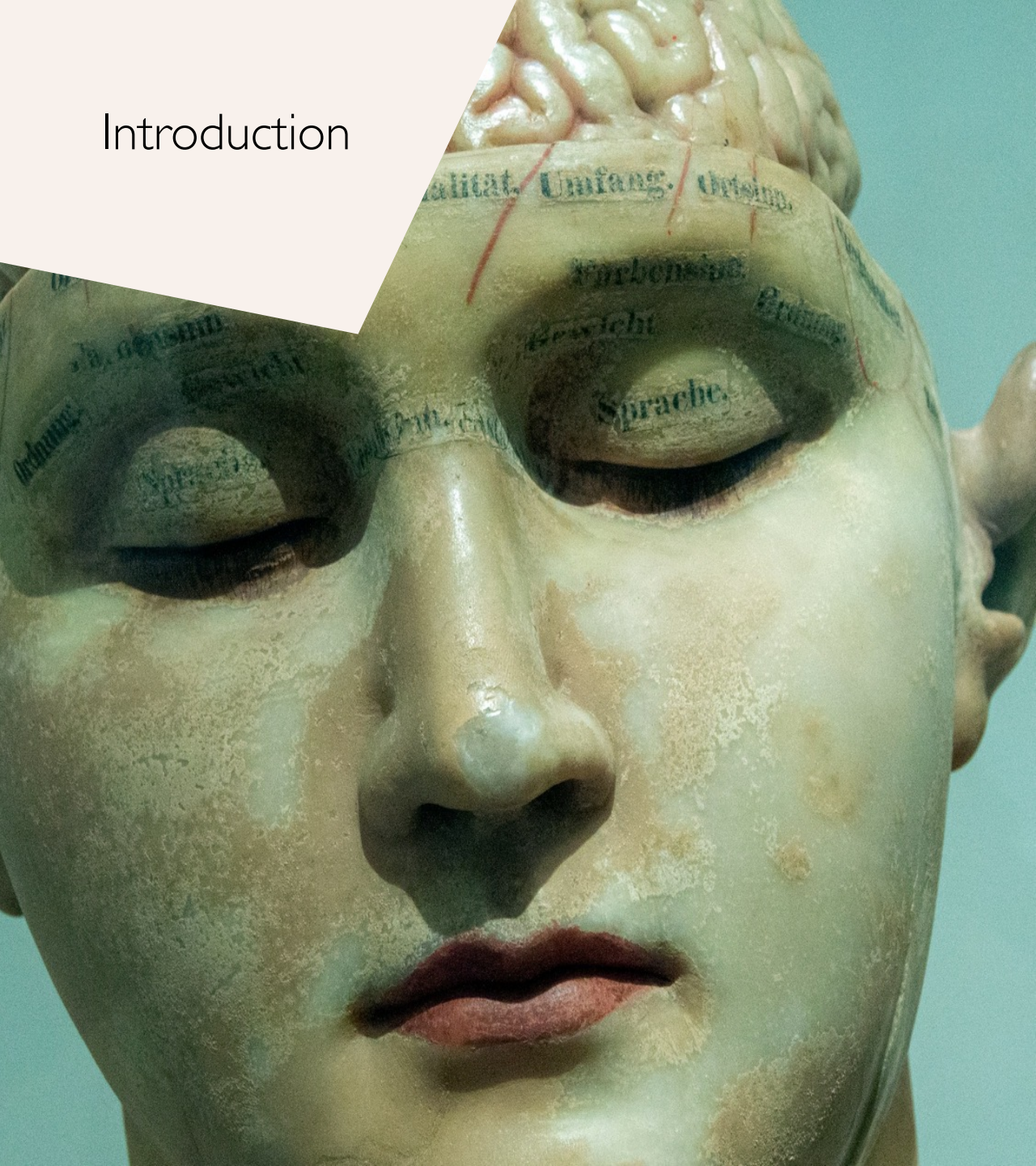
---



## Sommaire

Introduction	p 3
Le bois : des effets mesurables sur le bien être	p 4-11
Teintes bois : principes fondés	p 12-15
L'influence des couleurs	p 16-21
Intégrer l'art dans les espaces	p 22-26
Conclusion	p 27
Bibliographie	page 28

# Introduction



La neuroesthétique étudie les **réactions neurologiques (et non psychologiques)** face aux stimuli esthétiques. Elle révèle comment certaines formes, textures ou agencements activent des zones spécifiques du cerveau, provoquant des réponses émotionnelles et physiologiques.

De nombreuses études neuroscientifiques démontrent que des faits communément admis sur l'impact et l'influence du bois et des couleurs sur nos émotions; relèvent davantage d'un conditionnement socio-culturelle ou d'une croyance collective que de réactions neurochimiques strictement mesurées à date.

Cela ne signifie pas que toute la littérature, tous les articles associant tel matériau ou telle couleur à telle ressenti/émotion sont fausses. Cela signifie simplement que toutes ne sont pas, validées d'un point de vue purement neuroscientifique et qu'elles sont le plus souvent le fruit de recherches psychologiques empiriques et de méta études socio-comportementales. L'état de recherche en neuroesthétique progresse mais permet uniquement d'objectiver certains choix.

L'expérience, la sensibilité, l'intuition des architectes restent à ce jour irremplaçables et il existera toujours un part de subjectivité culturelle et sociologique dans les différents lieux de vie car ces lieux ne peuvent pas être conçus uniquement à partir de ce que les neurosciences commencent tout juste à comprendre du fonctionnement de notre cerveau sur la manière dont nous réagissons à telle ou telle matière ou couleur.

# Le Bois : des effets mesurables sur le bien-être



Bonne nouvelle nouvelle pour les architectes privilégiant les matériaux naturels : l'exposition visuelle au bois produit des effets physiologiques et affectifs mesurables. Une revue systématique\* ([Lipovac & Burnard, 2021](#)), analysant des essais randomisés contrôlés démontre que la simple vue du bois réduit la concentration d' hémoglobine oxygénée dans les lobes frontaux du cerveau.

Les participants exposés à des environnements riches en bois rapportent systématiquement des impressions significativement plus "confortables", "relaxées" et "naturelles" comparativement à d'autres matériaux. Cette recherche valide scientifiquement ce que de nombreux architectes ressentaient intuitivement : le bois crée un environnement apaisant.

Une étude de 2025 va plus loin en explorant les combinaisons bois-matériaux ([Kwak & Choi, 2025](#)). Les chercheurs ont mesuré les réponses psychologiques et physiologiques à différentes combinaisons dans des environnements de bureau. Ils confirment que le bois est perçu comme le matériau le plus chaleureux et le plus rassurant. Cette perception augmente proportionnellement à la surface de bois visible. Fait intéressant : le bois foncé est subjectivement préféré au bois clair ou moyen, et les combinaisons bois + mobilier brun obtiennent les meilleurs résultats en termes d'évaluation de qualité du mobilier, de durée de fixation visuelle, et de scores émotionnels positifs (joie, admiration, fascination).

\* La revue systématique est une méthode de synthèse de la connaissance rigoureuse, structurée et reproductible. Elle vise à vérifier si la littérature scientifique réunit des preuves suffisamment solides pour répondre, de façon précise, à une question de recherche

# Le Bois : des effets mesurables sur le bien-être



## Pourquoi notre cerveau préfère le chêne au chrome : une programmation génétique de 300 000 ans

Notre histoire avec le bois ne date pas d'hier. Pendant 99,9% de l'existence humaine, nous avons vécu entourés d'arbres. Nos ancêtres chasseurs-cueilleurs passaient leurs journées sous les frondaisons, dormaient contre les troncs, façonnaient leurs outils dans le bois.

Cette intimité millénaire a laissé des traces profondes dans notre ADN neurologique. Quand nos yeux captent les veines d'un parquet en chêne ou la texture d'une table en noyer, notre cerveau primitif reconnaît immédiatement ces signaux : "sécurité", "ressources", "bien-être". À l'inverse, les matériaux industriels - béton, plastique, métal froid - sont des nouveautés de quelques décennies. Notre système nerveux les perçoit comme des environnements "neutres" au mieux, stressants au pire.

Des [méta analyses](#) (1) basées sur des indices physiologiques (2) montrent que le bois peut améliorer le confort humain et avoir des effets positifs sur l'activité cérébrale, bien que les mécanismes précis nécessitent encore des études plus approfondies. L'exposition à la nature urbaine, incluant les matériaux naturels, réduit le stress basé sur des biomarqueurs salivaires, contribuant à un état général de bien-être accru.

(1) La méta-analyse est une démarche statistique qui permet de synthétiser quantitativement, par le calcul d'un effet combiné, les résultats d'études indépendantes ayant trait à une question de recherche bien précise

(2) Les indices physiologiques sont des éléments qu'on peut observer chez une personne et qui nous permettent de faire des hypothèses sur les opérations mentales sensorielles réalisées par cette personne

# Le Bois : des effets mesurables sur le bien-être



## Retour à la nature : une (r)évolution en marche

2017, Seattle. Microsoft lance un projet révolutionnaire : construire des espaces de travail... dans les arbres. L'entreprise crée des "treehouses ». (cabanes high-tech) nichées dans la canopée de son campus, conçues pour stimuler la créativité et la concentration au contact direct de la nature. Un caprice de milliardaire écolo ? Pas du tout. Une stratégie business basée sur des études scientifiques qui démontrent l'impact positif de la nature (et du bois) sur la créativité, la concentration et le bien-être.

Microsoft n'est pas seul. De Google à d'Airbnb aux plus grands hôtels de luxe la transformation de nos espaces professionnels et en marche. Le design biophilique, cette approche qui réintroduit la nature dans nos environnements bâtis, devient le nouvel avantage concurrentiel des entreprises. Que l'on adhère ou pas au style général, aux partis-pris décoratifs et aux choix de mobilier, Le projet « living building challenge » pour le siège d'Etsy conçu par le cabinet [Gensler](#) en est la [parfaite illustration](#).

# Le Bois : des effets mesurables sur le bien-être

## Retour à la nature : une (r)évolution en marche

Google a installé dans ses bureaux londoniens des "pods de créativité" : des cocons de travail entièrement réalisés en bois courbe. Ces espaces privés, inspirés des nids d'oiseaux, créent un environnement propice à l'innovation grâce à leur forme organique et leur matériau naturel qui génère un sentiment de sécurité psychologique. Le siège social [d'Airbnb](#) à San Francisco ressemble plus à une forêt qu'à des bureaux. Chaque étage reproduit l'ambiance d'une destination : cabane scandinave, ryokan japonais, chalet alpin... Toujours avec le bois comme fil conducteur.

Des studios d'architecture d'intérieur comme [Nina+co](#) se spécialisent dans les projets qui mettent la nature et l'écoresponsabilité au cœur de tous leurs projets avec notamment [Ara](#), le nouveau restaurant du chef Nura Kilic

**Au cœur de cette transformation : le bois. Cette matière première millénaire, qui a accompagné toute l'histoire humaine, réconcilie nos cerveaux de chasseurs-cueilleurs avec les défis du XXIe siècle.**

# Le Bois : des effets mesurables sur le bien-être



## Lobbies et espaces d'accueil : la première impression neurophysiologique

Le lobby d'un hôtel doit gérer une équation complexe : accueillir des voyageurs arrivant à différents moments de la journée, dans différents états physiologiques (éveil, fatigue, stress), tout en créant une identité de marque cohérente. La recherche sur le bois offre ici un avantage : son effet apaisant est robuste et systématique.

Les recherches comportementales démontrent qu'un individu forme ses impressions dans les 7 premières secondes d'entrée dans un espace. Ces sentiments initiaux influencent significativement l'expérience globale de son séjour (Hospitality Institute, 2024). Le cerveau humain traite l'information visuelle 60,000 fois plus rapidement que le texte, ce qui fait du design intérieur l'un des outils les plus puissants pour créer des expériences positives. Lorsque les invités entrent dans une chambre d'hôtel ou un lobby, leur subconscient évalue immédiatement l'espace en termes de confort, de sécurité et d'attrait esthétique.

L'intégration généreuse de bois dans les lobbies n'est donc pas simplement une tendance esthétique, mais une décision appuyée par des preuves. Lipovac et Burnard (2021) montrent que l'effet relaxant du bois est suffisamment fort pour être mesuré en imagerie cérébrale. Kwak et Choi (2025) ajoutent qu'un usage généreux (sols, murs partiels, plafonds, mobilier) amplifie les bénéfices.

# Le Bois : des effets mesurables sur le bien-être



## Boutique-Hôtels et espaces hybrides

Les boutique-hôtels et espaces hybrides représentent une opportunité particulière d'intégrer la recherche sur le design biophilique. Une étude australienne portant sur 1,000 travailleurs a trouvé une corrélation entre la présence de bois et la satisfaction globale au travail des employés, des niveaux d'absentéisme plus faibles, des niveaux de concentration plus élevés et une productivité améliorée ([Think Wood, 2024](#)).

Les espaces de co-working intégrés aux hôtels peuvent particulièrement bénéficier de ces découvertes. Les environnements avec moins de 20% de surfaces en bois naturel voient leurs occupants moins satisfaits de leur vie professionnelle et de leur espace physique de travail comparativement à ceux avec une proportion élevée de bois (Think Wood, 2024).

Pour les zones de wellness et spa, l'intégration de verts naturels combinés au bois crée ce que les chercheurs appellent un "effet biophilique amplifié". Une étude de [l'Université de l'essex](#) a trouvé que les espaces verts peuvent améliorer l'humeur et la santé mentale, soulignant l'importance d'apporter des éléments du monde naturel dans le design intérieur.

# Le Bois : des effets mesurables sur le bien-être



## La régulation naturelle de l'attention

Le bois offre ce que les psychologues appellent une "stimulation douce". Ses textures et motifs naturels captivent l'œil sans l'épuiser, permettant des phases de récupération cognitive tout au long de la journée.

## L'effet acoustique

Le bois absorbe et diffuse les sons de manière naturelle, créant une ambiance sonore moins agressive que les matériaux durs. Résultat : moins de fatigue auditive, meilleure concentration.

## La régulation thermique et hydrique

Le bois "respire", régulant naturellement température et humidité. Le corps dépense moins d'énergie à s'adapter, libérant des ressources pour les tâches cognitives.

◀ Dans des environnements aux matériaux comme la pierre, le béton, le métal ou le verre, le bois joue un rôle de régulateur naturel.

# Le Bois : des effets mesurables sur le bien-être



## La convivialité amplifiée

Les surfaces en bois encouragent le toucher, créent de l'intimité. Les conversations durent plus longtemps, les groupes se forment plus naturellement.

## La perception de qualité

Le bois évoque l'artisanal, l'authenticité, la durabilité. Les clients acceptent plus facilement des prix élevés dans un environnement "noble".

## L'effet cocooning immédiat

Le bois évoque inconsciemment la cabane, le refuge, la sécurité primordiale. Les visiteurs/clients se sentent instantanément "chez eux", ce qui les pousse à prolonger leur séjour.

## L'expérience Instagram-friendly

Le bois photogénique génère 3x plus de posts sur les réseaux sociaux, créant une publicité gratuite massive.

◀ Dans des environnements aux matériaux comme la pierre, le béton, le métal ou le verre, le bois joue un rôle de régulateur naturel.

## Teintes bois : principes fondés



La recherche de [Kwak et Choi \(2025\)](#) sur les combinaisons bois-matériaux ouvre des perspectives pratiques pour les architectes. Bien qu'ils n'aient pas testé systématiquement toutes les combinaisons possibles de bois et couleurs, leurs résultats suggèrent des principes généraux.

# Teintes bois : principes fondés



Fauteuil Yas Atelier Bosc / Tissus Gabriel

## Bois teintés claires : amplification et polyvalence

Les bois clairs possèdent naturellement une réflectance lumineuse élevée. Cela signifie qu'ils réfléchissent une grande proportion de la lumière qui les frappe, incluant la lumière colorée des surfaces environnantes. Un espace avec parquet de bouleau et murs vert pâle créera une ambiance perçue comme plus lumineuse et "verte" qu'un espace identique avec parquet de wengé. Ce n'est pas magique, c'est de la physique optique : plus de lumière verte réfléchie atteint vos yeux.

**Recommandation** : avec des bois clairs, privilégier des palettes chromatiques modérées. Des couleurs très saturées seront amplifiées, ce qui peut être souhaitable (accent dynamique) ou problématique (sur-stimulation visuelle). Pour les chambres d'hôtel utilisant du bois clair, des tons pastel ou neutres doux maintiendront l'équilibre.

## Teintes bois : principes fondés



Fauteuil Contis Atelier Bosc / Tissu Gabriel

### Bois teintes moyennes : stabilisation et versatilité

Les bois de ton moyen occupent un "terrain chromatique neutre". Leur teinte modérée ne domine pas visuellement, permettant aux couleurs environnantes de s'exprimer sans amplification ou suppression excessive. Ces bois offrent une grande flexibilité. L'étude démontre que les environnements bois moyen + mobilier brun obtiennent d'excellents scores.

**Application pratique** : dans les espaces multifonctionnels (lobbies d'hôtels, espaces de coworking, restaurants d'hôtel servant différents repas), les bois moyens offrent une base stable permettant de moduler l'ambiance principalement par l'éclairage et les textiles (coussins, rideaux) plutôt que par des rénovations structurelles.

# Teintes bois : principes fondés



Fauteuil Paleta Atelier Bosc / Tissu Gabriel

## Bois teintés foncés : ancrage et sophistication

Les bois très foncés absorbent une grande proportion de lumière. Visuellement, ils créent des contrastes forts et une sensation de profondeur. Le bois foncé est subjectivement préféré au bois clair ou moyen dans les environnements de bureau. Cette préférence pourrait refléter des associations avec le luxe, la solidité et le professionnalisme.

Un espace avec beaucoup de bois foncé "absorbe" visuellement l'intensité des couleurs vives. Un rouge qui pourrait sembler agressif sur fond de bois clair devient sophistiqué sur fond de bois plus foncé. Ce n'est pas un effet neurologique mais perceptuel : le fort contraste réduit la surface apparente de la couleur vive, la transformant en accent plutôt qu'en dominante.

**Applications** : les espaces haut de gamme utilisent fréquemment des bois foncés pour créer une ambiance élégante et intime. Cette approche est validée par la recherche : elle exploite simultanément l'effet apaisant général du bois (Lipovac & Burnard, 2021) et la préférence esthétique pour le bois foncé (Kwak & Choi, 2025).

# L'influence Des couleurs

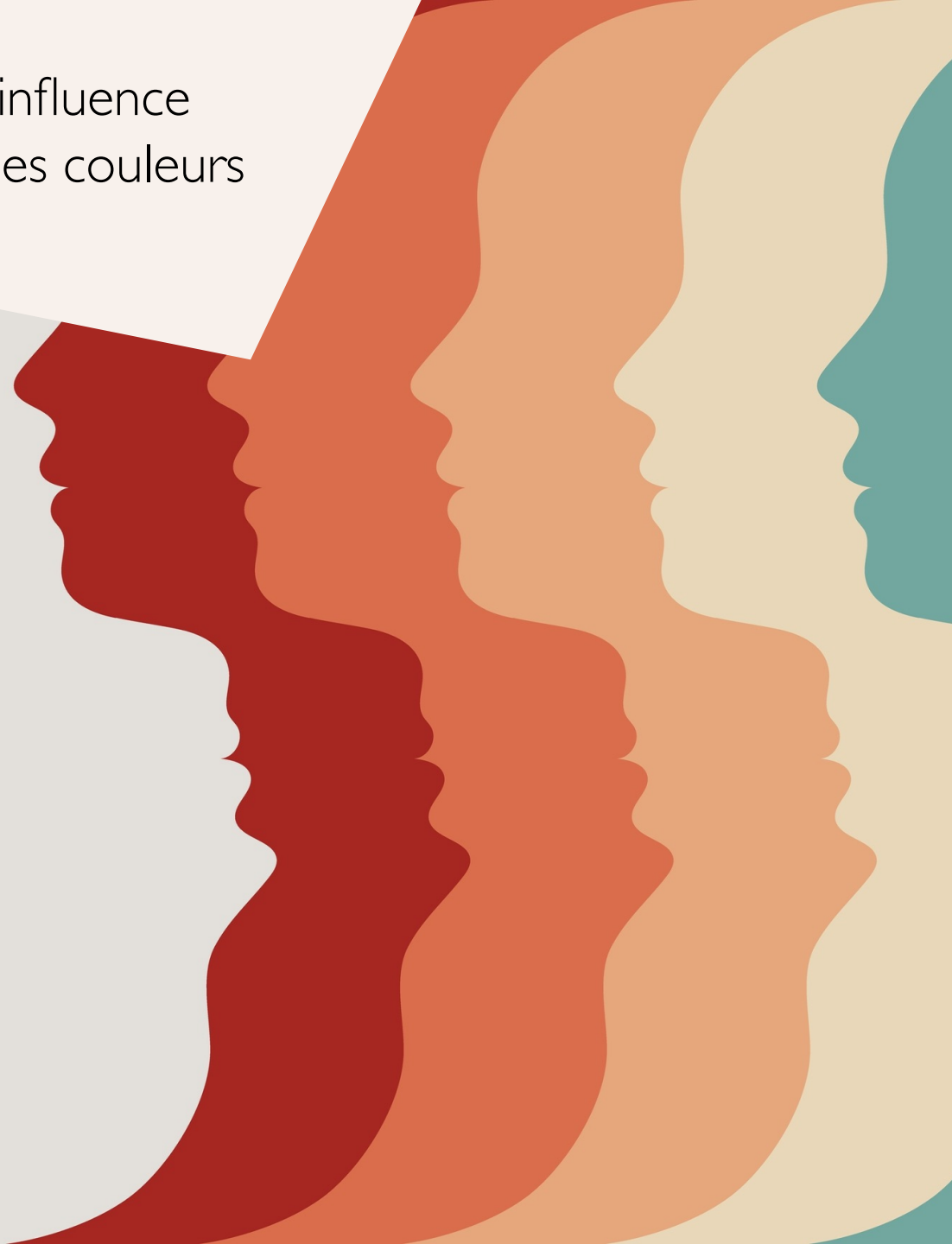


Reconnaître l'influence des couleurs est une chose. Leur reconnaître des effets trop spécifiques par extrapolation en est une autre.

L'étude de référence d'Elliot et Maier (2014), publiée dans l'Annual Review of Psychology [Annual ReviewsSSRN](#), pose un cadre théorique solide : la "Color-in-Context Theory". Cette approche reconnaît que les couleurs portent des significations psychologiques, mais insiste sur un point capital : ces effets sont profondément dépendants du contexte dans lequel la couleur est perçue [PubMed Central](#). Ils sont modulés par de nombreux facteurs (culturels, individuels, situationnels). Il est donc recommandé de garder une certaine distance avec des affirmations trop catégoriques.

"Le bleu améliore la créativité de 31%" est probablement une sur-simplification. "Le bleu est associé au calme dans de nombreuses cultures occidentales et peut contribuer à créer une ambiance propice à la réflexion" est une affirmation plus défendable.

# L'influence Des couleurs

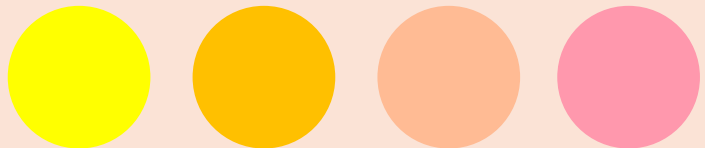


## Quelques principes fondés sur les données

- + La saturation compte plus que la teinte : Les couleurs très saturées tendent à détériorer l'humeur dans les espaces prolongés d'occupation.
- + Le contexte est roi : Une même couleur produira des effets différents selon qu'elle apparaît dans un bureau, un hôpital, ou une salle de réunion.
- + La variabilité culturelle et individuelle est massive : Les préférences et réactions aux couleurs varient considérablement selon l'âge, le sexe, l'origine culturelle et l'expérience personnelle.
- + L'orientation spatiale bénéficie du contraste : L'utilisation de couleurs contrastées pour différencier les zones fonctionnelles améliore l'orientation des usagers.
- + La perception subjective de l'éclairage importe : L'humeur atteint son niveau le plus bas quand l'éclairage est perçu comme beaucoup trop sombre, s'améliore quand il est perçu comme "juste", mais décline à nouveau s'il devient trop lumineux [PubMedTaylor & Francis Online](#).

# L'influence Des couleurs

# PANTONE®



Les couleurs et les émotions : quelques associations culturelles cohérentes et démontrées.

Au-delà des effets circadiens\*, les couleurs influencent-elles vraiment nos émotions et comportements ? La réponse est nuancée. Une revue systématique massive de 2024 a analysé 128 ans de recherche sur les associations couleur-émotion, compilant 132 articles et 42,266 participants de 64 pays (Jonaskaite et al., 2024).

Les résultats montrent des associations relativement cohérentes dans les cultures occidentales : les palettes de jaune, orange, beiges et rose portent exclusivement des connotations positives. Le blanc et les couleurs claires sont systématiquement positifs dans toutes les études. À l'inverse, le noir et les couleurs sombres sont négatifs, tout comme le gris qui se rapproche davantage du noir que du blanc en termes affectifs. Le bleu et le violet, couvrant une large gamme de nuances claires à foncées, portent des connotations à la fois positives et négatives selon leur luminosité (Jonaskaite et al., 2024).

Cependant, ces associations sont principalement culturelles et contextuelles plutôt que biologiquement déterminées. Plus important encore pour les designers : l'étude révèle que le contexte d'utilisation module fortement ces associations. Un rouge dans un restaurant évoque l'appétit et l'énergie, mais dans un hôpital pourrait signaler danger ou urgence. Le même bleu perçu comme professionnel dans un bureau devient froid dans une chambre mal éclairée.

\* Le rythme circadien est en quelque sorte l'horloge interne du corps humain. Il s'agit d'un rythme biologique intégré prenant la forme d'un cycle d'environ 24 heures et régissant certains processus physiologiques comme le sommeil et l'alimentation.

# L'influence Des couleurs

Relaxant ?

## Une découverte surprenante : la couleur des murs et les rythmes circadiens

Une étude de 2024 publiée dans Buildings a bouleversé certaines idées reçues des designers d'intérieur (Vahaji et al., 2024). Traditionnellement, psychologues et décorateurs recommandent des couleurs froides comme le bleu pour les chambres en raison de leur effet apaisant sur l'humeur. Mais qu'en est-il de leur impact sur notre horloge biologique ?

Les chercheurs ont simulé 24 configurations différentes de chambres à coucher, variant les couleurs des murs et les caractéristiques de l'éclairage. Leurs résultats sont contre-intuitifs : même les couleurs des murs peints (pas seulement les sources lumineuses) influencent le "lux mélanopique" - la mesure de l'impact de la lumière sur nos cellules circadiennes. Les couleurs froides comme le bleu, malgré leur effet psychologiquement apaisant, produisent des niveaux de lux mélanopique significativement plus élevés que les couleurs chaudes comme le rouge ou l'orange.

Cela signifie qu'une chambre aux murs bleus, éclairée le soir, pourrait psychologiquement calmer l'occupant tout en perturbant biologiquement sa préparation au sommeil. À l'inverse, des tons chauds comme le rouge ou l'orange pourraient mieux soutenir un rythme circadien sain en réduisant l'exposition mélanopique nocturne.

Cette découverte ne signifie pas abandonner le bleu, mais elle invite à intégrer le compromis. Si vous choisissez des murs bleus pour leur effet psychologique apaisant, compensez par un éclairage du soir à très basse intensité ou à température de couleur très chaude (< 2700K). Ou inversez : des murs dans des tons chauds permettent plus de flexibilité avec l'éclairage.

# L'influence Des couleurs



**Vraiment ?**

## Restaurants : couleur, appétit et ambiance

Le restaurant est probablement l'espace où les associations culturelles des couleurs jouent le rôle le plus important. La recherche de Bortolotti et al. (2025) confirme que la couleur influence l'attention initiale, l'évaluation des produits alimentaires et les attentes gustatives à travers des voies cognitives et émotionnelles multiples. Cependant, ces effets dépendent fortement du contexte culturel et du type de restauration.

Pour la restauration rapide : Les couleurs chaudes énergisantes (rouge, orange, jaune) créent effectivement une ambiance stimulante. McDonald's utilise le rouge et le jaune à plein potentiel, évoquant le feu et la chaleur, ciblant une clientèle jeune et énergique (Style Nations, 2024).

Pour la restauration gastronomique : L'approche inverse fonctionne mieux. Les établissements de restauration fine emploient typiquement des palettes sophistiquées et atténuées dans des tons plus profonds - bourgognes riches, verts forêt et bleus marine - créant des environnements où les invités s'attardent confortablement tout en encourageant les commandes de vin et de desserts (Remick Architecture, 2025).

Un cas fascinant illustre l'importance de la couleur dans les restaurants. Un établissement connaissait des critiques décevantes malgré une nourriture excellente. L'investigation révéla que leurs assiettes bleues - bien que visuellement élégantes - supprimaient l'appétit et rendaient la nourriture moins attrayante. En passant à des assiettes dans des tons chauds comme terracotta et ambre, et en ajustant l'éclairage vers des teintes dorées plus douces, ils ont obtenu une augmentation de 28% de la satisfaction client et des temps de table plus longs (Hughes, 2025). La nourriture n'avait pas changé - la perception si.



L'expérience colorielle s'enrichit par l'association avec les textures et les matériaux

EXEMPLES (méta analyses)

**Marbre Travertin**

La couleur naturelle et l'aspect minéral évoque inconsciemment la solidité et la pérennité

**Bois naturel**

Les veines naturelles créent des variations chromatiques subtiles qui maintiennent l'intérêt visuel sans surcharge sensorielle

**Métaux Brossés**

Les reflets dorés/cuivrés créent un éclairage indirect doux, évitant l'agressivité des surfaces brillantes

**Mobilier en bois naturel + couleurs chaudes**

L'association du bois du coton ou de la fibre de lin avec des couleurs chaudes renforcent la sensation de sécurité et de calme



# Intégrer l'art Dans les espaces



Il est prouvé que le cerveau réagit fortement à l'art. Les scanners montrent une activation massive et coordonnée de zones qu'on croyait séparées. Quand nous regardons une peinture, ce n'est pas seulement notre cortex visuel qui s'allume. C'est aussi votre système limbique, celui des émotions brutes, et notre cortex préfrontal, celui qui donne du sens. Notre cerveau moteur s'active même si nous ne bougeons pas, comme s'il simulait intérieurement les gestes du peintre. Les chercheurs appellent ça la "résonance motrice". Nous ne voyons pas juste les coups de pinceau de Van Gogh, Nous les ressentez dans vos propres circuits nerveux.

Semir Zeki, neuroscientifique à University Collège London et fondateur du champ de la neuroesthétique, a passé des années à scanner des gens face à des œuvres d'art. Son constat est brutal : dans une [étude publiée en 2004 avec Hideaki Kawabata](#), ils ont démontré que les œuvres qu'on juge belles activent le cortex orbitofrontal médial, la même zone qui s'emballe face au plaisir sensuel, à la nourriture, au sexe. L'art détourne littéralement nos circuits de récompense primaires. Une peinture peut provoquer le même shoot neurochimique qu'un orgasme. C'est physiologique, mesurable, reproductible. Plus troublant encore : quand Zeki et son équipe ont testé des mathématiciens regardant des équations qu'ils trouvaient "belles", la même région s'activait avec la même intensité que devant la Chapelle Sixtine.

## Intégrer l'art Dans les espaces



### L'art comme levier neurobiologique en entreprise

Dans les environnements de bureaux traditionnels, où la concentration prolongée, les deadlines serrées et les interactions sociales constantes créent un stress chronique, l'art fonctionne comme un régulateur neurochimique. La recherche de Girija Kaimal à l'Université Drexel, [publiée en 2016 dans Art Therapy](#), établit un lien direct et mesurable : 75% des participants montrent une baisse significative du cortisol salivaire après seulement 45 minutes de création ou de contemplation artistique. Le cortisol, hormone marqueur du stress sécrété par l'axe hypothalamo-hypophyso-surrénalien\*, diminue indépendamment du niveau d'expérience artistique des individus.

Une [revue systématique publiée en 2021](#) a analysé 14 études sur les effets de l'art visuel sur le stress. Treize d'entre elles rapportent des réductions significatives du stress auto-rapporté, et les quatre études mesurant la pression artérielle systolique montrent toutes des baisses.

Les œuvres représentant la nature sont particulièrement efficaces dans les environnements de bureau. Elles activent le système nerveux parasympathique, celui qui freine la réponse au stress et favorise la récupération. C'est ce qu'on appelle la restauration attentionnelle : le cerveau fatigué par la concentration soutenue trouve dans ces images un répit qui permet de reconstituer ses réserves cognitives.

L'art abstrait, quant à lui, active davantage le réseau du mode par défaut et les zones préfrontales. Il force le cerveau à créer du sens, à projeter, à imaginer. Dans des secteurs où l'innovation est cruciale, l'art abstrait peut servir de catalyseur cognitif, stimulant les processus créatifs des employés qui le côtoient quotidiennement.

\*L'axe hypothalamo-hypophyso-surrénalien (HPA) est un système complexe, impliqué dans la régulation des réponses neuroendocriniennes au stress. Son activation déclenche notamment la production de «l'hormone de stress» – le cortisol.

## Intégrer l'art Dans les espaces



## Impact sur l'expérience client dans l'hôtellerie : le cercle vertueux

L'effet sur les clients est lui aussi documenté. Les [études sur les servicescapes](#) démontrent que l'environnement visuel influence la satisfaction client, la loyauté et même les performances financières. Un client dans un environnement esthétiquement riche active ses circuits de récompense, ce qui colore positivement toute son expérience de l'hôtel. Les espaces doivent équilibrer stimulation et apaisement. Le lobby peut se permettre des œuvres plus audacieuses, plus stimulantes. Les chambres nécessitent des œuvres apaisantes qui favorisent le repos. Les restaurants et bars peuvent jouer sur des œuvres plus dynamiques qui soutiennent la convivialité et l'interaction sociale.

C'est un cercle est vertueux : des employés moins stressés offrent un service de meilleure qualité émotionnelle. Leurs neurones miroirs, moins saturés par le cortisol, fonctionnent mieux pour détecter et répondre aux besoins émotionnels des clients. L'art améliore indirectement la qualité du service en améliorant l'état neurobiologique de ceux qui le fournissent.

Les zones réservées au personnel ne sont pas à négliger : vestiaires, salles de pause, back office. Ce sont les espaces où les employés peuvent réellement bénéficier de l'effet régulateur de l'art. Un tableau apaisant dans un vestiaire peut faire la différence entre un employé qui commence son service déjà épuisé et un autre qui a pu réguler son système nerveux.

## Intégrer l'art Dans les espaces



## Cohérence entre art et concept culinaire

La recherche sur l'expérience multisensorielle suggère que la cohérence entre l'art et le concept culinaire amplifie l'effet positif. Un restaurant de cuisine méditerranéenne avec des œuvres évoquant la mer, la lumière du sud, les paysages côtiers crée une congruence sensorielle qui renforce l'expérience globale. Le cerveau aime la cohérence narrative : quand l'environnement visuel et l'expérience gustative racontent la même histoire, l'activation du réseau du mode par défaut est plus forte, créant une expérience plus mémorable.

Pour les restaurants bistro ou fusion, l'art contemporain ou abstrait peut soutenir l'aspect innovant, créatif, audacieux du concept. Les œuvres stimulent les mêmes circuits cérébraux de la surprise et de la nouveauté que la cuisine elle-même cherche à activer.

Comme en hôtellerie, le bien-être du personnel impacte directement la qualité du service et la performance financière. Un serveur moins stressé active mieux ses neurones miroirs pour détecter les besoins des clients. Un cuisinier dans un environnement moins toxique commet moins d'erreurs, travaille plus efficacement, reste plus longtemps dans l'établissement. Les données montrent que les restaurants qui investissent dans le bien-être du personnel — incluant l'environnement physique et l'art — voient leurs taux de turnover baisser et leurs évaluations clients augmenter. Ce n'est pas de la responsabilité sociale d'entreprise cosmétique : c'est de la gestion intelligente basée sur les neurosciences.



## Principes génériques de cohabitation Art-Espace

### Complémentarité

- L'art doit compléter et non concurrencer l'architecture existante
- Les œuvres aux couleurs neutres ou monochromatiques s'intègrent mieux dans des espaces déjà colorés
- À l'inverse, des œuvres colorées peuvent dynamiser des espaces neutres

### Hiérarchie Visuelle

- Art comme point focal : œuvres marquantes dans des zones de passage qui attise le sentiment de curiosité et de récompense (dopamine) de fréquenter un lieu de caractère
- Art d'ambiance : pièces plus discrètes dans les espaces de détente
- Art fonctionnel : intégration dans l'architecture (cloisons artistiques, sols décoratifs)

### Cohérence

#### Pour les Hôtels

- Lobby : les œuvres imposantes aux formes géométriques génèrent de la confiance
- Chambres : formes organiques et couleurs sourdes ou pastels apaisantes pour le calme et le repos
- Restaurants : art stimulant l'appétit avec des formes et des couleurs dynamiques.

#### Pour les Bureaux

- Accueil : visuels représentant les valeurs de l'entreprise+ formes et couleurs inspirant la fiabilité la sécurité et la confiance (lignes et angles droits + palette de bleu)
- Espaces de travail : œuvres discrètes favorisant la concentration. (formes rondes + pastels palettes de beige et de vert)
- Salles de réunion : formes rondes (unité perfection) et couleurs vives stimulant l'imagination

## Conclusion

Si les effets du bois et de l'art sur les émotions et les comportements reposent sur des études solides montrant des impacts quasi universels, il n'en est pas de même pour les couleurs dont les preuves de l'influence relèvent davantage de méta analyses que d'études neurologiques. Les effets existent, mais ils sont modulés par tant de variables qu'aucune formule simple ne peut garantir un résultat.

Il est sage de privilégier une approche contextuelle et itérative : tester, observer, ajuster. Les études les plus convaincantes sont celles menées in situ, sur de longues durées, avec des populations réelles – pas des expériences de laboratoire de courte durée. Enfin, résister à la tentation des certitudes marketées. Lorsqu'un consultant ou un « marchand de couleurs » affirme que "le vert dans les lobbies d'hôtel augmente la satisfaction de 30%", il est judicieux de demander des références scientifiques. La plupart du temps, elles n'existent pas, ou reposent sur des études isolées, non répliquées, aux méthodologies contestables.

La couleur en architecture mérite mieux que des recettes toutes faites. Elle mérite une pratique fondée sur les données disponibles, consciente de leurs limites, et ouverte à l'apprentissage continu. C'est moins vendeur, certes. Mais c'est autrement plus rigoureux.



## Bibliographie

- Elliot, A. J. (2015). Color and psychological functioning: a review of theoretical and empirical work. *Frontiers in Psychology*, 6, 368. Revue critique identifiant les faiblesses méthodologiques du domaine et appelant à plus de rigueur
- Elliot, A. J., & Maier, M. A. (2014). Color psychology: Effects of perceiving color on psychological functioning in humans. *Annual Review of Psychology*, 65, 95-120. Revue majeure établissant que le domaine est à un stade précoce de développement
- Jonauskaitė, D., Abdel-Khalek, A. M., Abu-Akel, A., et al. (2024). Do we feel colours? A systematic review of 128 years of psychological research linking colours and emotions. *Psychonomic Bulletin & Review*. Revue systématique massive (132 articles, 42,266 participants, 64 pays) établissant les associations couleur-émotion
- Lipovac, D., & Burnard, M. D. (2021). Effects of visual exposure to wood on human affective states, physiological arousal and cognitive performance: A systematic review of randomized trials. *Indoor and Built Environment*, 30(3), 309-332. Revue systématique établissant les effets mesurables du bois sur états affectifs et physiologie
- Kwak, M. J., & Choi, J. Y. (2025). Visual perceptions of wood-integrated material combinations: effects on psychological and physiological responses. *Journal of Wood Science*, 71(1), 20. Étude récente sur les combinaisons bois-matériaux et leurs effets perceptuels
- Chatterjee, A. (2014). *The Aesthetic Brain: How We Evolved to Desire Beauty and Enjoy Art*. Oxford University Press.
- Pallasmaa, J. (2012). *The Eyes of the Skin: Architecture and the Senses*. John Wiley & Sons.
- Sussman, A. & Hollander, J.B. (2021). *Cognitive Architecture: Designing for How We Respond to the Built Environment*. Routledge.
- Cho, J.Y. et al. (2017). "Physiological and psychological effects of olfactory stimulation with D-Limonene." *Archives of Environmental & Occupational Health*, 72(1), 37-42.
- Kei, H., Song, C. & Miyazaki, Y. (2017). "Physiological effect of olfactory stimulation by Hinoki cypress (*Chamaecyparis obtusa*) leaf oil." *Journal of Physiological Anthropology*, 36(1), 28.
- Jonauskaitė, D. et al. (2020). "Universal patterns in color-emotion associations are further shaped by linguistic and geographic proximity." *Psychological Science*, 31(10), 1245-1260.
- Sakuragawa, S. et al. (2008). "Influence of wood wall panels on physiological and psychological responses." *Journal of Wood Science*, 54(2), 107-113.
- Tsunetsugu, Y., Lee, J., Park, B.J. et al. (2013). "Physiological and psychological effects of viewing urban forest landscapes assessed by multiple measurements." *Landscape and Urban Planning*, 113, 90-93.
- Academy of Neuroscience for Architecture (2019). "Evidence-Based Design and the Brain: Connections and Implications for Healthcare Design." Research Report.
- Elliot, A. J., & Maier, M. A. (2021). Color Psychology: Effects of Perceiving Color on Psychological Functioning in Humans. *Annual Review of Psychology*, 72, 13.1–13.26.
- Bjerre, J., & Toft, L. (2022). The Neuroaesthetics of Architectural Color: How Color Affects Human Experience in Built Environments. *Frontiers in Psychology*, 13, 897532.
- Oberfeld, D., & Hecht, H. (2021). Color and Cognition: How Colors Shape Our Mental Life. *Journal of Environmental Psychology*, 76, 101651.
- Wardono, P., Hibino, H., & Koyama, S. (2020). Emotional Responses to Interior Color Combinations: Implications for Hospitality Design. *International Journal of Hospitality Management*, 89, 102557.
- Choi, K., & Suk, H. J. (2023). Effects of Warm and Cool Interior Colors on Emotions and Cognitive Performance in Office Environments. *Building and Environment*, 232, 110028.
- Küller, R., Mikellides, B., & Janssens, J. (2020). Color, Arousal, and Performance: A Reappraisal of the Effects of Architectural Color. *Color Research & Application*, 45(5), 788–801