

# Empathetic Spaces: A Design Mode for Commercial Environments

Dyonne Fashina & Rohan Sajani

## Des espaces d'empathie : un mode de design pour les environnements commerciaux

Dyonne Fashina et Rohan Sajani

**E**mpathy. The word is everywhere — to the point where it is losing all meaning. In the design space, we've seen endless iterations: Human-centred design. Empathic design. Empathy in design. Hijacked as a sales pitch, twisted by corporate interest and derided as a new-age buzzword, it incites nearly audible eye-rolling for the average person in 2021. And the criticism is valid. Consumers are right to be skeptical of a display of empathy from a company that seeks to profit from them. Fuelled by divisive politics and the global pandemic, there is a galvanizing cynicism among those who feel duped, excluded and alienated by unsubstantiated or superficial claims of empathy.

But empathy is not valueless. As practitioners of a concept we call *Empathetic Spaces*, we see this as the crux of the issue: talking about empathy is similar to talking about music. It may be interesting or even instructive, but it withers in comparison to the actual experience. This is why empathy as a design approach is so critical. It allows institutions to **demonstrate** empathy, rather than attempting to speak about it to ears that are increasingly deaf to the word.

Recently at our firm, Denizens of Design, the focus of our practice has been the commercial spaces within cultural institutions. We made this choice for a few reasons. First, it's often where the business opportunities are for commercial interior designers. Second, these spaces are often underutilized. But beyond that, there is so much potential to invite visitors into a welcoming setting and truly interact with them — to truly show empathy. Commercial spaces speak in a vernacular that is less alienating than exhibition spaces; while some might

**E**mpathie. Le terme « empathie » est omniprésent — au point où il perd toute signification. Dans le domaine du design, nous en avons vu d'innombrables itérations : le design centré sur l'humain. Le design empathique. L'empathie dans le design. Détourné en argument de vente, faussé par l'intérêt des grandes entreprises et décrié en tant que mot à la mode « nouvel âge », ce terme suscite en 2022 chez monsieur et madame Tout-le-Monde un roulement des yeux exaspéré, pratiquement audible. Et la critique est justifiée. Les consommateurs ont raison d'être sceptiques face à l'empathie démontrée par une entreprise qui cherche à réaliser des profits sur leur dos. Chez ceux qui se sentent dupés, exclus et aliénés par des allégations d'empathie superficielles ou infondées, on observe un cynisme galvanisant, alimenté par la pandémie et par des politiques qui incitent à la division.

Cependant, l'empathie n'est pas dépourvue de valeur. À titre de professionnels mettant en œuvre un concept que nous appelons « espaces d'empathie », nous voyons que c'est là le cœur de la question : parler d'empathie, c'est à peu près comme parler de musique. Cette comparaison pourrait être intéressante, voire instructive, mais elle ne fait pas le poids face à l'expérience réelle. C'est pourquoi l'empathie, en tant qu'approche dans le domaine du design, est si importante. Elle permet aux institutions de **faire preuve** d'empathie au lieu d'essayer d'en parler aux personnes de plus en plus fermées à ce concept.

Notre entreprise, Denizens of Design, concentre depuis peu ses efforts sur des espaces commerciaux au sein d'institutions culturelles. Quelques raisons motivent ce choix. Premièrement,



Clay Restaurant of the Gardiner Museum.

Le restaurant Clay du Musée Gardiner.

Photos — Larissa Issler



The café space at the hearth of the McMichael Canadian Art Collection's massive and imposing Grand Hall.

L'espace du café au cœur du hall, immense et imposant, de la Collection McMichael d'art canadien.

Photo — Scott Norsworthy

feel out of place in a museum gallery, almost everyone knows how to navigate a store or restaurant. By speaking in a visitor's familiar language, these spaces can make the museum complex less intimidating.

For these reasons, commercial spaces within cultural institutions have presented a ripe opportunity for our firm to explore empathy in our design practice. Through these projects, we have been able to define the concept of *Empathetic Spaces* as valuable and useful. We have learned that empathy is about more than the final design *outcome*; it is also a crucial aspect of the design *process*. This includes empathy to the community and the environment, but also between users, the client, the designer and the makers who execute the design at all levels.

### What are *Empathetic Spaces*?

At its core, the concept is simple: showing compassion for an existing structure and the people who use it.

Retail and dining spaces within cultural institutions must serve profitability; but these spaces, where one pauses between exhibits for contemplation and sustenance, can be made more effective by foregrounding empathy in their design. They provide a place to pause and reflect. Cafés have a collaborative spirit; it's where artists have always come together to share inspiration and ideas. Gift shops allow a visitor to take part of their experience home with them. These are not insignificant moments, and they shouldn't be an afterthought. A sense of

c'est souvent là que se trouvent les occasions d'affaires pour les designers d'intérieur commerciaux. Deuxièmement, ces espaces sont souvent sous-utilisés. Or, les institutions offrent une foule de possibilités pour l'accueil des visiteurs dans un cadre invitant et pour les interactions véritables avec eux — elles peuvent faire preuve d'une réelle empathie. Les espaces commerciaux font appel à une langue vernaculaire plus accessible que celle employée dans les salles d'exposition. Certains pourraient ne pas se sentir à leur place dans un musée, mais presque tout le monde sait comment s'orienter dans un commerce ou un restaurant. Si l'on parle aux visiteurs dans une langue qu'ils connaissent bien, il est possible de rendre moins intimidants les complexes muséaux.

Pour ces raisons, les espaces commerciaux se trouvant au sein des institutions culturelles offrent à notre entreprise une occasion propice pour explorer l'empathie dans sa pratique du design. Ces projets nous ont permis de déterminer que le concept d'espace d'empathie est à la fois précieux et utile. Nous avons appris que l'empathie va au-delà du *résultat* du design définitif. Elle constitue également un aspect crucial du *processus* de design. Nous parlons ici d'empathie non seulement pour la collectivité et l'environnement, mais aussi entre les utilisateurs, le client, le designer et les fabricants qui réalisent le design à tous les échelons.

### Qu'entend-on par « espaces d'empathie »?

À la base, la notion d'empathie est simple : il s'agit de faire preuve de compassion à l'égard d'une structure en place et des personnes qui l'utilisent.

Les espaces affectés aux boutiques et aux salles à manger dans les institutions culturelles doivent contribuer à la rentabilité. Toutefois, en misant sur l'empathie dans leur



belonging is crucial, particularly for dining spaces that are inherently about gathering and sharing.

There can be a tension here between a space that is intrinsically commercial and the notion of empathy — there is no getting around the fact that cafés and gift shops charge for their wares. But commercial spaces can serve more than simply the bottom line, and profitability is not anathema to empathy. In fact, by unlocking new profit centres, a good design approach can demonstrate empathy by protecting resources and furthering the cultural mission of museums and galleries, while speaking to visitors in a welcoming, familiar language. Often, empathy is about meeting people where they are.

We see the concept of *Empathetic Spaces* as twofold: both as a design outcome and as a design process.

### McMichael Canadian Art Collection

In re-envisioning the café space at the hearth of the McMichael Canadian Art Collection's massive and imposing Grand Hall, our team was tasked with creating a space that was mindful of the history, the land and the goals of its original founders who donated their home and collection for posterity.

McMichael Executive Director Ian Dejardin said it most succinctly: "The Gallery is a huge statement about Canada in itself, a vast modernist take on the log cabin idea built of huge recycled logs and fieldstone, with views directly out on to the unspoiled Humber River with its 12,000 years of history as the location of the Carrying Place Trail. Designing a café for such a place had to reflect all of that."

In seeking to achieve these design outcomes — to create a new space that celebrates the past, present and purpose of the gallery — each element of the space was carefully crafted by various Canadian makers, creating a collection of pieces that are independently beautiful but collectively meaningful,

design, il est possible de rendre plus efficaces ces lieux où les visiteurs s'arrêtent entre les expositions pour admirer de beaux objets ou pour se sustenter. Ces espaces constituent des endroits où faire une pause et réfléchir. Il règne dans les cafés un esprit de collaboration. C'est là que les artistes se réunissent toujours pour partager leur inspiration et leurs idées. Les boutiques permettent aux visiteurs de rapporter à la maison une partie de leur expérience. Ces moments, qui ne sont pas négligeables, ne doivent pas être des aspects auxquels on pense après coup. Un sentiment d'appartenance s'impose, en particulier pour les salles à manger, qui sont par nature des lieux de rassemblement et d'échange.

À cet égard, il peut se créer des tensions entre un espace de nature intrinsèquement commerciale et la notion d'empathie — les boutiques et les cafés facturent leurs produits ; c'est un fait inéluctable. Toutefois,

ces espaces commerciaux peuvent répondre à des finalités autres que leur chiffre d'affaires. La rentabilité n'est pas incompatible avec l'empathie. De fait, en ouvrant la voie à de nouveaux centres de profit, une approche de design judicieusement choisie peut constituer une manifestation d'empathie en protégeant des ressources et en faisant progresser la mission culturelle des musées et des galeries, tout en s'adressant aux visiteurs dans une langue accueillante qu'ils connaissent bien. Souvent, l'empathie consiste à aller à la rencontre des gens là où ils se trouvent.

D'après nous, le concept d'espaces d'empathie comporte deux volets, soit le résultat du design et le processus de design.

### Collection McMichael d'art canadien

En réaménageant l'espace du café au cœur du hall, immense et imposant, de la Collection McMichael d'art canadien, notre équipe avait pour mandat de créer un espace en harmonie avec l'histoire, le terrain et les objectifs des fondateurs, qui ont fait don de leur résidence et de leur collection pour la postérité.

M. Ian Dejardin, directeur administratif de la Collection McMichael d'art canadien, a exprimé cette idée de façon plus succincte : [Traduction] « Le musée témoigne magistralement du Canada en soi et propose une vaste vision moderniste de la cabane en rondins construite à partir d'énormes rondins recyclés et de pierres des champs, d'où l'on peut observer directement la rivière Humber à l'état sauvage, indissociable de ses 12 000 ans d'histoire à titre d'emplacement du chemin du Portage. Le design d'un café pour un tel endroit devait refléter tous ces aspects. »

Dans le but d'obtenir ces résultats en matière de design — créer un nouvel espace mettant à l'honneur le passé, le présent et la finalité du musée —, nous avons fait appel à divers fabricants canadiens pour façonner soigneusement chaque

like the McMichael collection. We also featured a number of home-like touches, which served to make people feel more comfortable while simultaneously honouring the history of the space as the McMichaels' home.

## Gardiner Museum

Just as important as the needs of the visitor and of the architecture are the needs of the institution itself. Commercial museum spaces must provide a quantifiable business benefit, which leads to more funding for programming. When commissioned to redesign Clay Restaurant at the Gardiner Museum, our team gave a once-stagnating multi-purpose room increased functionality, facilitating many uses in off-peak times and enhancing the ambiance of a flagship destination for lunch service. We leveraged flexible furniture and smart storage solutions that allow the space to easily reconfigure. The design also addresses the accessibility concerns of its visitors, and abandons the notion that dining spaces must be tight to be cozy. It gives a feeling of intimacy, maintaining wide circulation paths and spacing between tables, but including acoustic divider screens and modular planters to provide privacy and comfort in the otherwise expansive space. With a kit-of-parts in place, there is no longer a need for third party rental suppliers. Because of this, the museum was able to provide a reduction in overall cost to those who rent the space for events, while providing a new revenue stream for the museum. This increased marketability, and the museum was able to recuperate its renovation expenses in less than one year.

élément de l'espace et concevoir ainsi un ensemble de pièces qui constitue un espace magnifique sur le plan individuel, mais éloquent sur le plan collectif, à l'instar de la Collection McMichael d'art canadien. En outre, nous avons apporté plusieurs touches rappelant un environnement familial qui, en plus de célébrer l'histoire du lieu en tant que domicile des McMichael, font en sorte que les gens se sentent plus à l'aise.

## Musée Gardiner

Les besoins de l'institution même sont tout aussi importants que ceux des visiteurs et de l'architecture. Les espaces commerciaux se trouvant dans les musées doivent générer un bénéfice commercial quantifiable, ce qui permet d'accroître le financement des programmes. Lorsque notre équipe a reçu le mandat de réaménager le restaurant Clay au Musée Gardiner, nous avons ajouté à une salle polyvalente, auparavant statique, des fonctionnalités qui favorisent une multitude d'utilisations en dehors des heures de pointe et améliorent l'ambiance d'une destination phare pour le service du lunch. Nous avons mis à profit le mobilier flexible et les solutions de stockage intelligentes qui permettent de reconfigurer facilement l'espace. Le design résout aussi les problèmes d'accessibilité et fait fi de l'idée que seules les petites salles à manger peuvent être chaleureuses. L'aménagement choisi confère un sentiment d'intimité. Les voies larges et l'espace entre les tables facilitent la circulation, mais l'ajout de cloisons acoustiques et de jardinières modulaires assure intimité et confort dans ce vaste espace. Comme le musée dispose sur place d'un ensemble

It was also important to consider that in a community of heritage lovers, not everyone thinks a renovation is an upgrade. "Change is always tough," says Gardiner Museum Executive Director and CEO Kelvin Browne. "Our community had become comfortable and familiar with the space prior to the renovation, but the refresh kept existing patrons happy while breathing new life into the space and attracting a new demographic of guests."

The changes at Clay illustrate the success of inclusion, where people from all walks of life are attracted to the museum for a dining experience, which creates a stepping stone for their comfort to peruse the exhibition spaces.

## Empathetic design for small spaces

Where landmark galleries like the McMichael and the Gardiner are more widely recognized for their investments in conscientious design, smaller institutions face greater challenges but there are still opportunities for good design. Designers can demonstrate empathy by listening to smaller operators and providing creative and cost effective solutions at an appropriate scale.

We've also seen examples from other designers that inspire us — for example, a gift shop at the Noodle Gallery inside the Alton Mill Art Centre, that is integrated seamlessly into the gallery experience, so that it becomes part of a visitor's path through the exhibit. While not a small institution, the new Katita Café inside Qaumajuq, the Inuit art centre at the Winnipeg Art Gallery, maximizes a small footprint by pairing

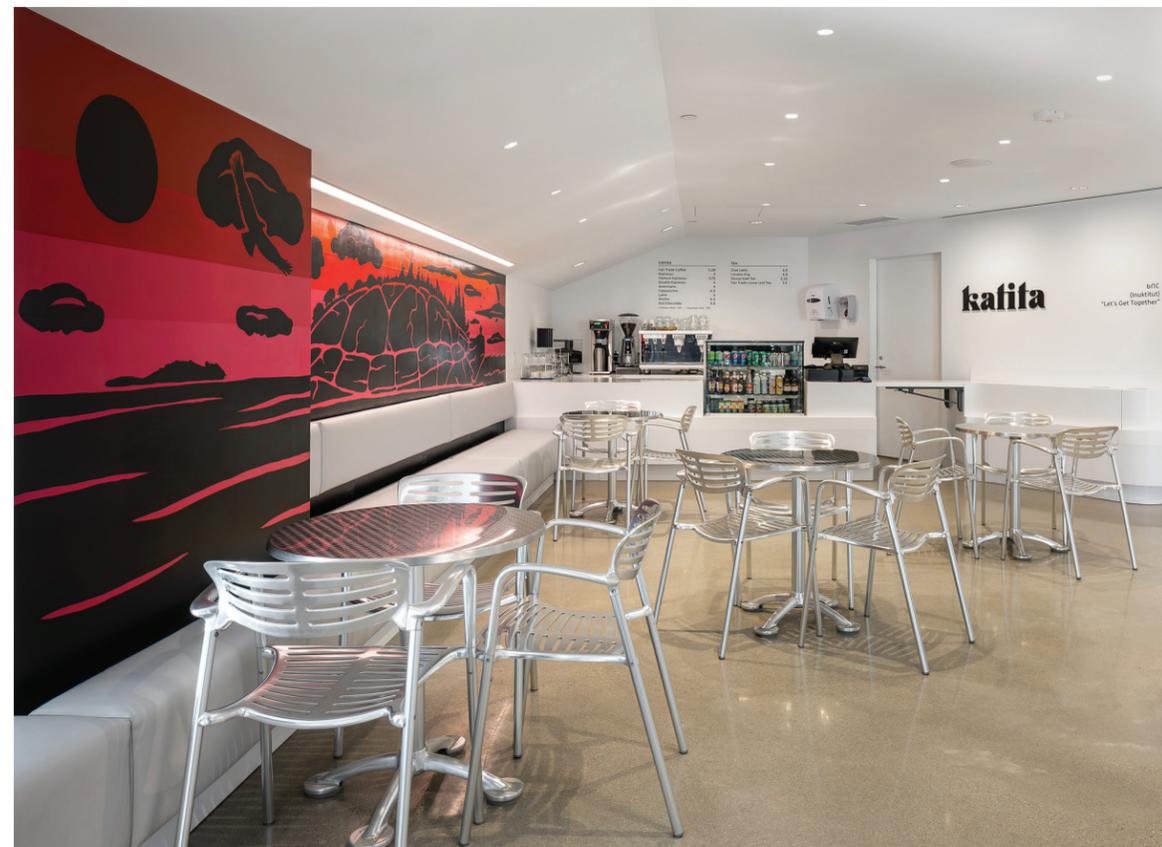
de modules, il n'est plus nécessaire de retenir les services d'entreprises de location. Grâce aux économies ainsi réalisées, il a pu offrir de meilleurs prix aux organisations qui louent l'espace pour y tenir des activités, si bien qu'il bénéficie d'une nouvelle source de revenus. En accroissant ainsi son potentiel commercial, le musée a amorti en moins d'un an les coûts de rénovation.

Par ailleurs, il était important de tenir compte du fait que les passionnés du patrimoine ne considèrent pas tous qu'une rénovation représente une amélioration. « Il est toujours difficile d'apporter des changements, explique Kelvin Browne, directeur général du Musée Gardiner. Nos visiteurs s'étaient habitués à notre espace et s'y sentaient à l'aise avant la rénovation, mais le réaménagement leur a plu, tout en donnant un nouveau souffle à nos installations et en attirant un nouveau groupe de visiteurs. »

Les changements apportés dans le restaurant Clay illustrent bien la réussite de l'inclusion, car des visiteurs de tous les horizons affluent vers le musée pour y vivre une expérience gastronomique, ce qui les prédispose à parcourir les salles d'exposition.

## Un design axé sur l'empathie pour les espaces restreints

Les institutions phares, comme les musées McMichael et Gardiner, jouissent d'une grande reconnaissance pour leurs investissements dans un design consciencieux. Pour leur part, les petites institutions se heurtent à des difficultés importantes,



Katita Café inside Qaumajuq, the Inuit art centre at the Winnipeg Art Gallery.

Le café Katita au centre d'art inuit Qaumajuq du Musée des beaux-arts de Winnipeg

Photo — Lindsay Reid



a striking mural as a focal point within the café's minimalist design, creating an effective yet affordable design moment.

These examples illustrate how their designers were able to achieve impact, even within smaller spaces. The interventions they made provide an opportunity for visitors to connect with the space while also creating an opportunity for profitability for the gallery. Good design is scalable and can be accessible at any budget.

### “You belong here”

As you take another look around your museum space, remember that good design has the power to convey a sense of belonging, but it requires skill and deliberate intention. A successful Empathetic Space creates a feeling similar to opening your home to a visitor and saying “You belong here.” To achieve this, *Empathetic Spaces* as a design approach cannot be singular or one-sided.

In a broader sense, museums, galleries and other cultural institutions are emblems for culture. Their settings within cities and towns, paired with historic or landmark architecture, make them a statement about the places in which they reside. They provide an impactful structure to draw patrons in, while

mais il n'en reste pas moins que des possibilités de design réussi s'offrent à elles. Les designers peuvent faire preuve d'empathie en étant à l'écoute des administrateurs des petits musées et en leur proposant des solutions créatives et économiques d'une envergure appropriée.

Nous avons été inspirés par le travail d'autres designers. Par exemple, une boutique de cadeaux à la galerie Noodle, au sein de l'Alton Mill Arts Centre, est parfaitement intégrée à l'expérience muséale, de sorte qu'elle fait partie du parcours de l'exposition. Le centre d'art inuit Qaumajuq du Musée des beaux-arts de Winnipeg n'est pas une petite institution. Toutefois, le nouveau café Katita qui y a été aménagé tire le meilleur parti de sa faible empreinte en jumelant une murale saisissante qui sert de point de mire dans le design minimaliste du café et crée ainsi un élément de design efficace mais abordable.

Ces exemples montrent que les designers peuvent produire un effet puissant, même dans des espaces restreints. En plus de permettre aux visiteurs d'entrer en relation avec l'espace, leurs interventions procurent aux musées une source de revenus. Un design réussi est modulable et peut être accessible, peu importe le budget du client.



The Gift shop at the Noodle Gallery in Caledon, Ont. that is integrated seamlessly into the gallery experience.

La boutique de cadeaux à la galerie Noodle, qui s'intègre parfaitement dans l'expérience de la galerie

Photos — Alton Mill

### « Vous êtes ici chez vous »

En jetant un coup d'œil dans l'espace de votre musée, n'oubliez pas qu'un design réussi est propre à susciter un sentiment d'appartenance, mais qu'il requiert aussi un savoir-faire et une intention délibérée. Un espace d'empathie réussi inspire un sentiment semblable à celui que ressent un visiteur lorsque nous lui ouvrons la porte de notre demeure en disant : « Vous êtes ici chez vous ». Pour y parvenir, l'approche de design axé sur l'empathie ne peut être ni unique ni unilatérale.

Dans un sens large, les musées, les galeries et les autres institutions culturelles sont des emblèmes de la culture. Du fait de leur situation en milieu urbain jumelée à l'architecture historique ou phare, ces institutions sont des témoins des lieux où elles se trouvent. Elles proposent toutes une structure percutante pour attirer les visiteurs, tout en créant une toile de fond complémentaire pour présenter et mettre en valeur leur collection une fois qu'ils se trouvent à l'intérieur. C'est pourquoi l'expérience entière, y compris la fréquentation des boutiques et des cafés, doit aller dans le sens des valeurs de la collectivité. À mesure que ces valeurs croissent, la collectivité croît en parallèle. Des possibilités d'apprentissage et de renforcement des liens peuvent donc se présenter. **M**

**Dyonne Fashina**, designer d'intérieur immatriculée, est diplômée en beaux-arts et en design. Son approche est fondée sur l'identité, la mise en valeur de la sensibilité culturelle et la recherche d'un sens.

**Rohan Sajnani** est auteur, avocat, militant, conservateur et poète. Il a dirigé des initiatives de design stratégique, des projets, des transactions commerciales, des initiatives communautaires et des efforts de promotion des intérêts sur la scène internationale.

creating a complementary backdrop to present and highlight the collection once inside. That is why the entire experience, including retail and café spaces, must speak to the values of the communities they inhabit. As those values grow, the communities grow with them. And as a result, opportunities for learning and greater connection can flourish. **M**

**Dyonne Fashina** is a registered interior designer, formally trained in fine arts and design. Her approach is rooted in identity, foregrounding cultural sensitivity and finding meaning.

**Rohan Sajnani** is a writer, lawyer, activist, curator and poet. He has led strategic design initiatives, projects, business transactions, community initiatives and international advocacy.

*Denizens has more to say. Scan this QR code for a discussion of empathy in the design process.*



*Denizens a autre chose à ajouter. Scannez ce code QR pour avoir accès à une analyse de l'empathie dans le processus de design.*