

ET MOI...

BIENVENUE DANS LES BUREAUX « LIFESTYLE »

Les jeunes générations privilégient une approche décomplexée de la vie au travail. Une révolution en termes d'implantation, d'organisation des espaces, de relation entre le professionnel et le personnel, qui n'est pas sans conséquences sur le marché de l'immobilier de bureau parisien.

Par Claude Vincent

« Lifestyle » ! C'est ainsi que les jeunes imaginent le travail demain. Telle est du moins la conclusion d'une intéressante étude – « Les jeunes réinventent l'entreprise » – conduite au printemps dernier par le conseil en immobilier JLL. Objectif affiché ? Mieux connaître les aspirations des générations dites Y et Z, en clair les moins de 35 ans, en termes de travail : organisation, lieu, relation vie pro/ vie perso... Pour ces professionnels de l'aménagement, il s'agissait aussi de comprendre comment « réinventer » les bureaux et les espaces de travail pour les mettre en adéquation avec leur demande.

Avec l'aide de l'institut d'études marketing et d'opinion CSA, JLL a d'abord interrogé 211 jeunes salariés travaillant en Île-de-France et en région lyonnaise. Cette première enquête a été suivie d'entretiens qualitatifs poussés, avec un panel de lycéens de terminales, d'étudiants de classes prépas et d'entrepreneurs de moins de 30 ans, puis par des ateliers de « creative thinking » animés par le cabinet de prospective UBTrends. Sur le papier, l'imagination prend clairement le pouvoir. Ont émergé une quinzaine de propositions sur la vie en entreprise et le « bureau » idéal, aussi surprenantes qu'utopiques, mais très représentatives des attentes des générations montantes. Dans la vie rêvée des jeunes, pour lesquels la frontière entre vie professionnelle et personnelle est par nature poreuse, l'accueil dans les locaux se fait « Lounge » ouvert sur la rue, invitant à entrer et à échanger ; l'« Agora »



Esprit « lounge » dans le hall d'entrée de l'immeuble #Cloud.Paris.

renouvelle les salons intellectuels du XIX^e siècle et s'étend même aux couloirs voire aux escaliers ; le « Pitch Theater » est là pour scénariser les débats d'idées ; le « Fablab » transmet la culture « maker »... Les lieux phares de l'entreprise de demain ce sont aussi des « Pop-up desks », espaces bureaux créés dans des lieux surprenants, destinés à casser la routine, à penser « out of the box » ; ou encore la « Presqu'île », zone isolée, dédiée aux phases de concentration intense ; le « Cocon », où le sensoriel déstresse et ressource, le « Disrupteur », la « Cour de récré »... Une vue de l'esprit dans un marché du travail tendu ? Pas totalement. Certains tentent déjà d'appliquer ces principes. Ainsi, en plein Paris, le spécialiste du covoiturage BlaBlaCar a imaginé, pour ses nouveaux locaux qui accueillent plus de 300 salariés une quarantaine d'espaces offrant une multitude d'ambiances différentes pour créer une atmosphère « comme à la maison » avec du mobilier de caractère chiné chez des brocanteurs, un espace Picnic

à la campagne avec un sol façon gazon... Tout cela fait partie du « package » d'attractivité. Dans l'immeuble de Pantin (anciens magasins généraux réhabilités) occupé par l'agence BETC, Nexity a particulièrement soigné les espaces partagés et l'articulation entre activité professionnelle et loisirs sur le lieu de travail (on peut y pratiquer la zumba !). « Soyons réalistes, demandons l'impossible », revendiquaient les soixante-huitards ! Un demi-siècle plus tard, une – petite – révolution gronde. « C'est un fait, les générations montantes veulent des environnements de travail de qualité, qui leur plaisent et leur ressemblent. Ils veulent un business club, une place de village, des lieux d'échange conviviaux, dégagant de l'énergie... Ils sont aussi friands de tous les services qui peuvent faciliter leur quotidien, en échange de leur engagement envers l'entreprise, a fortiori quand les vies professionnelle et privée se chevauchent », témoigne Christophe Burckart, directeur général de Regus France, spécialiste des espaces flexibles et de coworking.



Des « boîtes » zen au milieu de l'open space au nouveau siège de l'agence de publicité et communication BETC à Pantin.

Cette nouvelle façon d'envisager les espaces de travail (et le travail lui-même), est certes encore embryonnaire. Mais elle croise – ou devrait croiser – l'intérêt bien compris des trois parties : celle des salariés en quête de nouvelles façons de vivre leur quotidien professionnel dans l'excellence ; celles des entreprises soucieuses de plus d'efficacité ; et celle des spécialistes de l'immobilier tertiaire et de l'aménagement d'espaces à la recherche de marchés porteurs. « Un poste de travail n'est utilisé que la moitié du temps et on sait que les collaborateurs à qui on offre plus de flexibilité sur leur lieu de travail sont en retour plus loyaux, productifs et engagés », poursuit Christophe Burckart. De fait, dans le tertiaire « les changements sont assez profonds », assure Bruno Corinti, directeur général adjoint de Nexity. « Nous sommes dans une période charnière où il faut trouver un maximum de flexibilité sans se priver de rien, tout en se donnant les moyens de faire le plus possible d'aménagements », analyse-t-il. Une période

PARIS EN POINTE
Un peu plus de 2,4 millions de m² et environ 3300 transactions. C'est la « demande placée » – l'ensemble des locations ou ventes à l'occupant – de bureaux en Île-de-France pour l'année 2016 selon ImmoStat. Un marché en forte croissance l'an passé, avec +7%. « Par comparaison, avec ses 53 millions de m² de bureaux, l'Île-de-France est le premier marché en taille en Europe et le troisième au monde après Tokyo et New York. Et c'est de loin le plus important en France : Lyon, le second, ne pèse que le dixième seulement de Paris », commente Virginie Houzé, de JLL. Paris intra-muros est très dynamique. « La demande placée sur Paris est de 1,1 million de m², soit 45%, alors que le parc ne représente que 30% », constate Magali Marton, de Cushman & Wakefield. « Et en 2016, la capitale a eu plus de mètres carrés placés que l'ensemble de la première couronne », renchérit Virginie Houzé.

de transition que tous ne vivent pas de la même façon : « S'il est facile pour les jeunes générations, qui n'ont pas de référentiel, de s'adapter aux nouvelles façons d'envisager le travail et le bureau, certains quadras et quinquagénaires peuvent être désorientés par les open spaces, le coworking, le plug-in sur poste partagé avec casier personnel... », pointe Bruno Corinti. Une étude du groupe immobilier américain CBRE, menée avec Ipsos en 2016 auprès de 13 000 « Millennials » (nés après 1980) de 12 pays et de 7 000 salariés de cette entreprise, remet un peu les pendules à l'heure. « En France, 45% des répondants considèrent encore que l'idéal de l'espace de travail reste le bureau fermé et 40% assurent que, dans les services associés, l'espace restauration est le plus attractif ! » relativise Bérengère Oster, responsable développement France de CBRE. La transition prendra du temps. D'autant que toutes les entreprises ne peuvent être logées à la même enseigne. Pour nombre d'entre elles, le critère économique reste prioritaire, sinon incontournable.

CLEMENT GUILLAUME / PCA-STREAM

ET MOI... IMMOBILIER D'ENTREPRISE



Cocon tout en rondeur et douceur, pour casser la routine, chez BETC à Pantin.

et elles abordent avant tout leur arbitrage immobilier par le seul coût au mètre carré, au risque d'y perdre en productivité et en attractivité. «*Mais à côté de celles-ci, de plus en plus nombreuses sont celles qui raisonnent aussi en termes de création de valeur et qui mettent véritablement l'espace et les aménagements de travail au service du salarié, afin d'en espérer en retour une plus forte productivité, de les retenir, de casser les silos, etc.*», explique Virginie Houzé, directrice de l'équipe Recherche France de JLL. «*On sent que certains déterminants sont en train de changer, que la notion de capital humain revient en force dans l'équation immobilière des entreprises*», confirme Magali Marton, responsable des études de Cushman & Wakefield. À preuve, quand bien même le surloyer a beau dépasser facilement dans ce cas les 100 euros au mètre carré – et parfois beaucoup plus –, le marché existe bel et bien. L'évolution des chiffres, du moins en Île-de-France et plus particulièrement à Paris, reflète ce phénomène (voir encadré p. 57). «*La géographie du marché change sensiblement*», constate Magali Marton. Le Quartier central des affaires, QCA, (Étoile, Saint-Lazare, Madeleine, Opéra, Bourse), premier marché tertiaire de la capitale, offre une multiplicité de choix à des entreprises capables de payer un réel surcoût, comparé aux prix moyens du mètre carré. Ainsi, la totalité des emplois du site d'e-commerce Sarenza est réunie au centre de Paris, entre Bourse et Opéra. Un «*luxe*» synonyme d'un surcoût équivalent à 2000 euros par an et par employé, comparé

à une localisation hors de Paris, nous confiait son PDG Stéphane Treppoz il y a quelques mois.

«*Il y a une quête de la part de certaines entreprises, notamment celles de la high-tech et de la nouvelle économie, de trouver un immobilier de qualité, flexible et qui leur correspond, capable d'attirer les talents et offrant une meilleure intégration avec le cadre de vie alentour*», précise Magali Marton. Le nouvel ensemble #Cloud.Paris, entre les places de l'Opéra et de la Bourse a, entre autres, séduit BlaBlaCar, hier hébergé rue Blanche dans le IX^e arrondissement, Exane BNP Paribas (finance de marché), hier logée rue Matignon,

LOGEMENT ET BUREAU SANS FRONTIÈRE

Comment rester flexible, face à un marché immobilier, des usages et des comportements en mouvement permanent ? En misant sur la réversibilité. Ainsi, à Lyon, dans le cadre du projet Confluence, le promoteur OGIC déploie actuellement un programme d'immeuble en bois sur plusieurs étages conçu dès l'origine pour que l'affectation des espaces (commerce, bureaux, logements) puisse être modifiée en fonction de la demande. «*C'est un mouvement de fond, même s'il est encore peu ancré dans la pratique, qui ouvre un autre chemin que celui de la démolition-reconstruction traditionnelle et est raccord avec l'évolution actuelle en termes d'environnement, de transformation numérique...*», explique Mireille Vernerey, directrice générale province d'OGIC.

et Facebook lorsqu'il a débarqué en France. «*Le quartier, très bien desservi par les transports, correspond à la demande d'accessibilité que les salariés et les jeunes considèrent comme une priorité. Et il est également attirant en journée et vivant le soir après les horaires traditionnels...*», détaille Virginie Houzé. À preuve, les «*afters*» entre collègues s'y poursuivent souvent tard dans la soirée. Malgré leur coût, ils tirent leur épingle du jeu face à ceux, plus excentrés, de La Défense ou de la petite couronne.

LE NOUVEAU MODÈLE DU COWORKING

De fait, le parc parisien a connu ces dernières années nombre de restructurations de qualité, plus favorables à l'expression des nouvelles formes de travail et aux problématiques des entreprises de croissance et de la transformation numérique. «*Il y a de très beaux immeubles permettant l'originalité, adaptés aux nouvelles formes d'organisation du travail, avec zéro bureau attirés, des open spaces entièrement revisités, du coworking, des services qui se calent sur les codes de l'hôtellerie*», renchérit Magali Marton.

Le coworking se répand, même s'il doit encore faire la preuve de son efficacité dans le temps et affiner son modèle économique. Mais ces nouvelles approches sont en phase avec l'évolution de la clientèle. «*Dans le modèle classique, les entreprises doivent s'engager sur des baux 6/9 ans. Or aujourd'hui, plus personne n'est capable de se projeter à un tel horizon. Et les entreprises veulent pouvoir payer vraiment pour ce qu'elles utilisent, tout en restant flexibles pour maîtriser leur croissance. Dans les espaces de coworking, nombre de services (informatique, accueil, secrétariat...) sont proposés et peuvent être mutualisés. Elles peuvent alors se concentrer sur leur cœur de métier. C'est l'équivalent du «*cloud*» dans l'informatique. Quand ils sont arrivés à Paris, Twitter, Amazon ou Google ont commencé avec nous*», se félicite Christophe Burckart. Regus, WeWork, Nextdoor (Bouygues Immobilier) ou Blue Office (Nexity) prospèrent sur ce marché, en particulier dans les quartiers d'affaires. «*C'est là qu'est la demande, de la part des indépendants, des petites entreprises, des grands groupes...*», confiait récemment aux Échos le président de Nextdoor, Philippe Morel. Du moins, ceux qui veulent y mettre les moyens. «*Les grands mouvements, ces deux dernières années, concernent surtout Paris, La Défense et un peu la partie ouest. Il ne se passe plus grand-chose dans la petite couronne*», note Magali Marton. Au fond, c'est peut-être cette approche «*lifestyle*» que réclament les jeunes générations qui pourrait bien réconcilier Paris ville monde avec Paris ville musée. ●