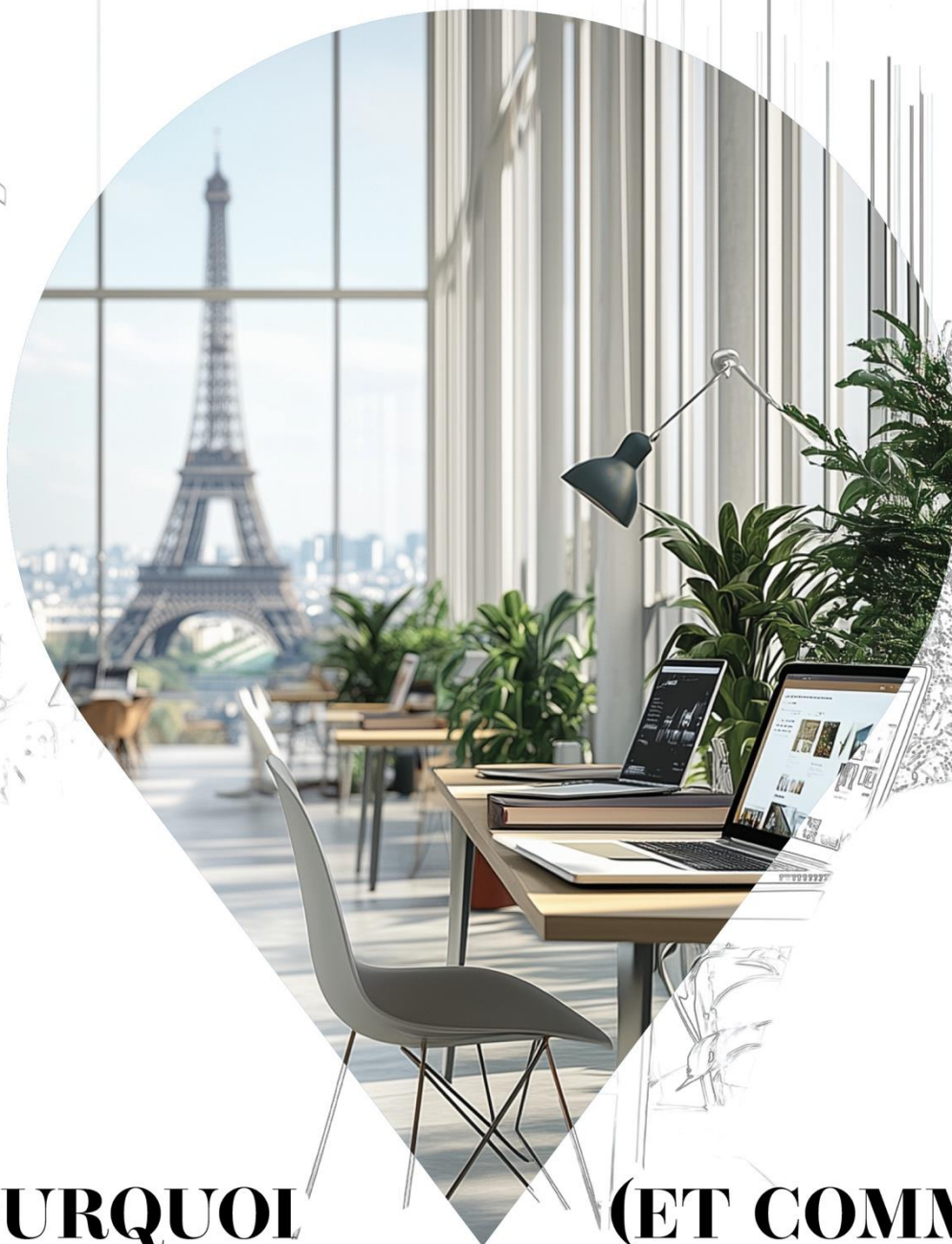




BAROMÈTRE

PARISWORKPLACE

Les salariés jugent leurs bureaux



POURQUOI (ET COMMENT) LES BUREAUX ONT INTÉRÊT À SE FAIRE BEAUX

EMBARGO STRICT TOUS MÉDIAS
Embargo print : édition du 14 novembre
Embargo web : 14 novembre 6h00

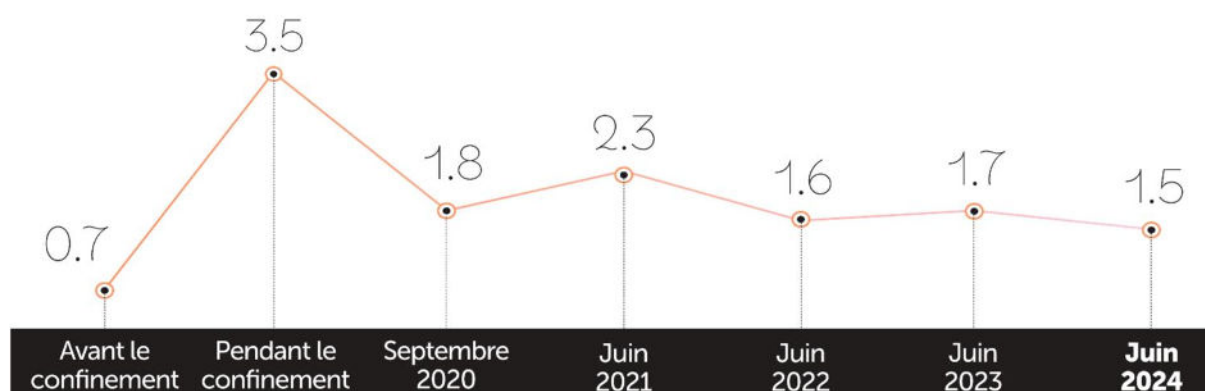
COMMUNIQUÉ DE PRESSE

POURQUOI (ET COMMENT) LES BUREAUX ONT INTÉRÊT À SE FAIRE BEAUX

Alors que beaucoup d'entreprises opèrent un rééquilibrage entre temps de présence au bureau et télétravail, le 11^e baromètre SFL-IFOP Paris Workplace 2024 aborde la question sous un angle inédit – **la qualité esthétique des espaces de travail comme facteur d'attractivité** – et avec une méthode nouvelle : pour la première fois depuis 2014, l'Ifop a administré un questionnaire visuel complémentaire, permettant aux 1 300 salariés franciliens interrogés de se positionner sur des éléments esthétiques concrets.

Si l'appréciation esthétique d'un lieu de travail est éminemment subjective, ce procédé permet d'objectiver un certain nombre d'invariants qu'on retrouve quels que soient l'âge, le sexe, le lieu de travail ou le niveau de rémunération. L'étude SFL-IFOP Paris Workplace 2024 révèle ainsi les ingrédients d'une possible recette universelle pour attirer les salariés, à un moment où la question est plus que jamais d'actualité : 38 % des salariés indiquent que leur entreprise a réaménagé leurs bureaux depuis la fin de la crise sanitaire, et la fréquence moyenne hebdomadaire de télétravail poursuit de se tasser: 1,8 jours par semaine en septembre 2020, 1,7 en juin 2023 et 1,5 en juin 2024.

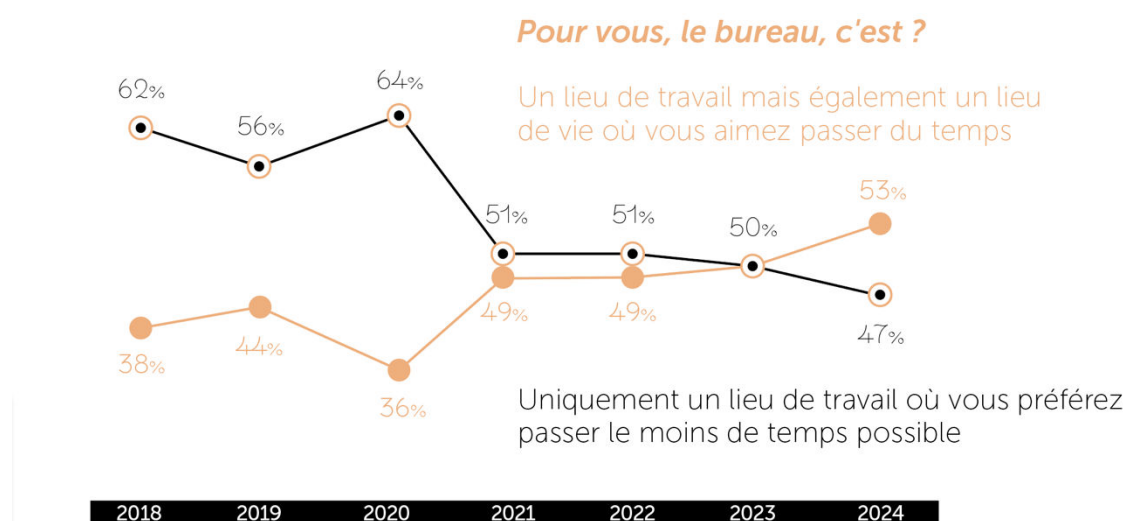
Fréquence de télétravail en jours par semaine



ENSEIGNEMENT 1 – LA BEAUTÉ, CE LUXE ESSENTIEL

La majorité des entreprises se posent concrètement la question de l'attractivité de leurs locaux à l'ère du télétravail... et elles ont raison.

On assiste à un véritable basculement depuis la crise sanitaire : le bureau, pour la première fois de l'histoire, est considéré majoritairement par les salariés comme « *un lieu de vie où ils aiment passer du temps* » plutôt qu'« *uniquement un lieu de travail où ils préfèrent passer le moins de temps possible* ».



Dans cette nouvelle donne, le critère esthétique devient un facteur prépondérant. Les salariés souhaitent passer du temps dans un cadre agréable, et d'ailleurs la corrélation statistique est parfaite : plus un salarié trouve ses bureaux beaux, et plus sa note de bien-être est élevée.

Ainsi, les salariés qui accordent une note esthétique très élevée à leurs bureaux (supérieure ou égale à 9 sur 10) ont une note de bien-être largement supérieure (8,9 contre 7,1 en moyenne pour l'ensemble des salariés). A l'autre bout du spectre, ceux qui accordent une note esthétique égale ou inférieure à 5 /10 à leur lieu de travail, affichent une note de bien-être moyenne de 5,9, soit 1,2 points de moins que la moyenne générale.

En conséquence, les salariés jugent quasi-unaniment que « c'est important qu'une entreprise dépense de l'argent pour la décoration de ses bureaux » (87 %).

Cette corrélation se vérifie lorsque l'on pose une question volontairement négative. Lorsque des salariés jugent que « *les locaux de leur entreprise sont sales* » (23 % des répondants tout de même) ils ont une note de bien-être nettement inférieure à la moyenne (6,6 vs 7,1) et sont deux fois plus nombreux à avoir une mauvaise image de la performance de leur entreprise.

Car les salariés ne manquent pas de faire la comparaison avec leur domicile, et cela oriente concrètement leur comportement. 43% des salariés jugent que leur espace de travail est plus beau « *chez eux lorsqu'ils télétravaillent* » que dans les locaux de leur entreprise. Et que se passe-t-il pour ces salariés ? Ils pratiquent plus de travail à distance : 2,1 jours par semaine, contre 1,5 jours en moyenne. Ces salariés sont aussi moins attachés à leur entreprise (66%) que la moyenne (75%).

ENSEIGNEMENT 2 – DESIGN, OUVERTURE, SERVICES, CONFORT : LE BUREAU COMME À L'HÔTEL

Le questionnaire a recueilli les préférences des salariés en comparant un bureau fonctionnel classique à quatre formes archétypales d'un « bureau idéal » - bureau haussmannien, bureau start-up, bureau scandinave, bureau lounge d'hôtel - selon cinq critères : esthétique, désirabilité, créativité, bien-être et travail en équipe.

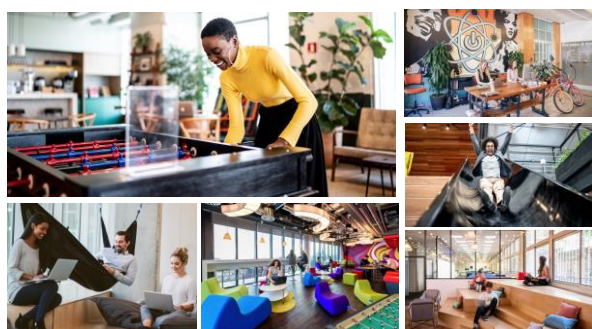
Quel est selon vous le plus bel environnement de travail d'un point de vue esthétique ?

Bureau « haussmannien »



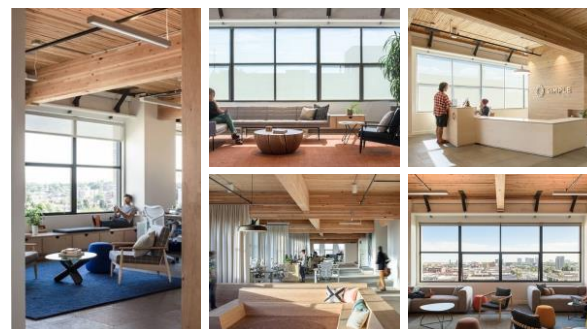
27%

Bureau « start-up »



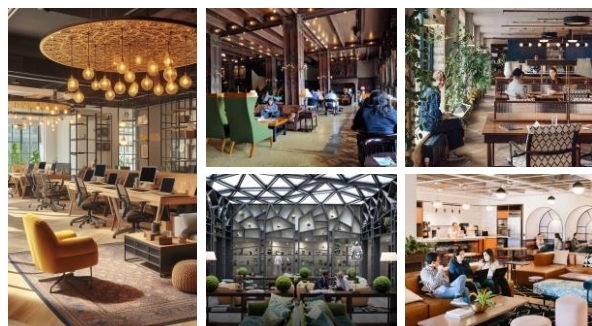
8%

Bureau « scandinave »



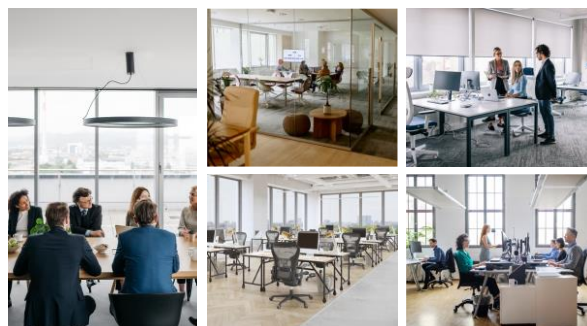
17%

Bureau « lounge d'hôtel »



43%

Bureau « neutre »



5%

Au jeu des comparaisons, c'est le bureau-hôtel (avec les codes de l'hôtellerie) qui triomphe sur le critère esthétique (43%) devant le bureau haussmannien, et ce dans toutes les catégories de population (47 % chez les – 35 ans, 38 % chez les plus de 50 ans, 42 % pour les hommes, 44 % pour les femmes). Plusieurs facteurs explicatifs permettent d'analyser ce résultat. D'abord, le fait que ces espaces

présentent des atouts différenciants : des volumes hors norme synonymes d'espace, de services intégrés (restauration, conciergerie, accueil), un soin apporté au design avec la recherche d'une signature identitaire, un mobilier qui casse les codes du bureau classique tout en offrant un bon niveau de confort, des espaces ouverts facilitant les rencontres et les interactions tout en préservant l'intimité.

Ensuite, le fait que cette nouvelle esthétique a été largement adoptée et popularisée par les tiers-lieux et les espaces de coworking, eux-mêmes étant associés aux notions de souplesse, de liberté, de métiers à haute valeur ajoutée. Enfin, le fait que les hôtels ont aussi changé leurs codes, aménageant de plus en plus les halls d'accueil vers des lounges et bars facilitant les rencontres professionnelles et le travail à distance en intégrant les besoins des travailleurs ; la frontière s'est donc estompée dans l'esprit des salariés.

Le bureau-hôtel se positionne également bien sur d'autres items : lorsqu'on demande aux salariés quel bureau est le plus synonyme de performance, de créativité ou de bien-être, il arrive systématiquement entre la 1ère et la 3ème place.

A contrario, le bureau start-up, qui était au top de la « hype » dans les années 2000, ne fait pas vraiment consensus avec ses baby-foot, ses hamacs, ses couleurs vives ou son identité visuelle marquée. Il n'arrive qu'en 4ème position sur le critère esthétique et 3ème position pour la désirabilité, même s'il reste synonyme de créativité pour de nombreux salariés, au coude à coude avec le bureau scandinave – 27% (1ère position).

Le bureau haussmannien, avec ses grands volumes, ses ornements, la noblesse de ses matériaux et son caractère statutaire, reste pour sa part un classique parisien qui se positionne en deuxième position pour le critère de l'esthétique (28%). Il a néanmoins ses limites sur le critère du collectif, les salariés marquant globalement une préférence pour les espaces ouverts plutôt que les bureaux fermés.

Le bureau scandinave, avec son mobilier en bois, sa lumière douce et son design épuré, est sans surprise associé à la notion de quiétude ; c'est le bureau le plus synonyme de bien-être pour 35 % des femmes (1ère position) et 21% des hommes (2ème position) et de créativité, pour 26 % des salariés (2ème position).

A noter que l'esthétique passe, pour les salariés, par l'adoption d'un parti-pris en termes d'architecture et de décoration, à rebours de la théorie de la neutralité qui parlerait à tout le monde. Le bureau « neutre » qui se présente comme un espace purement fonctionnel, est considéré avant tout comme un environnement de travail pour le travail en équipe (43%). Seuls 5% des salariés le jugent beau, 5% propice au bien-être, 9% à la créativité. Un chiffre à rapprocher des 70% de salariés qui souhaitent que les bureaux d'une entreprise soient décorés aux couleurs de sa marque.

	Bureau « haussmanien »	Bureau « start- up »	Bureau « scandinave »	Bureau « lounge d'hôtel »	Bureau « neutre »
<i>Quel est selon vous le plus bel environnement de travail d'un point de vue esthétique ?</i>	27%	8%	17%	43%	5%
<i>Quel est selon vous l'environnement dans lequel vous auriez le plus envie de venir travailler ?</i>	16%	22%	25%	31%	6%
<i>Quel est selon vous l'environnement le plus propice à la créativité ?</i>	13%	27%	26%	25%	9%
<i>Quel est selon vous l'environnement le plus propice au bien-être ?</i>	8%	35%	28%	24%	5%
<i>Quel est selon vous l'environnement le plus propice au travail en équipe ?</i>	7%	16%	13%	17%	47%

ENSEIGNEMENT 3 – L’HAUSSMANNIEN, CE TUBE INDÉPASSABLE

Quels immeubles de bureaux incarnent le mieux l’esthétique recherchée par les salariés pour leurs bureaux ? Pour répondre à cette question, l’Ifop a proposé aux salariés de se positionner sur 9 photos de façades en leur attribuant une note esthétique sur 10.

Sur une échelle de 1 à 10, comment trouvez-vous les immeubles de bureau suivants ?

Hausmanien



Moyenne des immeubles de style Hausmanien – ou inspiré du XIXe siècle

Le résultat est sans appel, les trois immeubles recueillant la meilleure note sont des bâtiments haussmanniens, ou des façades plus modernes inspirées du XIXe siècle, comme si l’esthétique parisienne était indéfectiblement liée à la période empire Belle Époque, à la fin du XIXe siècle. Par comparaison, les immeubles contemporains, y compris des bâtiments primés et spectaculaires sur le plan formel, recueillent des notes moyennes inférieures (6/10 pour les tours, 6,2/10 pour les bâtiments contemporains).

Exposés à un même espace de travail décoré par 6 œuvres d’art différentes (Van Gogh, Monet, Kandinsky, Miró, Basquiat, Keith Haring), les employés ont plébiscité les œuvres de Monet et Van Gogh qui ont recueilli près de la moitié des suffrages (46%). A noter que l’absence de tableau n’est pas pour autant souhaitée puisque seulement 6% des salariés ont placé l’espace non décoré en tête de leur classement.

Sur une échelle de 1 à 10, comment trouvez-vous les immeubles de bureau suivants ?

Contemporain

6,2 /10



Moyenne des immeubles de style contemporain

On observe néanmoins des différences substantielles, selon le lieu de travail des répondants. Les salariés travaillant à La Défense donnent ainsi une note moyenne aux tours de 6,6/10, soit 0,6 points de plus que la moyenne des salariés.

Sur une échelle de 1 à 10, comment trouvez-vous les immeubles de bureau suivants ?

Les tours

6 /10



Moyenne des immeubles de grande hauteur

ENSEIGNEMENT 4 - LES PLUS BEAUX QUARTIERS DE BUREAUX... NE SONT PAS DES QUARTIERS DE BUREAUX

Qu'est-ce qui définit l'esthétique d'un quartier de bureau ? C'est son caractère historique, mixte et urbain, répondent les salariés interrogés. Ainsi, lorsqu'on leur demande leur préférence entre quatre images de quartiers, ce sont les quartiers vivants avec des bâtiments bas, une ambiance urbaine animée, des terrasses, des immeubles d'habitations, des rues étroites qui l'emportent. Les quartiers haussmanniens, quoique recueillant des scores élevés, arrivent en deuxième position (27%), devançant les quartiers d'affaires de grande hauteur, ainsi que les campus de bureaux qui ne recueillent que 16 % des préférences.

Selon vous, quel est le plus beau quartier de travail sur le plan esthétique ?

Quartier « campus de bureau »



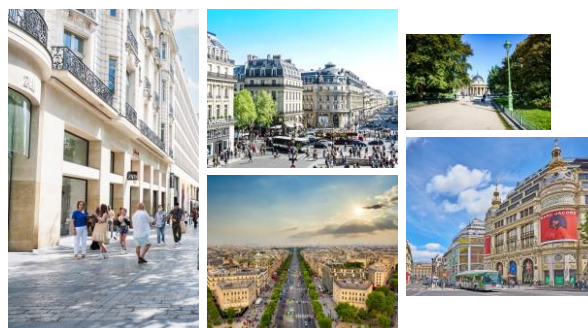
16%

Quartier « grande hauteur »



15%

Quartier « haussmanien »



27%

Quartiers «mixtes »



42%

Ces résultats visuels se vérifient dans le questionnaire écrit. Ainsi, une large majorité des sondés (79%) indique préférer travailler dans « un quartier mixte, comprenant bureaux, commerces et logements » plutôt que dans « un quartier d'affaires comprenant principalement des bureaux » - ces résultats sont stables depuis plus de 7 ans.

Les salariés ont été invités à évaluer – note de 1 à 10 – la beauté du quartier dans lequel se trouve leurs bureaux. **Les notes données par ceux travaillant à Paris Centre Ouest (7,4) sont nettement plus élevées que la moyenne (6,4).** Les « beaux quartiers » portent bien leur nom.

Cette hiérarchie esthétique des quartiers se vérifie par ailleurs lorsque la question porte sur le plus beau quartier pour travailler en île de France. Les Franciliens votent d'abord pour Paris Centre Ouest (39%), devant Paris Rive Gauche (21%) et La Défense (13%). La réputation du quartier d'affaires ne touche cependant pas ceux qui y travaillent : les salariés basés à La Défense le place en tête de leur classement.

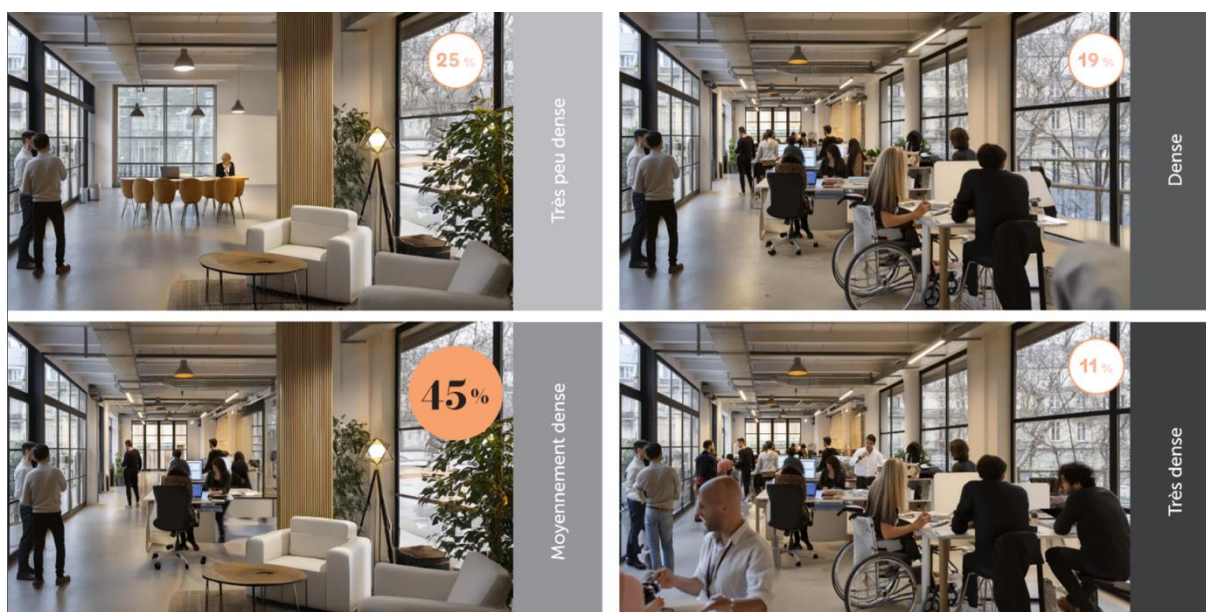
Ces résultats confortent l'enseignement précédent sur l'esthétique haussmannienne : les salariés accordent plus de valeur, du moins sur le plan de la beauté, à des quartiers ou des immeubles qui n'ont pas été pensés originellement pour cela. Ce constat résonne comme un rejet du fonctionnalisme hérité du XXe siècle.

ENSEIGNEMENT 5 – LA RECETTE DU BEAU BUREAU

Alors concrètement, sur quels espaces doivent prioritairement porter les efforts des entreprises pour améliorer la qualité esthétique de leurs locaux ? Le premier espace à soigner est, logiquement, celui où l'on entre en premier : le hall d'accueil, cité par 44% des répondants, devant les espaces de services (41%) les parties communes (escaliers, couloirs, sanitaires) (39%), les salles de réunion (37%) ou l'espace de restauration (30%).

Et pour l'espace de travail individuel, les items les plus importants aux yeux des salariés sont dans l'ordre la lumière (65%, dont 71% chez les femmes), avant les équipements techniques (écrans, ordinateurs - 41%) et le mobilier (40%).

Un bureau agréable, c'est un bureau vivant... mais pas trop. En 2019, l'étude Paris Workplace identifiait un niveau optimal d'interactions humaines au travail de 3 à 10 personnes. Moins de 3 interactions par jour génèrait de l'isolement ; plus de 10, du stress. Le sondage visuel du Paris Workplace 2024 nous confirme ce choix d'une densité mesurée : en ayant le choix entre des images avec 3, 8, 15 et 20 personnes, les salariés donnent une préférence nette (45%) à la deuxième option.



ET SI AVOIR DES BEAUX BUREAUX, C'ÉTAIT (AUSSI) AVOIR DE BEAUX COLLEGUES ?

Interrogés sur l'apparence physique de leurs collègues, les salariés leur accordent une note de 7,2 sur 10. Les femmes sont légèrement plus indulgentes que les hommes, puisqu'elles accordent une note de 7,4 sur 10.

Ceux qui accordent une note très élevée à la beauté de leurs collègues, (supérieure ou égale à 9 sur 10) ont une note de bien-être plus élevée (7,9) et même un attachement à l'entreprise (83%) supérieur à la moyenne (75%)

Et quelle est la tenue à privilégier dans le cadre professionnel ? Appelés à se prononcer sur 3 visuels incarnant trois types de tenues, les salariés privilégient à 59% les tenues « casual chic ». Seuls 14% préfèrent le costume (31% pour ceux exerçant dans une direction générale).

Dimitri Boulte, Directeur général, SFL

« Chaque jour, le télétravail nous met face à un choix cornélien : soit je reste à la maison, soit je vais au bureau. Le salarié est confronté à deux options très différentes d'environnements de travail. C'est bien en se distinguant sur un plan fonctionnel, en encourageant le collectif plutôt que l'individuel, mais également par son esthétique singulière que le bureau va se démarquer du domicile. Plus les collaborateurs ont ce choix, plus ils sont sensibles à la désirabilité de leur bureau et donc à l'esthétisme. C'est sans doute l'une des raisons pour lesquelles nous assistons depuis quelques années à une entrée fracassante des codes de l'hôtellerie dans l'univers du bureau. »

Alexia Abtan, Directrice des Investissements et de la Communication Institutionnelle, SFL

« Un beau bureau est un espace qui reflète l'identité de l'entreprise. L'objectif n'est pas de plaire à tout le monde, mais de faire des choix affirmés. En tant que foncière, l'accent doit être mis sur l'investissement dans les espaces communs et la création d'espaces privatifs modulables. Lorsque les bureaux sont bien conçus, les salariés doivent pouvoir s'y identifier et en être fiers. Certains vont même jusqu'à les faire visiter à leur famille. »

Julie Narbey, Directrice générale, Centre Pompidou

« Contrairement à la vision élitiste de certains qui pensent que l'art devrait rester réservé à un cercle restreint, je suis personnellement convaincue que l'art est indispensable à la vie en société. À l'inverse du principe des algorithmes qui enferment les individus dans des cercles de pensée de plus en plus restreints, l'art nous confronte à des visions du monde qui élargissent notre champ de réflexion et d'interactions sociales. Cela participe à développer son esprit critique et à s'ouvrir à d'autres univers. Il ne s'agit donc pas de simplement montrer ce que les gens veulent voir, mais de stimuler leur curiosité et leur ouverture d'esprit. En intégrant l'art dans les bureaux, on offre aux salariés la possibilité de découvrir et d'interagir avec des œuvres d'art dans un cadre accessible et moins intimidant qu'une galerie d'art. Installer une œuvre dans l'entrée, même si elle ne fait pas consensus, cela peut créer des discussions et des rencontres ! »

François de Mazières, Maire, Versailles

« La notion de beauté est très subjective et évolue. Aujourd'hui, ce qui rassemble le plus grand nombre, c'est la nature. Les espaces verts sont désormais perçus comme le premier critère de beauté, suivis par l'architecture. À Versailles, la valorisation des jardins familiaux dans les quartiers Jussieu et Moser a eu un impact significatif. Ces espaces verts favorisent les échanges entre les habitants tout en embellissant la ville. Cette transition nous pousse à repenser les constructions, valorisant les matériaux naturels et intégrant la nature dans l'urbanisme. C'est un moment charnière qui peut conduire à une ville plus créative et esthétiquement plaisante, malgré les pressions budgétaires. Les écoles d'architecture commencent d'ailleurs à intégrer ces nouvelles perspectives, marquant ainsi un changement profond et prometteur. »

Frédéric Jousset, Fondateur, Art Explora

« La recherche esthétique se manifeste dans de nombreux aspects, que ce soit dans les outils que l'on utilise, les vêtements que l'on porte ou l'esthétisation du lieu de travail. Cependant, l'art et l'esthétique sont deux processus distincts et parallèles. L'art peut parfois être violent, brutal, provocateur, et même ne pas être beau. Ainsi, investir dans une œuvre d'art coûteuse n'aura pas d'impact si le reste de l'environnement de travail est désagréable. La beauté au travail commence par de belles relations humaines. Dépenser de l'argent ne garantit pas automatiquement un lieu de travail esthétiquement plaisant. La beauté est un tout ! »

MÉTHODOLOGIE

- Le premier sondage visuel sur le bureau. Cette année, en complément des questions écrites, les sondés ont été invités à réagir à des visuels : 45 photos d’espaces de travail, d’immeubles et de quartiers, choisis pour être également attractifs et représentatifs de l’offre de bureaux dans la région capitale. Certaines des images ont été générées par l’intelligence artificielle.
- Une étude qualitative inédite. Pour approfondir son étude, SFL a réuni à Paris, en partenariat avec le spécialiste *allfactory*, deux panels d’employés franciliens, sélectionnés selon des critères de représentativité, pour écouter et analyser leurs perceptions et attentes en termes de « beau ».

CONTACT PRESSE

ÉVIDENCE : Philippine Bacquart – Tél. 06 62 68 89 90 – philippine.bacquart@evidenceparis.fr

SFL : Thomas Fareng – Tél. 01 42 97 01 51 – t.fareng@fonciere-lyonnaise.com