



LE COWORKING DANS TOUS SES ÉTATS

**Retours d'expérience et regards croisés
entre opérateurs, entreprises et
coworkers.**

Étude thématique | Février 2020



ÉDITO

Paris fait partie des villes où la croissance du coworking est la plus forte en Europe. Si la part des surfaces de coworking, estimée à 3,5 %, reste encore marginale dans le parc tertiaire de la capitale française, les prises à bail d'opérateurs se sont multipliées en trois ans, accélérant le développement de ces espaces dans Paris et sur quelques localisations limitrophes de la capitale. Les espaces de coworking font désormais partie des solutions d'implantation proposées aux entreprises et s'ancrent dans le paysage immobilier.

Longtemps dédié aux indépendants et TPE, le coworking a pris son essor en se diffusant plus largement dans la sphère économique. Il s'accompagne d'un foisonnement d'opérateurs, dont les modèles et stratégies se construisent et évoluent, certains aspirant à côtoyer les leaders du secteur, d'autres optant pour un

positionnement de niche. Le coworking est aujourd'hui protéiforme dans ses déclinaisons et sa géographie, dans les motivations des utilisateurs et dans son utilisation par les coworkers, qu'ils soient salariés ou indépendants.

Notre ambition est d'apporter un regard croisé entre la promesse des opérateurs et le retour d'expérience des utilisateurs de coworking. Pour ce faire, nous avons interrogé des opérateurs et décideurs d'entreprises et nous sommes associés à l'IFOP pour mener une enquête auprès des coworkers, afin de recueillir l'avis de ceux qui vivent le coworking.

AUDREY ABITAN

Responsable R&D

LAURENCE BOVARD

Directrice Études & Recherche

SOMMAIRE

Introduction

- Méthodologie 04
- Motivation & usages des répondants 06
- Brève histoire du coworking 08

Une réponse aux défis des organisations

- Quand les petites structures inspirent les grandes 10
- Interview : Frédérique Miriel 13
- Au cœur de la stratégie des entreprises 14
- Passons la porte d'un espace de coworking 18
- Ce qu'il faut retenir 24

Lieu de travail ou de communauté ?

- Deux notions forcément très liées 25
- La communauté pour se démarquer 27
- Des expériences utilisateurs contrastées 30
- Ce qu'il faut retenir 35

Quelles évolutions pour demain ?

- Diversification des offres 36
- Interview : Cyrille Berthet 37
- Attait des grands groupes 40
- Un immobilier de services 44
- Ce qu'il faut retenir 45

Conclusion 46

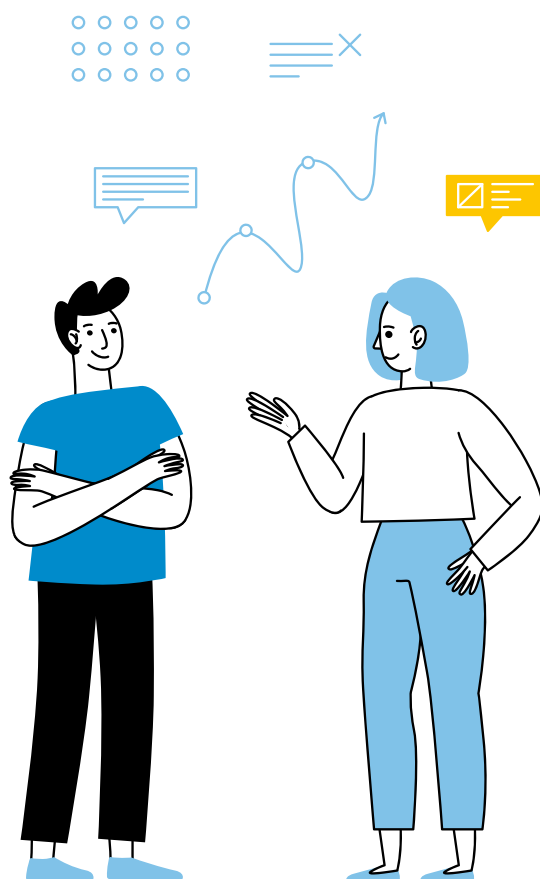
Remerciements 49

À propos 50

Vos contacts 51

MÉTHODOLOGIE

Colliers International France, en partenariat avec l'institut IFOP, a mené une étude qui vise à apporter un regard sur le marché du coworking en croisant les approches développées par les opérateurs et le retour d'expérience des utilisateurs d'espaces de coworking, qu'ils soient décideurs, salariés d'entreprises ou travailleurs indépendants. Cette étude a été réalisée sur la base d'une série d'entretiens et d'une enquête quantitative.



Méthodologie qualitative

Les équipes R&D et Études & Recherche de Colliers International France ont réalisé des entretiens auprès d'une vingtaine de décideurs d'entreprises utilisant des espaces de coworking (GE, ETI, PME, TPE) et d'une dizaine d'opérateurs d'espaces de coworking.

Ces entretiens ont été administrés en face-à-face entre janvier 2019 et mai 2019. Les entreprises interviewées sont les suivantes : Thalès, Atos, Société Générale, Orange, EY, Nokia, Groupe IMA, Conseil Régional d'Ile-de-France, Le Bon Coin, Sogaris, Saentys, Censhare, CSM, Alteryx, DreamQuark, Atelier Phare, Ring Capital, Studio Margery, Teamleader, Agence Morse, J. Calderoni Notaire. Et les opérateurs de coworking : Deskopolitan, Groupe IWG, Kwerk, Morning Coworking, Second Desk, Startway, The Bureau, Welkin & Meraki, Wellio, Weréso, WeWork, Wojo.

Méthodologie quantitative

Dans le cadre de cette étude, Colliers International et l'IFOP ont recueilli les retours d'expérience de "coworkers"*.

Le questionnaire a été auto-administré On-line sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview) auprès de 435 utilisateurs d'espaces de coworking entre le 6 juin et le 16 septembre 2019.

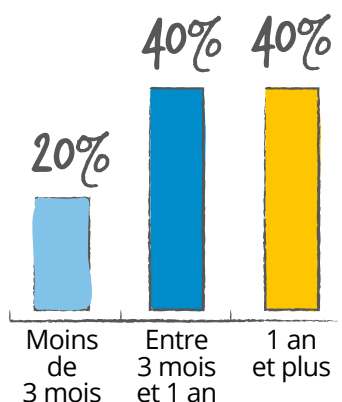


**coworkers : ce terme désigne les salariés ou indépendants qui travaillent occasionnellement ou régulièrement dans des espaces de coworking.*

MOTIVATION & USAGES DES RÉPONDANTS

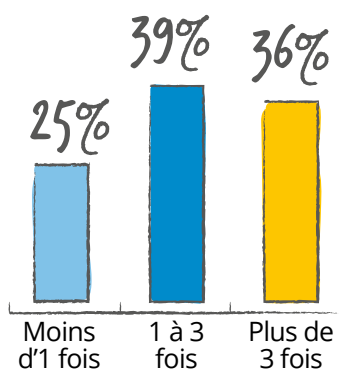
ANCIENNETÉ DE FRÉQUENTATION

Depuis combien de temps
fréquentez-vous un/des
espace(s) de coworking ?



FRÉQUENTATION HEBDOMADAIRE

À quelle fréquence travaillez-vous
en espace de coworking
par semaine ?

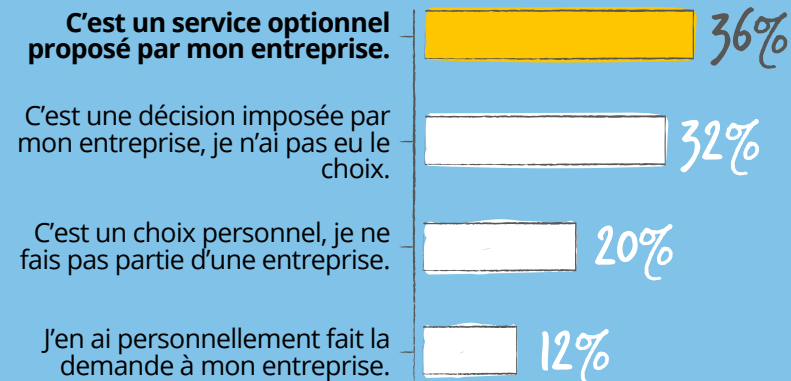


Source : Enquête IFOP 2019 pour Colliers International



IMPOSÉ OU CHOISI ?

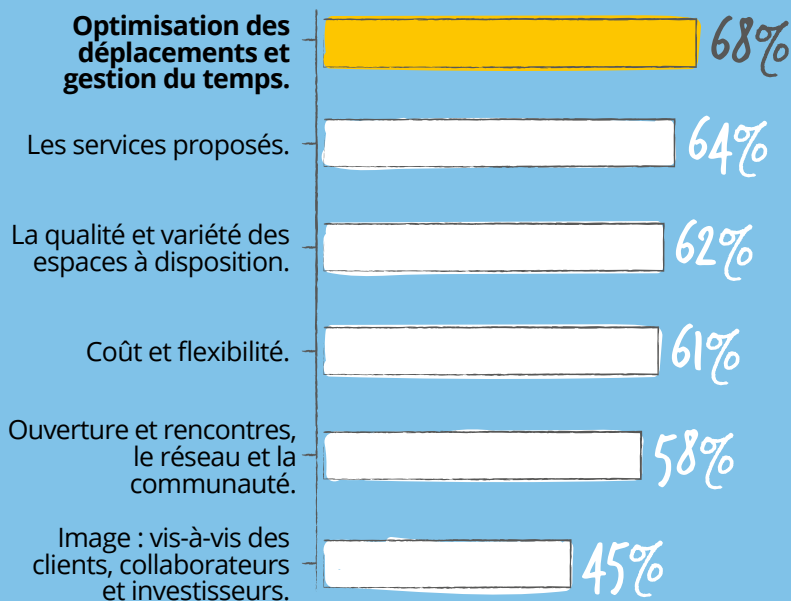
Qu'est-ce qui vous a amené à travailler en espace de coworking ?



Source : Enquête IFOP 2019 pour Colliers International

LES MOTIVATIONS PRINCIPALES

Quelles sont les motivations principales de votre recours aux espaces de coworking ?



Source : Enquête IFOP 2019 pour Colliers International

BRÈVE HISTOIRE DU COWORKING

Le coworking est né d'un besoin d'espaces et d'outils de travail pour une communauté de personnes et d'organisations. Mais pas seulement, historiquement le coworking est aussi et surtout un outil pour partager, échanger, créer des liens et des projets.



19^{ÈME} SIÈCLE

L'origine du "travail collaboratif" remonte au 19^{ème} siècle dans le cadre d'ateliers d'artistes qui se réunissaient pour développer et stimuler leur créativité.

1995

Avec le développement des NTIC*, c'est à Berlin que naît en 1995 ce qu'on peut considérer comme un prototype du coworking, le **Hackerspace C-Base**.

2005

L'an 2000 ouvre une nouvelle ère avec l'informatisation grandissante des professions, après l'industrialisation qu'avaient pu connaître de nombreux métiers. Le premier espace de coworking voit le jour en 2005 à San Francisco dans les locaux de Spiral Muse. Inventé par le programmeur Brad Neuberg, il souhaitait proposer un espace de travail plus convivial que le bureau traditionnel et plus productif que le travail à domicile.



*NTIC : Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication

La Fondation Travailler Autrement recense les différentes typologies de tiers-lieux suivantes : les tiers-lieux de service et d'innovation publique, les tiers-lieux sociaux, les tiers-lieux culturels, les tiers-lieux d'innovation et les tiers-lieux d'activités.

Dans cette dernière catégorie, "l'espace de coworking trouve sa place, une communauté de personnes et d'organisations qui partagent plus qu'un espace et des outils de travail mais propose des échanges,

des liens et des projets".

Mais au-delà de la notion d'activité professionnelle et de partage(s), le site de coworking est avant tout un lieu d'hybridation entre activité professionnelle et développement personnel, en résonance avec les attentes pressantes des travailleurs sur leur qualité de vie au travail. La "communauté" proposée dans ces nouveaux espaces de travail devient un élément structurant des sites de "coworking".

2008

En France, il faut attendre 2008 pour voir le premier espace de coworking apparaître avec l'ouverture de **"La Cantine"** (actuellement NUMA), dans le Sentier à Paris. Une dizaine d'autres sites ouvrent en France la même année.

2010

Au début de la décennie 2010, les ouvertures de coworking se sont accrues et ce mouvement s'est nettement accéléré au cours des 5 dernières années, en lien avec les besoins de transformation des entreprises.

L'accélération du développement des espaces de coworking trouve en partie son explication dans la concomitance de deux éléments déclencheurs : la crise de 2009 qui a remis en cause un système salarial dont la confiance absolue a été ébranlée et la naissance d'une activité économique fortement liée à la numérisation du travail.



UNE RÉPONSE AUX DÉFIS DES ORGANISATIONS

QUAND LES PETITES STRUCTURES INSPIRENT LES GRANDES

Très vite, start-ups, travailleurs indépendants et TPE prennent possession de ces nouveaux lieux de travail. Ces jeunes entreprises sont en effet confrontées à une réalité économique lorsqu'elles cherchent à installer leurs locaux professionnels. A l'inverse du bail commercial classique 3/6/9, le coworking permet de disposer d'une offre plus en adéquation avec leurs besoins, en maintenant une flexibilité importante dans l'espace (surfaces louées) et dans le temps (durée du bail). A mesure que les bailleurs demandent plus de garanties et de durée de bail, le coworking, en permettant de disposer de locaux à l'heure, à la journée ou au mois, apparaît plus adapté à leur stade d'évolution et à leurs perspectives de

croissance parfois floues. Le choix du coworking joue indéniablement de sa simplicité de gestion au quotidien pour se concentrer sur son cœur de métier et sa croissance. L'ensemble des services proposés, la qualité et la variété des espaces mis à disposition des utilisateurs sont des arguments majeurs en faveur du coworking, qui leur permet de gérer tous les aspects techniques ou administratifs grâce à une offre globale – tout intégré. Ces espaces hybrides offrent un environnement de travail alliant innovation, flexibilité et faible coût, fortement sollicités par les jeunes entreprises et les indépendants (travailleurs non-salariés). Ces *early adopter* du concept d'espaces communautaires partagés ont adopté ces lieux de rencontres

et de convergences pour leur permettre de rompre l'isolement, mais aussi de créer des synergies et faciliter les collaborations professionnelles.

En parallèle, la montée de nouvelles méthodes de travail plus collaboratives, les enjeux d'attractivité des talents et de qualité de vie au travail pour les salariés – notamment

des nouvelles générations – poussent les dirigeants et décideurs à repenser leur organisation et les lieux de travail de leurs salariés.

C'est ainsi que l'appétit pour les espaces atypiques de coworking – hors des murs de l'entreprise – s'est diffusé plus largement au sein des entreprises et tend à se propager jusque dans les grandes entreprises.

*Grand Open space | Morning Coworking
Marcadet ©HERO_morningcoworking*



VERS PLUS DE COLLABORATION ET DE FLEXIBILITÉ

Aujourd'hui, les environnements de travail doivent répondre à divers enjeux majeurs dont :

- **L'attention au "CO"** soit au soutien de nouveaux modes de travail plus collaboratifs et à la cohésion des équipes. Les espaces de travail doivent de plus en plus s'adapter à une organisation en "mode projet", et stimuler la créativité et l'innovation. Le besoin d'appartenance se traduit également dans les espaces avec une véritable réflexion autour des espaces communs et autres lieux de convivialité.

- **La tendance "FLEX"**, qui reflète à la fois la recherche d'optimisation de l'espace et la réponse à un besoin sociétal grandissant d'un cadre de travail plus souple et favorable à un meilleur équilibre entre vie personnelle et professionnelle, comme en témoigne la hausse du télétravail ces dernières années. Côté espaces, le "flex" se traduit dans des aménagements plus modulables et diversifiés, axés sur les usages.

Le coworking s'inscrit aujourd'hui dans ces tendances de fond et ambitionne d'accompagner l'émergence de nouveaux

modes de travail. Au-delà de fournir des bureaux, les opérateurs cherchent à créer des espaces et proposer des services répondant aux attentes des entreprises.

60%

des salariés pensent que leur environnement flexible contribue à la bonne image et à la performance de leur entreprise.*

En moyenne,

63%

des personnes interrogées "ont toujours plaisir à se rendre à leur travail"*

*d'après l'étude "Flex-office : du fantasme à la réalité" réalisée par Colliers International : 496 salariés en bureaux flexibles ont été interrogés, issus d'un échantillon de 3 500 salariés d'entreprises du tertiaire de plus de 100 salariés.

"Le choix du coworking s'inscrit dans le cadre de la transformation des modes de fonctionnements du Groupe. Il s'agit de favoriser le mode projet, l'innovation et la convivialité."

Stéphane Bézias, Directeur Immobilier du Groupe IMA

INTERVIEW

Comment le coworking s'inscrit dans les nouveaux modes de travail ?

Je distingue trois axes.

En premier lieu, le coworking soutient la qualité de vie au travail, en offrant un meilleur équilibre vie privée/vie professionnelle et donc une meilleure efficacité des collaborateurs au travail ; les temps de trajets et de déplacements sont réduits, les utilisateurs choisissent de travailler dans des espaces proches de leurs domiciles. Dans ce cas, ce sont les espaces de coworking situés en majorité en banlieue ou en région qui offrent une réponse aux attentes des entreprises et aux collaborateurs.

Ensuite, dans un contexte économique fluctuant et incertain l'usage, qui se développe plus que l'on avait imaginé, est celui qui répond à un besoin de flexibilité des entreprises. En effet, ces dernières y installent momentanément des équipes et bénéficient d'une mise à disposition rapide de la surface louée. C'est là que réside le véritable atout du coworking ; sa souplesse d'utilisation dans la période utilisée (pas d'engagement, pas de préavis de plus d'un mois) permet aux utilisateurs de ne payer que pour un besoin réel et d'adapter rapidement son utilisation à son évolution : faire face à une croissance interne, mettre en œuvre rapidement un plateau projet etc. Le coworking est une vraie solution à cette recherche de plus en plus prégnante de flexibilité de l'immobilier par les entreprises en perpétuelles évolutions. Sans compter le fait d'offrir aux collaborateurs des espaces souvent plus innovants et adaptés à des pratiques collaboratives, avec toutefois un point d'attention sur l'ergonomie des espaces qui n'est souvent pas bien respectés.

Enfin, nous sommes loin de la vocation première du coworking qui était de se faire rencontrer des indépendants. Si

l'aspect communautaire et "sociabilisation" du lieu reste, l'aspect création de business se fait moins ressentir car les espaces de coworking sont loin d'être utilisés uniquement par les indépendants. Ceci est d'autant plus vrai pour Paris et sa région.

Encore mal perçu dans certaines entreprises (par méfiance ou méconnaissance), le coworking devrait davantage se développer dans les années à venir. On constate d'ailleurs de plus en plus de réflexion d'entreprises sur le développement du corpocoworking, espaces de coworking internes aux entreprises et ouverts aux personnes externes. Ces espaces sont une réponse au souhait d'ouverture et de transversalité des entreprises, permettant à la fois d'accueillir facilement des collaborateurs sur l'ensemble des sites de l'entreprise et d'incuber des start-ups, mais aussi d'accueillir des programmes de Recherche ou encore des partenaires pour des durées plus ou moins courtes.



FREDÉRIQUE MIRIEL

Directrice pôles Workplace,
Change Management & R&D

LE COWORKING AU CŒUR DE LA STRATÉGIE DES ENTREPRISES

1. Attractivité et rétention des talents

L'attractivité et la rétention des talents ont souvent été mises en avant par les entreprises interrogées. L'exemple de la Digital Factory du groupe Thalès installée dans un coworking en plein cœur de Paris illustre parfaitement la nécessité pour un grand groupe, implanté principalement en banlieue, d'attirer des profils de salariés plutôt jeunes et très prisés sur le marché de l'emploi. Quelle que soit leur taille, les entreprises valorisent leur implantation en coworking comme un élément de la marque employeur.

"Notre choix de localiser la Digital Factory dans le WeWork Lafayette a été motivé par un besoin, à traiter dans un délai contraint, d'attirer des talents et compétences qui veulent travailler, en Ile-de-France, dans Paris intra-muros essentiellement, au sein d'un environnement "cross-fertile" et qui sont très demandés sur le marché de l'emploi."

Eric Supplisson, Directeur Immobilier du groupe Thalès

"Les entreprises qui installent leurs équipes projets dans nos espaces recherchent un environnement de travail moins corporate, très flexible, elles cherchent à séduire et à conserver leurs meilleurs profils et une émulation différente pour leurs collaborateurs."

Gaël Montassier, Fondateur, Partner & Directeur Général Délégué de Startway



Espace de coworking Paris 16
©Startway

2. Qualité de vie au travail

Comme le révèle l'enquête menée auprès de salariés en 2018 par *BVA/Salesforce*, le bien-être au travail est la priorité n°1 des salariés français (**59 %**), confirmé par l'*Observatoire Actineo/CSA* où la qualité de vie au travail est un élément important pour **45 %** des salariés, derrière l'intérêt du travail (**50 %**).

Les entreprises sont ainsi de plus en plus attentives aux éléments qui participent à la Qualité de Vie au Travail pour leurs salariés. A ce titre, elles s'appuient sur le coworking pour répondre à une demande croissante de leurs salariés de flexibilité des lieux et des temps de travail. Selon les résultats de notre enquête, l'optimisation des déplacements et la gestion du temps arrivent ainsi en tête des motivations des

MOTIVATION
N°1

OPTIMISATION DES
DÉPLACEMENTS ET
GESTION DU TEMPS

68%

des répondants à notre enquête estiment que le recours au coworking leur permet d'optimiser leurs déplacements et le gestion du temps.

Parmi les **utilisateurs réguliers** (1 à 3 fois/semaine) ce taux atteint

75%

Source : Enquête IFOP 2019 pour Colliers International

coworkers. D'autre part, avec le développement du télétravail, le coworking devient un outil proposé par les entreprises aux salariés dans ses modalités d'application. Plutôt que de travailler de la maison, le salarié peut opter pour un espace de coworking.

"Le coworking s'inscrit dans une réflexion globale de mobilité et de bien-être au travail. C'est une opportunité proposée parmi les nouveaux modes de travail déployés au siège et particulièrement pour les 1 200 agents qui télétravaillent jusqu'à 2 jours par semaine."

Ulysse Dorioz, Directeur de la Transformation du Conseil Régional d'Ile-de-France

"Nous avons 2 modes d'utilisation du coworking : l'un en mode nomade, qui s'apparente au télétravail, avec les mêmes règles de durée que le télétravail, soit 2 jours et demi maximum par semaine, et l'autre en mode projet dans le cadre de durées définies. Dans le premier cas, les collaborateurs s'installent sur des postes principalement dans les espaces ouverts, alors que dans le second cas, nous privatisons des espaces dédiés aux équipes."

*Jean-François Perrillat,
Responsable environnement
de travail France, Atos*

3. Un soutien aux transformations des modes de travail

Pour certaines entreprises qui mettent en œuvre des projets de transformation des modes de travail et de changements managériaux, le coworking sert de lieu d'expérimentation de nouveaux environnements de travail avant un déploiement plus large au sein de l'entreprise.

Le coworking est également une solution adoptée pour l'installation d'équipes projets. Cela permet, d'une part, d'adapter la période d'engagement selon la durée du projet et, d'autre part, de sortir les salariés hors des murs de l'entreprise pour créer une émulation et favoriser l'esprit d'innovation dans un environnement de travail différent.



PASSONS LA PORTE D'UN ESPACE DE COWORKING

Qui utilise les espaces de coworking ?



GRANDES ENTREPRISES



PME, TPE



INDÉPENDANTS

Source : Les Echos Etudes "le marché français du coworking et du coliving", octobre 2018

Fréquence d'utilisation des différents espaces (quand ils sont proposés)

Espaces communs
(caféteria, terrasse, espace détente)

88%



Salles de réunions

78%



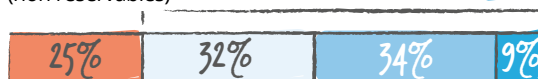
Espace fermé privatif
(individuel ou collectif)

78%



Bulles / cabines téléphoniques
(non réservables)

75%



Open space
(poste non attribué)

73%



Open space
(poste attribué)

69%



● non utilisé ● rarement ● souvent ● toujours

Source : Enquête IFOP 2019 pour Colliers International

DES ESPACES COMMUNS POUR LA CONVIVIALITÉ ET LE TRAVAIL COLLABORATIF

Les espaces communs sont centraux dans un coworking, et ont même constitué une de leur marque de fabrique, par opposition aux traditionnels centres d'affaires.

Au-delà de la convivialité, ils sont conçus comme des espaces véritablement multifonctions, informels, pour le quotidien ou l'événementiel, le travail individuel ponctuel ou les réunions impromptues. Répondant aux attentes de qualité de vie au travail, ils font l'objet d'une attention toute particulière dans leurs aménagements.

"Nous facilitons les échanges grâce à nos aménagements en proposant des espaces communs très attrayants, ainsi qu'une gestion de ces espaces."

*George Yates, Directeur
Relations Stratégiques Grands
Comptes chez WeWork*

Ces espaces sont les plus utilisés par les coworkers et obtiennent la satisfaction la plus élevée : 74 % de ceux qui les utilisent en sont satisfaits, avec une mention spéciale pour les espaces communs chez les opérateurs indépendants qui remportent 83 % de satisfaction.

*Grand hall central | WeWork Paris Lafayette
©WeWork*





Exemple de bureaux privés | WeWork
Paris Lafayette ©WeWork

L'IMPORTANCE DES ESPACES PRIVATIFS

Les espaces privatifs semblent être l'un des marqueurs de l'évolution du coworking.

En effet, l'intérêt croissant des entreprises de taille intermédiaires et des grandes entreprises pour ces nouveaux lieux réside dans le fait qu'ils sont à la fois symbole de modernité et de flexibilité pour installer des collaborateurs de façon plus ou moins pérenne, à condition de bénéficier d'un ou plusieurs bureaux fermés partagés garantissant une certaine confidentialité.

En termes de postes de travail, les coworkers ont la possibilité de bénéficier d'un espace privatif (individuel ou collectif) ou bien d'une place en open space (attribuée ou en libre-service).

Les espaces fermés privatifs arrivent en tête des espaces de travail utilisés (**78 %**), avant les postes non

attribués (**73 %**), puis les postes attribués en open space (**69 %**), montrant ainsi que les coworkers peuvent travailler dans plus d'une typologie d'espace, selon les circonstances.

Le taux d'utilisation de ces espaces fermés est plus élevé chez les coworkers salariés d'une grande entreprise (**89 %**). Globalement, les bureaux privatifs sont satisfaisants pour la grande majorité des coworkers qui les utilisent (**69 %**), et particulièrement appréciés par les chefs d'entreprise (**83 %**).

Les opérateurs font face à un réel défi pour répondre aux demandes de modularité, par exemple quand une start-up voit ses effectifs évoluer de façon exponentielle, mais aussi à des besoins de personnalisation des espaces.

**"Mes motifs
d'insatisfaction
concernent le bruit
et le manque de
confidentialité dans
les espaces."**

*Julien, coworker
indépendant*

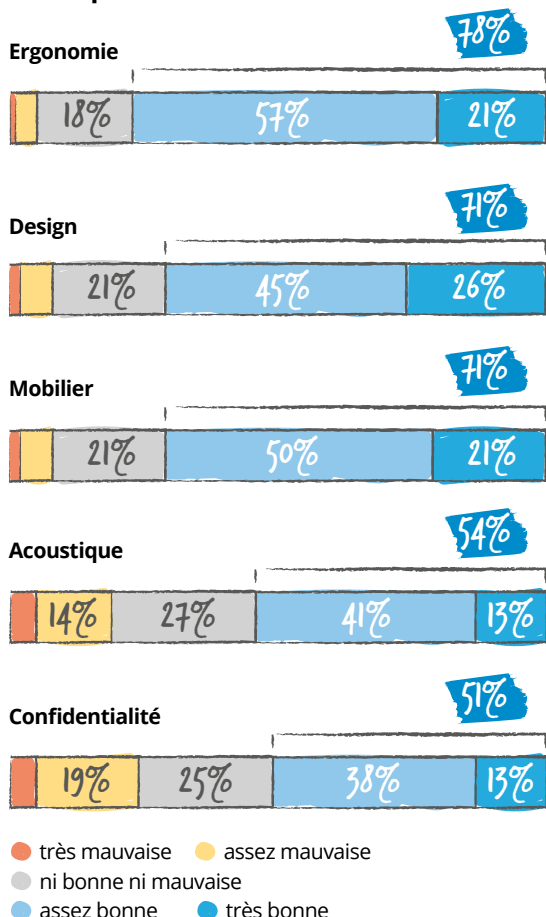
UN BILAN CONTRASTÉ : PERCEPTIONS ET POINTS D'AMÉLIORATIONS

Ergonomie, design et mobilier sont perçus comme étant de qualité par les coworkers, ces trois éléments dépassant les **70 %** de satisfaction. En revanche, le traitement acoustique et la confidentialité des espaces pourraient être nettement améliorés.

A noter qu'une des solutions possibles pour gérer le bruit et la confidentialité, les petits espaces fermés tels que les bulles et cabines téléphoniques, ne sont encore proposés que par **71 %** des espaces d'après les coworkers interrogés. **75 %** des coworkers les utilisent (juste derrière les espaces privatifs fermés), indiquant ainsi un vrai besoin.

Ces points d'amélioration liés à la gestion du bruit et de la confidentialité sont "classiques" dans les environnements de travail plutôt ouverts et reflètent la nécessité d'un apprentissage de la vie en commun, de règles de vie partagées, mais aussi le besoin toujours croissant de rééquilibrer l'ouverture des espaces par des lieux de rétraction bien insonorisés, comme les "bulles".

Evaluation de la qualité des espaces



Source : Enquête IFOP 2019 pour Colliers International

LES SERVICES : UN ÉLÉMENT DE DIFFÉRENCIATION ?

Les opérateurs interrogés mettent en avant le caractère serviciel de leurs espaces. Ainsi, à la fonction de services généraux assurée par les gestionnaires, s'ajoute une palette de services pour assurer le confort et la qualité de vie au travail (restauration, sport, conférences et événements...).

Les services proposés sont un atout de la marque employeur pour les entreprises.

Pour les start-ups, ils participent, au même titre que le design, à attirer des talents très convoités en leur offrant un cadre de travail qualitatif. A ce titre, les services semblent être encore plus décisifs dans le choix de recours au coworking pour les salariés travaillant au sein d'une TPE, puisqu'ils sont **77 %** à les citer en raison principale contre **65 %** en moyenne des répondants.

Importance des services pour les coworkers

Equipements techniques
Wifi, reprographie, matériel



Accès libre
Badge 24/24h 7/7j



Restauration
Café, cuisine, ...



Services professionnels
Séminaires, plateaux repas, ...



Conciergerie
Pressing, taxi, ...



Animations culturelles



Animations sportives

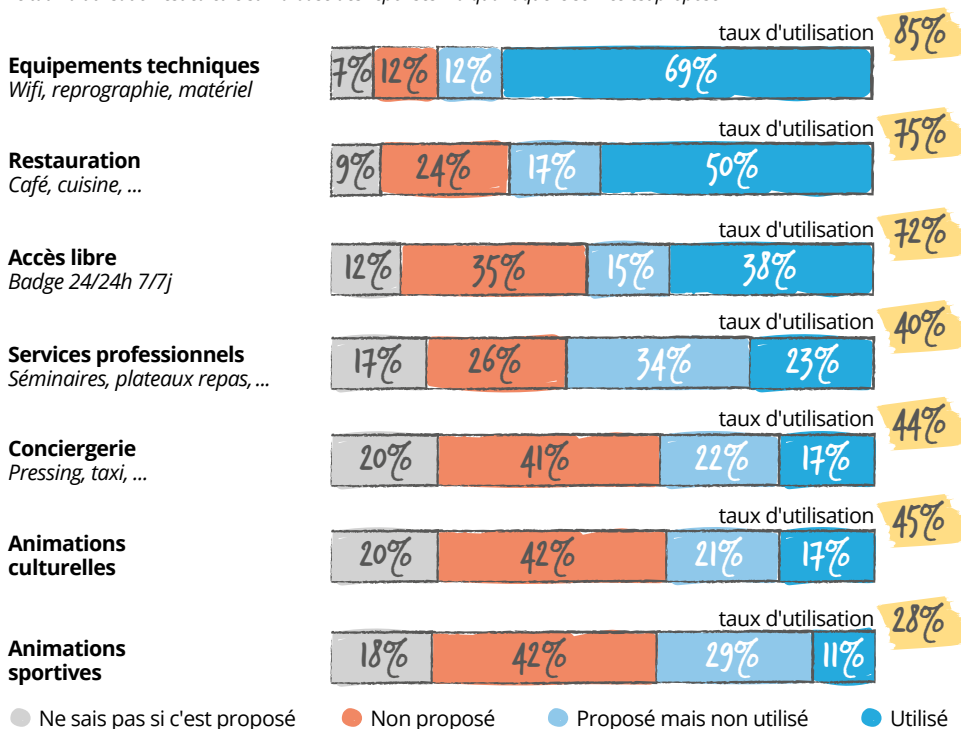


● Pas du tout important ● Plutôt pas important ● Plutôt important ● Très important

Source : Enquête IFOP 2019 pour Colliers International

Disponibilité et utilisation des services par les coworkers

Le taux d'utilisation est calculé sur la base des réponses indiquant que le service est proposé



Source : Enquête IFOP 2019 pour Colliers International

"Notre choix s'est porté sur un site très bien localisé offrant des espaces de travail de qualité, un niveau de prestations et de services haut de gamme, autant d'atouts pour l'attractivité des talents."

Gilles Blaise, directeur International de Saentys

Pour les ETI et les grandes entreprises, la dynamique est sensiblement la même. Le recours au coworking permet d'attirer les talents en leur permettant de travailler dans des espaces plus modernes avec des services premium. Pour ces entreprises, l'enjeu est de créer une dynamique en y envoyant spécifiquement des profils qu'il faut chouchouter : équipes digitales, équipes développant des projets d'intrapreneuriat, etc.

Mis à part les équipements techniques (WIFI, reprographie,

matériel...), qui apparaissent comme essentiels et incontournables, les services les plus importants pour les coworkers sont l'accès libre et la restauration. Ces services sont très utilisés, mais ne semblent pas assez proposés par les espaces.

Les services professionnels, la conciergerie, et surtout les animations culturelles et sportives sont moins demandés et lorsqu'ils sont proposés, ils ont un taux d'utilisation inférieur à **40 %**,

voire même seulement de **28 %** pour le sport. Soulignons toutefois que les moins de 35 ans ont davantage d'attente pour les services de conciergerie et de sport, services qui peuvent ainsi participer à l'attractivité des jeunes talents pour les entreprises et donc dans le choix des espaces de coworking.

Globalement, lorsqu'ils sont proposés et utilisés les services apportent un bon niveau de satisfaction aux coworkers.

(E QU'IL FAUT RETENIR



Les utilisateurs sont globalement satisfaits et s'approprient la diversité des espaces et services mis à leur disposition.



Ainsi, les lieux de coworking sont emblématiques des tendances actuelles dans les environnements de travail, répondant à des attentes de qualité de vie.



Les services essentiels sont attendus majoritairement (technologie, accès, restauration), les services de type "communautaires", concernent un nombre plus restreint de coworkers.

(COWORKING : LIEU DE TRAVAIL OU DE COMMUNAUTÉ ?

DEUX NOTIONS FORCÉMENT TRÈS LIÉES

Le coworking et la communauté sont associés depuis toujours : au-delà des espace de travail, le coworking est surtout un outil pour partager, échanger, créer des liens et des projets.

Pour rester un élément incontournable au sein du coworking, de nombreux gestionnaires, quelle que soit la taille du coworking, mettent l'accent sur la communauté. Si la flexibilité spatio-temporelle est un paramètre incontestable du coworking, la communauté est en revanche

un élément différenciant dans l'offre actuelle de coworking. Cet argument, mis en avant par beaucoup de gestionnaires à travers leur communication de marque, est vecteur d'une "nouvelle expérience de travail" plus axée sur l'enrichissement professionnel et personnel à travers de nombreux services et moments d'échanges proposés. Bien que de nombreux opérateurs affichent la communauté comme un élément incontestable, l'avis des utilisateurs semble quelque peu différent. Elle compte surtout pour les indépendants.

Cette tendance confirme les fondamentaux du tiers-lieu : rompre l'isolement des indépendants et petites structures, et leur proposer un environnement propice aux synergies et aux interactions professionnelles.



63%

des **indépendants**
choisissent le coworking
pour la **communauté**.

Source : Enquête IFOP 2019 pour Colliers International

" La différence avec la marque Regus est que nous poussons le curseur plus loin chez Spaces sur les espaces de partage et sur l'animation de la communauté. Dans nos sites Spaces, nous offrons de plus grands espaces communs, de l'animation et de l'événementiel pour favoriser les synergies entre nos membres. Les clients de Regus auront une approche privilégiant la disponibilité d'espaces privés, même s'ils apprécient les opportunités de rencontrer leurs voisins."

Christophe Burckart, Directeur Général France Groupe IWG

Morning Coworking et sa communauté hyperactive ©HERO_morningcoworking



LES GESTIONNAIRES MISENT SUR LEUR COMMUNAUTÉ POUR SE DÉMARQUER

Les événements, 1^{er} service communautaire

Pour faire vivre la communauté, les gestionnaires mettent en place une palette large d'outils et d'événements afin de gérer au mieux ce service à part entière.

Les événements sont ainsi au cœur de la communauté. On retrouve des événements dits récréatifs pour apprendre à se connaître dans une ambiance conviviale : afterwork pour les échanges et le networking,

petits-déjeuners pour accueillir les nouveaux arrivants, cours de sport, vernissages et expositions... Et également des événements professionnels : aide juridique ou comptable, présentation métiers, brainstorming sur une problématique d'un coworker, conférences... Ils ont pour but de faciliter les échanges entre coworkers et créer un sentiment d'unité au lieu. Certains gestionnaires souhaitent, à travers ces événements, favoriser des opportunités professionnelles entre coworkers.

Élément attrayant du coworking, ces services se vivent différemment en fonction des opérateurs. Pour certains le sport est un élément premium et différenciant, pour d'autres il s'agit des événements conviviaux comme les afterwork. Ces événements sont parfois accessibles aux personnes externes, afin d'ouvrir le site sur son environnement et d'asseoir le positionnement événementiel de certains opérateurs.

" Pour faire vivre cette communauté il y a un rôle clé dans tous les centres : celui de community manager, qui est présent physiquement dans les espaces."

Christophe Burckart, Directeur Général France Groupe IWG

Les supports humains, un incontournable dans la vie du site

Certains opérateurs disposent d'une personne en charge d'animer la communauté : le community manager ou coworking manager, qui fait figure de "couteau suisse". Ses missions sont multiples : la gestion logistique et technique de l'espace, l'animation de la communauté de coworkers et parfois la prise en charge de la communication commerciale du site. Au-delà de créer une ambiance conviviale et plaisante pour travailler, le coworking manager a pour mission de mettre en relation les coworkers en fonction de leur métier et de leurs besoins.

Les supports digitaux : facilitateurs du quotidien et des échanges

La communauté se vit également de façon digitale grâce aux applications smartphone ou plateforme web qui facilitent les échanges du quotidien. Ces outils permettent de gérer son contrat, de réserver des salles de réunion ou encore de signaler des dysfonctionnements. Ils sont également une vitrine de la vie du site en communiquant les événements programmés mais aussi en permettant aux membres de la communauté de partager à la manière d'un réseau social.

Importance des services liés à la communauté pour les coworkers

Avoir une personne en charge de l'animation de la communauté sur site



Pouvoir participer à des événements conviviaux (par ex. des afterworks)



Avoir accès à des activités d'animation professionnelle (conférences, soutien comptabilité, support administratif...)



Avoir accès à une plateforme de connexion entre coworkers



● Pas du tout important ● Plutôt pas important ● Plutôt important ● Très important

Source : Enquête IFOP 2019 pour Colliers International

"Animer nos espaces crée une dimension apprenante, avec notre "morning experience" où l'objectif est clairement de favoriser les rencontres dans une ambiance bienveillante et décalée. Un "morning manager" se charge des petits-déjeuners de présentation des entreprises présentes sur site, des apéros, du partage d'expertise entre membres, des événements et conférences et enfin du réseau social interne. Nous sollicitons nos membres pour contribuer à ces événements, car ce qui nous importe est de faire avec nos membres et non pour eux."

*Clément Alteresco,
CEO de Morning Coworking*

LA COMMUNAUTÉ (O-CONSTRuite

Dans certains coworking, et notamment chez les opérateurs indépendants, la communauté se vit au-delà des événements et des applications digitales. Il s'agit de participer à la mise en place de la communauté, de "mettre la main à la patte" sans même qu'un événement ou une personne l'organise de manière formelle. Ainsi, aider juridiquement son voisin d'open space ou lui proposer ses services comptables sont des habitudes informelles dans certains espaces.

Certains espaces adaptent leurs environnements de travail afin de faciliter

et favoriser les échanges. Ainsi des environnements ouverts en open space encouragent davantage la socialisation et les synergies professionnelles, au contraire des bureaux fermés qui cloisonnent les rapports informels entre les utilisateurs. Les sites de petite taille préfèrent des espaces de travail hybrides qui favorisent la porosité entre les rapports conviviaux et professionnels.

DES EXPÉRIENCES UTILISATEURS CONTRASTÉES FACE À CETTE NOTION DE COMMUNAUTÉ "FORCÉE" OU "INDUITE"

Les événements : plébiscités mais peu utilisés

Côté coworkers, la
communauté est significative :

69%

des sondés estiment
les services liés à la
communauté comme
importants.

**"Nous n'utilisons
pas forcément toutes
les animations
proposées, c'est un
complément"**

*Julien Delcambre, Directeur
Général, Atelier Phare*

Source : Enquête IFOP 2019 pour Colliers International

Si les services et animations
sont particulièrement
appréciés (plus de **70 %**
des sondés), leur utilisation
est mesurée puisque les
coworkers les utilisent
partiellement et participent
peu aux événements (entre
28 % et **40 %** d'utilisation).

Nos interviews complètent
ces chiffres : les entreprises
interrogées participent
globalement à la vie du
coworking à travers les
services professionnels et
les animations mais pas de
manière régulière.



" Nous regardons les affiches sur le frigo ou à l'espace reprographie mais pas forcément sur l'application. Notre quotidien étant assez chargé, nous n'avons pas de temps à accorder à la consultation et l'animation d'un autre réseau social."

Hagera Sendabad, Operations Manager, Ring Capital

Les supports digitaux utilisés surtout pour la gestion quotidienne

Tous les utilisateurs s'accordent sur la praticité des supports digitaux pour gérer leur contrat, réserver une salle de réunion ou encore prévenir d'un dysfonctionnement technique. L'usage comme réseau social est clairement plus limité.

Seuls 23 % des sondés utilisent ces plateformes.

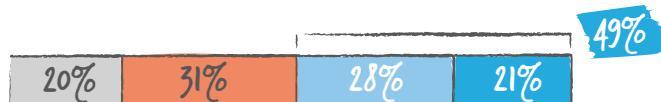
La raison est assez simple : il existe déjà de nombreux réseaux sociaux, qu'ils soient amicaux ou professionnels et celui-ci ne semble pas avoir un intérêt significatif pour "réseauter".

Services liés à la communauté proposés et utilisés par les coworkers

Pouvoir participer à des **événements conviviaux** (par ex. des afterworks)



Avoir accès à des activités d'**animation professionnelle** (conférences, soutien comptabilité, support administratif...)



Avoir accès à une **plateforme de connexion** entre coworkers



Avoir une personne en **charge de l'animation** de la communauté sur site



● Ne sais pas si c'est proposé ● Non proposé ● Proposé mais non utilisé ● Utilisé

Source : Enquête IFOP 2019 pour Colliers International

Le cas des événements conviviaux

Les événements conviviaux sont considérés comme un élément différenciant par rapport à un espace de travail classique. Bien que la participation soit partielle (seulement **28 %** des sondés), la qualité de ces événements est particulièrement satisfaisante (**87 %** des personnes interrogées).

Nos entretiens menés auprès d'entreprises permettent de compléter et d'enrichir ce regard croisé. Comme pour le reste des services, il ne s'agit pas de participer à tous les événements, mais les événements conviviaux sont les plus sollicités et appréciés, et notamment par

les travailleurs indépendants qui en tirent une forme de notoriété. En effet, ces derniers participent beaucoup plus aux événements conviviaux (**44 %** des indépendants) que les salariés, et particulièrement ceux des grandes entreprises (seulement **16 %**), qui bénéficient déjà d'un cercle social au sein de leur entreprise et ressentent moins le besoin de créer des synergies professionnelles. C'est d'ailleurs au sein des sites de coworking indépendants que le taux d'utilisation est le plus élevé, avec **40 %** de coworkers qui y participent, dans la mesure où l'essentiel de leurs utilisateurs sont des petites entreprises et des indépendants.

Satisfaction des utilisateurs qui utilisent les services liés à la communauté

Avoir une personne en **charge de l'animation** de la communauté sur site



Pouvoir participer à des **événements conviviaux** (par ex. des afterworks)



Avoir accès à des activités d'**animation professionnelle** (conférences, soutien comptabilité, support administratif...)



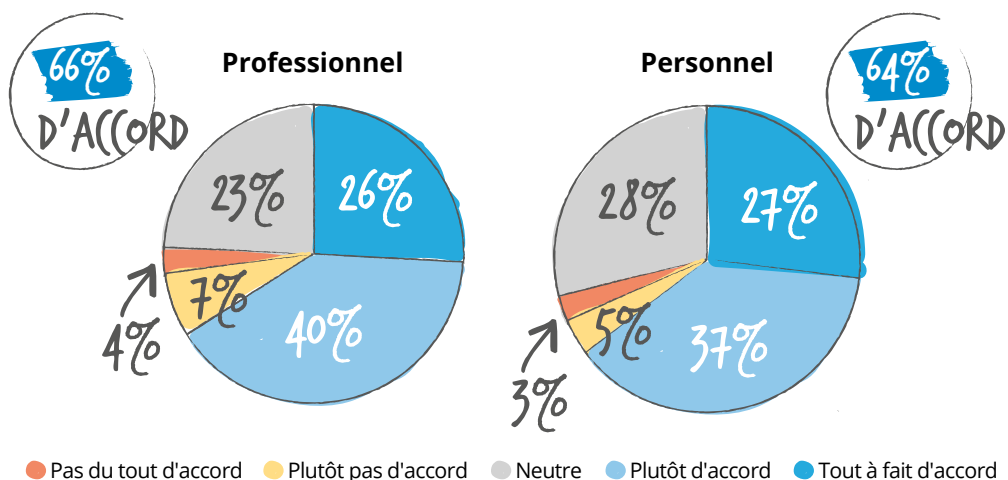
Avoir accès à une **plateforme de connexion** entre coworkers



● Pas du tout satisfait ● Plutôt pas satisfait ● Neutre ● Plutôt satisfait ● Très satisfait

Source : Enquête IFOP 2019 pour Colliers International

Bénéfices perçus de la communauté des deux points de vue :



Source : Enquête IFOP 2019 pour Colliers International

Faut-il voir le verre à moitié vide ou à moitié plein ?

La communauté reste un pendant du coworking, malgré les évolutions du modèle. Élément différenciant pour les gestionnaires, les multiples retours d'expérience des utilisateurs offrent une vision de la communauté vécue en fonction surtout du statut professionnel du coworker et du site d'installation.

Les bénéfices liés à la communauté sont globalement satisfaisants (cf. graphique ci-dessus). Ces chiffres sont positifs mais ne démontrent cependant pas d'un avantage substantiel de la communauté pour les coworkers, surtout si on le corrèle à la faible utilisation des services

communautaires. Pourtant, ces services devraient permettre logiquement d'en tirer profit, surtout d'un point de vue professionnel, le but étant de créer des synergies et de faciliter les connexions professionnelles, en particulier pour les indépendants.

8%

seulement des indépendants estiment en avoir tiré un bénéfice de la communauté.

Source : Enquête IFOP 2019 pour Colliers International

ET SI LA COMMUNAUTÉ NE S'ORGANISAIT PAS ?

Si les bénéfices liés aux outils et services mis en place sont difficilement évaluables, la création d'un sentiment d'appartenance au lieu avec une identité bien marquée est réussie. En ce sens, les opérateurs ont gagné leur pari : les entreprises interviewées s'accordent à dire que le plus important et apprécié dans la communauté est la bonne entente entre tous les coworkers et l'ambiance conviviale qui règne dans un espace.

La communauté réside en réalité dans d'autres outils plus informels. Les espaces communs, ces lieux d'échanges et de rencontre comme la cafétéria ou les espaces de détente, sont largement plébiscités par les utilisateurs (**88 %** de sondés utilisent régulièrement les espaces communs tels que les espaces de restauration, les terrasses ou les espaces de détente).

Le community manager (ou coworking manager) est également un excellent outil de la communauté informelle. Ses missions sont certes plurielles, mais la principale aux yeux des

coworkers reste la facilitation de la communication au sein du coworking. C'est d'ailleurs le service le plus important d'après notre enquête, et surtout pour les petites entreprises dont plus de **80 %** estiment ce rôle essentiel au bon déroulement de la vie du site. Pourtant, tous les opérateurs ne le proposent pas (seulement **42 %** des espaces d'après notre enquête IFOP) ou font l'impasse sur le rôle de communiquant qui permet à tous les coworkers de travailler dans une ambiance saine malgré des différences d'activités et de rythmes de travail.



(E QU'IL FAUT RETENIR



OPÉRATEURS

La communauté reste liée au coworking et pour de nombreux gestionnaires, il s'agit d'un élément différenciant dans l'offre actuelle.

(COWORKERS

Côté coworkers, elle arrive seulement en 5e position dans les raisons qui motivent de travailler dans un coworking.

ENTREPRISES

Ce sont surtout les indépendants et les salariés des petites entreprises qui utilisent le plus les services développés par les opérateurs pour faire vivre cette communauté et en tirer profit.

QUELLES ÉVOLUTIONS POUR DEMAIN ?

DIVERSIFICATION DES OFFRES : OPÉRATEURS NATIONAUX, INTERNATIONAUX ...

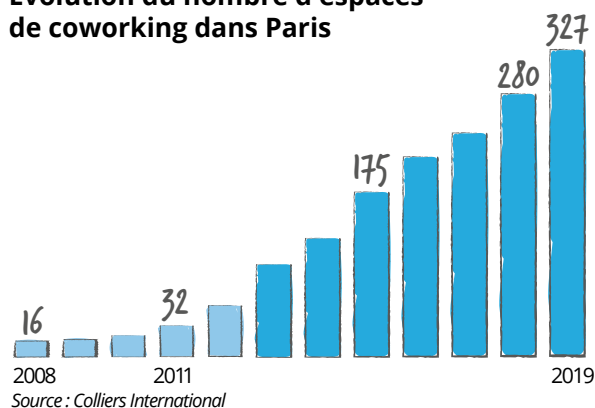
D'un marché de niche, le coworking est devenu en quelques années un segment du marché immobilier à part entière. Le secteur s'industrialise et voit émerger de nouveaux acteurs. Cette croissance du nombre d'opérateurs de coworking s'accompagne d'une diversification des modèles proposés. Sont apparues ou se sont consolidées de nouvelles offres proposées par deux grandes familles d'opérateurs :

- Les **acteurs internationaux**, soit leaders (IWG, WeWork), soit challengers (Deskeo-Knotel, Welkin & Meraki).
- Les **acteurs nationaux**, soit indépendants (par exemple : The Bureau, Deskopolitan, Weréso), soit liés (filiales ou ayant dans leur capital) à un groupe immobilier (par exemple: Wojo, Wellio, Secondesk, Morning Coworking, Kwerk, Startway et Anti Café).

Parmi ces acteurs, certains ont un positionnement généraliste, alors que d'autres privilégient un positionnement de niche, soit en termes de clientèle ciblée, de niveau de gamme et/ou de localisation géographique.

La croissance rapide du nombre d'opérateurs dans un marché immobilier actuellement porteur suscite aujourd'hui des interrogations sur la pérennité des modèles proposés.

Evolution du nombre d'espaces de coworking dans Paris



INTERVIEW

A quelles problématiques répond le coworking selon vous ?

La question des modèles locatifs alternatifs est aujourd'hui intégrée dans près de **70 %** des grands projets immobiliers. Cette nouvelle offre répond de mon point de vue à deux enjeux majeurs :

D'une part, le changement de regard des collaborateurs (pas uniquement les nouvelles générations) vis-à-vis de leurs employeurs : ces derniers sont davantage perçus comme des "fournisseurs d'emploi" que comme des entités porteuses d'image et de valeurs fédératrices. Ceci pousse les entreprises à se recentrer sur les attentes individuelles des collaborateurs, et notamment leur bien-être par les services dans les immeubles de bureaux, une des clés de l'offre de coworking.

D'autre part, une demande de flexibilité grandissante. Celle-ci répond notamment à trois grandes mouvances :

1. les changements d'organisation et de fonctionnement hiérarchique (organisation matricielle, internationalisation des groupes, outsourcing grandissant, etc.),

2. la contraction des cycles économiques et l'accélération des réorganisations qui en découlent,

3. la revisite des organisations immobilières au profit d'implantations multipolaires interconnectées, dans la logique de "un site = une fonction".

Le coworking répondant plus particulièrement aux problématiques d'attractivité des talents et de centralité pour les clients et fournisseurs.

Quel avenir peut-on imaginer pour le coworking ?

Le coworking n'est pas une offre de remplacement, il complète les outils de gestions locatives classiques.

En effet, les opérateurs de coworking ont des activités connexes à celles des gérants pour compte de tiers ; leur présence sur site et l'offre de services proposée en font une nouvelle typologie d'asset, property ou facility managers. Les durées d'engagement ne sont d'ailleurs plus systématiquement un facteur différenciant, certains opérateurs proposent en effet des engagements comparables aux durées fermes des baux commerciaux classiques en contrepartie de discount parfois significatifs sur les tarifs, le remplissage des centres étant la clé de leur business modèle.



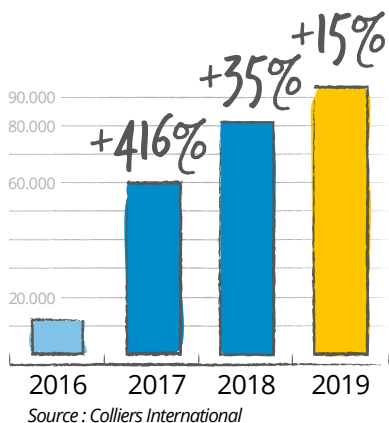
CYRILLE BERTHET

Directeur Département
Tenant Representation

Quelle que soit leur taille, tous les opérateurs constatent une montée de la demande des ETI et des grandes entreprises et misent sur cette clientèle pour consolider leurs business modèles.

La hausse significative des surfaces prises à bail par les acteurs du coworking témoigne d'un élargissement des entreprises ciblées, avec un nombre croissant de transactions sur des surfaces de moyenne et grande taille.

Transactions > 5 000 m² réalisées par des opérateurs de coworking en Ile-de-France



La progression des ETI et des grands groupes comme utilisateurs du coworking va de pair avec une demande accrue pour des espaces de

"Les grands comptes représentaient 20 % de notre clientèle il y a 4 ans, ils sont passés à 50 % en 2018 "

Christophe Burckart,
Directeur Général France
Groupe IWG

type résidents et privés. Les modèles des opérateurs, même de taille plus modeste, évoluent pour s'adapter à cette demande et capter une clientèle plus pérenne, moins volatile que les indépendants ou très petites structures, et qui s'engagent sur des durées plus longues (souvent de 12 à 36 mois).

89%

des coworkers
répondants salariés de
grands groupes utilisent
des espaces fermés et
privatifs contre une
moyenne de :

78%

Source : Enquête IFOP 2019
pour Colliers International

30%

**minimum de surfaces
dédiées aux espaces
partagés de détente
et d'échange.**

*Source : Les Echos Etudes "le marché français
du coworking et du coliving", octobre 2018*

Certains opérateurs sont exclusivement ou quasi exclusivement dédiés à l'accueil d'entreprises matures dans leur développement (ETI, grands groupes ou start up ayant déjà réalisé des levées de fonds), alors que d'autres fondent leur modèle sur une mixité des membres tout en développant le segment des clients grands

comptes. Ceux qui tiennent à garder une certaine mixité mettent en avant la notion de communauté, celle-ci étant d'autant plus fructueuse que la diversité des entreprises présentes est maintenue.

Pour conserver un certain ratio d'espaces partagés, qui sont l'essence même du coworking, les opérateurs jouent sur la densification des espaces alloués aux postes de travail (avec des niveaux de densification plus ou moins élevés selon les opérateurs). Densification et taux de remplissage des espaces privatifs sont les éléments qui permettent de financer la superficie dédiée aux espaces de détente et d'échanges.



ATTRAIT DES GRANDS GROUPES : POURQUOI LES ESPACES DE COWORKING SONT INTÉRESSANTS POUR EUX ?

La flexibilité offerte par les solutions de coworking est très certainement ce qui séduit et attire le plus ces entreprises. Cette flexibilité porte en premier lieu sur le bail avec des durées d'engagement, qui, contrairement à un bail classique où les entreprises s'engagent sur de longues périodes (à minima 3 ans mais souvent 6, 9, voire 12 ans fermes pour les grandes surfaces), sont plus réduites en coworking avec des possibilités de désengagement plus souples.

La flexibilité concerne également les espaces loués, dont la volumétrie est adaptée selon les besoins et évolutive dans le temps, tout en mettant à disposition des salariés des environnements de travail plus ouverts au design dans l'air du temps.

Les opérateurs valorisent d'ailleurs l'approche collaborative des espaces et la qualité du design comme des éléments de la marque employeur, d'attractivité et de rétention des talents pour les entreprises.

"Nous nous définissons comme un premium flexible office operator."

Alain Brossé, CEO de Welkin & Meraki

Si les ambitions des opérateurs semblent à première vue identiques, force est de constater que tous les espaces de coworking ne se ressemblent pas. Pour eux, l'espace de travail représente souvent un facteur

" Les grands comptes viennent chercher l'attractivité RH et la fidélisation de leurs salariés."

Farid Elomri, VP Sales chez Wojo

**" Les grands comptes
viennent chercher le
savoir-faire de la marque
employeur et la flexibilité
des baux "**

*Lawrence Knights, CEO &
Cofounder de Kwerk*

de différenciation par rapport à la concurrence. Ainsi, les espaces se distinguent selon leurs attentions portées au design, à l'ergonomie ou encore aux espaces communs ou de réunions.

Les espaces de coworking cherchent aussi à incarner leur « positionnement » en misant sur le standing du lieu, les services, la communauté ou le confort, selon leurs ambitions de refléter tantôt une « culture start up », tantôt un « environnement corporate ». Ainsi, l'environnement de travail au sein des espaces de coworking, en dépassant l'aspect purement fonctionnel du « poste de travail » – assuré historiquement par les centres d'affaires - joue à présent un rôle clé d'outil marketing.



UN OUTIL AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT LOCAL DES TERRITOIRES

En janvier 2018, Julien Denormandie, secrétaire d'État auprès du Ministre de la Cohésion des Territoires, confiait à la **Fondation Travailler Autrement** le pilotage de la Mission Coworking. Son objectif visait à établir un état des lieux pour avoir une meilleure compréhension à l'échelle nationale de la nouvelle économie portée par les tiers lieux et espaces de coworking, et ainsi proposer des mesures concrètes et un plan d'actions favorisant leur dynamique, particulièrement dans les milieux ruraux et les villes moyennes.

Ce travail de concertation a abouti à la publication d'un rapport en septembre 2018 insistant sur la possibilité de faire de ces tiers lieux des catalyseurs de développement local. La mission a émis **28 propositions** dont 6 propositions principales qui constituent l'ossature du projet :



Créer une structure nationale des tiers lieux, porteuse des actions de soutien.



Appuyer l'émergence de 300 fabriques des territoires.



Adosser le mouvement à un fonds d'amorçage qui pourra être abondé par des fonds privés pour lancer le dispositif d'accélération.



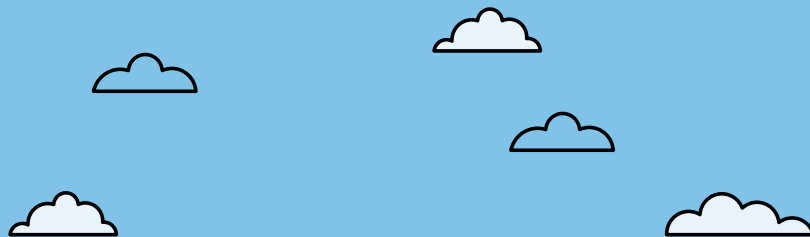
Professionnaliser le métier d'animateur des tiers lieux.



Créer un fonds d'investissement socialement responsable (ISR) de 50 M€ pour aider à la reconversion d'espaces en tiers lieux.



Favoriser la coordination public-privé en encourageant la mise à disposition de locaux par les collectivités et en formant les agents publics aux Tiers lieux.



Suite à cette mission, le gouvernement a annoncé en juin 2019 vouloir investir dans 300 espaces et projets, appelés "**fabriques de territoire**", et qui pourraient par la suite redistribuer eux-mêmes aux autres espaces plus modestes. L'État compte donc sur une solidarité entre les espaces pour faire appliquer son plan.

La question de la position géographique a été déterminante, de manière à répartir équitablement

ces tiers-lieux entre les métropoles et les espaces ruraux. Ceci en plus des nouveaux campus connectés, micro-folies, pass numériques ... ainsi que deux fonds de 50 M€ chacun, le premier destiné à la création d'espaces de coworking et le second, géré par la société Amundi, qui servira de fonds propres à la création de nouveaux tiers-lieux. **Au total, 450 M€ seront consacrés à ce plan.**



UN IMMOBILIER DE SERVICES

Les opérateurs interrogés se présentent souvent comme des acteurs de l'*hospitality industry* en mettant en avant les codes de l'hôtellerie développés dans leurs espaces : conciergeries et services. Les modèles reposent, comme pour l'hôtellerie, sur un taux de remplissage et les entreprises ne louent plus uniquement des mètres carrés mais souscrivent un contrat de prestation de services.

**" Des imbrications
se font avec
l'hôtellerie et les
services"**

Céline Leonardi,
directrice de Wellio

Le développement du coworking illustre la transformation de l'immobilier qui devient un véritable outil au service des utilisateurs. Les opérateurs l'ont bien compris et se positionnent comme des prestataires de services avec un accent mis sur

l'expérience utilisateurs. Cet aspect serviciel est d'ailleurs plébiscité par les coworkers : selon notre enquête, il arrive en seconde position des raisons de travailler en coworking.

La notion de prestation de services passe également par le développement du sur-mesure, qui devient un moyen pour certains opérateurs de se démarquer de la concurrence. La personnalisation des espaces est une demande qui tend à augmenter, notamment avec le développement de la clientèle des ETI et des grands groupes.

**" Nous répondons
désormais à des
demandes de
personnalisation des
espaces, en donnant
la possibilité de
personnaliser des
étages entiers pour nos
utilisateurs."**

Lawrence Knights, CEO &
Cofounder de Kwerk

" L'ambition de Wojo est d'être l'acteur référent de la workspitality en développant un réseau de lieux créateurs d'expérience de travail unique enrichie de services pensés pour le plaisir, la performance et la connexion des talents."

Farid Elomri, VP Sales chez Wojo

Un opérateur comme Deskeo-Knotel a ainsi une offre quasi exclusivement axée sur des espaces aménagés clés-en-main pour ses clients. D'autres opérateurs développent cette offre de personnalisation, tel que WeWork avec la marque Powered by We qui propose des espaces clés-en-main pour des entreprises en dehors des immeubles du réseau WeWork.

(E QU'IL FAUT RETENIR

Deux grands modèles d'opérateurs se sont constitués et ont été les principaux moteurs des ouvertures de sites ces dernières années :



De grands acteurs internationaux et nationaux qui ont une stratégie de course à la taille avec une logique de déploiement d'un réseau de sites afin de proposer un maillage à leurs membres.



Des acteurs qui développent une stratégie plus intimiste davantage centrée sur une identité spécifique et différenciante (Gamme, géographie des sites, clientèle, offre de services, etc.).

CONCLUSION

QUELLES TENDANCES RETENIR ?

Longtemps resté un phénomène limité et essentiellement destiné aux indépendants et très petites structures, le coworking a pris de l'ampleur et s'est diffusé plus largement dans la sphère économique. Ce secteur, désormais très hétérogène et protéiforme, peut être segmenté en deux grands marchés :

1. celui des opérateurs indépendants, qui correspond à de petits espaces, implantés dans les villes mais également en milieu rural. Ces espaces entrent dans le champ de l'économie sociale et solidaire avec pour objectif de proposer des lieux favorisant les interactions entre travailleurs indépendants ou très petites structures, et que *La Mission Coworking*, initiée par le Gouvernement et pilotée par la *Fondation Travailler Autrement*, vise à soutenir.

2. celui des grands opérateurs, qui porte l'essentiel de l'accélération de la croissance du secteur et qui revêt une assez grande diversité d'acteurs et de positionnements, mais dont les points communs sont une

approche capitalistique et des implantations majoritairement au sein des grandes agglomérations, en particulier dans Paris.

Malgré leurs différences, ces deux marchés sont basés sur les fondamentaux du coworking, résumés par les notions de "**CO**", pour collaboration et communauté, et "**FLEX**" pour flexibilité. Le coworking s'inscrit en effet dans un mouvement de transformation du monde du travail où ces dimensions deviennent prépondérantes. Elles se traduisent par une attention croissante portée à des espaces de travail plus collaboratifs et une recherche de flexibilité du temps et des lieux de travail. L'aspect collaboratif et la flexibilité offerte par le coworking semblent recevoir l'aval des coworkers qui plébiscitent l'usage des espaces communs et saluent l'optimisation et la gestion du temps que cette solution leur procure. L'offre de coworking, en répondant à ces attentes, a ainsi étendu son spectre d'utilisateurs qui s'est élargi aux moyennes et grandes entreprises, contribuant ainsi à pérenniser

le modèle économique des grands opérateurs.

La demande pour les espaces de coworking s'est donc extrêmement diversifiée et les motivations des entreprises également. La croissance de cette demande, et particulièrement des ETI et grands groupes, s'accompagne d'une certaine forme de **sédentarisation des espaces**, avec d'une part des entreprises qui s'engagent sur plusieurs mois, voire quelques années - alors que le modèle originel est basé sur une souscription à l'heure, à la journée ou au mois - et, d'autre part, à une **privatisation des espaces** de travail pour les salariés des entreprises.

Les opérateurs de coworking cherchent de plus en plus à se distinguer en construisant une marque forte avec une **identité unique** et à fidéliser les entreprises et leurs salariés afin de limiter les durées d'engagement très courtes. Ils axent leur développement sur la prestation de services, se rapprochant du modèle de l'hôtellerie, et vont de plus en plus sur une offre sur-mesure pour attirer des clients sur la durée.

La communauté, prônée par le concept du coworking, est probablement la composante la plus difficile à cerner. Elle est le fondement du coworking, puisqu'il s'agit de favoriser les échanges, l'entraide et le partage d'expériences de travailleurs indépendants. Cette particularité est toujours au cœur du marché des opérateurs indépendants, car essentiellement composé de travailleurs indépendants ou de très petites structures, qui la recherchent.

Pour le marché des grands opérateurs, la communauté demeure une composante importante de leur offre et participe à leur image de marque. Elle se concrétise par une palette assez large d'outils et d'événements proposés aux coworkers, mais finalement peu ou ponctuellement utilisés par ces derniers. Elle est ainsi moins plébiscitée dans ces espaces où il est probablement plus difficile de forger une communauté avec des travailleurs beaucoup plus variés que chez les opérateurs indépendants. La dimension conviviale de ces espaces ressort davantage que celle de communauté d'intérêts.

ET DEMAIN ?

Le marché du coworking est un secteur en pleine effervescence qui a vu le nombre d'opérateurs fortement augmenter et qui mélange désormais un large public d'utilisateurs. La croissance du secteur, particulièrement forte ces dernières années, devrait se poursuivre mais à un rythme probablement moins soutenu. Les acteurs du coworking testent et adaptent leurs modèles pour répondre à cette clientèle élargie. **Le marché devrait donc se consolider dans les années à venir et gagner en maturité.**

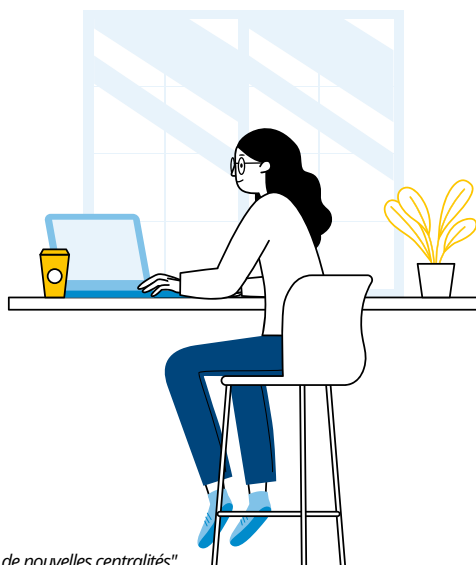
Les déboires de WeWork ont quelque peu terni l'image du secteur et suscité des doutes sur son avenir et sa pérennité, et des interrogations notamment en cas de retournement du marché immobilier. Face à ces incertitudes, les investisseurs tendent à circonscrire leurs risques en diversifiant les opérateurs auxquels ils louent leurs immeubles et en dédiant une part définie de leur portefeuille à ces acteurs du coworking.

Malgré ces incertitudes, le coworking s'inscrit dans une tendance de fond. Il illustre la transformation de l'offre

immobilière qui est en train de s'opérer, davantage basée sur les usages et plus en phase avec la demande des entreprises.

Le relai de croissance du coworking passe également par l'ouverture de sites, notamment par les grands opérateurs, **dans les métropoles régionales**, ce segment de marché étant pour l'instant très concentré en Ile-de-France et particulièrement dans Paris.

En Ile-de-France, avec la livraison programmée du Grand Paris Express à partir de 2025, qui va doter le territoire d'une armature de transport radiale¹, le coworking a très



¹ : Etude Colliers International France : "Grand Paris, vers de nouvelles centralités"

certainement un atout à jouer en s'implantant sur les futurs hubs de transports et ainsi participer à un écosystème de sites complémentaires à l'implantation des entreprises.

Selon une vision prospective de l'évolution du monde du travail à horizon 2030², le coworking pourrait se développer dans les métropoles régionales pour

répondre aux aspirations des salariés de s'installer en régions, ainsi qu'en périphérie des grands centres urbains, en lien avec la montée projetée du statut des travailleurs indépendants. Des modèles de coworking, combinés à une offre de coliving, qui en sont actuellement à leur balbutiement, pourraient émerger dans la prochaine décennie.

² : Etude Colliers International France : "2030, l'Odyssée de l'espace de travail"

REMERCIEMENTS

Neo-nomade, la solution éditée par **LBMG Worklabs** pour réserver en quelques clics un bureau flexible partout en France, pour le relai du questionnaire et le recours à leur base d'utilisateurs d'espaces de coworking dans le cadre de l'enquête quantitative.

Les entreprises et opérateurs de coworking qui ont relayé l'enquête en ligne : **Atos, Sogaris, Welkin & Meraki, Weréso, SceauxSmart, Cowork In.**

Cyril Aulagnon de **Stonup** et **Christian Ollivry** du réseau **Actipole 21** pour leur éclairage et vision sur le marché du coworking.

Les équipes internes de **Colliers International France** qui ont permis de prendre contact auprès des acteurs liés au coworking – gestionnaires et utilisateurs.

À PROPOS DE COLLIERS INTERNATIONAL FRANCE

Dans un contexte de mutations profondes du marché immobilier et de transformation des entreprises, Colliers International France imagine, avec et pour ses clients, l'immobilier des entreprises de demain.

Nous accompagnons nos clients sur toute la chaîne de valeur immobilière, de la définition de leur stratégie à la mise en oeuvre de leurs projets. Notre approche collaborative se structure autour de trois grands métiers : le conseil, la transaction, la gestion de projets.

DANS LE MONDE



DE CHIFFRE
D'AFFAIRES



EXPERTS



PAYS

ETUDES & RECHERCHE ET R&D

Le département Etudes & Recherche est composée d'une équipe pluridisciplinaire (spécialistes de la donnée, du géomarketing, d'urbanistes et de géographes), qui analyse et décrypte les tendances territoriales et immobilières. Grâce à l'usage de techniques issues de l'analyse spatiale et du datamining, il apporte une connaissance territoriale fine et une vision anticipative du marché et des opportunités immobilières de demain.

L'équipe R&D réunit chercheurs et experts en ergonomie, psychologie et sociologie du travail. Elle investit des sujets centrés sur l'analyse des tendances et impacts des nouveaux environnements de travail, et développe des expérimentations de nouvelles méthodes et outils permettant de délivrer un accompagnement toujours plus expert à nos clients.

Ces équipes publient chaque année des études innovantes autour de 4 grands axes : immobilier, performance et environnement de travail, prospective, conception.

Les dernières études parues sont : *Grand Paris, vers de nouvelles centralités, 2030 l'odyssée de l'espace de travail, Méthodes Agiles comment les environnements de travail soutiennent cette révolution et Flex office, du fantasme à la réalité.*

VOS CONTACTS



LAURENCE BOUARD

Directrice du Département
Etudes & Recherche

laurence.bouard@colliers.com



AUDREY ABITAN

Responsable Recherche
& Développement

audrey.abitan@colliers.com

LES AUTRES CONTRIBUTEURS



MARINE LAMARI

Chargée d'Etudes



OLIVIER HANON

Chargé d'Etudes



NATHALIE PRINET

Consultante Change



DELPHINE JAMIN

Directrice Artistique



JULIA HARDOVIN

Directrice Marketing &
Communication



CHARLOTTE GIRARD

Chargée de Communication



COLLIERS INTERNATIONAL FRANCE

41 rue Louise Michel
92594 Levallois-Perret Cedex

france@colliers.com
01 73 01 21 00

www.colliers.com

