

RAPPORT DE VEILLE Q1 2023

LE RAPPORT DE VEILLE STRATÉGIQUE ET CONCURRENTIELLE DE JAICOST

JAICOST
ACCÉLÉRATEUR DE RÉUSSITE



SOMMAIRE

03

INTRODUCTION

Evolutions du rapport au travail et impact sur les collaborateurs et les bureaux, le monde de l'immobilier en plein bouleversement, injonctions au « mieux » qui poussent le développement et le business.

04-16

OBSERVATIONS ET TENDANCES

Présentation de trois des grandes tendances et observations du moment, les questionnements qu'elles soulèvent et démonstrations par l'exemple(s).

17-18

FOCUS : que veulent les jeunes ?

Focus sur un aspect sociétal important, les nouvelles générations et leurs attentes, notamment en lien avec la première tendance (le rapport au travail)

19

MÉTHODE ET SOURCES

Le radar JAICOST, où, quoi, pourquoi, comment.

INTRODUCTION À LA VEILLE

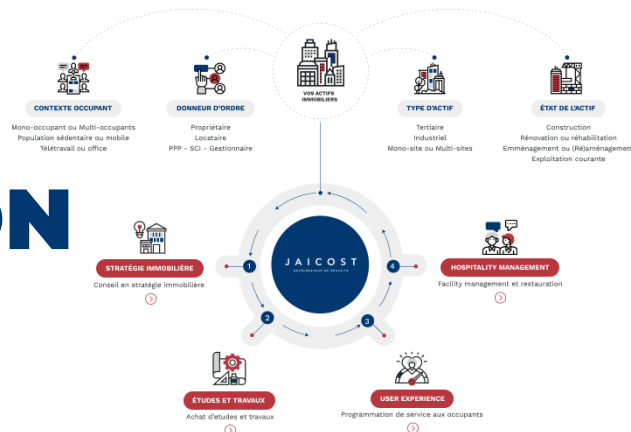
La veille : être à l'écoute du marché, des prospects, de la concurrence. Non pas pour s'adapter, mais pour anticiper, construire, optimiser, innover. S'engager ensemble pour construire demain.

Faire de la veille est une tâche dont il n'est plus nécessaire de prouver les bienfaits. Capter les tendances et les mouvements de son industrie et de ses acteurs de manière à être toujours dans l'action, plutôt que dans la réaction. Et aller plus loin. Savoir c'est bien. Construire sur ce savoir, c'est mieux.

Veiller c'est être attentif, curieux, ouvert, en recherche. De ce qui se passe, de ce qui se fait, des nouveautés, des innovations, des mouvements. Pour être toujours sachant, à la pointe, compétitif. Pour ne pas s'endormir sur des pratiques ou des moyens mis en œuvre qui ont fait leurs preuves.

Dans un monde de plus en plus exigeant, concurrentiel mais aussi soumis à des attentes consommateurs, gouvernementales, internationales, éthiques, écologiques et sociales, nous nous devons d'être à la page pour agir de la meilleure manière qui soit. Être engagés, responsables, en connaissance de cause.

Chaque trimestre, ce rapport présente les tendances, les observations, les points d'intérêt et d'attention, les grands questionnements en cours, des produits, matériaux, procédés, innovations, source d'inspiration riche et indispensable pour avancer de manière éclairée.



DÉBUT 2023 : ACTIONS ET BONNES RÉOLUTIONS, EN AVANT MARCHÉ !

Un année qui démarre sur les chapeaux de roue. Après la résilience et l'adaptation, les actions se concrétisent, les process se rodent et les bonnes résolutions se transforment en plans concrets.

Dans cette lignée, coup de phare sur JAICOST, en plein développement en 2023. Nouveaux associés, nouveau site, nouvelle méthodologie de programmation de services, nouveaux projets !

Comme de nombreuses autres structures, notre cabinet de conseil grandit et veut le faire bien.

2023 est l'année de la mise en application des (bonnes) idées nées des crises successives traversées avec pertes et fracas mais aussi pleines d'apprentissages.

Les mots de l'année : actions, responsabilité, exemplarité et solutions. Des mots pleins de promesses, à faire vivre sur le long terme, en accord avec les attentes des citoyens et des consommateurs. Tous s'engagent pour un futur meilleur, entre réalité et virtuel.

Le mot de la stratégie de marque

« Le monde évolue, les usagers, les attentes et les pratiques avec. Notre regard sur des « généralités » communément admises et comprises comme le travail, le bureau, la maison, la ville, ou même la réalité, sont en train de voler en éclat. Plus que jamais les marques, les entreprises, les gouvernements et les individus - chaque acteur de la société civile et économique doit prendre part responsablement à la construction d'un meilleur futur. Discours et actes doivent concorder, sous peine d'un désintérêt et d'un abandon total. Plus de demi-mesure dans un monde à cheval entre présence physique et réalité virtuelle en croissance rapide. »

Camille MONTABERT

ASSOCIÉE JAICOST



#1. NOUVEAU TRAVAIL, NOUVEAU WORKPLACE

Le monde du travail est, au moins en ville et pour le tertiaire, en pleine évolution. Dans les pratiques, les normes, les règles, les attentes et les usages. Ce qui a débuté par du télétravail imposé par la crise sanitaire s'est transformé en une norme, aujourd'hui renforcée par la nécessité énergétique. Mais être moins au bureau, et avoir un rapport différent au travail, qu'est-ce que cela veut dire ? Les bureaux évoluent, certes, mais les besoins des collaborateurs aussi. Retour sur les questions et les enjeux que cela soulève.

#2. LE FUTUR DES IMMEUBLES DE BUREAUX, UN VRAI SUJET DE SOCIÉTÉ

Dans le même contexte social, économique et écologique, les constructeurs, promoteurs et bailleurs font aussi face à un prisme nouveau : les questionnements sur les matériaux durables et écologiques, les enjeux de réversibilité... continuent et sont renforcés par d'autres questions : que faire des bâtiments déjà construits et désertés par les travailleurs ? Détruire et reconstruire à neuf ou réhabiliter ? De multiples enjeux se cachent derrière ces questions de fond, vrais sujets de société.

#3. « FAIRE MIEUX », INJONCTION OU OPPORTUNITÉ DE DÉVELOPPEMENT?

Grande question ! Certains ont clairement choisi leur camp. Lorsque les enjeux et attentes écologiques deviennent des lois et des réglementations gouvernementales, certains s'y soumettent, certains vont plus loin, et certains s'en servent pour développer leur business et attirer de nouveaux consommateurs ! La fin justifie-t-elle les moyens?

OBSERVATIONS & TENDANCES

PREMIER TRIMESTRE 2023

Des changements, pour le mieux. Actions, nouveaux process, nouveaux rapports au travail, au bâti, à la réversibilité, à l'usage et à la destination, flexibilité, (éco-)responsabilité des individus et surtout des entreprises, bienveillance, réalité virtuelle...

2023, déjà un pas dans le futur !

De nouvelles définitions du travail (et du rapport travail / vie privée), des bureaux, des espaces communs, urbains et ruraux, apparaissent en même temps que les prises de paroles de plus en plus engagées des marques.

Mots ou actions ? Les prochains mois le diront. Une chose est sûre, la société est en mouvement, et quelle que soit la raison pour laquelle chacun s'engage, tout le monde évolue.

Les sujets business deviennent des sujets sociétaux où chacun se retrouve partie prenante engagée et responsable.

Le digital reste un sujet à enjeux fort, et notamment le développement rapide de la réalité virtuelle et des outils digitaux d'intelligence artificielle. Point abordé ça et là.

Enfin un focus sur les jeunes générations clos ce rapport. L'importance de connaître les générations entrants sur le marché du travail, consomm'acteurs d'aujourd'hui et de demain n'étant plus à prouver...



©Cécile Bardin

En 2023 tout le monde parle du workplace et surtout du NOUVEAU workplace. Après les changements parfois radicaux mis en œuvre ces deux dernières années, l'avenir du bureau continue de se dessiner... Mort au bureau, longue vie au nouveau workplace. Depuis 3 ans, le rapport à l'espace de travail a été totalement renversé : le bureau est aujourd'hui devenu une alternative à la maison, qui est elle-même devenue bien plus qu'avant.

Les lignes sont floutées. Le bureau semble devenir un lieu de vie comme les autres, ou un lieu de destination, plutôt qu'un lieu de travail. Mais est-ce la bonne approche ? Quelle est la bonne manière de construire physiquement le bureau et symboliquement le rapport au travail ? Voilà les questions que se posent nombre de Directeurs Immobilier, Managers, RH et même collaborateurs. Une chose est sûre, la workplace évolue aussi parce que le rapport au travail évolue. Retour sur ces changements qui font date.

LE RAPPORT AU TRAVAIL EVOLUE

Un des grands termes de fin 2022 - début 2023 est celui de la Grande démission. Entre les abandons de postes (**près de 200 000 en France**), le 'quiet quitting' et autres termes, nous observons un bouleversement net et profond de l'ordre établi jusqu'ici au travail, mettant en exergue un rapport au travail qui évolue. De **multiples termes sont nés récemment** pour exprimer ce nouveau rapport au monde du travail et surtout cet équilibre changeant.

Après la pandémie, le succès, la réussite, la vie épanouie ne revêtent plus du tout le même sens, et si le travail en est un des composants, ce n'est plus la même donne qu'avant.

Devenue priorité numéro une, **la santé et le bien être prennent fortement le pas sur la réussite professionnelle** et la carrière. Cela laisse nécessairement plus de place aux besoins personnels plutôt qu'aux attentes d'une hiérarchie avec laquelle on est plus en accord. Selon **l'Index Work Trend 2022 de Microsoft "Great Expectations : "Making Hybrid Work work,"** 24% des individus ont récemment quittés leur poste pour des "raisons de bien-être personnel et de santé mentale", en raison n°1 suivie de "équilibre vie pro-vie perso".

On observe une recherche plus importante d'un équilibre juste et stable entre ambitions et bien-être, et avoir un but n'empêche plus de lâcher du lest lorsque le stress d'une carrière interfère trop fortement avec la vie personnelle. Un vrai changement sociétal, qui impacte le monde du travail.

Aussi, la manière dont la **masse salariale redéfinit la réussite** après la pandémie est assurément différente : en toute première position **des attentes des salariés pour 2023** se trouve la mise en place de la semaine de 4 jours. Viennent ensuite la flexibilité des horaires (38%) et l'octroi de jours de congés supplémentaires (32%). La **semaine de 4 j une attente forte** ? Si cela n'est pas sûr en France, ce dispositif a toutefois été testé et approuvé en Angleterre, avec des effets très positifs. Un autre mouvement à venir à observer attentivement.



D'un point de vue social et sociologique, avec l'évolution du rôle et du rapport au travail dans la vie personnelle, le rôle du travailleur et son statut évoluent peu à peu. Ce qui entraîne des changements, plus ou moins favorables pour les travailleurs eux-mêmes : aujourd'hui avec l'idée qu'un travailleur est une personne aux multiples facettes, on autorise la sphère privée à entrer en contact avec la sphère professionnelle, parfois au détriment du rôle et de la face 'travail' du travailleur. Celui-ci perd le « protectorat » offert par son rôle de travailleur, parfois nécessaire pour éviter certains abus. La limite devient encore plus floue, et la nécessité de remettre de la professionnalisation dans le cadre du travail est peut-être une question à se poser... qui impacte la manière dont le bureau est construit.

Malgré tout et pour conclure, face aux évolutions économiques de ces dernières années, la question financière reste quand même prégnante : avoir un salaire plus élevé reste la raison numéro 1 de chercher un nouvel emploi, pour 60% des actifs toutes générations confondues. Mais si cette question du salaire reste prépondérante pour les salariés français, l'étude démontre qu'elle est liée à la montée d'une forte inquiétude des actifs de ne plus pouvoir vivre de leur travail (pour 60%). Autre sujet important, près d'un salarié français sur 3 **pense que son emploi actuel ne le prépare pas aux défis à venir du monde du travail**. Des insights très structurant à ne pas négliger.

La 'workplace' doit nécessairement évoluer avec les nouvelles attentes.

Élément constitutif du rapport au travail, le bureau, anciennement lieu où l'on doit venir travailler chaque jour sans se poser de question, est devenu un lieu où l'on va quand on veut, avec souvent le choix de rester chez soi pour travailler. Une caricature qui met en avant le paradigme actuel. Mais alors pourquoi les salariés reviennent au bureau ? Et surtout, **pourquoi les salariés ont plaisir à revenir travailler au bureau** ? Pour la perspective d'échanger avec leurs collègues (à 61%), juste pour voir ces derniers (à 60%), pour l'ambiance (33%), pour le matériel et les équipements (22%), chiffres confirmés par l'**enquête "Future of Work 2022"** dans laquelle JLL stipule que l'attachement au bureau comme lieu de socialisation est plus fort en France qu'ailleurs dans le monde.

“

the young cohort of workers demand that employers care about them as whole people,” and, for young professionals entering the workforce, “the ability to understand their career path is worth more than a paycheck.

Linda Jingfang Cai, vice president of talent development at LinkedIn,

”

Aussi, au-delà de la sociabilisation, pour 75% des salariés, les locaux contribuent à l'envie de rester dans l'entreprise et pour 71%, ils constituent un critère de choix important ou décisif de leur futur employeur.

Un critère qu'ont compris les dirigeants puisqu'ils sont 72% à considérer que l'espace de travail est un levier d'attraction et de rétention des talents. 81% des dirigeants voient les locaux comme un enjeu important et 56% les considèrent comme un atout concurrentiel. Ils sont conscients du rôle de leurs espaces de travail sur le bien-être de leurs salariés à 90%, sur la performance de ces derniers à 84% et sur l'image de leur entreprise à 82%.



De plus, salariés et dirigeants se rejoignent sur leur sensibilité à ce qui constitue un "bon" lieu de travail que sont le confort thermique (94%), la lumière naturelle (93%), la qualité de l'air (90%) ou encore l'isolation phonique (88%).

Des éléments d'autant plus importants que l'open space présenté comme vecteur de partage et de collaboration peut aussi vite devenir un espace où il est difficile de se concentrer. Mais il peut aussi être perçu comme un espace de disciplinarisation des corps et des pratiques, espace panoptique par excellence. Comment contrer cette dérive ou cette perception dans une ère de liberté et de flexibilité à toute épreuve ?

Quoi qu'il en soit, cela souligne l'importance d'être à l'écoute des collaborateurs et de les embarquer dans tout processus de redéfinition des bureaux et des espaces, en phase avec leurs usages et leurs attentes.

Pour répondre aux évolutions du travail, les bureaux doivent donc devenir des lieux enrichis, à mi-chemin entre un bureau fonctionnel tel qu'on le vit aujourd'hui, et un lieu affinitaire proposant des services à valeur ajoutée. Pour maintenir l'attractivité des bureaux, il faut œuvrer à ce que les salariés y ressentent un bien-être sincère ou, à défaut, une facilité d'usage supérieure à celle expérimentée à la maison : l'accès à des outils avancés et un confort quotidien renforcé, en complément du sentiment d'appartenance, de l'adhésion au groupe et des relations créées ou entretenues entre leurs collègues. C'est la condition d'une attractivité renforcée du bureau : devenir un lieu hybride et serviciel. Proposer des bureaux adaptés en termes de confort, d'équipements et d'espaces, aide les entreprises à sortir des paradigmes classiques pour (re)donner toute sa puissance et son attraction au travail en présentiel, fondateur de l'"être ensemble".

5 constats globaux et des nuances françaises

- Le travail hybride est devenu la nouvelle norme et nécessaire dans le même temps de revitaliser le bureau**
Partout dans le monde, il y a un enjeu à faire de ce modèle, un outil incontournable d'attraction et de bien-être et de repenser en parallèle le bureau physique en lui donnant une vocation socialisatrice et collaborative. En France plus qu'ailleurs, cette dimension devient la raison d'être du bureau.
- À court terme, la priorité sera davantage d'investir dans des espaces de qualité plutôt que d'étendre la surface immobilière totale**
En France, la priorité est plus présente qu'ailleurs, puisque même les décideurs immobiliers confrontés à une croissance des effectifs, continuent de raisonner à l'opérimètre.
- Les aspirations sociales deviendront aussi importantes que les ambitions environnementales et façonneront la transformation future du portefeuille immobilier**
La France se positionne à la pointe en matière environnementale et explore une mutuelle plus forte qu'ailleurs sur la dimension sociale au travers de son engagement en faveur du bien-être des salariés.
- L'immobilier d'entreprise doit investir massivement dans les technologies intelligentes**
La France héberge d'un meilleur niveau de couverture réseau et d'une meilleure connectivité de ses bâtiments qu'ailleurs. Elle accuse cependant un certain retard d'investissement en matière de gestion des données, d'outils de travail collaboratif et à distance, mais entend redoubler d'efforts dans ce domaine dans les années à venir.
- Les besoins immobiliers deviennent de plus en plus sophistiqués et complexes**
Un sentiment qui pousse les décideurs au niveau global à mieux reconnaître autour du bien-être, de la santé et des énergies également toujours plus de réticences à recourir à l'externalisation.

Défi n° 2 : Comment utiliser l'espace de travail pour attirer les talents et améliorer l'expérience de vos collaborateurs ?

- Promouvoir le travail hybride tout en réservant au bureau une place de choix dans l'écosystème de travail.
- Adopter une approche centrée sur les utilisateurs en mettant l'expérience collaborateur au cœur de la réflexion.
- Créer des espaces inclusifs faisant écho aux ambitions RSE de l'entreprise par exemple en concevant des environnements prenant en compte la cohabitation intergénérationnelle ou les enjeux de neurodiversité.
- Optimiser le confort des utilisateurs en donnant la priorité aux enjeux de santé et de bien-être pour favoriser la performance et la résilience des salariés.
- Créer des environnements de bureau propices aux échanges et au travail collaboratif.

Bien-être physique et santé mentale : des attentes fortes des salariés

Actuellement, disposez-vous des espaces, équipements ou services suivants au sein de votre entreprise ?

Salariés... trouvent utile			
65% Une offre de restauration proposée par 25% des dirigeants	56% Des services bien-être tel, santé mentale proposés par 30% des dirigeants	54% Des activités sportives proposées par 15% des dirigeants	51% Une salle de sport proposée par 15% des dirigeants

Locaux et espaces de travail : un enjeu RH de recrutement et fidélisation

Selon vous, l'aménagement actuel de vos espaces de travail joue-t-il un rôle essentiel sur... ?

75% des salariés... pensent que l'aménagement de leurs espaces de travail joue un rôle sur leur envie de rester dans l'entreprise.

Les locaux constituent un enjeu décisif pour 71% des salariés.

Les locaux constituent un enjeu décisif pour 91% des dirigeants.

Le bureau physique persistera

64% des dirigeants... ne voient pas le futur sans bureaux physiques

71% des salariés... aiment venir travailler au bureau

41% Total en physique

39% Total en physique

L'avenir du travail en chiffres en France et à l'international

Modes de travail	53% des entreprises à travers le monde rendront possible le télétravail de façon permanente pour tous leurs collaborateurs d'ici 2025. Une augmentation du niveau d'investissement est envisagée pour soutenir cette évolution, ceci plus encore en France (47%, qu'ailleurs (41 %)).	79% des décideurs immobiliers affirment que leur entreprise agit déjà pour rendre le lieu de travail plus inclusif et plus diversifié pour leurs collaborateurs. Une tendance légèrement moins marquée en France (73 %).	77% des décideurs en France comme à l'international pensent que proposer un modèle de travail hybride sera essentiel pour attirer et retenir les talents demain. Une tendance légèrement moins marquée en France (73 %).	69% des décideurs immobiliers globaux ont déjà introduit, ou introduiront cette année des technologies pour stimuler la collaboration au bureau. Un chiffre qui s'établit à seulement 55 % pour la France qui accuse un retard en la matière.
Expérience collaborateur	75% des décideurs immobiliers dans le monde considèrent que leurs collaborateurs attendent un lieu de travail à impact positif sur la société. Un constat également très partagé au niveau français (70 %).	47% des décideurs immobiliers en France perçoivent le bureau comme support à la collaboration , en ligne avec la tendance globale. En revanche, plus qu'ailleurs, ils y voient un lieu de socialisation (40 % contre seulement 26 % au niveau global).	Santé, bien-être et énergies renouvelables seront les services immobiliers dont l'externalisation va le plus augmenter d'ici 2025. En France la tendance est toutefois moins forte qu'ailleurs : 37 % pour la santé et le bien-être (contre 44 % au global), et 36 % pour les énergies renouvelables (contre 43 %).	43% des décideurs immobiliers à l'international envisagent d'inscrire dans leur cahier des charges la neutralité carbone dans le choix d'un nouveau site, en ligne avec les nouvelles attentes des salariés en matière de durabilité. Une évolution plus prégnante encore en France où ils sont 55 %.

Environnement de travail

72% des décideurs immobiliers considèrent qu'à long terme le bureau restera au cœur de leur écosystème de travail . Une tendance majoritaire qui se confirme également en France, mais de manière moins prononcée (64 %).	77% des décideurs immobiliers estiment que l'investissement dans la qualité des espaces primera à l'avenir sur l'augmentation de leur empreinte immobilière. En France, 33% des décideurs seulement envisagent d'augmenter leur surface occupée d'ici à 2025, bien en deçà des 57 % recensés au niveau global.	73% des décideurs immobiliers dans le monde prévoient de rendre tous les espaces de travail ouverts et collaboratifs, sans bureaux dédiés . Ils ne sont que 59 % en France, témoignant d'un peu plus de frilosité à l'égard de l'organisation en flex-office.	37% des décideurs au niveau mondial envisagent de recourir davantage à la sous-traitance pour leur stratégie d'aménagement . Ils sont seulement 19 % en France, ou l'augmentation apparaît moins forte.
--	---	--	--

Portefeuille immobilier

72% des dirigeants de l'immobilier d'entreprise s'attendent à un renforcement de leur pouvoir d'action d'ici 2025. Ils sont 57 % en France, où le mandat accordé à l'immobilier est perçu comme moins fort. Le budget alloué à l'immobilier est globalement en hausse, mais en France dans une moindre mesure qu'ailleurs (39 % contre 84 % dans le monde).	43% des décideurs en France et dans le monde souhaitent accroître leurs investissements dans les espaces flexibles . Mais la part de ces espaces au sein des portefeuilles immobiliers d'ici à 2025 reste plus limitée en France qu'à l'international (36 % contre 43 % au global).	74% des décideurs immobiliers mondiaux se déclarent prêts à payer plus cher pour de meilleures performances environnementales . 56 % prévoient de le faire d'ici 2025. Un niveau qui tombe à 32 % pour la France.	13% des décideurs immobiliers se déclarent prêts à collecter des données en temps réel . Ce chiffre tombe même à 7 % en France, où plus de la moitié des décideurs déclarent ne collecter des données que de manière ponctuelle.
--	--	---	---

Parcellaire Baromètre CSA-Parcellaire 2022

Actuellement, rencontrez-vous des difficultés pour faire revenir vos collaborateurs aux bureaux ?

8% des dirigeants... seulement ont du mal à faire revenir les salariés au bureau

75% des salariés... aiment venir travailler au bureau

Oui, tout à fait 5%
Oui, plutôt 21%
Non, pas vraiment 19%
Non, pas du tout 54%
Ne cherche pas à faire revenir les collaborateurs au bureau 1%



Crédits © Armand Peyroux

Pour répondre à ces évolutions, des choix multiples mais des critères communs.

Dans cette nouvelle workplace comment concilier flexibilité, collectif et culture d'entreprise ? Comment intégrer le bureau dans sa stratégie RH, et quels sont les impacts sur l'engagement et la rétention des talents ?

Beaucoup ayant compris que le bien-être des collaborateurs est un vrai enjeux ont fait le choix de solutions **servicielles concrètes pour ré-enchanter** l'expérience du bureau.

« Dans l'immobilier de bureaux d'aujourd'hui, l'offre servicielle est devenue un critère essentiel et différenciant pour attirer les utilisateurs », déclare Jean-Philippe Olgiati de La **tour Pacifique à la Défense, qui** fait partie des multiples espaces de bureau ayant récemment évolué et fait peau neuve en vue d'attirer ou de retenir des locataires.

De plus, donner la parole à ses collaborateurs, les écouter est aussi une stratégie retenue parmi les meilleures : Dentsu, installé chez WeWork ont par exemple imaginé en amont le concept de leur environnement de travail idéal : « flexibilité, facilité, responsabilité, simplicité, durabilité avec une qualité de service maximum. Nous avons un comité qui donne la parole et le pouvoir aux collaborateurs en matière de bien-être au travail, et recense nos points d'amélioration. **Nous avons par exemple apposé un chemin de moquette pour réduire les nuisances sonores liés aux déplacements sur le parquet.** »



Au delà des services et des aménagements, d'autres, **comme l'Occitane,** se tournent vers des immeubles aux performances durables particulièrement poussées, choix qui importe de plus en plus dans les recherches de locaux. Dans le cas de l'Occitane, l'immeuble a été choisi pour ses installations écoresponsables avec ses 70 m2 de panneaux photovoltaïques et son système d'épuration des eaux grises, performances consacrées par la certification BREEAM.

Flex office, même l'état s'y met !

Liberté, mixité, flexibilité, une nouvelle devise qui touche même le secteur public ?

Le ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation a souhaité **reconvertir un ancien centre de documentation délaissé en « un cocon pour oser ».** Mission acceptée par Sismo Design, qui a transformé le lieu en créant différentes zones dans une atmosphère douce et chaleureuse induisant de nouveaux usages, encore peu démocratisés dans des locaux ministériels.

Avec ce projet baptisé L'Escale, le ministère souhaitait se doter d'un espace en rupture non seulement avec l'environnement précédent mais aussi avec les méthodes de travail traditionnelles des usagers.

« **Avec ce projet, nous souhaitons faire la démonstration qu'avec d'autres règles d'usage, de vie, un lieu peut amener ses occupants à réfléchir et à travailler différemment** », commente Frédéric Lecourt, co-fondateur de Sismo Design. Du nouveau pour le service public...

Pour cela, une longue étape d'observation et d'accompagnement au changement a été nécessaire. Sismo Design a pour habitude de baser son approche sur l'ethnographie.

« **Ce n'est pas avec des injonctions que l'on va embarquer les collaborateurs. On essaie de comprendre les blocages, les dénis, les signaux faibles, qui sont difficiles à verbaliser et à exprimer, et de cartographier les incohérences entre ce que quelqu'un peut annoncer et ce qu'il fait en réalité** », explique le co-fondateur qui a mené un travail collaboratif avec les équipes interviewées sur place afin de définir de nouveaux scénarios d'usage.

L'escale par ©Elodie Dupuis

TENDANCE #2.

LE FUTUR DES IMMEUBLES DE BUREAUX, UN VRAI SUJET DE SOCIÉTÉ.

Immobilier et actifs tertiaires, que faire des immeubles de bureaux ?

Le changement de paradigme pour l'immobilier de bureaux s'accompagne nécessairement d'un questionnement sur le futur des bureaux, pour certains délaissés au profit de bâtiments plus centraux, mieux desservis, ou plus éco-responsables. Suite aux deux dernières années, de nombreux locaux sont maintenant vacants et les bâtiments en zones non reliées par les transports ont du mal à trouver preneur. On observe aussi une baisse des gros projets immobiliers. Les nouvelles attentes : des projets plus petits, en cœur de ville, mixtes, avec si possible une conception pensée pour l'après.

Une baisse du nombre de m² importante au niveau national.

La taille moyenne des commerces a été divisée par deux depuis 2018 et on observe que les projets de plus de 10 000 m² sont en voie de disparition.

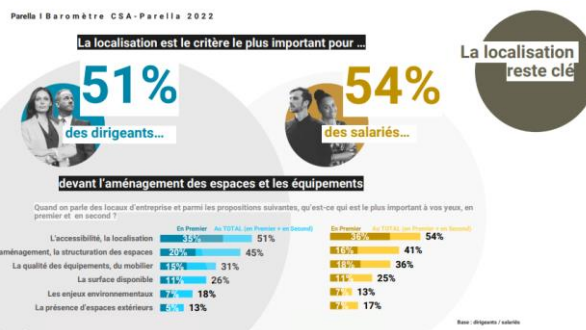
En 2018, Procos recensait un stock à cinq ans de 518 projets de plus de 2000m², hors grandes surfaces alimentaires, pour une moyenne de 11 900m². La fédération pour la promotion du commerce spécialisé (300 enseignes adhérentes dont C&A, Decathlon, L'Oréal, McDonald's...) en compte désormais 477 de 5 721m² en moyenne.

Ce stock à cinq ans poursuit ainsi sa décrue pour atteindre au global « un nouveau plancher de 2,5 millions de m² ». Il s'agit de son plus bas niveau depuis vingt ans. Cette tendance observée pour l'immobilier commercial pourrait-elle être la même pour l'immobilier d'entreprise ? Oui et non, car tout dépend de la localisation des espaces ... sujet majeur pour 2023.

En dehors des approches Campus affirmées en dehors des villes, l'attrait pour un immobilier tertiaire en centre-ville semble se confirmer.

En croissance en 2022, en 2023, Covivio lance un plan de cession d'1,5 md€.

"Aujourd'hui, compte tenu de cette évolution de la demande qui est plus focalisée sur les zones centrales, **nos produits de développement, on les a plus focalisés sur ces zones centrales**", a expliqué à l'AFP le directeur général, Christophe Kullmann. Covivio va ainsi davantage vendre que louer les logements qu'il produit à Berlin, et compte renoncer à des investissements en banlieue parisienne, où les bureaux deviennent moins attractifs du fait du développement du télétravail. Une partie des bureaux qui pâtissent de cette tendance sont transformés en logements, notamment autour de Paris, ou à Bordeaux dans un ancien site IBM.



Le recentrage des bureaux dans des zones urbaines centrales poussent ainsi les anciens bureaux en banlieues ou provinces à être transformés en logements lorsque cela est possible. C'est le cas à Issy-Les-Moulineaux (pourtant assez central), où la transformation de bureaux en logements se poursuit. La Foncière de Transformation Immobilière (FTI) a acheté auprès d'AG2R La Mondiale, l'immeuble Le Pacifique. Elle **reconvertira cet ensemble de 4.000 m² de bureaux en un programme de logements sociaux** et à destination des classes moyennes, gérés par le bailleur 3F, pour le modique coût de 30 millions d'euros.

La vacance des bureaux en IDF, une opportunité pour créer des logements ?

Cela semble être le cas : la Foncière de Transformation immobilière (FTI), filiale d'Action logement est dédiée justement à ce type de projet. La société, qui a déjà investi, depuis sa création en 2020, 300 millions d'euros et transformé 34 immeubles partout en France, ambitionne d'investir, dans les trois ans qui viennent, près de 1 milliard d'euros. Objectif : produire 20.000 logements.

Le programme d'Issy Les Moulineaux ne sera pas le dernier pour FTI dans le département des Hauts-de-Seine : une vingtaine de projets sont en cours, à Colombes par exemple, ou à l'étude, notamment à Levallois.

Urbanisme et immobilier tertiaire, la ville réenchantée

6 nouvelles pistes de l'urbanisme pour réenchanter la ville

Des villes plus vertes et plus ouvertes, des mobilités plus douces, des bâtiments réversibles, plus bas carbone... : l'urbanisme fait évoluer ses règles pour s'adapter aux changements climatiques et sociétaux. Les conséquences sont plurielles pour les bureaux et les commerces implantés dans les territoires urbains.

Réversibilité

Défi technique, la réversibilité n'en est pas moins un élément clé de la ville durable. En 2022, les ventes d'actifs à transformer, ou pouvant faire l'objet d'un changement d'usage, ont totalisé près de 1,7 milliard d'euros en France. Selon David Habrias, directeur général associé chez Kardham, « **la structure des bâtiments doit devenir du 'pseudo-foncier' sur lequel on peut transformer l'existant, au gré de l'évolution et de l'hybridation des usages** ».

Alors que l'immobilier d'entreprise enregistre des taux de vacance record en Ile-de-France (7,9 % au quatrième trimestre 2022), **Edgar Suites** transforme des bureaux obsolètes ou des hôtels en fin de vie en « suites urbaines ». En octobre dernier, le groupe a converti, à Levallois-Perret, 2.000 m² de bureaux inoccupés en résidence hôtelière.

Mixité

L'objectif de zéro artificialisation nette fixé pour 2050 induit une densification des zones urbaines et l'intensification des usages. Pour devenir pérennes, les bâtiments doivent être mixtes, modulables et proposer une programmation diversifiée, répondant à tous les besoins des utilisateurs. Avec l'ancienne usine **Fives Cail de Lille**, Keys Reim a développé avec la Métropole, une halle consacrée à l'alimentation et au bien-être aux usages mixtes : agriculture urbaine, salle d'escalade, brasserie et bars...

Végétalisation

Dans le cadre du Plan biodiversité 2018-2024, les métropoles font évoluer les règles d'urbanisme, via des PLU bioclimatiques, afin de favoriser le déploiement de la nature en ville. Les programmes neufs comportent tous un projet de jardins, de façade ou de terrasse végétalisée, pour lutter contre les potentiels îlots de chaleur en cas de sécheresse.

La démarche « bureaux généreux », amorcée en 2021 par Bouygues Immobilier, prévoit l'intégration d'espaces extérieurs sur 100% de ses immeubles et l'apport systématique en biodiversité sur chaque site, à l'image de Kalifornia, à Malakoff. Autre projet de renaturation, **la serre urbaine du siège de Groupama Immobilier**, rue d'Astorg (Paris 8e), qui accueillera, en 2024, un espace végétalisé et ...papillonnant !



@Edgar Suites



@VDD1 architectes



@Ateliers234 Kalifornia Bouygues Immo



@Kardham Architecture



Mobilités douces

Le plan « Vélo et mobilité actives », lancé par le gouvernement en 2018, prévoit de tripler la part de la circulation cycliste, qui représente, aujourd'hui, 3 % de l'ensemble des déplacements (contre 31 % pour la voiture), selon Knight Frank. Face au succès du « vélotaf »,

TO BIKE OR NOT TO BIKE, là n'est plus la question. On s'y met tous.

BYCYCLE C'EST QUOI ?
LE 1^{er} COUP DE PÉDALE DANS L'IMMOBILIER PRO.

Bycycle est une offre de service pour faciliter la pratique quotidienne du vélo en proposant une expérience aux cyclistes.

- Sécurisée,
- Pratique,
- Agréable.

POUR QUI ?
TOUTES LES PARTIES PRENANTES DE L'IMMOBILIER PRO.

- Les promoteurs,
- Les foncières,
- Les propriétaires bailleurs,
- Les entreprises et organisations immobilières du tertiaire d'entreprise et du logement collectif.

POUR QUOI FAIRE ?
SENSIBILISER, MOBILISER, ACCÉLÉRER

NOS MISSIONS :

- **Fédérer, former, et faire bouger** les acteurs de l'immobilier pour favoriser la pratique du vélo.
- **Améliorer** la qualité de vie des occupants
- **Réduire** l'empreinte carbone de la mobilité à travers la refonte des espaces de mobilités douces.

les opérateurs privés se saisissent du sujet. À travers l'initiative ByCycle, commencée en 2020, Icade et Onepoint ont développé un référentiel destiné à aider les bailleurs à mieux intégrer les mobilités douces dans leurs programmes immobiliers.

Urbanisme transitoire

Transformer les délaisés urbains en espaces d'animations et d'échanges : c'est tout l'enjeu de l'urbanisme transitoire, qui consiste à occuper, de

Façon temporaire, des bâtiments vides ou des friches industrielles. Dans le quartier Barbès (Paris 18e), Immobel France réhabilite actuellement l'immeuble libéré par l'enseigne Tati en 2021 pour en faire un projet mixte, dont il a confié l'exploitation, à titre gracieux, à Forest. Le bâtiment accueille le créateur de mode Maison Château Rouge et son association, Les Oiseaux Migrateurs. De la même façon, le collectif Plateau Urbain exploite plus de 20 bâtiments, sur quelque 100.000 m² de surfaces vacantes dans les principales métropoles françaises, avec une double vocation : tisser du lien social et dynamiser l'économie locale.

Ces initiatives sont d'ailleurs plébiscitées par les communes et notamment la Ville de Paris, qui, en juin 2021, signe une charte pour l'occupation temporaire et transitoire avec 45 partenaires, dont 23 nouveaux partenaires publics et privés. Cette charte vise à accompagner le développement de projets d'urbanisme temporaire et transitoire sur le territoire parisien et métropolitain.



Inclusivité

En 2022, Redman a créé la foncière Essentiel, dédiée à la « ville pour tous », dont le rôle est d'accompagner les porteurs de projets à impact qui rencontrent des difficultés sur le plan immobilier.

Le promoteur participe, avec la Fondation Palladio, à une action collective auprès du gouvernement pour transformer en loi l'initiative lancée en 2020 par Simon Laisney (Plateau Urbain), soutenue par Eric Donnet (Groupama Immobilier) et Yann Bucaille (Café Joyeux), consistant à réserver 20 % des locaux en pied d'immeuble dans les programmes neufs ou réhabilités, en zones tendues, aux acteurs de l'économie sociale et solidaire (ESS).



LE TEMPS DES REGIONS EST-IL (ENFIN) VENU ?

« Le temps des régions est venu pour le bureau », se félicite Antoine Marre, nouveau président de l'OBM et directeur délégué d'Icade promotion.

Si une hausse des surfaces moyennes est constatée, s'établissant à 538 m², le marché accuse une baisse des ventes des surfaces de plus de 1 000 m². Les plus de 2 500 m² chutent même à 6 en 2022, contre 12 en 2021 », analyse André Bartoszak, responsable de l'Observatoire des bureaux de la métropole lilloise (OBM) à la CCI Grand Lille.

En métropole lilloise cependant, le marché des bureaux garde la forme, deuxième marché tertiaire en région.

A Lyon, l'activité et le développement de l'immobilier tertiaire aussi battent leur plein : porté par Quartus et Apsys, le projet de reconversion du Centre d'échange Lyon Perrache (CELP) en hub multi urbain reliant le nord de la ville au sud de la Presqu'île fera la part belle aux mobilités douces et partagées, au sein d'une transition urbaine apaisée. Le projet CELP 360 prévoit l'éco-rénovation et l'extension du Centre d'échange de Lyon Perrache. Il deviendra le premier hub alliant transports publics et logistique urbaine de l'histoire en France, avec la réalisation de 25.000 m² supplémentaires destinés à de nouveaux usages (coworking, restauration, hôtellerie, commerces de flux, espaces dédiés aux mobilités douces, à la logistique urbaine et à l'ESS).

Le mouvement migratoire de Paris vers les régions continue lentement et se stabilise progressivement suite à l'exode massif observé pendant la crise du Covid. La régionalisation est en cours, favorisée par des considérations au delà de la peur d'un reconfinement : valeurs, perte de sens du travail en ville, volonté de vivre plus proche de la nature, mieux, plus écologiquement...



©Dietmar Feichtinger Architectes IDAprojet CELP 360 LYON



©Cécile Bardin

Le hub, l'avenir du bureau, entre espaces partagés, échanges et mixité ?

Après PariSanté Campus et Campus Cyber, Future4Care semble être le nouveau campus de ville construit sur le modèle du hub et d'incubateur de start-up, pour l'émulation et le développement des talents.

Pour Future4care, l'incubateur de start-ups qui se veut le nouveau hub européen de la health tech, Yad space a imaginé des espaces colorés et modulables pour favoriser la rencontre et les collaborations de ses nouveaux occupants.

Future4care, né de l'alliance entre Sanofi, Capgemini, Generali et Orange a pris ses quartiers dans l'immeuble BioPark situé au cœur du 13^e arrondissement à deux pas de la bibliothèque François Mitterrand. Une vingtaine de start-ups ont investi les 5 niveaux et les 6 400 m² de bureaux entièrement aménagés par l'agence d'architecture d'intérieur Yad Space.

Generali, Sanofi, Capgemini et Orange sont épaulés par 15 autres industriels, centres de recherche et associations de patients, afin d'offrir le meilleur accompagnement aux jeunes entreprises. L'idée est de leur permettre de créer des cas d'usages, de tester les solutions et de valider leurs concepts, « de passer du laboratoire à la vraie vie », selon les mots de Stéphane Richard, PDG d'Orange.

©Cécile Bardin



Coup d'œil sur la Défense : idées pour la régénération des tours

Au cœur du plus grand quartier d'affaires de France, la question du réemploi et de **la transformation des bureaux se pose plus que jamais**. Concours d'idées pour réfléchir au futur du CBD français :

Les professionnels ayant participé aux Etats généraux de la transformation des tours, organisés mi février par l'établissement public Paris La Défense, ne manquent pas **d'idées pour des projets mixtes et bas carbone**. Retour sur les grands chapitres et explication en citations :

Créer une commission architecturale durable

« Pour amplifier la régénération des tours, nous avons besoin de superviser les engagements de durabilité des porteurs de projets par une commission architecturale durable spécifique à La Défense. Celle-ci aurait pour mission de les conseiller, de A à Z. Il ne faut plus s'arrêter aux certifications », Nicolas Sisto, fondateur de l'agence d'architecture Sisto Studios.

Transformer les halls en socles mixtes

« Systématiser la transformation des halls des tours en socles mixtes permet de libérer des espaces pour des équipements et des services tournés vers la ville, et de maintenir un haut niveau de réversibilité. Cette intensité d'usage permet in fine de valoriser l'actif transformé. Des freins restent à lever : la mixité doit trouver un équilibre financier et l'offre atypique sera difficile à commercialiser », Benoit Evano-Allinc, architecte de SRA Architectes.

« Notre choix répond à une nécessité absolue de prendre un nouveau virage pour notre territoire. Nous avons décidé de renforcer considérablement le poids des critères du développement durable dans toutes nos opérations d'urbanisme et cessions de charges foncières », Georges Siffredi, le président des Hauts-de-Seine et Paris La Défense

Faire communiquer les immeubles

« Les bureaux, les logements, les commerces et les hôtels à La Défense n'ont pas les mêmes besoins de chaleur notamment. L'optimisation des échanges thermiques entre les tours et immeubles du quartier permettrait d'améliorer la performance du réseau mais aussi de libérer des espaces au sein des bâtiments. Nous pourrions imaginer un partage de bâtiment à bâtiment ou bien instaurer un dialogue entre tel bâtiment et le réseau de chaleur ENR de la ville », Guillaume Mangeot, directeur de l'agence PCA-Stream - Philippe Chiambaretta Architecte.

Relever le plafond de démembrement

« La transformation de bureaux en logements doit inclure du logement social bas carbone via un recours facilité au démembrement, actuellement plafonné à 10% de la production annuelle. Un relèvement de ce plafond nous permettrait d'être plus actif dans ces chantiers qui répondent à l'enjeu de sobriété foncière et à la crise du logement », Gaëlle Velay directrice du bailleur social Vilogia Ile-de-France.

Tous les projets en cours et à venir ici.

Un exemple de projet de tours mixtes en construction : **Odyssey, le futur projet mixte** de La Défense, porté par Primonial REIM France : projet de près de 130 000 mètres carrés, composé de trois tours abritant d'ici à début 2026 bureaux, hôtel, commerces, hébergements avec un rooftop.



Campus Engie –
Nexity Groupement
SCAU (mandataire)
/ CHAIX & MOREL /
ART & BUILD

TENDANCE #3. « Faire mieux », injonction ou opportunité de développement?



©Maxfrommtax

En 2023, une multitude de marques et d'entreprises cherchent à « faire mieux » : Tech, construction, alimentaire, consommation, digital, énergie, biens de consommation, vêtements, ameublement... même le digital, les modes de déplacement et la logistique y passent.

Les process, les produits, le sourcing, la production, tout passe au radar des consommateurs de plus en plus aguerris, après avoir passé le test de lois de plus en plus éco-responsables. Rien n'y échappe et les entreprises l'ont bien compris : pour attirer et retenir consommateurs et talents il faut faire mieux que bien.

Que la raison derrière soit celle de la conviction ou du business, chacun cherche à apporter sa pierre à l'édifice, comme le montre par exemple les critères de sélection du MIPIM Awards 2023, où une large partie des projets présentés intègrent des notions fortes de 'sustainability', d'intégration dans l'environnement et la communauté, la qualité de vie et de l'expérience utilisateur, la contribution économique...

Dans plusieurs secteurs, les entreprises et collectivités se mobilisent. Sodexo par exemple continue de mener des actions pour sensibiliser collaborateurs et consommateurs au gaspillage alimentaire. Cela passe notamment par une juste utilisation des produits et la communication de données sur la quantité de nourriture perdue. Autre exemple, le territoire de Nice qui promet

une ville plus durable et inclusive en passant par la concertation et l'adhésion des acteurs qui y travaillent : pour cela, la métropole a dévoilé au Mipim un nouvel outil censé favoriser la collaboration entre tous les acteurs, publics et privés, engagés dans la conception de la ville de demain.



RECYCLAGE, SECONDE MAIN ET REEMPLOI :

Tous les voyants sont au vert pour la seconde main. Rien qu'en France, les ventes de prêt à porter d'occasion ont ainsi augmenté de 140% depuis 2019 et le pays s'est rapidement imposé comme le premier marché de Vinted – l'application phare de commerce de produits d'occasion – avec 16 millions d'utilisateurs en 2022. Selon le Boston Consulting Group, la seconde main représente aujourd'hui 3 à 5 % de l'habillement à l'échelle mondiale mais a le potentiel pour monter jusqu'à 40 % d'ici quelques années. Ce secteur qui profite pleinement de l'impact de l'inflation sur le pouvoir d'achat des consommateurs et de leur volonté grandissante de consommer de manière plus vertueuse, suscite à présent des vocations chez les géants du retail. Exemple avec H&M qui développe son business modèle en créant une nouvelle gamme de boutiques. Le grand acteur de la fast fashion s'est associé à ThredUp pour lancer H&M Pre-Loved, son premier modèle commercial de revente aux États-Unis, dédié aux consommateurs qui ne jurent que par la seconde main.

Autre exemple parlant, les géants de la fast food, doivent depuis le 1er janvier avoir recouru à de la vaisselle réutilisable pour les repas et boissons servis à table, en application de la loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire votée en 2020. Si ce n'est apparemment pas encore le cas partout, ils ne s'empêchent pas pour autant d'en faire la

la promotion publicitaire, comme si cette action obligatoire était la résultante d'une décision « écologique et responsable » des entreprises elles-mêmes. Un coup de pub pour attirer un public qui devient dubitatif des grands groupes de restauration rapide.



Ciao les boulettes

Commandez comme un pro : chaque commande contient un code produit, une date et une confirmation de livraison. Réduisez les erreurs de 85 %.



Le temps, c'est de l'argent

Passez toutes vos commandes facilement sur une seule appli. Trois étapes suffisent. Gagnez jusqu'à 3 heures par semaine.



Equipe aux petits oignons

Contactez notre service client Choco 24/24 h, 7/7 j. Cerise sur le gâteau ? Nous créons votre compte en moins de 24 heures.

S'inscrire

CHOCO

Trois des plus grandes initiatives pour le recyclage, le réemploi et l'anti gaspi, devenue des références phares pour les français (voire même les européens), se sont associées et ont fait appel à l'IFOP pour réaliser un classement des villes dans lesquelles les habitants ont adopté un mode de vie plus responsable. Présentes sur l'ensemble du territoire français, Leboncoin, Too Good To Go et BlaBlaCar réunissent respectivement 40, 14 et 20 millions d'utilisateurs. Elles contribuent à l'adoption de pratiques éco-responsables en matière de consommation, d'alimentation et de transport. À travers les données cumulées de ces trois plateformes, ce tout premier palmarès analyse leur utilisation dans chaque ville de France, **permettant d'établir un classement des villes ayant le plus fort taux d'habitants qui sont acteurs de l'économie durable pour réduire leur impact sur l'environnement.** Des données certes intéressantes mais aussi un appel aux consommateurs à faire mieux que ceux des autres villes... vers des comportements plus vertueux.. qui développe le business de ces plateformes. La fin (une économie plus responsable) justifie les moyens ?

Autres exemples, la création d'un nouveau label transports et logistique pour récompenser les bons acteurs du secteur du transport et de la logistique. **Il s'agit de la première grille de notation Environnement, Social et Gouvernance (ESG) dédiée au secteur du Transport et de la Logistique.** Une première qui risque de tirer le secteur vers le haut. Dans l'immobilier aussi les actions et prises de paroles se multiplient : avec un seul et même objectif : **construire plus durable, plus optimisé, plus bas carbone,** c'est à qui fera le mieux ! Entre initiatives, processus, et nouveaux matériaux, un seul mot d'ordre : « **Notre mission : accélérer la transition écologique de l'industrie immobilière** », annonce par exemple **Lois Moulas (Observatoire de l'Immobilier Durable)**. En termes de développement de nouveaux types de matériaux, les **bioplastiques sont en phase d'accélération.** Représentant moins de 1 % de la production mondiale de plastiques actuellement, les volumes de production des bioplastiques devraient tripler d'ici à 2027. De plus en plus d'investissements sont annoncés dans ce domaine.

Ces innovations de process, de matériaux et d'usages donnent lieu à de belles créations, visant à optimiser et à améliorer les processus et les résultats, tout en faisant du bien à la planète ! De belles initiatives encouragées à grandes eaux par le gouvernement. Illustration en chiffre, **670 000 logements ont bénéficié d'une rénovation énergétique avec l'aide de MaPrimeRénov'** pour la rénovation énergétique en 2022. Un nombre qui a plus que triplé depuis 2020, une opportunité pour les acteurs du secteur qui profitent de ce budget d'aide de l'état...pour la bonne cause !

Autre exemple inspirant, créée en 2018 par les serial tech entrepreneurs Grégoire Ambroselli, Daniel Khachab et Julian Hammer Choco, **l'application Choco** entend connecter les restaurateurs et leurs fournisseurs sur une plateforme digitale commune. Avec pour ambition de simplifier et optimiser le processus d'achat pour un gain de temps, d'argent et de nourriture, Choco s'est fixée comme mission première de réduire le gaspillage alimentaire. La solution est aujourd'hui **utilisée par les différents acteurs de la restauration (chefs, managers, grossistes, distributeurs...)** à travers **l'Europe** (France, Allemagne, Royaume-Uni, Espagne, Autriche et Belgique) mais aussi aux Etats-Unis. Elle rassemble 15 000 restaurateurs dans le monde et plus de 10 000 fournisseurs.

Enfin aussi côté digital, et à l'instar de Caroline Lair, **fondatrice et PDG de The Good AI, Un nombre croissant d'entrepreneurs, chercheurs et militants se servent de l'intelligence artificielle pour relever certains des plus grands défis** auxquels l'humanité est confrontée, du changement climatique aux droits de l'Homme.

« *L'intelligence artificielle peut générer un impact positif sur la société et la planète* »

Caroline Lair, The Good AI

Globalement, la plupart des pays ont compris que nous sommes aujourd'hui en crise, créant ainsi une logique de compensation. Mais cette crise a aussi permis de comprendre qu'il est possible de prendre un autre chemin que les énergies fossiles et d'accélérer vers les énergies renouvelables. Beaucoup sont convaincus que cette **crise va incontestablement permettre d'aller plus vite dans la transition vers un modèle de production et de consommation propre.**

Cette prise de conscience a provoqué un coup d'accélérateur dans de multiples domaines vers une énergie locale et propre, poussé par le gouvernement et des initiatives privées et publiques.

8,4 milliards d'euros, c'est le budget alloué par le projet de loi de finances (PLF) **2022 à la transition vers les énergies renouvelables**, contre 6,9 milliards en 2021 et 5,4 milliards en 2020. (Source : Ministère de la Transition écologique).



Dans un contexte énergétique tendu, les décrets énergétiques ont un impact fort sur la construction, les travaux, le bâtiment, mais aussi sur l'exploitation courante (énergies, flux, matériaux, process, digitalisation...).

Les initiatives pour accélérer vers une énergie locale et propre fument !



ekwateur
CHANGÉONS D'ÈRE, CHANGÉONS D'ÉNERGIE

Alors que le photovoltaïque, l'éolien et l'hydraulique représentent toujours une faible part du mix énergétique français, la startup ekWateur veut proposer une **électricité 100 % verte, issue d'une production respectueuse de l'environnement** certifiée par le dispositif européen des garanties d'origine. Ce notamment grâce à un accompagnement des consommateurs pour passer à l'autoproduction et à l'autoconsommation grâce à des solutions clés en main, et notamment un kit solaire simple à installer et économiquement accessible au plus grand nombre.



L'énergie, un sujet *électrisant !*



Avec un meilleur rendement que le solaire, la géothermie reste encore sous-exploitée... mais certains sont bien décidés à changer cela ! À Paris, la CPCU (Compagnie parisienne de chauffage urbain) multiplie les chantiers visant à mieux exploiter le sous-sol. Récemment, un projet de forage pour exploiter la chaleur des sous-sol a été déployé dans le 17e arrondissement, sous la ZAC Clichy-Batignolles. Avec un gros potentiel : les différentes études menées par la CPCU montrent que la géothermie pourrait couvrir 83 % des besoins en chauffage dans les quartiers où elle est utilisée, tout en faisant baisser de 60 % les émissions de CO2. Toujours d'après la CPCU, la chaleur présente dans le sol en Île-de-France a la capacité d'alimenter en chauffage et eau chaude la moitié des habitants du Grand Paris, soit plus de 3 millions de foyers. Une énergie à très fort potentiel, locale et non polluante. Qui dit mieux ?

Et en effet, double effet positif pour la technologie mise au point par la startup tricolore Earthwake, capable de transformer sacs-poubelles, cabas, tupperwares ou bouteilles de lait en hydrocarbures.

En utilisant la pyrolyse, un procédé de combustion opéré sans oxygène à très haute température, ce dispositif innovant, baptisé **Chrysalis, fait revenir le plastique à son état d'origine, le pétrole. De très bonne qualité, le carburant ainsi produit peut servir à alimenter des groupes électrogènes** ou des moteurs thermiques. Bien que les objectifs de neutralité incitent à une moindre utilisation du pétrole, l'invention mise au point par Earthwake a pour avantage de limiter la prolifération des déchets en plastique, qui sont un véritable fléau environnemental.



« L'Etat n'achète plus des travaux, mais de la performance énergétique », Alain Resplandy-Bernard (DIE)



FOCUS

MAIS QUE VEULENT LES JEUNES ?

Génération Y et Z : les jeunes d'aujourd'hui, consommateurs et acteurs de demain

La Génération Z **représentera 30% de la population active d'ici 2030**. Il est donc primordial de les connaître, de les comprendre et d'anticiper les attentes et usages... Qui sont-ils et que veulent-ils ?

Comment s'adaptent-ils aux crises simultanées et quels sont leurs nouveaux drivers de consommation ? Quel est leur mood actuel par rapport au travail ? Ces questions sont légitimes si l'on veut prévoir les grands mouvements à l'œuvre dans notre monde. L'analyse des comportements des jeunes générations fait l'objet d'une étude biannuelle portée conjointement par le magazine 20 minutes et l'Institut OpinionWay*. La dernière **édition (2023) révèle le profond malaise ressenti chez les jeunes et, en même temps, une grande capacité de résilience** face aux incertitudes actuelles.

Focus sur les grandes conclusions pour une plongée (rapide) dans une génération qui parfois fait peur aux anciens...

Une génération qui se décrit comme ouverte au monde, engagée et connectée, mais aussi inquiète et désabusée. Ils sont, aujourd'hui, 78 % à évaluer l'état de leur santé mentale comme mauvais et 31 % d'entre eux considèrent qu'ils auront une vie moins facile que celle de leur parents...

Livre phare 2023
« Sois jeune et tais-toi » de Salomé Saqué
Livre polémique réédité trois fois qui fait un focus sur le point de vue de la jeunesse dans le monde d'aujourd'hui.



La tendance « slow life » s'installe auprès des 18/30 ans : « Prendre du temps, rester au calme, rien que pour soi, sans rien faire de particulier » : 42 % des 18-30 ans déclarent le faire plus qu'avant la crise COVID. Ils sont 38 % à moins sortir en soirée, 33 % à moins voir des spectacles, à aller au cinéma et au restaurant. Mais si cette tendance pourrait sembler négative, l'étude montre que ces générations ont un grand besoin de créer des liens positifs. L'envie d'être entouré de son cercle de proches, de créer une bulle positive, face à un monde qui semble de plus en plus menaçant l'emporte, et c'est une bonne nouvelle.






Les générations XY impactées dans leur développement par la crise du Covid.

Les étapes de vie traditionnelles de ces générations ont été retardées par la crise du Covid : un grand voyage, le premier emploi, le premier achat de logement, l'installation en couple, un premier enfant... une « normalité » bouleversée qui change forcément les codes connus des autres générations et un apprentissage de la résilience par l'expérience. A l'inverse, la crise du Covid a pu accélérer des réorientations, qu'elles aient été choisies ou forcées : un changement d'emploi pour 27 %, une reconversion pour 23 %.

Une valorisation différente du rapport au monde du travail : 70% de la génération Z disent que la pandémie a changé leurs priorités, avec une envie croissante de se **concentrer sur ce qui est réellement important pour eux. (Wunderman Thompson). Quelques chiffres :**

Ce qui attire aujourd'hui n'est pas tant le bureau en soit que le sens et les valeurs du travail, de son travail, de l'entreprise. Le travail n'est plus vu comme une finalité mais comme un moyen, ce qui rebat les cartes. Les jeunes générations ne veulent pas moins travailler, mais simplement un meilleur équilibre de vie, et cela passe par le fait d'avoir des projets et une entreprise dans lesquels ils se retrouvent.

Génération X et Y : attentes et points de vue

	<p>SLOW LIFE</p> <p>42% prennent plus de temps pour eux, sans rien faire de particulier, depuis la crise COVID</p> <p>71% considèrent la vie en couple comme un idéal de vie</p> <p>57% pratiquent ou pourraient pratiquer le "quiet quitting"</p>
	<p>TAKE CARE</p> <p>85% considèrent qu'être bien dans sa peau, c'est être bien sa tête (vs son corps)</p> <p>53% évaluent leur état de santé mentale "pas bon"</p> <p>41% avouent ne pas se préoccuper assez de leur santé</p>
	<p>BE AS YOU ARE</p> <p>48% apprécient les pub mode/beauté qui présentent des mannequins qui diffèrent des standards du milieu</p> <p>56% considèrent que les influenceurs sont des charlatans, qui trompent leurs followers pour de l'argent</p>
	<p>PLANET CHOICE</p> <p>Pour baisser leur empreinte carbone :</p> <p>79% privilégient les fruits / légumes de saison</p> <p>75% réduisent leurs déplacements en avion</p> <p>53% évitent les enseignes de fast fashion</p>
	<p>MONEY FREAK</p> <p>65% considèrent qu'épargner permet d'anticiper les situations et l'avenir incertain</p> <p>56% avouent avoir des fins de mois "difficiles"</p> <p>71% comptent acheter plus souvent des produits d'occasion pour faire face à l'inflation</p>

**l'étude #MoiJeune par 20 Minutes, en partenariat avec l'institut OpinionWay, est menée en ligne auprès des 18-30 ans. Interrogés sur des sujets très variés (actualité, politique, consommation, food, sexe, vie en ligne, etc.), les 8 000 membres actifs de la communauté s'expriment et coconstruisent le portrait de leur génération, interrogés par les journalistes. Les réponses présentées ici ont été récoltées de mi-mars à début juin 2022, sur 6 300 répondants, représentatifs des 18-30 ans en France selon la méthode des quotas.*

“ We really embrace fun. If you lose sight of that, it's a dark, dark world

Corley Kenna, Patagonia's head of communications and policy

It's not just about having a point of view, it's about instigating meaningful change

Christopher Miller, global activism strategy, Ben & Jerry's.

Et les générations Z et Alpha ?

La même chose que les générations X et Y, en plus poussé : dans un article du Washington Post, les jeunes de la Génération Z (nés entre 1997 et 2010) déjà dans le monde du travail sont demandeurs de flexibilité dans leur employ du temps et une vision claire de leurs possibilités d'évolution, en plus d'avantages "standards" en termes de bien-être personnel.

"Faire de l'argent" n'est plus en haut de leurs priorités. L'éthique, l'équilibre vie pro vie perso, et le fait d'avoir un but, un sens à ce qu'ils font, sont des éléments de plus en plus communs et attendus notamment dans la recherche d'emploi.

Selon Wunderman Thompson, 82% des répondants des gen Z disent qu'il est très important pour eux que leur travail contribue à créer un monde meilleur, et 70% préfèrent avoir un travail qui a du sens, plutôt que de gagner beaucoup d'argent.

À mi chemin entre réalité et virtuel. Metavers, influenceurs virtuels, réseaux sociaux...

Extrait d'un échange avec une jeune fille de 13 ans au sujet du métavers et du digital : **The 13-year-old responded 'who cares if it's real?' And I was like, 'you don't care if it's real?' And she was like, 'No.'**

Cet échange met en lumière les questions qui commencent déjà à se poser, notre réalité étant déjà en (grande) partie virtuelle.

"We're at a point where we have to understand how many of [gen Alpha's] friends are real and how many are synthetic. And frankly, it may or may not matter." dit **Catriona Campbell, experte en IA**. D'ailleurs; elle prédit que les « enfants virtuels » sont en passe de devenir communs d'ici les années 2070. **"Virtual children may seem like a giant leap from where we are now, but within 50 years technology will have advanced to such an extent that babies which exist in the metaverse are indistinct from those in the real world,"**.

Parmi les missions des entreprises dans les prochaines années pour s'adresser aux générations nouvellement (ou à venir) consommatrices et sur le marché du travail, le focus est fortement mis sur le fait d'avoir un impact positif, pour **contrebalancer l'impact écologique des dernières années. Et d'apporter de la joie**. Dans un monde incertain et critique, les entreprises doivent contribuer à rendre le monde meilleur... et moins insupportable !

MÉTHODE & SOURCES



Si la veille est un état d'esprit avant tout, cela nécessite néanmoins une méthode et une application rigoureuse.

La première étape est de scanner ce qui se passe dans son environnement proche et moins proche. Prendre en compte le contexte politique, économique, social n'est pas à négliger non plus, ces mouvements là ayant souvent un impact fort sur les industries, quelles qu'elles soient.

Concrètement ? Cela peut passer par la lecture de différentes sources, la récolte et l'analyse des tendances, nouvelles, discours, études... une prise de connaissance des axes de discours des acteurs de l'industrie de l'immobilier d'entreprise, avec tout ce que cela comporte. Nous ne mettons pas en avant des entreprises ou des personnalités, mais bien des pratiques, que nous jugeons bonnes, innovantes, inspirantes.

SOURCES

Tous les sites, blogs et études de grands acteurs de l'immobilier et du bâtiment, de la restauration, de la construction, du gouvernement, de l'écologie...

Les rapports d'études des instituts et cabinets d'expertise comme CBRE, Cushman & Wakefield, JLL, Knight Franck, BNP REPM ...

Scan et analyse des sites internet du secteur

[Www.facilities.fr](http://www.facilities.fr)

[Www.workplacemagazine.fr](http://www.workplacemagazine.fr)

[Www.tomorrowsofm.com](http://www.tomorrowsofm.com)

[Www.fmindustry.com](http://www.fmindustry.com)

<https://www.arseg.asso.fr/#>

[Www.businessimmo.com](http://www.businessimmo.com)

[Www.usinenouvelle.com](http://www.usinenouvelle.com)

[Www.neorestoration.com](http://www.neorestoration.com)

[Www.SNRc.fr](http://www.SNRc.fr)

[Www.snacking.fr](http://www.snacking.fr)

www.maddyness.fr

Etc...

Liste non exhaustive. Ces sources évoluent et changent d'un rapport à l'autre.

Les secteurs et activités qui font l'objet d'une veille chez JAICOST sont en lien avec les domaines d'activités, d'interventions et d'expertises du cabinet :

- Hospitality management / Ux collaborateurs
- Achat de travaux / achats d'études
- Performance opérationnelle immobilière
- Restauration d'entreprise
- Facility Management
- Sureté
- d'une manière large tout ce qui attrait à la construction ou à l'exploitation immobilière tertiaire et industrielle.

VEI LLE

« veiller, surveiller », « être en alerte constante », « action de monter la garde »,
« état de quelqu'un qui est éveillé. »

ÉCHANGEONS !

Camille MONTABERT
Cpaillotdemontabert@jaicost.fr

Xavier JIBIDAR
Xjibidar@jaicost.fr

J A I C O S T
ACCÉLÉRATEUR DE RÉUSSITE

